



UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

•CREACIÓN DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS EN LA COMUNA  
PALMAR PARROQUIA COLONCHE CANTÓN SANTA ELENA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.ö

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN TURISMO**

**AUTOR:**

Sr. Janer Martin Malavé Jama

**TUTOR:**

Lcdo. Erick López Reyes.

LA LIBERTAD ó ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL**

**PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

CREACIÓN DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS EN LA COMUNA  
PALMAR PARROQUIA COLONCHE CANTÓN SANTA ELENA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN TURISMO**

AUTOR:

Sr. Janer Martin Malavé Jama

TUTOR:

Lcdo. Erick López Reyes.

LA LIBERTAD ó ECUADOR

2013

La Libertad 27 de Noviembre de 2012

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, CREACIÓN DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS EN LA COMUNA PALMAR PARROQUIA COLONCHE CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013, elaborado por la Sr Janer Martin Malavé Jama, 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 Licenciado en Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

---

Lcdo. Erick López Reyes.

TUTOR

## **DEDICATORIA**

Es un placer dedicar la presente tesis:

A Dios por mostrarnos el buen vivir y que en el todo es posible.

A mis padres, hermanos y amigos, quienes con su apoyo me han de mostrado que la unión hace la fuerza.

De esta y de todas las formas quiero dedicar con mucho afecto este paso de mi vida a todos quienes han aportado de manera directa e indirecta para llegar hasta aquí.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios, quien con su poder y sencillez me ha llevado hasta este punto culminante de mi carrera universitaria, de la misma manera me ha permitido de disfrutar de las cosas bellas que tiene la vida.

De la misma manera te agradezco a ti madre mía Sra. Iris Islandia Jama Rodríguez, usted es quien siempre ha sido ese motor de arranque esa fuerza que me motiva a continuar gracias a tus palabras y esfuerzos de madre hasta hoy comprendo lo hermosa que es la vida y por la cual debemos luchar sin rendirnos jamás.

Expresar mis sinceros agradecimientos a todos los que han hecho posible mi formación profesional.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DECANA DE FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Lcdo. Erick López Reyes.  
DIRECTOR DE ESCUELA  
HOTELERÍA Y TURISMO

---

Lcdo. Erick López Reyes.  
PROFESOR TUTOR

---

Econ. Hugo Álvarez Plua  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Milton Zambrano Coronado MSc.  
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN****RESUMEN****CREACIÓN DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS EN LA COMUNA PALMAR PARROQUIA COLONCHE CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.**

Autor: Sr. Janer Martin Malavé Jama

Tutor: Lcdo. Erick López Reyes.

El presente estudio analiza la factibilidad de creación de una hospedería comunitaria, mediante el estudio económico - financiero como estrategia de desarrollo social, económico y cultural en Palmar. La investigación se orienta a complementar el turismo comunitario, Mediante la prestación de servicios de alojamiento facilitado por las familias, como una forma de gestión que reúne tres perspectivas, como es el encuentro cultural, el desarrollo de actividades económicas sustentables desde el punto de vista ambiental y la apertura de posibilidades de autogestión y desarrollo endógeno de la comunidad en virtud de los índices de participación, acción y control comunitario que promociona esta actividad. La necesidad de realizar el estudio tuvo su base en la situación en que se encuentra Palmar, como es la falta de facilidades turísticas. Cuenta con un gran potencial de recursos turísticos que debe ser aprovechado por el emprendimiento empresarial de las familias de Palmar, en brindar hospedaje a los visitantes o turistas. El estudio tiene su fundamentación en la Ley de Turismo del Ecuador que reconoce la actividad turística comunitaria, y apoya a las comunidades locales organizadas y capacitadas. En la investigación se empleó el método inductivo y deductivo con el fin de analizar las causas y efectos particulares que respaldan la factibilidad de las hospederías comunitarias y determinar las necesidades que tienen las familias por emprender en actividades económicas; se utilizó las técnicas de las entrevistas y encuestas dirigida a las familias que pertenecen a la Asociación para el uso, manejo y conservación del Manglar de Palmar.

## ÍNDICE

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>v</b>
<b>TRIBUNAL DE GRADO.....</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>xv</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>5</b>
1.1.- Características Generales de la comuna de Palmar .....	5
1.1.1.- Ubicación Geográfica de Palmar .....	5
1.1.2.1.- Determinación de las actividades productivas de Palmar .....	11
1.1.2.2.- La actividad turística de Palmar .....	13
1.2.- Fundamentación teórica .....	14
1.2.1.- El Turismo Comunitario y los Servicios de Hospedaje .....	14
1.2.1.1.- El Turismo Comunitario en el Ecuador .....	15
1.2.1.1.1.- Beneficios del Turismo Rural Comunitario .....	17
1.2.1.1.2.- Impactos positivos en el turismo comunitario .....	18
1.2.1.2.- Las Hospederías Comunitarias .....	20
1.2.1.3.- Características generales del mercado .....	24
1.2.1.3.1.- Tendencias de Hospedaje .....	24
1.2.1.3.2.- Segmento Mercado .....	25
1.2.1.3.3.- Análisis de la Oferta.....	27



1.3.- Aspectos Jurídicos que atañen a las hospederías comunitarias.....	29
1.3.1.- Ley de Turismo del Ecuador .....	29
1.3.2.- Reglamento general de actividades turísticas.....	30
1.3.3.- Marco metodológico para la puesta en valor de las hospederías comunitarias. .....	31
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>33</b>
<b>ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.....</b>	<b>33</b>
2.1.- Validación metodológica.....	33
2.1.1.- Métodos de investigación .....	33
2.1.2.- Técnicas de investigación .....	34
2.1.3.- Instrumentos de la investigación .....	36
2.1.4.- Población y muestra.....	36
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>41</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>41</b>
3.1.- Presentación y análisis de los datos de la encuesta a las familias .....	41
3.2.- Análisis de la entrevista.....	59
3.3.- Discusión de los resultados.....	60
3.4.- Comprobación de la hipótesis.....	61
3.5.- Análisis final del capítulo.....	65
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>67</b>
4.1. Presentación .....	67
4.2.- Objetivos .....	68
4.3. Tamaño y Localización del Proyecto .....	69
4.4.- Diseño organizacional .....	70
4.4.1.- Descripción de funciones .....	72
4.4.2.- Flujos de procesos .....	78
4.5.- Plan de marketing .....	80

4.5.1.- Determinación de las estrategias .....	82
4.5.2.- Desarrollo de Mercados .....	85
4.5.3.- Posicionamiento .....	86
4.5.4.- Marketing Mix .....	86
4.6.- Diseño Técnico .....	89
4.7.- Estudio de la inversión y financiamiento .....	92
4.7.1.- Inversiones .....	92
4.7.2.- Inversión en capital de trabajo .....	96
4.7.3.- Financiamiento .....	102
4.7.4.- Ingresos .....	104
4.8.- Estudio económico y financiero.....	106
4.8.1.- Evaluación Financiera del Proyecto .....	107
4.8.2.- Punto de equilibrio .....	109
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>112</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>113</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>114</b>
LEY DE TURISMO DEL ECUADOR .....	115
<b>ANEXO I.....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXO II .....</b>	<b>121</b>
<b>ANEXO III.....</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO IV .....</b>	<b>126</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Grafico # 1 Turismo comunitario	.6
Grafico # 2 Oportunidad de trabajo en la comuna	.15
Grafico # 3 Emprender en negocios	20
Grafico # 4 Brindar hospedaje	25
Grafico # 5 Remuneración económica	.50
Grafico # 6 Conformar una empresa que brinde alojamiento y alimentación	.41
Grafico # 7 Conformación de hospederías comunitarias	.42
Grafico # 8 Ingresos económicos para las familias	.43
Grafico # 9 Revitalizar la cultura de palmar	.44
Grafico # 10 Impacto social	.45
Grafico # 11 Ligar de procedencia	.46
Grafico # 12 Nivel de estudio	.47
Grafico # 13 Grupo de viajeros	.48
Grafico # 14 Acompañantes	.49
Grafico # 15 Motivación para viajar	.50
Grafico # 16 Tiempo de estadía	.51
Grafico # 17 Capacidad para viajar	.53
Grafico # 18 Servicio de alimentación	.65
Gráfico # 19 Organización del centro de turismo comunitario	.67
Grafico # 20 Estructura organizacional	.73
Grafico # 21 Flujo de proceso de recepción	.74
Grafico #22 Flujo de proceso / cocinero	.75
Grafico #23 Flujo del proceso / mesero	.76
Grafico #24 Ciclo de vida del producto	.77
Grafico #25 Matriz Boston consulting group	.80
Grafico #26 Matriz oportunidades producto-mercado (ansoff)	.81

Grafico # 27 Marcaí í ..í ..í ....83  
Grafico # 28 Punto de equilibrioí í í í í í í í í í í í í í í í í í í ..í 106  
Grafico # 29 Punto de equilibrio alimentacióní í í í í í í í í í í í í 107

## ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro # 1. Fauna	...5
Cuadro # 2 Actividades económicas	..10
Cuadro # 3 Alojamiento	...26
Cuadro # 4 Inventario, servicios de alimentación	..1 26
Cuadro # 5 Deporte y ocio	..1 26
Cuadro # 6 Inventario, transporte público	..1 30
Cuadro # 7 Población	....45
Cuadro # 8 Matriz de implicación foote cone & belding (fcb)	..1 79
Cuadro # 9 Servicio de alojamiento	..1 81
Cuadro # 10 Servicio de alimentación	.....82
Cuadro # 11 Precio de hospedaje	.....83
Cuadro # 12 Ingreso de alimentos por persona	..1 84
Cuadro # 13 Calidad de producto	....85
Cuadro # 14 Inversión total	....86
Cuadro # 15 Balance general	....87
Cuadro # 16 equipos de oficina	..1 88
Cuadro # 17 Equipos de computación	.89
Cuadro # 18 Mueble y enseres	.1 90
Cuadro # 19 Equipos de cocina	....91
Cuadro # 20 Costos de hospedaje	....92
Cuadro # 21 Útiles de aseo	..92
Cuadro # 22 Suministros	.1 93
Cuadro # 23 Gastos servicios básicos	.93
Cuadro # 24 Materia prima	.94
Cuadro # 25 Capital de trabajo alimentos	...94
Cuadro # 26 Gastos administrativos	...95
Cuadro # 27 Útil de oficina	.95
Cuadro # 28 Gastos en servicios básicos administrativos	...96

Cuadro # 29 Gastos de constitución	í í í í í í í í í í í .í í í í í	96
Cuadro # 30 Financiamiento	í í í í í í í í í í í í í í í í í í	.....97
Cuadro # 31 Préstamo bancario	í í í í í í í í í í í í í í í í ..í í	...98
Cuadro # 32 Amortización de préstamo bancario	í í í í í í í í í í	.....98
Cuadro # 33 Ingreso por servicio de alojamiento	í í í í í í í í í í	....100
Cuadro # 34 Ingreso mensuales por alojamiento	í í í í í í í í í í	100
Cuadro # 35 Ingreso por alimentos	í í í í í í í í í í í í í í í ..í	101
Cuadro # 36 Ingreso por alimentos anual	í í í í í í í í í í í í í í í	102
Cuadro # 37 Indicador de rentabilidad	í í í í í í í í í í í í í í í	.103
Cuadro # 38 Punto de equilibrio alojamiento	í í í í í í í í í í ..í	...106
Cuadro # 39 Punto de equilibrio alimentación	í í í í í í í í í í í í	.107

## ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo I Encuestas
- Anexo II Entrevistas
- Anexo III Fotos
- Anexo IV Documentos

## INTRODUCCIÓN

El progreso económico radica en establecer, dentro de una economía local o regional, la capacidad ineludible para enfrentar a los desafíos y procedencias que puedan presentarse en una situación de rápido cambio económico, tecnológico y benéfico. No se trata tan sólo de un simple incremento de la actividad y la productividad económicas, sino que viene acompañado de transformaciones estructurales;

El turismo comunitario es una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades. Se trata, pues, de un modo de implementar el turismo que persigue equilibrar las dimensiones medioambientales y las culturales, con la particularidad de una gestión y organización anclada en las comunidades.

En la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura, por eso la organización y gestiones comunitarias se convierten en el verdadero elemento distintivo del turismo comunitario.

En Palmar se encuentra una Asociación que se dedica a proteger el manglar, los mismos que cuentan con el plan de desarrollo del turismo comunitario; lamentablemente no se ha tomado en consideración los hospedarías comunitarias que den servicio de hospedaje y alimentación. El estudio realizado evidencia la falta de oportunidades de trabajo, y de generación de empleo de las familias pertenecientes a la asociación custodia del manglar de Palmar. Existe una predisposición al emprendimiento por parte de las familias organizadas penosamente no ha existo propuestas de participación comunitaria que generen ingresos económicos con el fin de satisfacer las necesidades básicas de las misma.



El problema que se formula es el siguiente: ¿Será factible la creación de hospederías comunitarias en la comuna de Palmar?

Es importante enfatizar que el turismo comunitario es un modelo de gestión turística basado en la propiedad y la autogestión de los recursos naturales y culturales de los pueblos originarios, bajo un enfoque de compromiso social, respeto al medio ambiente y distribución equitativa de beneficios.

Los ingresos que la comunidad obtiene por esta actividad, permiten impulsar el desarrollo de la comunidad, ya que las personas los invierten en sus necesidades básicas. Al mismo tiempo, la población rural no se ve obligada a migrar yendo a los suburbios de las ciudades, donde aumenta su condición de pobreza. Otros de los beneficios que la comunidad obtiene es la recuperación de sus culturas y costumbres, protegiendo y cuidando el entorno que les rodea.

De esta forma, el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito varias de las más acuciantes expectativas del mundo actual. Por un lado, es una alternativa complementaria a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico, por otro, cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental, y aun supone una exploración consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro cultural.

Con todos estos antecedentes se justifica el desarrollo del turismo comunitario a través de la creación de las hospederías comunitarias, como una forma de gestión para la promoción socioeconómica de la comunidad de Palmar, estimulando el desarrollo endógeno del sector; con la participación, acción y control comunitario que promueve esta actividad, generando empleo y creando las condiciones favorables de oportunidades de trabajo.

El objetivo de este trabajo de investigación es analizar la factibilidad de la creación de una hospedería comunitaria. En el estudio se plantea la siguiente hipótesis: «La creación de hospedería comunitaria, es una estrategia de desarrollo

social, económico y cultural en Palmarö, la misma que al terminar la investigación se llevó a cabo su comprobación.

El objeto del estudio orienta a la elaboración de un proyecto de acción en el cual se involucren los recursos humanos, económicos, técnicos y financieros. El trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I: La Comuna Palmar, Turismo Comunitario y los Servicios de Hospedaje. Este capítulo describe las características generales de la comuna de Palmar, su situación socio económico y turístico. Además se analiza los fundamentos teóricos que orienta el estudio, como es el Turismo Comunitario y los Servicios de Hospedaje. El turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, de una comunidad.

Se examinan en este capítulo los aspectos Administrativos y de Manejo de las Hospederías Comunitarias, las características generales del mercado dentro del contexto del turismo comunitario, se determinan los aspectos Jurídicos que conciernen a las hospederías comunitarias y en los cuales se fundamenta legalmente el estudio.

Capítulo II: Presentación, análisis y discusión de los resultados obtenidos de la investigación de campo, este capítulo presenta la validación metodológica de la investigación, los métodos aplicados, las técnicas e instrumentos, con el fin de recabar, analizar e interpretar los datos obtenidos en el estudio.

Capítulo III: Análisis e Interpretación de Resultados. Este capítulo realiza un análisis del mercado Se examinaron las variables geográfica, económica, motivacional y socio demográfica. El estudio determina que existe un segmento potencial que debe ser aprovechado mediante la oferta de servicios que satisfagan la demanda potencial de hospedaje para el turista

Capítulo IV: Proyecto de creación de la hospedería comunitaria òde IRISö en la comuna Palmar, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Con el objeto de generar oportunidades de trabajo y mejorar los ingresos económicos de las familias que pertenecen al manglar de Palmar.

## CAPÍTULO I

### LA COMUNA PALMAR, TURISMO COMUNITARIO Y LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE

#### 1.1.- Características Generales de la comuna de Palmar

##### 1.1.1.- Ubicación Geográfica de Palmar

La Comuna Palmar, situada en la provincia de Santa Elena, se encuentra delimitada al Norte con la Comuna Ayangue, al Sur por la Comuna Jambelí, al Este por las estribaciones de la Cordillera Colonche y al Oeste por el Océano Pacífico, y su ubicación geográfica es 530 000 E longitud este 9776 000 N latitud norte Referidas al meridiano de Greenwich y al paralelo 0 o línea ecuatorial respectivamente.

La altitud promedio de la comuna Palmar está entre 0 y 10.00 metros sobre el Nivel del mar aproximadamente.



### ***Vías de comunicación***

La comuna Palmar se ubica a la entrada del Km 176 en la vía Santa Elena Manglaralto, Ruta del Spondyllus (Ruta del Sol), en el desvío San Pablo - Colonche cuya carretera es asfaltada, existiendo 31 km desde el Cantón Santa Elena.

### **Características Topográficas**

La topografía general del sector de la comuna Palmar es plana, con desniveles pequeños, propios de la zona perteneciente a la zona costanera de la provincia de Santa Elena. La variación altimétrica en el sector donde se asienta la población no es significativa tratándose de un asentamiento de Costa con cotas altimétricas entre 0.00 a 10.00 metros sobre el nivel del mar con un desnivel máximo de 2 metros aproximadamente. La altura promedio de la población es de 5 metros sobre el nivel del mar.

### **Climatología**

El clima general de la comuna palmar es cálido - seco, por estar ubicada en un Sector costanero. La temperatura varía de 18 grados centígrados como mínima a 38 grados centígrados como máxima con una humedad relativa del 90%.

Las estaciones climatológicas son bien definidas. Entre diciembre y abril se presenta el invierno, esta época es medianamente lluviosa con la presencia de calor intenso y temperaturas de hasta 38 grados centígrados como máxima, el resto del año se denomina verano, en el cual se tiene temperaturas variables que oscilan entre 20 y 35 grados centígrados.

### ***Medio biótico del manglar***

Flora.

De acuerdo al plan estratégico de la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar año (2009) Los manglares constituyen la única muestra representativa para la comuna de Palmar donde se destacan:

*Mangle rojo.*- Se caracterizan por sus semillas colgantes de colores verdes o pardos, el tono de la corteza del árbol va de rosa a bastante rojo, la parte inferior de la hoja tiene pequeños puntos de color verde profundo.

*Mangle Negro.*- Posee hojas de forma puntiaguda con la parte inferior blanca y usualmente con granos de sal, su tronco es de color oscuro.

*Mangle blanco.*- Se distingue por que tiene dos pequeñas glándulas anaranjadas o rojizas en la base de la hoja, sus hojas son ovaladas.

*Mangle botón.*- Posee pequeños frutos en forma de conos redondos de color púrpura o marrón, se puede encontrar en la parte más alta y arenosa del manglar

Fauna

CUADRO # 1 FAUNA

CRUSTÁCEOS	NOMBRE COMÚN	HABITAT
<b>LITHO PENNAEUS</b>	CAMARON	<b>ESTERO</b>
<b>LITHO PENNAEUS</b>	CAMARON	<b>ESTERO OCEANICO</b>
<b>LITHO PENNAEUS</b>	CAMARON	<b>ESTERO OCEANICO</b>
<b>CALLINECTAS ARCUATUS</b>	JAIBA	<b>ESTERO MANGLAR</b>
<b>UCA SP</b>	CANGREJO VIOLINISTA	<b>ESTERO MANGLAR</b>
<b>CARDISOMA CRASSUN</b>	CANGREJO DE MANGLE	<b>ESTERO MANGLAR</b>
	CANGREJO DE PLAYA	<b>PLAYA</b>
	CARACOL	<b>ESTERO PLAYA</b>

	MICHULLA	PLAYA
REPTILES	NOMBRE COMUN	MANGLAR
IGUANA	IGUANA	
MAMIFEROS		
DIDELPHYS MARSUPLARIS	LAGARTIJA	
AVES	NOMBRE COMUN	HABITAT
FRAGATA MAGNIFICEAUS	FRAGATA	
COLUMBIA LIBIA	PALOMA COMUN	
COSMERODIOS ALBUS	GARZA BLANCA	EN MANGLAR ANIDAN
PHALACRO CORAX SP	CORMORAN	
PELECANUS OCCIDENTALIS	PELICANO	
SULA SULA	PIQUERO	
	GALLINA DE MONTE	
	GUAQUE DE MENGLAR	
CROTOPHAGA	GARRAPATERO	EN EL MANGLAR SE ALIMENTAN
CORAGYPS ATRATUS	GALLINAZO	EN EL MANGLAR SE ALIMENTAN

(Fuente: Aso. para el uso, manejo y conservación del manglar de palmar/Elaborado por Jane Malavè)

El Informe Técnico "Reforestación en el Manglar de Palmar (2005)". Dentro del ecosistema del manglar, en la playa y en el estero; encontramos especies de invertebrados y vertebrados como los que presenta el cuadro.

#### 1.1.2 Análisis Socioeconómico.

##### *Estudio Demográfico*

El plan estratégico participativo de la comuna Palmar realizado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (2008) indica que en la comunidad de Palmar existen 6.225 habitantes, solo 1590 se encuentran afiliados a la Comuna, y ésta se encuentra dividida en 11 Barrios que son:

- a) Barrio Cruce de Palmar
- b) Barrio Santa María
- c) Barrio Las Conchas
- d) Barrio Los Esteros

- e) Barrio 16 de Julio
- f) Barrio Cristo del Consuelo
- g) Barrio Santa Rita
- h) Barrio Las Mercedes
- i) Barrio Santa Verónica
- j) Barrio Pablo Mario
- k) Barrio Pueblo Nuevo

Servicios e infraestructura existentes:

Los principales servicios públicos con los que cuenta Palmar son:

- a) Energía eléctrica
  - b) Servicio de telefonía, y
  - c) Servicio de Agua potable.
- Existe servicio de telefonía local y celular
  - Existe servicio de energía eléctrica continuo de 110-220 V trifásica, dependiente de la Empresa Eléctrica de la Península, sede en la Ciudad de Santa Elena.
- d) Establecimientos educativos

Los establecimientos educativos, que existen en Palmar son los siguientes:

- Colegio Fiscal Palmar
  - Escuela Fiscal Ignacio Alvarado Villao
  - Escuela Particular Bernardo Ortega Moreira
  - Escuela Particular Eduardo Aspiazú Estrada
- e) Instituciones de salud

Salud:



Los moradores de la población de la Comuna Palmar se hallan afiliados al seguro Campesino del IESS, de quien recibe las prestaciones que ésta brinda a sus afiliados.

Además cuenta con:

- Farmacia Comunitaria
- Farmacia IESS ó Centro de Atención Seguro Campesino, que atiende a 6 comunidades.
- Farmacia Virgen de Fátima propiedad de la Iglesia en la cual también se presta atención médica a los habitantes.

f) Infraestructura vial.

A la comunidad se accede por la Ruta del Sol, hoy llamada Ruta del Spondylus, que es una vía que va desde Santa Elena hasta la Provincia de Esmeraldas.

g) Infraestructura sanitaria

Abastecimiento de Agua Potable:

En Palmar existe un sistema de abastecimiento de agua potable, construido por la comunidad con fondos provenientes del CODEMPE y de AGUAPEN basados en los estudios de la Subsecretaría de Saneamiento Ambiental, el cual tiene una cobertura del 90% del total.

El sistema existente fue construido de acuerdo a las necesidades de la población para mitigar la falta de agua; ya que, los habitantes, consumían agua salobre de pozos existentes en el sector.

## Saneamiento

No existe ningún tipo de sistema de evacuación de aguas servidas. La mayor parte de viviendas disponen de letrinas de bacinete con arrastre de agua, pozos sépticos, las cuales han sido instaladas en base a programas de letrinización.

## Vivienda

El 86% de los habitantes de la comuna de Palmar poseen vivienda propia, solo un 5% de los habitantes viven en viviendas alquiladas. Siendo su densidad por vivienda 11.82 habitantes/vivienda.

### **1.1.2.1.- Determinación de las actividades productivas de Palmar**

El plan estratégico participativo de la comuna Palmar (2008), establece que los pobladores de la Comuna de Palmar, en su mayor parte, basan su economía en la pesca artesanal con el 70.61 %, el sector es eminentemente pesquero

El sector pesquero de la comuna de Palmar está compuesto por:

15 barcos pesqueros entre Artesanales e Industriales

150 Fibras, (botes pequeños) las cuales se encuentran en buenas condiciones.

Existen tres Cooperativas de Pescadores en la Asociación que son las siguientes:

- Cooperativa Pesquera Palmar óPresidente Sr. Melchor Franco
- Cooperativa Virgen del Carmen- Presidente Sr. Colón Gonzabay
- Cooperativa 11 de Marzo ó Presidente Sr. Carmelo Tomalá

Cabe indicar que de acuerdo a datos proporcionado el Sr. Melchor Franco, Presidente de la cooperativa pesquera Palmar, existe sola una Asociación de Pescadores en Palmar, conformada por 140 socios

Palmar realiza la pesca artesanal marino-costera. Cuando hablamos de pesca marino-costera se refiere a la realizada con embarcaciones de 10 metros de eslora aproximadamente, que operan dentro de las 5 millas marinas desde la costa.

Las embarcaciones son, en general, de madera enfibrada, con o sin cabina, con motor de baja potencia, sea fuera de borda o motor interno. En general para la pesca marina se utilizan motores de 25 HP promedio. Las artes de pesca utilizadas por las embarcaciones artesanales marinas son básicamente, las tradicionales: Redes de enmalle o agalleras y palangres. Excepcionalmente, y refiriéndonos a recursos pesqueros especiales, como el camarón o langostino (*Penaeuspaulensis*)

El Informe Técnico "Reforestación en el Manglar de Palmar (2009) Además de la pesca que es la actividad más importante en la comuna, existen otras actividades que generan ingresos para las familias como: El servicio doméstico, producción de huevos de codornices y talleres, artesanales principalmente de tagua, concha perla, caña, madera, coco y piolas. En cuanto a la actividad agrícola es mínima, los productos que se cultivan son de ciclo corto como: sandía, melón, camote, también se trabaja en otros productos como leche, queso y nata, la tabla 1 muestra las actividades económicas de Palmar.

CUADRO # 2 ACTIVIDADES ECONÓMICAS

ACTIVIDAD ECONOMICA	POBLACION ECON. ACTIVA	%
Pesca	1081.00	70.61%
Empleados	96.00	6.27%
Jornaleros	34.00	2.22%
Obreros	31.00	2.02%
Otros	289.00	18.88%
<b>TOTAL</b>	<b>1531.00</b>	<b>100%</b>

(Fuente: Informe Técnico "Reforestación en el Manglar de Palmar"  
/Elaborado por: Janer Malavé)

### **1.1.2.2.- La actividad turística de Palmar**

Palmar empieza a dar pasos para emprender en la actividad turística, instalando cabañas en el sector de la playa, con el fin de brindar servicio de alimentación a quienes visitan este sector, generando un ingreso económico para las familias involucradas en esta actividad.

La actividad turística tiene metas de desarrollo, ambientales y sociales. El ecoturismo comunitario, tiene como principio fundamental la equidad social e integridad cultural y las políticas de reducción de la pobreza que guían a muchos programas de desarrollo.

En la comuna de Palmar ha habido una incipiente actividad turística, recién en el año 2009, se busca desarrollar el turismo a través del ecoturismo, La Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar toma acciones mediante la ayuda económica que recibe de una ONG. Internacional; el cual le permite intervenir en el manglar reforestándolo, construyendo senderos, capacitando a las familias involucradas con el manglar, La asociación mencionada desarrolla el plan de turismo comunitario que le sirva de guía para convertir a la comuna de Palmar en un sector turístico pero no se ha previsto en el plan las hospederías comunitarias, siendo este un elemento fundamental operacional en el desarrollo del turismo comunitario, que conlleva a la generación de empleo, creación de fuentes de trabajo para las familias que intervienen en la conservación del manglar de Palmar. (Plan de Turismo comunitario de Palmar Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar 2010)

El plan de Turismo comunitario de Palmar tiene una gran importancia para el fortalecimiento de esta comunidad, la construcción de nuevas capacidades, incremento de los ingresos familiares y la articulación entre los diferentes actores en un área de gran importancia por su valor paisajístico y por la excepcional diversidad biológica y cultural. Además, contribuye a mejorar las condiciones

sociales, laborales y ambientales de los habitantes de la comunidad, que se cuenta entre unas de las más desprotegidas del país.

El plan se focaliza en lograr una experiencia exitosa de turismo en base comunitaria con enfoque de rescate cultural y preservación del ecosistema complementado con producción/comercio sustentable y amigable con el ambiente. Se contribuye a la preservación de este recurso a la vez de fortalecer las capacidades de las diferentes asociaciones dedicadas a la producción artesanal y pesquera condición para avanzar a la capacitación, aumento del ingreso familiar y mejoramiento integral de la calidad de vida y protección ecológica.

El involucramiento de autoridades gubernamentales de diferentes niveles, ONG. Y la comunidad es un importante apoyo para la continuidad de la iniciativa y un ejemplo para su replicación con nuevas actividades en la comunidad.

## **1.2.- Fundamentación teórica**

### **1.2.1.- El Turismo Comunitario y los Servicios de Hospedaje**

Andrade, José Vicente (2005) señala que el turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. Ascanio, Alfredo. (2007) manifiesta que el Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, propias de un sector, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de turismo alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres, y hábitos de un pueblo determinado.

Se trata de una actividad económica, puesto que mueve los elementos de la producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del turista.

Sus prestadores son y deben ser miembros de una comunidad. Los agentes concretos que prestan los servicios a los/as visitantes, son las personas que forman parte de una comunidad. Juan Medina (2007) lo define como: "í la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados".

#### **1.2.1.1.- El Turismo Comunitario en el Ecuador**

Alvaro Banducci (2006) establece que el turismo comunitario es una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades. Se trata, pues, de un modo de implementar el turismo que persigue equilibrar las dimensiones medioambientales y las culturales, con la particularidad de una gestión y organización anclada en las comunidades. En la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura, por eso la organización y gestiones comunitarias se convierten en el verdadero elemento distintivo del turismo comunitario. (Pág. 24)

No obstante, no podemos olvidar que, igualmente, el turismo comunitario parte de una premisa con respecto al consumidor: la especial disposición del turista que opta por este modelo turístico.

La Federación Plurinacional de Turismo (2007) manifiesta que el turismo comunitario es en los actuales momentos, una marca internacional y un elemento de creciente interés en la oferta y demanda turística de los países del sur, tanto es así que existen diversidad de experiencias de turismo comunitario en Asia, en África y especialmente en América Latina.

Ruiz Ballesteros, Esteban, (2009) indica que dentro de América Latina, se suele señalar al Ecuador como el país pionero, por el peso cuantitativo y cualitativo de sus experiencias de turismo comunitario. Así, desde los años ochenta, el turismo comunitario se ha convertido en Ecuador en una actividad estratégica para muchas comunidades ya que actúa como catalizador de diferentes procesos:

- 1) La promoción socioeconómica de comunidades en situación muy vulnerable desde los puntos de vista sociales, económico y cultural, constituyendo un motor estratégico para el desarrollo local de las mismas.
- 2) El encuentro cultura a través del turismo, en tanto en cuanto no sólo potencia las identidades culturales indígenas, sino el contacto intercultural en contextos menos asimétricos que los habituales en la práctica turística.
- 3) El desarrollo de actividades económicas sustentables desde el punto de vista ambiental habida cuenta que este tipo de turismo tiene en la naturaleza a uno de sus principales pilares de atracción.
- 4) La apertura de posibilidades de autogestión y desarrollo endógeno de las comunidades en virtud de los índices de participación, acción y control comunitario que promueve esta actividad.

De esta forma, el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito varias de las más acuciantes expectativas del mundo actual. Por un lado, es una alternativa complementaria a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico, por otro,

cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental, y aun supone una exploración consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro cultural.

#### **1.2.1.1.1.- Beneficios del Turismo Rural Comunitario**

La Directrices para el desarrollo del Turismo Comunitario, WWF Internacional, Julio (2005) manifiesta que el turismo tiene los siguientes impactos:

*En lo económico.* El turismo comunitario se integra en la economía local, y a las actividades propias del medio rural, ya que se trata principalmente de explotaciones a pequeña y mediana escala controladas mayormente por empresarios locales. Por consiguiente es una actividad económica adicional que diversifica el ingreso, además que puede y sirve para frenar la despoblación y dinamizar las zonas rurales, en tanto que la comunidad se beneficia e involucra en la prestación de servicios. Complementa la actividad agropecuaria y artesanal.

*En lo ambiental.* El entorno natural es un aspecto clave para la actividad de turismo rural. Con el fin de garantizar el uso sostenible del medio ambiente es esencial establecer un marco legislativo apropiado, llevar a cabo una planificación equilibrada y seguir mejorando la gestión de las empresas. Por otro lado, intensifica la conciencia ambiental de las comunidades cuando estas observan el interés de los visitantes por la conservación.

*En lo social.* El turismo comunitario mantiene una vinculación estrecha con la vida de la comunidad. Así, la llegada de turistas puede ayudar a mantener y mejorar la infraestructura y servicios locales (por ejemplo, carreteras, transporte público, comercio, servicios públicos, etc.). De este modo contribuye a mejorar el nivel de vida de la población local. Además, el turismo rural puede crear oportunidades para grupos tradicionalmente desfavorecidos en el medio rural,



como los jóvenes, las mujeres y los ancianos y facilita el conocimiento de otras formas de vida enriqueciendo la propia

*En lo cultural.* En vista de la importancia que dan los visitantes a la cultura y tradiciones locales, el turismo rural debe tener un papel fundamental en la preservación, conservación y recuperación a largo plazo de las mismas, (gastronomía, artesanía, folclor, costumbres, actividades tradicionales, etc.) sin ninguna imposición sino en concertación con las comunidades.

Contribuye al reforzamiento de la identidad e institucionalidad local, relacionados a los beneficios de los conocimientos producto de la investigación especializada (biología, antropología, sociología rural, arqueología) para poner en valor el patrimonio cultural y natural. Esta valoración supone un aliciente para la recuperación y conservación de la arquitectura tradicional, su ingeniería, y el medio ambiente.

#### **1.2.1.1.2.- Impactos positivos en el turismo comunitario**

Impactos positivos del turismo comunitario, según la Organización Mundial del Turismo (2007)

- Alternativa productiva que no desplaza las actividades tradicionales de la comunidad anfitriona.
- Beneficios económicos de su operación se pueden revertir a la comunidad para el mejoramiento de su nivel de vida.
- Genera empleo, evitando altos índices de migración en las comunidades.
- Dinamiza la economía local
- Brinda la oportunidad de mejora servicios básicos para la comunidad y sus visitantes.
- Se puede llevar un trabajo en comunidad, por medio de acuerdos y compromisos de trabajo con reglas claras.

- Se trata de un turismo no masivo (controlado, en grupos, no diario, con fechas programadas)
- Turismo respetuoso con el medio ambiente (que valora todo impulso de la comunidad por preservar sus recursos y esto significa un valor agregado a los productos)
- Trata de integrarse a los modos y costumbres tradicionales (valora las experiencias que recuperen la historia, mitos, juegos, danzas, actividades agrícolas ancestrales de los pueblos.)
- Minimiza los impactos negativos en la comunidad y su medio.
- Por medio de políticas y normas claras asegura la sostenibilidad de nuestro patrimonio natural y cultural.
- Promueve los precios justos y por medio de ello el involucramiento de los sectores artesanales.

### **Impactos negativos en el turismo comunitario**

Delgado Leonor y Helena Gil (2006) expresan que cuando no se ha organizado por parte de la comunidad el desarrollo de actividades turísticas, éstas pueden generar:

- Divisiones entre grupos humanos pertenecientes a la comunidad.
- Alto nivel de pérdida cultural
- Inflación o precios altos de productos de consumo local.
- Malos tratos a turistas y visitantes por parte de la comunidad por el ingreso de numerosos grupos que provocan intranquilidad para la vida normal de los moradores locales.
- Poca relación entre el precio y los servicios ofrecidos (baja calidad)
- Bajo nivel de satisfacción de la visita por falta de personalización en la atención al turista, bajo control de aseo de instalaciones y servicios, mal manejo de los alimentos, poca capacitación del personal, etc.
- Destrucción de ambientes naturales y patrimoniales por falta de normas y políticas claras de uso de los sitios.

- Falta de servicios básicos para la comunidad por la demanda turística no controlada.

Los impactos negativos se pueden superar, y mitigar, así como los positivos que brindan grandes oportunidades de desarrollo sostenido para quienes lo reciben.

El turismo comunitario resulta una alternativa al turismo convencional en los sectores de la parte norte del cantón Santa Elena, propiamente en la comuna de Palmar, generando empleo, creando fuentes de trabajo de una manera sustentable y sostenible. Dado que el turismo comunitario atrae a turistas que practican un turismo responsable.

#### **1.2.1.2.- Las Hospederías Comunitarias**

El concepto de "Hospederías Comunitarias", establece un principio de "red de alojamientos alternativos", con características diferenciadas de la planta turística convencional, tanto en los aspectos de prestación de servicios, como en el factor precio.

Bonilla, G. y Cando, M. (2006) establece que un proyecto de hospederías comunitarias debe involucrar y beneficiar a un conjunto de propietarios de la comunidad que aportan con una o dos habitaciones extras con su baño, en sus propias viviendas, que son habilitadas para integrarse a la "Red de Hospederías" o puede una comunidad construir una hospedería como complemento de actividades productivas que se realiza, el cual el ingreso que genere esta sea reinvertido a la misma comunidad. (Pág. 18)

Las familias involucradas responden a una administración centralizada en una "Oficina de reservaciones e información turística", desde donde se organiza y distribuye los huéspedes, de acuerdo a los intereses de los grupos visitantes o requerimientos de espacio. El manejo de este centro se realiza de forma rotatoria y de acuerdo a la estructura funcional que se haya definido y acordado.

De igual manera, el centro de información, así como cada hospedería, deberán estar a cargo de la difusión y promoción de los atractivos turísticos, culturales y naturales de la zona

Serrano Jover, (2010) manifiesta que para elegir a las viviendas en condiciones aptas para el funcionamiento como hospederías comunitarias, hay que elaborar una reglamentación, con recomendaciones técnicas exigibles a las hospederías, debiendo disponer como mínimo de las siguientes instalaciones y servicios básicos generales:

#### Servicios básicos

- Agua corriente para cocina, baños e inodoros o letrinas
- Electricidad
- Acceso a servicio telefónico de uso público con excepción de imposibilidad comprobada
- Acceso a estación de transporte público
- Acceso a centro de salud y botiquín de primeros auxilios en el local.
- Extintor de incendios por planta de edificación
- Cuarto de baño con puerta, inodoro, ducha, lavabo y espejo, máximo para 10 personas

#### De las habitaciones:

- Espacio mínimo 3x3 m<sup>2</sup>: individuales (cama de una plaza) - dobles (cama de dos plazas o litera)
- Un colchón por cama
- Toldo por cama
- Almohada por cama
- Dos sábanas y una cobija por cama
- Una silla por plaza
- Una mesa escritorio

- Un perchero
- Iluminación suficiente e independiente.
- Buena ventilación (una ventana a un patio o a la calle)
- Seguridad y llaves independientes

*De la casa:*

Deberá contar con un salón, comedor. Preferible que los materiales de construcción sean representativos de la zona, fortaleciendo la identidad de los pueblos costeros.

*De los servicios ofertados:*

- Alimentación: desayunos, almuerzos y cenas
- Información sobre la zona, servicios que ofrece, atractivos turísticos, precios, artesanías.

Caldas Molina Marco. (2000) expresa que la hospedería comunitaria es fundamental para promover el turismo en una parroquia rural con potencialidades turísticas pero carentes de alojamientos comerciales. Pág. 17

Un elemento clave de la importancia de la hospedería comunitaria es el relacionado con la estadía del turista, pues sin la disponibilidad de este servicio, el turista potencial solo será un visitante de paso.

La hospedería comunitaria podría desarrollarse mediante la inversión de las autoridades comunales para la creación de un sitio adecuado de hospedaje, o mediante el involucramiento de las familias interesadas en crear en sus casas sitios de hospedaje comercial para lograr que el turista pernocte en la localidad y se quede más tiempo disfrutando de los atractivos que le ofrezca la comunidad.

En el caso del involucramiento familiar, el proyecto apunta a la adecuación de viviendas para hospederías comunitarias que brinden al turista un hospedaje decoroso, económico, confortable y seguro.

Los participantes deberían recibir una capacitación formativa en temas de organización, gestión ante las autoridades, administración, saneamiento ambiental y turismo.

Banducci, Alvaro (2006) establece que el Turismo es una visión antropológica, y que el éxito de la Hospedería Comunitaria dependerá de que esté sustentada en una adecuada administración del negocio comunal. La administración eficaz redundará en un sistema de calidad en la atención, satisfacción del cliente, incremento de los ingresos y la rentabilidad y desarrollo sostenido del negocio. (Pág. 19)

Este reto requerirá de una indispensable capacitación de la administración comunal y de las administraciones familiares en cada una de las unidades de hospedería que se formen en la comuna. Capacitación que deberá incluir los temas de la administración de calidad y los aspectos financieros.

### *La recepción*

El primer punto en el que el cliente descubre si el servicio y, por tanto, la administración del mismo son de calidad, es en la recepción.

La recepción:

- La recepción es donde tiene lugar el primer encuentro entre el cliente y la Hospedería, ya sea personalmente, o a través del contacto telefónico. Es la primera impresión del cliente respecto al establecimiento turístico.

Hay que tomar en cuenta que una primera impresión favorable predispone al cliente a sentirse a gusto durante su estancia y a ser benevolente con los posibles fallos que se den.

- Dentro de la recepción existen diferentes apartados, tales como:
- Reservas.
- Mostrador de atención al cliente.
- Control y gestión de las cuentas.
- Control y gestión de la caja.
- Los dos primeros apartados recogen aspectos comerciales y los dos últimos incluyen aspectos administrativos.
- La persona responsable del control de reservas se cuidará de la venta y control de las plazas del establecimiento, así como de las comunicaciones relacionadas con la petición de reservas. También se responsabilizará de comunicar a los demás miembros de la organización, la planificación en cuanto a próximas llegadas y salidas. Deberá también atender al cliente y facilitarle todo tipo de información respecto al establecimiento, sus servicios y las ofertas del entorno.

### **1.2.1.3.- Características generales del mercado**

#### **1.2.1.3.1.- Tendencias de Hospedaje**

Serrano Jover, (2010) indica que los hospedajes comunitarios son empleados por personas que son conscientes de los efectos que su estancia puede atraer a su entorno. El tipo de hospedaje de este sector son empresas familiares, que ofrecen la posibilidad de tener el mayor contacto posible con la naturaleza, cuentan con los servicios básicos y son aptos para personas de todas las edades

La motivación principal de estas personas que utilizan este tipo de hospedaje son la exploración o viaje a áreas rodeadas de naturaleza, en donde el turista pueda vivir lo inesperado. Ésta tendencia va de la mano con los deportes extremos,

donde la gente tiene por objetivo sentir adrenalina en situaciones de riesgo. También tiene como fin realizar actividades en las que se pueda convivir e interactuar con la comunidad receptora, comprender sus miedos, sus costumbres. El turista deja de ser un visitante más, para formar parte de la comunidad, aprende a cultivar y a cosechar los alimentos, mismos que aprende a cultivar y a cosechar los alimentos, mismos que aprende a cocinar con las sazones locales.

#### **1.2.1.3.2.- Segmento Mercado**

Serrano Jover, (2010) dice que las personas que practican el ecoturismo por lo general son personas jóvenes entre los 20 y los 40 años que buscan vivir al límite.

Las personas cuya motivación principal es el turismo rural se caracterizan por ser personas adultas, mayores de 40 años, las mismas que son las que han demostrado mayor interés en este tipo de turismo, es muy común ver a matrimonios de nivel económico desahogado y generalmente son extranjeros.

#### *Atracciones Principales*

- Ríos, montañas, veredas, etc.
- Equipamiento de seguridad
- Equipamiento adecuado para la práctica de deportes extremos
- Equipo básico de hospedaje
- Hortalizas, jardines botánicos,
- Campos de sembradío
- Talleres de artesanía
- Cercanía a zonas arqueológicas

Palmar a pesar de estar en la ruta del sol, no cuenta con mucha afluencia de visitantes, debido a que carece de facilidades turísticas que son muy importantes para promover y dar realce al atractivo. De acuerdo a un análisis realizado con los



pobladores se pudo determinar que la demanda es proveniente de Guayaquil, esto se da en temporada alta que va desde enero hasta abril.

A su población ingresan de dos a tres buses cada fin de semana, con capacidad de 50 pasajeros por transporte, son familias, sus edades promedios van de 15 a 50 años, estos tours son organizados por grupos de diferentes zonas de la ciudad, es un turismo masivo popular, cuyo ingreso promedio es de USD 50.00 semanales y su estadía máxima es de un día.

Otra parte del segmento de demanda son sus habitantes que residen en diferentes ciudades del país y que en temporada y feriados largos llegan a Palmar, son grupos de familias cuyas edades fluctúan de 5 a 70 años, cuentan con alojamiento y medios de movilización propios, sus ingresos promedios son de USD 500.00 mensuales, su estadía por lo general es de tres días.

Una pequeña parte de la demanda es el turismo científico, debido a que en la zona del manglar existen proyectos de reforestación, biólogos nacionales así como extranjeros, permanecen de 3 meses a 1 año con este fin, viviendo en casa de los comuneros y trabajando conjuntamente en proyectos comunitarios.

Los estudios realizados en el año 2007 por Castro, Sánchez, y Montoya, sobre el equipamiento en el sector de Palmar, establece las características que presenta el flujo turístico a Palmar, siendo este el siguiente:

- El flujo turístico que recepta Palmar en edades son las siguientes: Un 24% de 15 a 20 años de edad, el 50 % va de 21 a 30 años; y el restante es de 31 años en adelante,
- En cuanto al nivel de estudios, el 60% tiene instrucción secundaria.
- El 84% de los turistas visita Palmar por primera vez.
- La mayor parte de los visitantes lo hacen en grupos familiares.

### 1.2.1.3.3.- Análisis de la Oferta

#### Sitios Naturales

PLAYA DE PALMAR.- Dimensión de la playa 20m en pleamar, 40m. Bajamar, arena fina, color dorado parduzco con alto contenido de material orgánico seco, procedente del fango del manglar; Agua turbia, con alto contenido de detritus y materia orgánica en suspensión; salinidad marina, alto grado de turbiedad en la franja aledaña a la playa con una extensión de más o menos 50 m; temperatura de 18 a 23 grados centígrados en la estación fría de Junio a Diciembre y de 23 a 28 de Enero a Mayo.

PLAYA ROSADA.-50 m. de amplitud, Playa limpia, arena fina , color rosado, impartido por su origen coralino; Agua transparente, libre de detritus en suspensión, salinidad marina, temperatura de 18 a 23 grados centígrados en la estación fría de Junio a Diciembre y de 23 a 28 de Enero a Mayo. (Plan de Turismo comunitario de Palmar 2010)

#### *Descripción de la Planta Turística*

*Alojamiento.-* En lo que se refiere al alojamiento, Palmar cuenta con pocos establecimientos que brindan el servicio de hospedaje, como se muestra en el cuadro:

CUADRO # 3 ALOJAMIENTO

Alojamiento	# de plazas	Tipo de Establecimiento	Precios
Playa Rosada	25	Hostería	\$20 x Pax
Neretsi Mendoza	12	Casa Comunitaria	\$7 x Pax
Franklin Bazán	15	Casa Comunitaria	\$7 x Pax
Marina	7	Casa Familiar	\$ 7 x Pax
Puerto Palmar	20	Hostería	\$10 x Pax
	6	Casa Familiar	\$8 x Pax

(Fuente: Programa de manejos de recursos costeros 2010/Elaborado por: Janer Malavè )

*Alimentación.*- Los establecimientos que prestan servicios de alimentación registrados son 12 cabañas que forman parte del Comité de Turismo de la comuna de Palmar, y las ocho no forman parte de ninguna asociación.

CUADRO # 4 INVENTARIO, SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

Descripción	Establecimientos Registrados			Subtotal	Establecimientos no registrados en catastro oficial		total
	1ra	2ra	3ra		Restaurantes	Comedores	
Categoría							
No. establecimientos	-	-	-	0		20	20
No. de plazas						200	200
Fuente de información							
José Tómalá presidente de comité de turismo de la comuna de palmar							
Observaciones:							
Los comedores están ubicados dentro de la zona activa de la playa							

Fuente: Programa de manejos de recursos costeros 2010

Elaborado por Janer Malavè

CUADRO # 5 DEPORTE Y OCIO

Deporte y Ocio	SI	NO
Senderismo		X
Cabalgatas		X
Bicicleta	X	
Paseos en bote	X	
Pesca	X	
Otros	X	

Fuente: Programa de manejos de recursos costeros 2010.

Elaborado por Janer Malavè

### *Transporte Público*

Para el desarrollo de Palmar se ha considerado que el servicio de transporte público es un factor muy importante para determinar la calidad del producto por lo que detallamos las cooperativas, rutas y frecuencias de las mismas.

## CUADRO # 6 INVENTARIO, TRANSPORTE PÚBLICO

DESCRIPCIÓN
Buses
Cooperativas
1.- Reales tamarindos
2.- Coop. Manglaralto
Intercantonaes
1.- Santa Rita de Palmar
2.- Manantial de Guangala
3.- de Noviembre
4.- Libertad peninsular
5.- Transporte Unido Peninsular
Taxis
Camionetas
Taxi motos
Triciclos

Fuente: Programa de manejos de recursos costeros 2010  
Elaborado por Janer Malavè

### **1.3.- Aspectos Jurídicos que atañen a las hospederías comunitarias**

#### **1.3.1.- Ley de Turismo del Ecuador**

La Ley de Turismo del Ecuador establece la iniciativa y participación comunitaria, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, Esta Ley reconoce la actividad turística comunitaria, y apoya a las comunidades locales organizadas y capacitadas que deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades. El proyecto de creación de las hospederías comunitarias en la comuna de Palmar tendrá el incentivo y estímulo por parte de la entidad competente para su funcionamiento.

### **1.3.2.- Reglamento general de actividades turísticas**

El Reglamento General de Actividades Turísticas establece que una hostería es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones de recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado

Las actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado comunitario legalmente reconocidas podrán realizar la comercialización de sus productos y completar la cadena de valor operativa por sí mismos. El proyecto de creación de hospederías comunitarias será administrado por la asociación que tiene a cargo el manejo y conservación del manglar de Palmar, que se encuentra debidamente registrada, y que será un complemento a la oferta turística que ellos ofrecen.

Como se puede observar existen los fundamentos legales en la cual se sustenta el proyecto, estas herramientas legales son claves para el desarrollo turístico de este sector, así como para la generación de oportunidades. Las prioridades de inversión turística comunitaria, orientadas al valor y sostenibilidad de los recursos permiten materializar el papel integrador socio-cultural del turismo en la comunidad de Palmar.

En la situación en que se encuentra Palmar con un potencial de recursos turísticos que se pueden convertir en un eje dinamizador de la economía justa y equitativa para el desarrollo humano, se ve impedido por la falta de facilidades turísticas, como es el hospedaje comunitario que brinde la oportunidad a las familias de Palmar para que se puedan convertir en microempresarias, aportando a la economía de la zona y al desarrollo turístico del sector.

### **1.3.3.- Marco metodológico para la puesta en valor de las hospederías comunitarias.**

El desarrollo del turismo sustentable en la comuna de Palmar y su impacto socio-económico en las familias, es una necesidad primordial en este sector.

La estrategia fundamental para este estudio de factibilidad lo constituye el desarrollo sostenible, entendiéndose como una forma que permita la satisfacción de las necesidades presentes y futuras, dejando en conocimiento que el servicio de alojamiento es una necesidad principal al momento de viajar y quedarse fuera de casa a distancia del hogar.

Las hospederías comunitarias a más de ayudar a los visitantes para el confort y descanso de su viaje ya sea este por negocio o actividad turística, ayudara significativamente en la economía de las familias involucradas y por ende a la comunidad.

Las políticas para el turismo en Ecuador, se deben soportar en acciones concretas institucionales, y representan la línea de acción de la gestión de las cuales se influye y trabaja en el plan. Dentro del diseño de PLANDETUR 2020, se propone como políticas principales de Estado para el turismo lo siguiente: El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), es necesario indicar que dentro de las bases estratégicas para el desarrollo turístico existe el programa de desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario como principal línea de acción se encuentra la puesta en marcha y ejecución de los proyectos de turismo comunitario.

La creación de hospedería comunitaria, busca mejorar las condiciones que conlleva a una vida satisfactoria y saludable de las familias de Palmar, respetando

su diversidad, fortaleciendo la capacidad social para lograr una atención equilibrada y sustentada.

La investigación se encuadra en un diseño de proyecto factible, tipo de campo con sustento documental y nivel descriptivo, permitiendo obtener la mayor información posible sobre el problema identificado. Al iniciar el diseño del proyecto factible se plantearon algunas interrogantes que se relacionan con la organización y estructura del mismo. Siendo las siguientes:

¿Qué hacer? Se determina la identidad, naturaleza y contexto del proyecto.

¿Para qué hacerlo? Se estructura el proyecto como una contribución a la solución del problema.

¿Por qué hacerlo? Se justifica el proyecto mediante una explicación de su importancia, viabilidad, con sustento teórico.

¿Cómo hacerlo? Se incluyen todas las actividades a realizar durante el proceso.

¿Dónde hacerlo? Se especifica el lugar donde se ejecutarán las actividades como parte del proyecto.

¿Con que medios y recursos se harán? se precisan los recursos humanos, económicos, materiales.

¿Cuáles son las limitaciones? Se vinculan las fortalezas, amenazas y oportunidades del proyecto, con el fin de determinar las estrategias que superen las debilidades y contrarrestar las amenazas del proyecto.

El estudio de campo determinará el comportamiento de los turistas, y las necesidades que tienen las familias que se involucrarán en el proyecto de hospedaría comunitarias.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS**

#### **2.1.- Validación metodológica**

##### **2.1.1.- Métodos de investigación**

###### *Método inductivo.*

Se empleó en la investigación el método inductivo, con el objeto de analizar las causas y efectos particulares que respaldan la factibilidad de las hospederías comunitarias, y que se relacionan con la necesidad de crear las facilidades que dinamice la economía del sector, ya que la falta de oportunidades de trabajo, de empleo, de salir del estancamiento en que viven las familias que pertenecen a la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar, hacen que las mismas, tengan una predisposición mayoritaria a favor del emprendimiento, una de las causas que se determinó fue la falta de información y divulgación de experiencias de hospedaje familiar, que contribuya a las iniciativas empresariales en la comuna de Palmar; cabe de indicar que las familillas inmersas en la Asociación custodio del manglar de Palmar, tienen conciencia del enorme potencial económico que brinda el turismo, que hace posible el desarrollo del proyecto.

###### *Método deductivo.*

Al determinar las necesidades que tienen las familias por emprender en actividades económicas, se procedió a organizar la estructura funcional de las hospederías comunitarias, observando el mercado, su oferta y demanda a través de



indicadores que orientaron la aplicabilidad del proyecto factible; se consideró el reconocimiento que tienen las familias de Palmar, como una oportunidad para superar la pobreza; la actitud comunitaria pro empresarial, la disponibilidad de habitaciones para desarrollar el proyecto de hospederías comunitarias, la hospitalidad que se pone de manifiesto, la preservación ecológica. Todos estos elementos sustentaron la creación de hospedarías comunitarias en la comuna de Palmar.

### **2.1.2.- Técnicas de investigación**

#### **La encuesta**

La encuesta a la demanda

La recopilación de datos para esta investigación se hizo a partir de herramientas cuantitativas. En particular se utilizó la investigación por encuesta y entrevista.

La encuesta estuvo dirigida a las familias que pertenecen a la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar. El objetivo fue determinar las condiciones internas y externas, para el proyecto (FODA) dirigidas a las familias de Palmar interesadas en formar parte de las hospedarías comunitarias.

Los criterios que se utilizaron para la utilización de las encuestas a las familias fueron los siguientes:

- Turismo comunitario
- Oportunidad de trabajo en la comunidad
- Empezar en un negocio
- Brindar hospedaje
- Remuneración económica
- Conformar una empresa que brinde alojamiento y alimentación
- Conformación de hospederías comunitarias

También se realizó encuestas dirigida a los turistas de la comuna Palmar. En la encuesta se recopiló la información sobre hechos, opiniones, actitudes y comportamiento que tienen los visitantes de la comunidad. Los objetivos fueron los siguientes:

- Identificar el segmento de mercado.
- Determinar factores que el visitante considera importante para visitar la comuna
- Determinar precios dispuesto a pagar por los potenciales clientes.
- Establecer tipos de preferencias de la demanda.

Los criterios que se aplicaron en esta encuesta fueron:

- Lugar de Procedencia
- Nivel de estudio
- Grupo de viajeros
- Acompañantes
- Motivación para visitar a este lugar
- Tiempo de estadía
- Capacidad de pagar
- Servicio de alimentación

### *Entrevista*

Esta técnica estuvo dirigida a las siguientes personas:

- Presidente de la asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar.
- Personas que prestan servicio de alojamiento y alimentación.

### **2.1.3.- Instrumentos de la investigación**

#### *Cuestionarios*

Las preguntas que se elaboraron para dar inicio a la encuesta que se realizó, permitió obtener información acerca de las necesidades de los visitantes o turistas.

Las preguntas se estructuraron de las siguientes formas:

Preguntas cerradas; se organizaron para que el encuestado conteste con posibilidades de alternativas o de respuestas. Las preguntas cerradas fueron biopcionales y poli opcionales.

Cerradas Biopcionales: Posibilidad de escoger entre dos alternativas de respuesta propuestas.

Cerradas Poliopcionales; Propone al encuestado más de dos opciones de respuesta, y fueron de simple selección y de selección múltiple.

Cerradas poli opcionales de selección simple, se presentó más de dos opciones de respuesta, de las cuales el encuestado escogió una sola.

### **2.1.4.- Población y muestra**

La población a estudiar son las 18 familias que pertenecen a la Asociación custodios del manglar de Palmar, con el objeto de determinar las causas y efectos que inciden en la problemática como es la falta de emprendimiento empresarial que limita el desarrollo social, económico y cultural en la comuna de Palmar. Para analizar la demanda turística que recepta Palmar, se encuestó a 16 visitantes cuyo motivo principal es el turismo científico, y a 122 turistas que llegaron el 30 de Septiembre del 2012 a la comuna de Palmar en buses de alquiler.

En conjunto nuestra población a estudiar fue de 138 encuestados (Demanda) y 18 familias

CUADRO # 7 POBLACION

POBLACIÓN	Población
Visitantes (Turismo científico)	16
Visitantes (Turismo masivo)	122
Familias	18
TOTAL	156

Elaborador por: Janer Malavé

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la técnica de muestreo aleatorio simple, La población que se consideró para aplicar el muestro es la de los turistas que visitaron la comuna de Palmar. La fórmula siguiente es:

Se aplica la muestra probabilística, con el muestreo estratificado

Dónde.

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{N \cdot \frac{p \cdot q}{N} + p \cdot q}$$

$$n = \frac{138(0,5 \cdot 0,5)}{138 \cdot \frac{0,5 \cdot 0,5}{138} + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{34,5}{138 - \frac{0,000625}{0,25}}$$

$$n = \frac{34,5}{0,3356} \quad N = 100$$

Lo que implica que nuestra muestra probabilística sería aproximadamente de 100 visitantes o turistas

$$f = \frac{n}{N} = \frac{100}{138} = 0,7246$$

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>Población</b>	<b>Factor Multiplicador</b>	<b>Muestra estratificada</b>
Visitantes (Turismo científico)	16	0,7246	12
Visitantes (Turismo masivo)	122	0,7246	88
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>100</b>

Elaborador por: Janer Malavé

*Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.*

Para la encuesta a las familias que pertenecen a la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar, que se llevó a él 25 de Noviembre del 2012, con el objeto de determinar las condiciones internas y externas de las posibles familias que formaran parte de las hospedarías comunitarias, se establecieron los siguientes pasos para seleccionar la muestra.

Solución

- Población objetivo: Familias que pertenecen a la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar
  - Elemento muestral: Familias
  - Unidad muestral: Familias que pertenecen a la Asociación
  - Alcance: Palmar
  - Tiempo: Noviembre 2012
  - Marco muestral: familias registradas en la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar

## **PROCESAMIENTO**

El procesamiento se llevó de acuerdo el siguiente orden:

### **1) Organizar los datos auscultados.**

Finalizadas las tareas de recolección de datos, se procedió a sacar las conclusiones generales que apunten a esclarecer el problema formulado en los inicios del trabajo.

Antes de sacar una conclusión, primeramente se procesaron los datos; los mismos que se los dividió, separando de un lado la información que es de tipo numérica, de la información que se expresa mediante palabras.

### **2) Tabulación de datos.**

La tabulación significa hacer tablas, listados de datos que los muestren agrupados y contabilizados. Para ello fue preciso contar cada una de las respuestas que aparecen, distribuyéndolas de acuerdo a las categorías previamente definidos.

### **3) Elaboración de tablas y gráficos de los datos a obtenerse.**

Una vez obtenidos los datos mediante la tabulación, se procedió a la graficación, ésta actividad consistió en expresar visualmente los valores numéricos que aparecen en los cuadros.

### **4) Presentación del proceso de análisis aplicado a los datos.**

Se descompuso un todo en sus partes constitutivas para su más concienzudo examen, se realizó una síntesis, que consistió en explorar las relaciones entre las partes estudiadas y proceder a reconstruir la totalidad inicial, este análisis surgió de la fundamentación teórica, que fue quien orientó el estudio de investigación.

## 5) Formulación de las conclusiones.

Con la síntesis e interpretación final de todos los datos ya analizados se concluyó la investigación, estableciendo que Palmar tiene un enorme potencial para ejecutar un proyecto de desarrollo turístico que incluya directamente a las familias de la comuna a través de su participación directa en la creación de un sistema de hospedaría familiar.

## 6) Planteamiento de las recomendaciones.

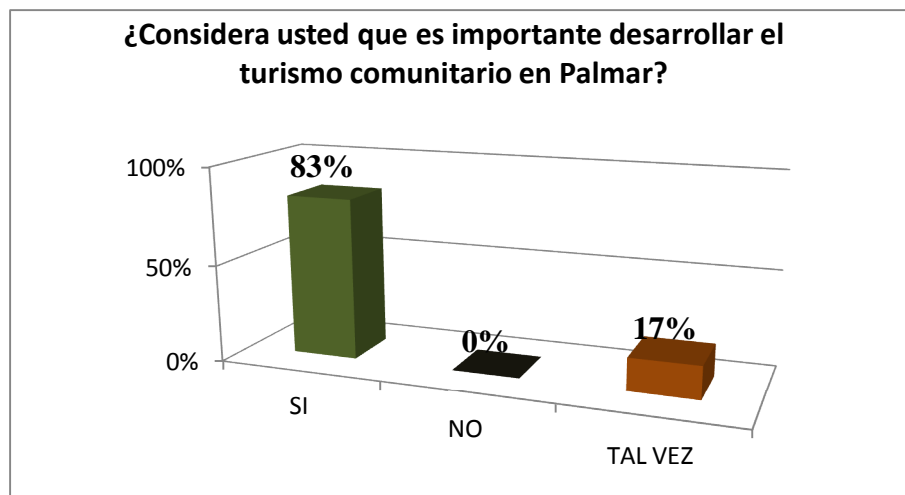
La conclusión nos lleva a que se den las debidas recomendaciones, siendo la más importante la de desarrollar el turismo comunitario como una forma de gestión para la promoción socioeconómica de la comunidad de Palmar, estimulando el desarrollo endógeno del sector; con la participación, acción y control comunitario que promociona esta actividad, generando empleo y creando las condiciones favorables de oportunidades de trabajo.

## CAPITULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

#### 3.1.- Presentación y análisis de los datos de la encuesta a las familias

GRÁFICO # 1 TURISMO COMUNITARIO

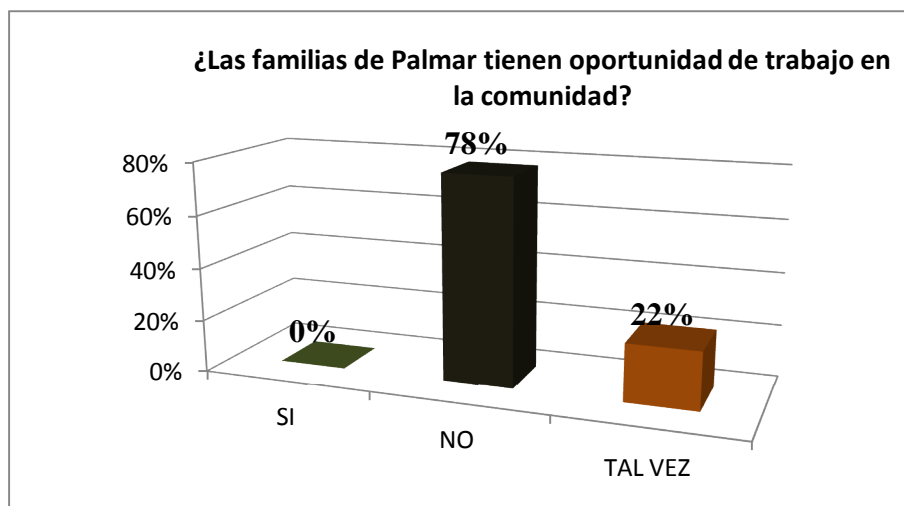


(Fuente: Familias de la Asociación custodia del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** Las respuestas revelan un consenso mayoritario a favor del desarrollo del turismo comunitario en Palmar. Hay conciencia clara de la importancia del turismo como generador de riqueza y bienestar para las localidades que se vuelven centros de atracción turística. Esa conciencia se refleja en las respuestas, sobre todo porque en la misma provincia de Santa Elena hay experiencias exitosas que pueden ser emuladas por la comunidad de Palmar.



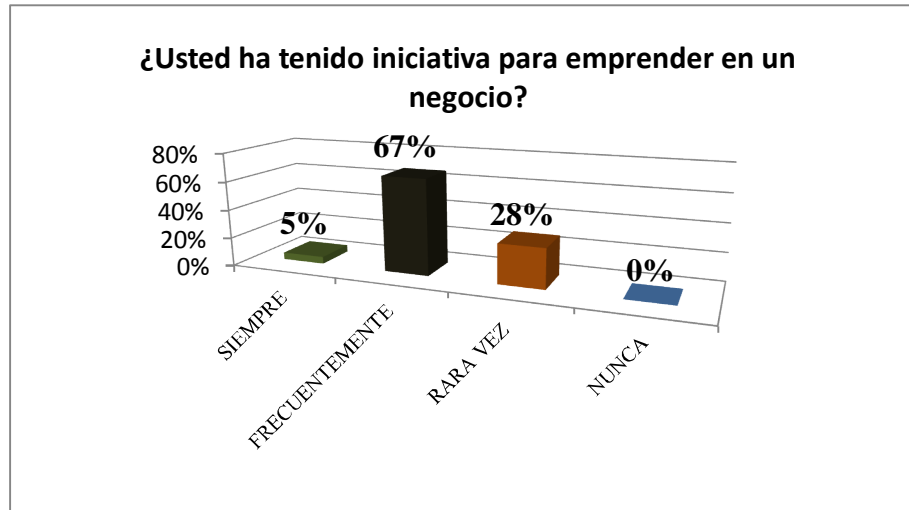
GRÁFICO # 2 OPORTUNIDAD DE TRABAJO EN LA COMUNA



(Fuente: Familias de la Asociación custodio del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** El turismo comunitario se perfila como una muy viable y factible oportunidad para crear fuentes de ingresos para las familias de Palmar. El 78% de la población representada en la muestra reconoce que en la comunidad no hay fuentes de trabajo viables y seguras. El turismo es una oportunidad para superar esa grave deficiencia que causa pobreza y abandono. El desempleo tiene graves consecuencias económicas, sociales y anímicas en la población que lo sufre. La comunidad de Palmar está consciente de que en el turismo hay una oportunidad para superar esa lacra social. El turismo tiene un efecto multiplicador que puede diseminarse por todos los estratos de la comuna, beneficiando a las familias y a la población toda.

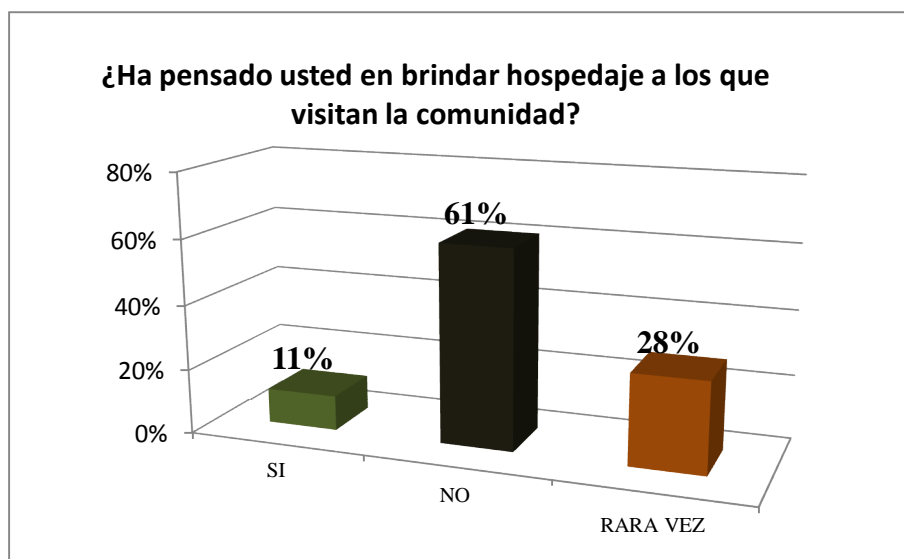
### GRÁFICO # 3 EMPRENDER EN NEGOCIOS



(Fuente: Familias de la Asociación custodio del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** La mayoría de la población tiene un espíritu emprendedor, a juzgar por las respuestas recopiladas en la encuesta. Esto significa que entre la comunidad hay una predisposición mayoritaria a favor del emprendimiento. El desarrollo del turismo en Palmar se facilitaría si se sustenta en esta actitud comunitaria pro empresarial. Falta de fuentes de trabajo, conciencia clara de la importancia del turismo y riqueza de recursos naturales con atractivo turístico constituyen una interesante combinación a favor del desarrollo de esa actividad productiva limpia y rentable.

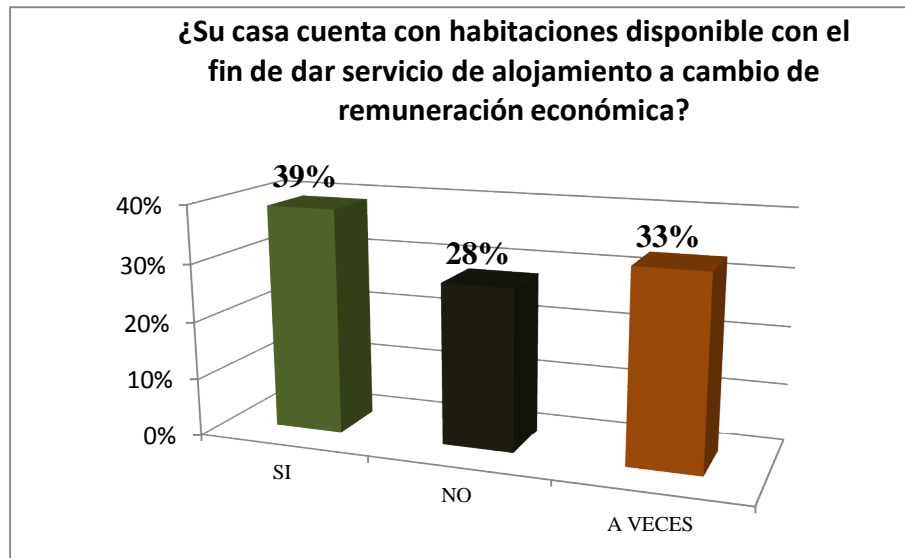
#### GRÁFICO # 4 BRINDAR HOSPEDAJE



(Fuente: Familias de la Asociación custodia del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** La mayoría de la población no ha percibido el enorme potencial que tiene para el desarrollo del turismo y el mejoramiento de sus condiciones de vida la participación familiar en una estructura de hospedaje comunitario. Falta de información y divulgación de experiencias de hospedaje familiar en otras localidades del país parece haber contribuido a esta falta de iniciativa empresarial en este rubro específico del turismo. Pero eso es subsanable mediante un proceso de divulgación informativa y capacitación.

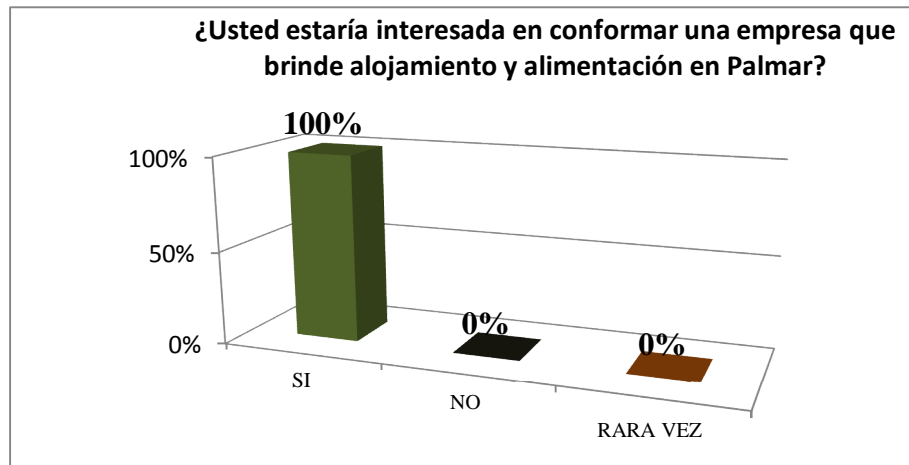
## GRÁFICO # 5 REMUNERACION ECONOMICA



(Fuente: Familias de la Asociación custodia del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** Las casas de la comunidad si cuentan con habitaciones, en un 39% siempre y en un 33% a veces. Esto significa que la mayoría tiene disponibilidades habitacionales para desarrollar un plan de hospederías comunitarias que facilite el incremento del flujo turístico hacia Palmar. Habiendo la disponibilidad, un proyecto en este sentido se facilita y se vuelve viable. De hecho, la participación directa de las familias en el negocio turístico puede significar una fuente estable e interesante de ingresos que subsanen el problema del desempleo y la falta de oportunidades que actualmente existe en Palmar.

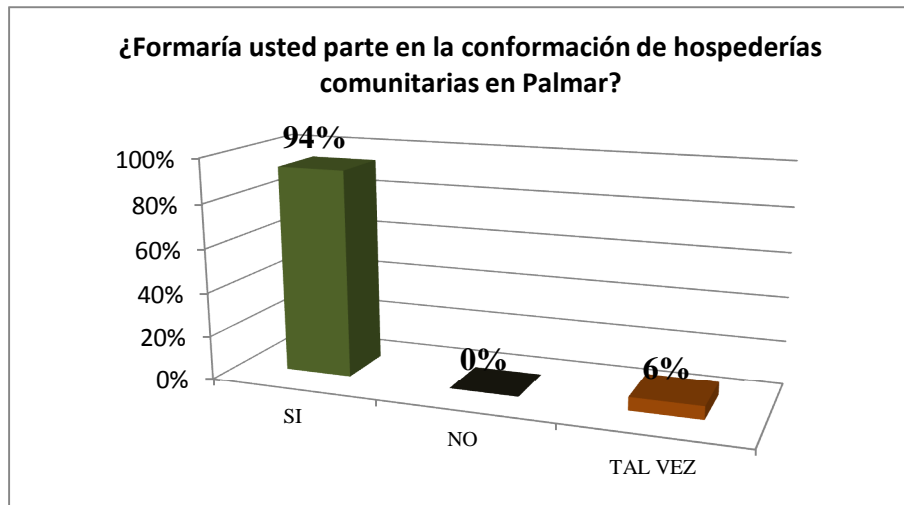
GRÁFICO # 6 CONFORMAR UNA EMPRESA QUE BRINDE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION



(Fuente: Familias de la Asociación custodio del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** El porcentaje totalmente positivo de respuestas lo dice todo. Hay conciencia de la importancia del turismo, hay disponibilidades habitacionales en las familias y hay la predisposición a involucrarse en un negocio nuevo, interesante y muy rentable, en el que pueden participar todos los miembros del núcleo familiar y los habitantes de la comunidad de Palmar. La hospedería familiar genera otros negocios complementarios al hospedaje propiamente dicho. Venta de alimentos, venta de artesanías, guía turística por la región, etc.

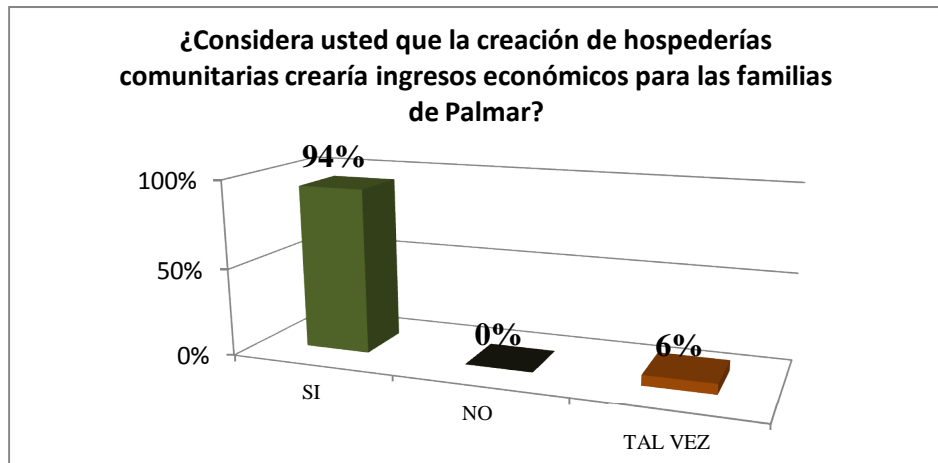
## GRÁFICO # 7 CONFORMACION DE HOSPEDERIAS COMUNITARIAS



(Fuente: Familias de la Asociación custodio del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** Lo mismo que en las respuestas anteriores, la mayoría de la población de Palmar se muestra dispuesta a participar en la conformación de hospederías comunitarias. El 94% dice que sí, lo que facilita la ejecución de cualquier proyecto en este sentido. De hecho, la predisposición favorable está vinculada a la respuesta de una pregunta anterior sobre el desempleo y la falta de oportunidades en las actividades tradicionales. Un programa de desarrollo turístico en el que participe toda la comunidad puede ser una exitosa y muy rentable experiencia.

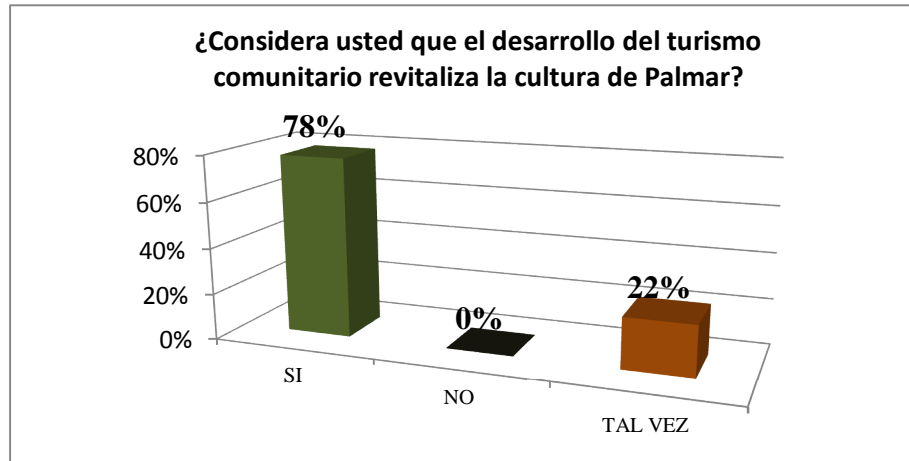
GRÁFICO # 8 INGRESOS ECONOMICOS PARA LAS FAMILIAS



(Fuente: Familias de la Asociación custodia del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** Por supuesto que sí, dice el 94% respondiendo a esta pregunta. Hay conciencia del enorme potencial económico del turismo. Es un sentimiento totalmente mayoritario, casi unánime.

GRÁFICO # 9 REVITALIZAR LA CULTURA DE PALMAR

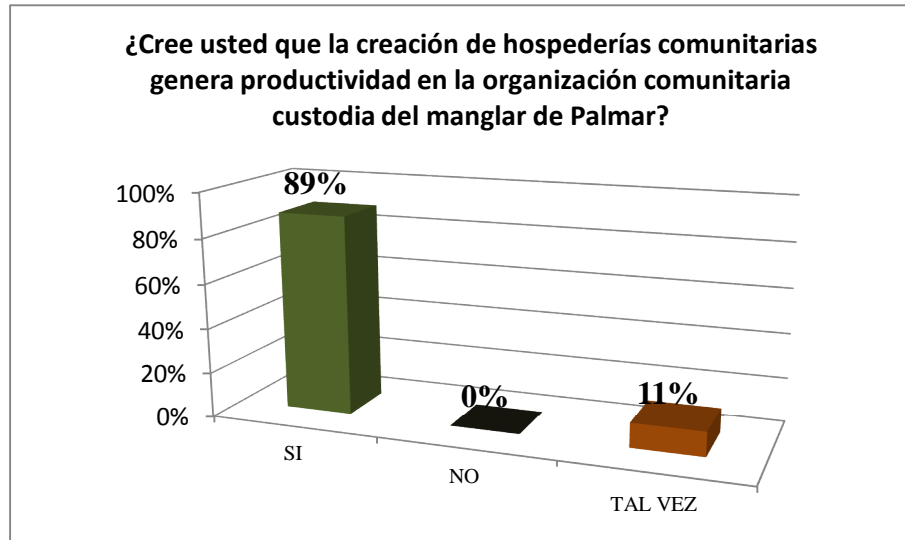


(Fuente: Familias de la Asociación custodia del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** La población responde mayoritariamente a esta pregunta, dado que uno de los atractivos del turismo es la observación de la cultura autóctona de las comunidades. Cultura que se puede reflejar en las costumbres, en la hospitalidad, en la cocina autóctona y en muchas otras facetas de orden cultural que pueden robustecerse como parte del atractivo de Palmar.



## GRÁFICO # 10 IMPACTO SOCIAL



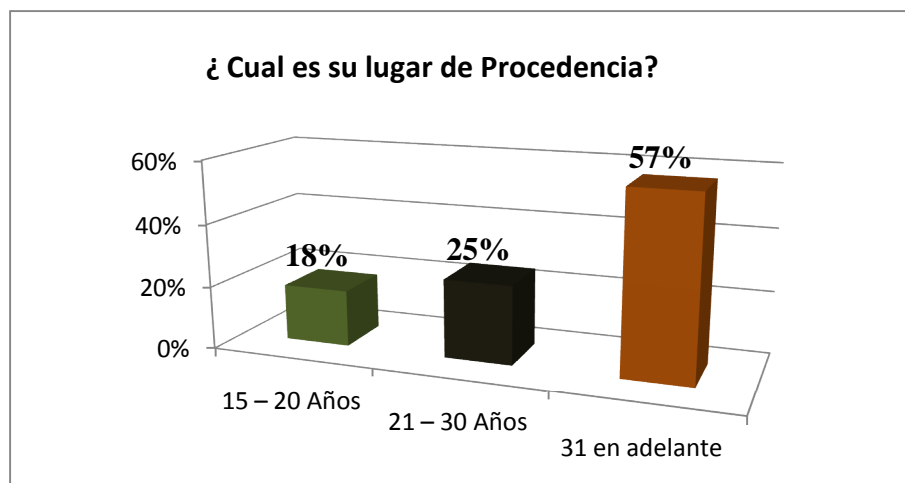
(Fuente: Familias de la Asociación custodia del manglar de Palmar/Janer Malavè)

**Análisis:** Hay conciencia de que la preservación ecológica es parte del atractivo turístico, a juzgar por el pronunciamiento mayoritario de la población a favor de la conservación del manglar. Es precisamente el manglar una de las fuentes de los alimentos que forman parte de los ricos platillos que el emprendimiento turístico de Palmar puede ofrecer al turista. Es parte de la belleza natural de la región. Y es fuente de vida y de preservación del equilibrio ecológico.

**Presentación y análisis de los datos de la encuesta a turistas**

**Objetivo:** Conocer las necesidades, deseos, gustos, requerimientos, preferencias; y el nivel socio económico de nuestro mercado potencial.

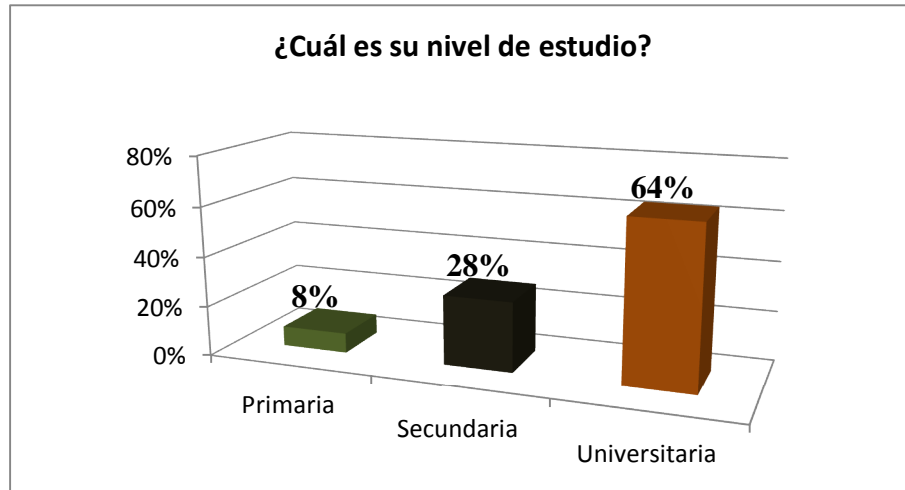
GRÁFICO # 11 LUGAR DE PROCEDENCIA



(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** El mercado que desea captarse tiene en promedio las siguientes edades: un 57% de 31 años de edad en adelante, el 25 % va de 21 a 30 años; y el 18% es de 15 a 20 años, por lo general este mercado está caracterizado por gente adulta que en época de vacaciones desea dejar el ambiente de trabajo y estrés.

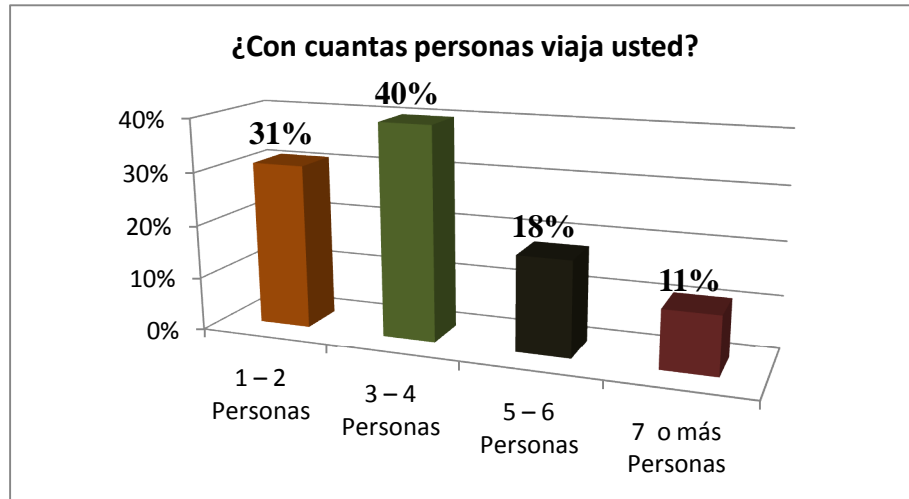
## GRÁFICO # 12 NIVEL DE ESTUDIO



(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** En cuanto al nivel de estudios, el 64% de los encuestados tiene instrucción universitaria, por tanto el producto que se desea vender deberá ser enfocado hacia ellos como turismo de sol y playa, observación de flora y fauna como actividad de descanso.

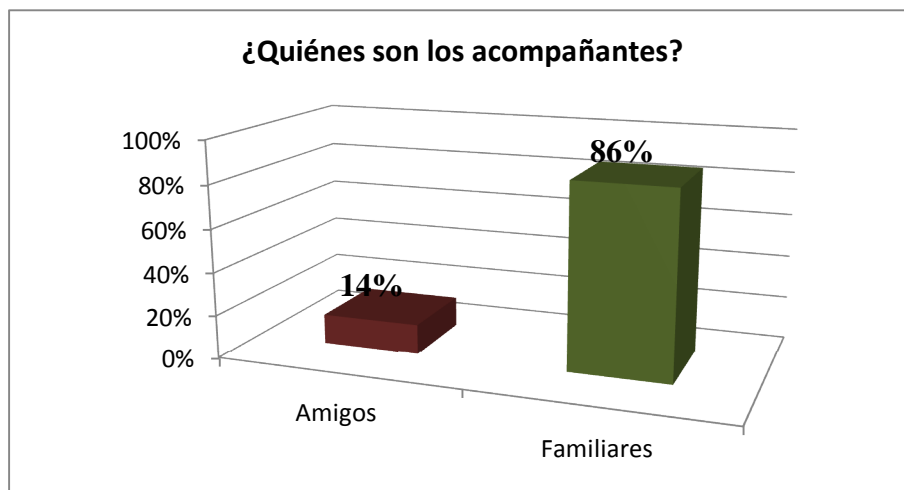
### GRÁFICO # 13 GRUPO DEVIAJEROS



(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** Adicionalmente se concluye de acuerdo al 40% de encuestados, que de cada futuro cliente, se obtendrá hasta 3 o 4 acompañantes, además que podemos entender que el servicio que prestará la hospedería comunitaria será con habitaciones familiar.

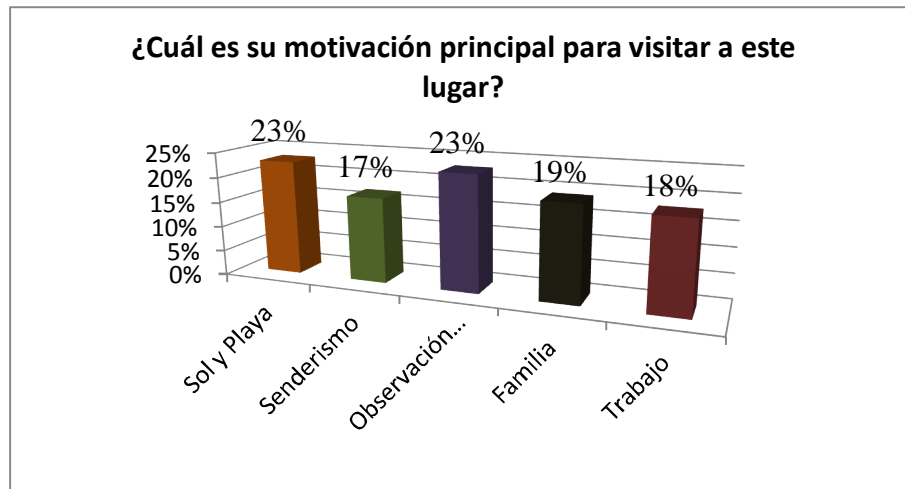
## GRÁFICO # 14 ACOMPAÑANTES



(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** Cabe resaltar que la mayor parte de los visitantes (86%) se desplazan con sus familias, solo un 14% viajan con amigos.

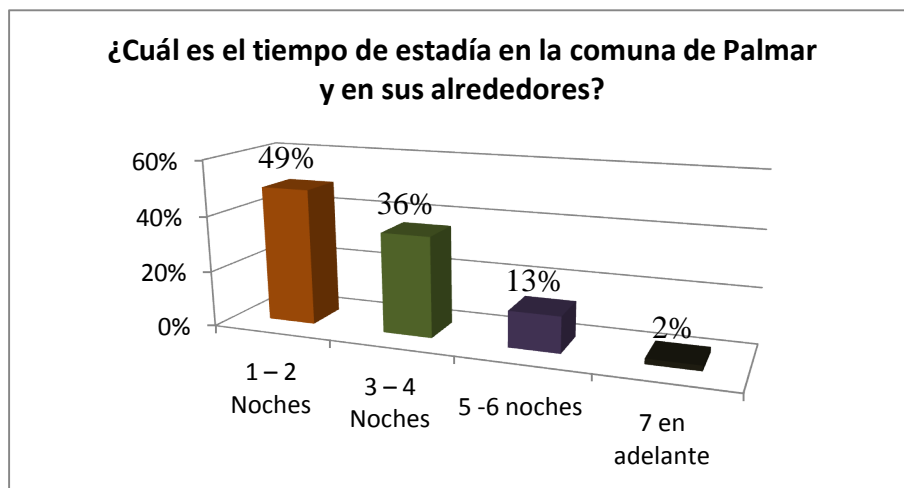
GRÁFICO # 15 MOTIVACION PARA VIAJAR



(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** Se observa que la motivación que tienen las personas que visitan esta comunidad es la del sol y playa con un 23%, esta motivación tiene el mismo porcentaje que la de observación de flora y fauna, también se aprecia en el gráfico que un 17% prefiere el senderismo. El senderismo es una actividad que se realiza por senderos y caminos existentes en ambientes naturales. El senderismo permite hacer ejercicio al mismo tiempo que disfrutar la vista y conocer diferentes tipos de paisajes.

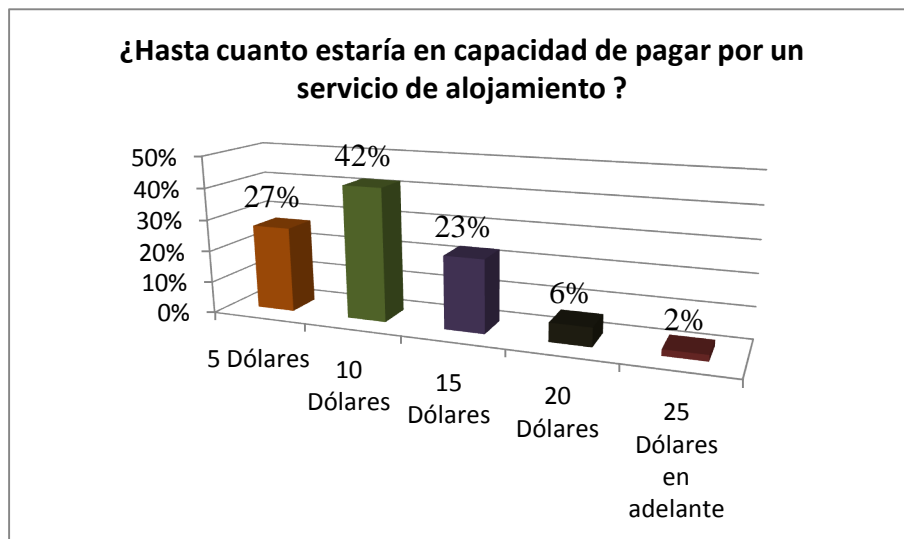
## GRÁFICO # 16 TIEMPO DE ESTADIA



(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** De acuerdo con los resultados se puede indicar que el 49% se hospeda de 1 a 2 noches, existe un 36% que manifestó que su hospedaje se da entre 3 a 4 noches, ésta información es válida para nuestro propósito consideraremos la estadía en la comuna de Palmar entre 1 a 4 noches.

### GRÁFICO # 17 CAPACIDAD PARA VIAJAR

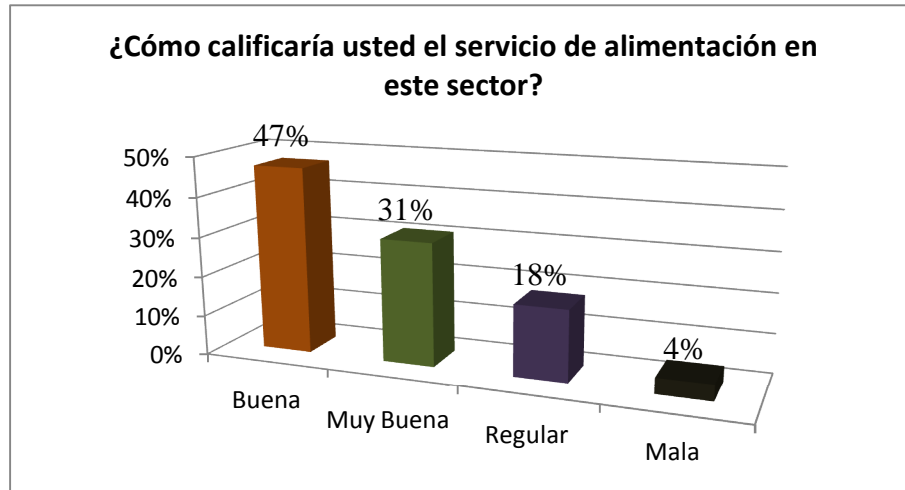


(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** El 42% de los encuestados manifestaron que la tarifa máxima que podrían pagar por la oferta de alojamiento es de 10 dólares americanos propuesta a ser considerada en el proyecto de las hospederías comunitaria.



## GRÁFICO # 18 SERVICIO DE ALIMENTACION



(Fuente: turistas que visitan Palmar año Octubre 2012/ Elaborado por: Janer Malavè)

**Análisis:** La percepción del visitante por el servicio de alimentación es buena, así lo expresa el 47%, el 31% indica que es muy buena, se observa también que el 18%, considera que el servicio de alimentación es regular. Esto es oportuno para el proyecto de la hospedería comunitaria ya que se brindará además del alojamiento el servicio de alimentación con un servicio de calidad.

### **3.2.- Análisis de la entrevista**

#### ***Personas que prestan servicio de alojamiento y alimentación***

Los entrevistados indicaron que Palmar a pesar de estar en la ruta del sol, no cuenta con mucha afluencia de visitantes, debido a que carece de facilidades turísticas que son muy importantes para promover la actividad turística. Indicaron también que la comuna de Palmar recibe una demanda proveniente de Guayaquil, esto se da en temporada alta que va desde Enero hasta Abril.

A la población ingresan de dos a tres buses cada fin de semana, con capacidad de 50 pasajeros por transporte. Existe una pequeña demanda considerada turismo científico, debido a que en la zona del manglar existen proyectos de reforestación, biólogos nacionales así como extranjeros y estudiantes que constantemente están haciendo sus prácticas universitarias.

Las personas entrevistadas indican que la comuna de Palmar le falta incrementar establecimientos de venta de alimentos preparados, considerando que los existentes no dan abasto, ni existe variedad de platos a disposición de los visitantes o turistas. Otros de los inconvenientes que se presenta en Palmar es la falta de servicio de alojamiento, los visitantes deben de buscar las comunidades cercanas para hospedarse.

#### ***Presidente de la asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar***

El presidente de la asociación indicó que La Asociación para el uso, manejo y conservación del Manglar de Palmar nació en el año de 1999 como iniciativa de los usuarios ancestrales pescadores, concheros y cangrejeros. Logró el reconocimiento jurídico el 16 de Junio del 2000 con acuerdo Ministerial # 041 del Ministerio de Ambiente. Desde el mes de Noviembre del 2006 la Asociación para uso, manejo y conservación del Manglar de Palmar es miembro de la C-

Condem, Corporación ó Coordinadora Nacional para la Defensa del ecosistema Mangla. Manifestó que entre las estrategias de intervención en el manglar se encuentra la capacitación en técnicas de reforestación, las mingas en las cuales participan las familias que pertenecen a la asociación, vigilancia de área en concesión de uso y custodia, Capacitación en construcción de zoo-criaderos, ya se han construidos senderos para ofrecer al visitante alternativas de desarrollo de actividades turísticas como es el senderismo.

### **3.3.- Discusión de los resultados**

Las respuestas a la encuesta que antecede son una muestra de que Palmar tiene un enorme potencial para ejecutar un proyecto de desarrollo turístico que incluya directamente a las familias de la comuna a través de su participación directa en la creación de un sistema de hospedería familiar.

Iniciativas de desarrollo del turismo ya se ejecutan en Palmar desde 2009, cuando la "Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar", patrocinada por una ONG internacional, empezó a impulsar un plan de rehabilitación del manglar y un plan de turismo comunitario, capacitando a las familias involucradas en la explotación y conservación de ese recurso para convertirlo en objetivo de desarrollo turístico.

No obstante, la programación de esta entidad no incluyó el importante tema de la creación de un sistema de hospedería comunitaria a pesar de que es un elemento fundamental para atraer y consolidar el desarrollo turístico, pues sin una adecuada provisión de hospedaje el turista potencial no pasa de ser un pasajero de paso.

Los habitantes de Palmar tienen la suerte de vivir en un sitio de enorme atractivo natural que puede convertirse en un filón de riqueza a través del turismo. Ellos se muestran predispuestos a participar en un proyecto de esta naturaleza porque anhelan la creación de fuentes alternativas de producción, de trabajo y de riqueza. La fuentes tradicionales de la pesca y la agricultura no satisfacen ya las

necesidades sociales y económica de una población que crece y que ve que sus jóvenes emigran por la falta de oportunidades de trabajo.

Desarrollar el turismo en Palmar va a implicar que ante la falta de hospedaje comercial tradicional las familias se organicen para participar en la creación de un sistema que convierta a sus respectivos hogares en el hospedaje del turista. Muchas oportunidades brinda este sistema a los integrantes de las familias y a toda la comunidad de Palmar. La renta del hospedaje, la venta de alimentos, la posibilidad de que algunos miembros de la familia participen como guías, y la multiplicación de negocios en la comunidad alrededor del turismo, como la artesanía, la venta de platillos autóctonos, la organización de espectáculos nocturnos de naturaleza costumbrista, la creación de bares, etc., son filones del negocio turístico que la comunidad de Palmar podría explotar si a través de una adecuada oferta de hospedaje logra que el turista pernocte en la localidad.

El hospedaje comunitario será el complemento indispensable para que el proyecto de desarrollo turístico de Palmar se consolide integralmente y se concrete en una experiencia de desarrollo económico, rescate cultural, preservación del ecosistema y relación amigable y directa entre la comunidad y el turista.

Para lograrlo, será necesario el involucramiento de autoridades gubernamentales de diferentes niveles, ONG'S y la comunidad participante.

### **3.4.- Comprobación de la hipótesis**

Análisis dinámico de las variables por indicadores

#### *Hipótesis*

La creación de hospederías comunitarias, es una estrategia de desarrollo social, económico y cultural en Palmar

Cálculo de las frecuencias absolutas esperadas para cada celda, mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$nie = \frac{(Tniof)(Tnioc)}{n}$$

Donde:

nie= frecuencia absoluta esperada.

Tniof= total de las frecuencias absolutas observadas en la fila.

Tnioc= total de las frecuencias absolutas observadas en la columna.

n= tamaño muestral.

Cálculo de frecuencias:

Variable Independiente

Para la celda 1

$$nie1 = (18 \times 86) / 126 = 12$$

Para la celda 2

$$nie1 = (18 \times 40) / 126 = 6$$

Variable dependiente

Para la celda 1

$$nie1 = (18 \times 47) / 54 = 16$$

Para la celda 2

$$nie1 = (18 \times 7) / 54 = 19$$

### VARIABLE INDEPENDIENTE

Variable INDICADOR	SATISFACTORIO	NO SATISFACTORIO
Desarrollodel turismo comunitario	15	3
Oportunidad de trabajo en la comunidad	14	4
Iniciativa para emprender en un negocio	13	5
Brindar hospedaje a los que visitan la comunidad	2	16
Habitaciones disponible con el fin de dar servicio de alojamiento	7	11
Conformar una empresa que brinde alojamiento y alimentación	18	0
Hospederías comunitarias en Palmar	17	1
Promedio	12	6

### VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLE INDICADOR	SATISFACTORIO	NO SATISFACTORIO
la creación de hospederías comunitarias crea ingresos económicos para las familias	17	1
el desarrollo del turismo comunitario revitaliza la cultura de Palmar	14	4
la creación de hospederías comunitarias genera productividad en la organización comunitaria	16	2
Promedio	16	2

Resumen de los promedios obtenidos en las Variables Independiente y Dependiente

VARIABLE	SATISFACTORIO	NO SATISFACTORIO
Independiente	12	6
Dependiente	16	2
TOTALES	28	8

VARIABLE	SATISFACTORIO	NO SATISFACTORIO	Tniof	
VI	nio= 12    nie= 28	nio= 6    nie= 8	36	100
VD	nio= 16    nie= 28	nio= 2    nie= 8	36	100
Tnioc	56	16	72	200

$$nie = \frac{(Tniof)(Tnioc)}{n}$$

$$nie = \frac{36 * 36}{126}$$

$$nie = \frac{1296}{126}$$

$$nie = 10$$

$$X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

$$X^2 = \frac{(16 - 10)^2}{10}$$

$$X^2 = \frac{12}{10} = X^2 = 1$$

$$X^2 = 1,6$$

Se determinó el valor de chi cuadrada que es 1 se la compara con su valor teórico, con un nivel de confianza de 95%. Para poder comparar el valor de chi cuadrada

calculada con su valor teórico, debemos calcular el grado de libertad para cuadros 2x2 al 95% de confianza mediante la siguiente fórmula:

$$gl = (f-1)(c-1)$$

Donde

gl= grados de libertad

f= filas

c= columnas del cuadro

$$\text{Entonces: } gl = (2-1)(2-1) = (1)(1) = 1$$

$$X^2 = 1$$

$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (2-1)(2-1)$$

$$gl = (1)(1) = gl = 1 = 3.841$$

La chi cuadrada calculada es 1,6 igual a la chi teórica, por lo que se acepta la hipótesis de trabajo. Se puede manifestar que la creación de hospederías comunitarias, es una estrategia de desarrollo social, económico y cultural en Palmar

### **3.5.- Análisis final del capítulo**

- El turismo comunitario es de gran importancia para el desarrollo de la comunidad de Palmar, en el cual se evidencia la falta de oportunidades de trabajo. La población de Palmar tiene conciencia que el turismo comunitario crea fuentes de trabajo, genera empleo y sobre todo mantiene los recursos naturales para ser aprovechados de una manera sustentable y sostenible.
- Existe una predisposición al emprendimiento por parte de las familias organizadas que custodian el manglar, lamentablemente no ha existido propuestas de participación familiar en una estructura de hospedaje, que sea



inclusivo al plan de desarrollo del turismo comunitario elaborado por la Asociación encargada de conservar el manglar de Palmar.

- Las familillas organizadas que custodian el manglar de Palmar, cuentan en su mayoría con la disponibilidad de habitaciones en sus hogares las cuales se pueden aprovechar como una fuente de ingresos económicos, al prestar servicio de alojamiento remunerado; esto puede ser una oportunidad de creación de fuentes de trabajo en la conformación de hospederías comunitarias
- Desarrollar el turismo comunitario como una forma de gestión para la promoción socioeconómica de la comunidad de Palmar, estimulando el desarrollo endógeno del sector; con la participación, acción y control comunitario que promociona esta actividad, generando empleo y creando las condiciones favorables de oportunidades de trabajo.
- Aprovechar la predisposición que tienen las familias custodias del manglar, en emprender en actividades económicas propias del medio rural, que beneficia y se involucra en la prestación de servicios de alojamiento, complementando la actividad turística que ofrece el Plan de desarrollo del turismo comunitario elaborado por la Asociación encargada de conservar el manglar de Palmar y que contribuye a mejorar el nivel de vida de la población local.
- Crear hospederías comunitarias aprovechando las habitaciones disponibles con que cuentan las familias de Palmar, las mismas que se convertirán en empresas familiares, que ofrecen la posibilidad de generar ingresos económicos de una manera sustentable y sostenible.

## **CAPÍTULO IV**

### **CREACIÓN DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS òDE IRISö EN LA COMUNA PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA**

#### **4.1. Presentación**

El estudio realizado dio como resultado la necesidad de crear hospederías comunitarias como estrategias de desarrollo social, económico y cultural en Palmar; las familias de esta comunidad tienen conciencia que desarrollo del turismo comunitario es una oportunidad para generar empleo y crear trabajo, además aporta a la conservación de los recursos naturales como es el manglar de Palmar, cuyo custodio es la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del manglar. Organización a la que va dirigido el proyecto como son las hospedarías comunitarias. Siendo uno de los objetivos principales el desarrollo del ecoturismo.

El ecoturismo ha sido considerado dentro de las tipologías de turismo comunitario, por constituirse como una de las actividades más completas en su práctica. La Sociedad Internacional de Turismo conceptualiza al Ecoturismo como òun viaje responsable a áreas naturales que conserva el ambiente, valora la cultura y apoya el desarrollo sostenible de las poblaciones locales generando un mínimo impacto negativo. Según la OMT, la principal motivación de los turistas es la observación y apreciación de la naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en esas zonas. A su vez incluye elementos educacionales y de interpretación. El Ecoturismo, procura reducir los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural contribuyendo de esta manera a la protección de las zonas naturales; a través del beneficio económico para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas; ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y

Renta a las comunidades locales, incrementando la concienciación sobre conservación del patrimonio natural y cultural, tanto entre los habitantes de la zona como entre los turistas.

El proyecto se fundamenta en la Ley de Turismo del Ecuador que establece la iniciativa y participación comunitaria, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos. La importancia de esta propuesta radica en que las familias pertenecientes a la Asociación tienen oportunidad de emprender empresarialmente, generando ingresos económicos para sus hogares.

#### **4.2.- Objetivos**

##### ***Objetivo General***

Determinar la viabilidad para la creación de la hospedería comunitaria ñde IRISö en la comuna Palmar, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena

##### ***Objetivo Especifico***

- Establecer el tamaño y ubicación del proyecto
- Determinar la estructura de la organización de las hospederías comunitaria
- Describir el flujo del proceso de las áreas.
- Especificar el plan de marketing, las estrategias y tácticas de mercadotecnia que deben implementarse para comunicar el servicio que presta la hospedería comunitaria
- Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto

### 4.3. Tamaño y Localización del Proyecto

#### *Tamaño*

Las hospederías comunitarias estarán compuestas por 8 habitaciones, en cada habitación se hospedarán tres personas, con una plaza disponible de 24 PAX



(Fuente: Casa Modelo foto hecha por:Janer Malavè)

N° De habitaciones	N° De plaza por habitación	Total De plaza
8	3	24

Elaborado por: Janer Malavé

#### *Localización*



Fuente: panorama de la comunidad foto hecha por:Janer Malavè)

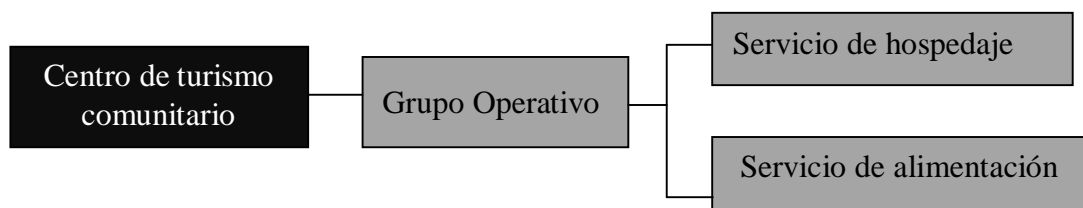
Las cabañas se encuentran localizadas en la cercanía del Manglar de Palmar, ubicado en el barrio òLos Esterosö

En La Comuna Palmar, situada en la provincia de Santa Elena, delimita al Norte con la Comuna Ayangue, al Sur por la Comuna Jambelí, al Este por las estribaciones de la Cordillera Colonche y al Oeste por el Océano Pacífico, y su ubicación geográfica es 530 000 E longitud este 9776 000 N latitud norte Referidas al meridiano de Greenwich y al paralelo 0 o línea ecuatorial respectivamente.

#### 4.4.- Diseño organizacional

Las hospederías comunitarias estarán bajo la dirección del Centro de turismo comunitario (CTC), dentro del área del Grupo Operativo, en el cual se localiza esta clase de servicio que prestará el CTC.

GRÁFICO # 19 ORGANIZACION DEL CENTRO DE TURISMO  
COMUNITARIO



Elaborado por: Janer Malavé

Con el fin de brindar un servicio de calidad en el proyecto, el CTC, contarán con un personal especializado en área administrativa y operativa en lo que respecta al servicio de alojamiento y alimentación. El personal se capacitará continuamente para desarrollar competencias en la hospitalidad y manejo de alimentos.

## MISIÓN

Brindar servicios de hospedaje y alimentación de excelencia, creando clientes leales y satisfechos que regresen a la hospedería por su calidad y servicio, ya que estos constituyen la clave del éxito. Preocupándonos por la valorización de nuestros empleados y beneficio de la comunidad.

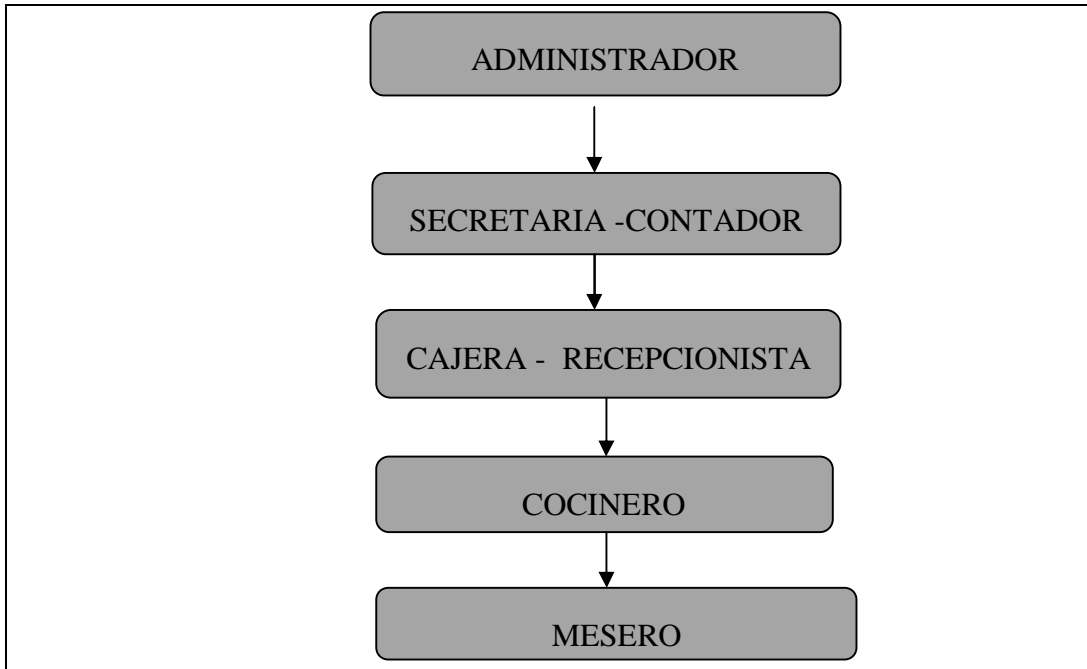
## VISIÓN

Proyectarnos para los siguientes años, posicionarnos como la mejor empresa del ramo turístico comunitario, con este objetivo estamos obligados al mejoramiento y capacitación continua, para dar el mejor servicio a nuestros clientes tanto nacionales como extranjeros, ya que esto será nuestra mejor carta de presentación

## VALORES

Formamos un grupo familiar comprometidos y con pasión por la excelencia nos distinguimos por nuestra calidez y genuina actitud de servicio. Promovemos la iniciativa y la renovación permanente; actuamos en base a nuestro Código de Ética y a la responsabilidad social.

GRAFICO # 20 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Elaborado por: Janer Malavé

#### 4.4.1.- Descripción de funciones

##### *Administrador*

Descripción de la ocupación.

El administrador se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la hospedaría comunitaria; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

Requisitos

- Planificar objetivos y estrategias:

- a) Establecer objetivos, metas, estrategias y políticas para la gestión y desempeño de la empresa comunitaria;
  - b) definir necesidades y prioridades para la disposición y optimización de recursos humanos y económicos;
  - c) indicar las necesidades de inversión;
  - d) establecer cronogramas, plazos y presupuestos;
  - e) establecer segmentos de mercado
- Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing):
- a) Investigar y analizar tendencias del mercado;
  - b) definir objetivos y metas periódicas;
  - c) analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios;
  - d) definir política de precios;
  - e) promover las ventas;
  - f) construir y mantener la imagen de la empresa de alojamiento;
  - g) identificar oportunidades de mejora y buscar nuevos mercados;
  - h) negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales
- Alcanzar objetivos esperados:
- a) Lograr la máxima rentabilidad;
  - b) mantener el valor comercial de la hospedería;
  - c) aumentar la proyección de desarrollo en el mercado;
  - d) representar a la empresa en eventos y en la comunidad;
  - e) establecer y mantener una red de contactos con asociaciones, sindicatos, instituciones públicas y privadas;
  - f) trabajar en alianza con empresas del sector;
- Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento:
- a) Planear, organizar e implementar reformas y mejoras;
  - b) definir y aplicar procedimientos de seguridad;



- Asegurar la satisfacción del cliente:
  - a) Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y proporcionar recursos para gestionar mejoras;
  - b) supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped;
  - c) controlar estándares de calidad;
  - d) establecer políticas de seguridad y privacidad para el cliente;
  - e) reorientar el proceso y procedimiento que eleve la calidad del servicio prestado al cliente

### ***Secretaria ó contadora***

- Retirar el dinero de las ventas del día anterior, contabilizar y entregar el informe a la Administración
- Preparar los depósitos y boches para ser enviados al banco.
- Revisar cada nota de venta emitida al cliente con el reporte de facturación
- Chequear los Bancos vía internet, para actualizar los saldos en los libros bancos Manejo de un fondo de CAJA CHICA de \$150 con sus respectivos soportes de los valores pagados, el reembolso de Caja Chica se lo hará por montos superiores a \$100
- Toda factura o nota de venta tendrá el detalle al reverso de la persona que realizo la compra con su firma y también se especificara el destino.
- Realizar Egresos, Depósitos, Nota de Crédito, en el sistema de contabilidad de todas las transacciones. Todas las facturas de compra. Debe tener su Ingreso a Bodega, soporte necesario que se debe anexar antes de realizar el pago al proveedor, excepto cuando es la compra de contado que se anexara luego de ingresarlo a Bodega. Mantener stock de los documentos a utilizarse son: Facturas, Notas de Ventas, Retenciones en La Fuente, Egreso de Bodega, Ingreso a Bodega
- Llevar el archivo secuencial de las ventas, información que servirá para la declaración de impuestos.
- Pagar al personal los sueldos de quincena, fin de mes y beneficios sociales

- Entregar Informes, Balances General, Estados de Pérdidas y Ganancias y anexos, a Gerencia
- Realizar reportes de Cuentas por Pagar al cierre de cada mes

### ***Cajera - recepcionista***

Descripción de la ocupación.

Se ocupa, principalmente, de organizar y controlar los servicios de recepción, telefonía, y servicios internos y externos relativos a las necesidades del huésped.

El jefe de recepción debe:

- Organizar el trabajo:
  - a) Elaborar cronogramas y horarios de trabajo;
  - b) definir prioridades para atender las solicitudes especiales;
  - c) programar la llegada y salida de huéspedes;
  - d) determinar los equipos necesarios para operar en la recepción.
  - e) realizar seguimiento del desempeño del equipo de trabajo;
  - f) trabajar con inventario de acuerdo a la ocupación.
  
- Solucionar problemas con huéspedes:
  - a) atender a huéspedes insatisfechos o con problemas de comportamiento en el uso de las instalaciones del establecimiento, en coordinación con el departamento de seguridad.
  
- Asegurar la satisfacción del cliente:
  - a) Proporcionar servicio personalizado a grupos, clientes importantes (VIP) o clientes con necesidades especiales;
  - b) solucionar las quejas y reclamos del cliente e identificar sus causas, aplicar acciones correctivas y preventivas y promover mejoras;

## ***Cocinero***

Descripción de la ocupación.

El cocinero se ocupa principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de asegurar la calidad de los productos y servicios.

- Planificar y controlar la cocina:
  - a) Efectuar investigación de mercado y evaluar nuevos productos y proveedores;
  - b) realizar control de aprovechamiento y desperdicio, controlar manipulación, acondicionamiento y desecho de la basura;
  - c) solicitar servicios de mantenimiento.
  
- Elaborar programación de la cocina:
  - a) Verificar la disponibilidad de recursos y tiempo para la realización del trabajo;
  
- Crear recetas y preparar platos:
  - a) Crear y adaptar receta y sustituir ingredientes;
  - b) efectuar levantamiento de material necesario y costos;
  - c) definir y establecer estándar de porción y acompañamiento, preparación, tipo de presentación, costo y precio del plato;
  - d) realizar preparación, cocción, montaje y presentación de plato.

Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos:

- a) supervisar la aplicación de procedimientos de higiene y seguridad de los alimentos;
- b) supervisar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios;
- c) supervisar el mantenimiento, seguridad y limpieza del lugar de trabajo;

## ***Mesero***

### ➤ Monta el área de servicio:

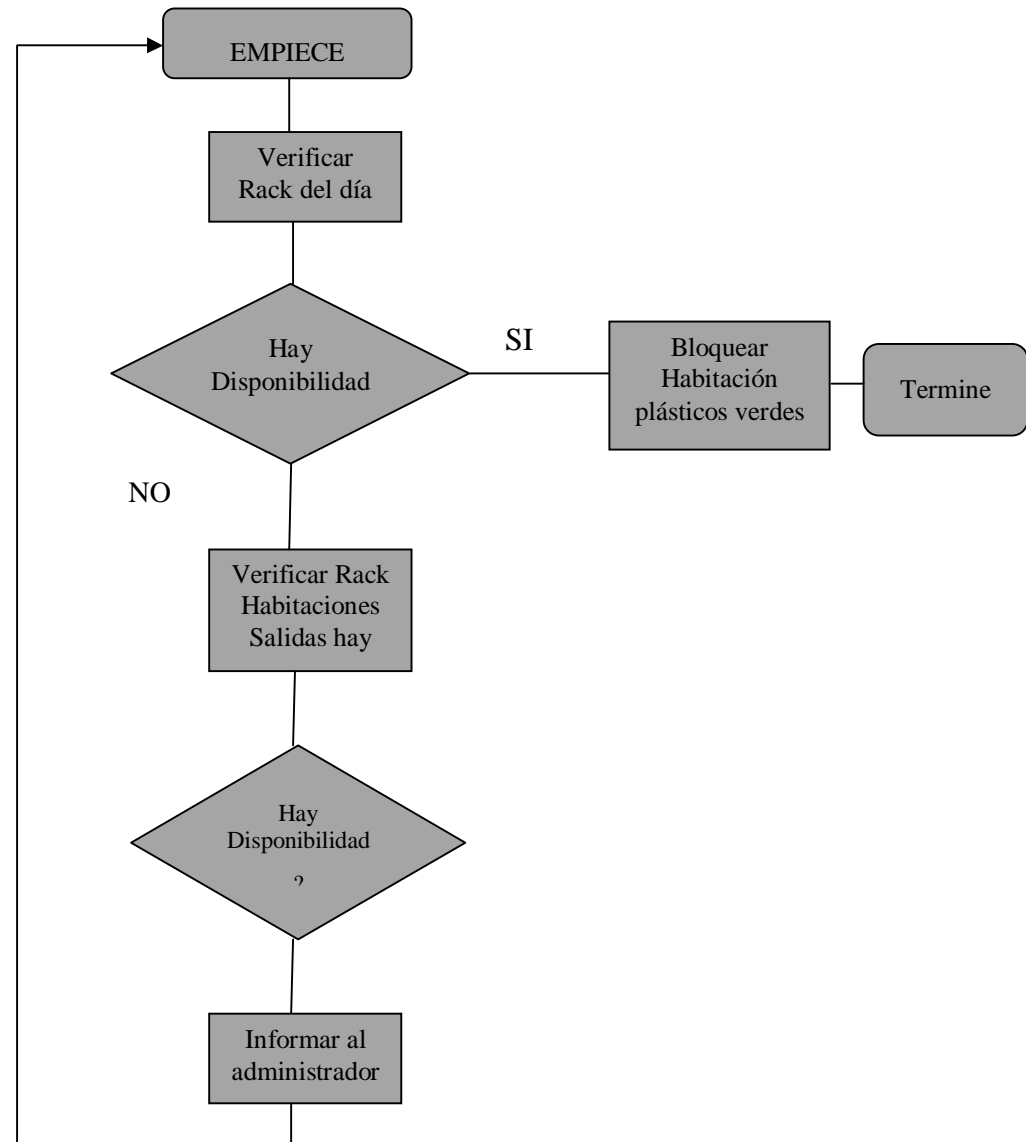
- Al inicio y al concluir el servicio;
- Asegurándose de que las mesas y sillas estén alineadas y calzadas;
- Revisando que el equipo de trabajo esté preparado de acuerdo al montaje especificado por el establecimiento, y Corroborando que el plaqué, la loza, la mantelería y la cristalería estén alineados.

### 2. Inicia la sesión de trabajo para la atención:

- Asistiendo a la reunión de breafing de pre servicio;
- Ubicándose en la estación de servicio asignada con una postura recta, con los brazos colocados en la forma indicada y sin recargarse en paredes/ estación,

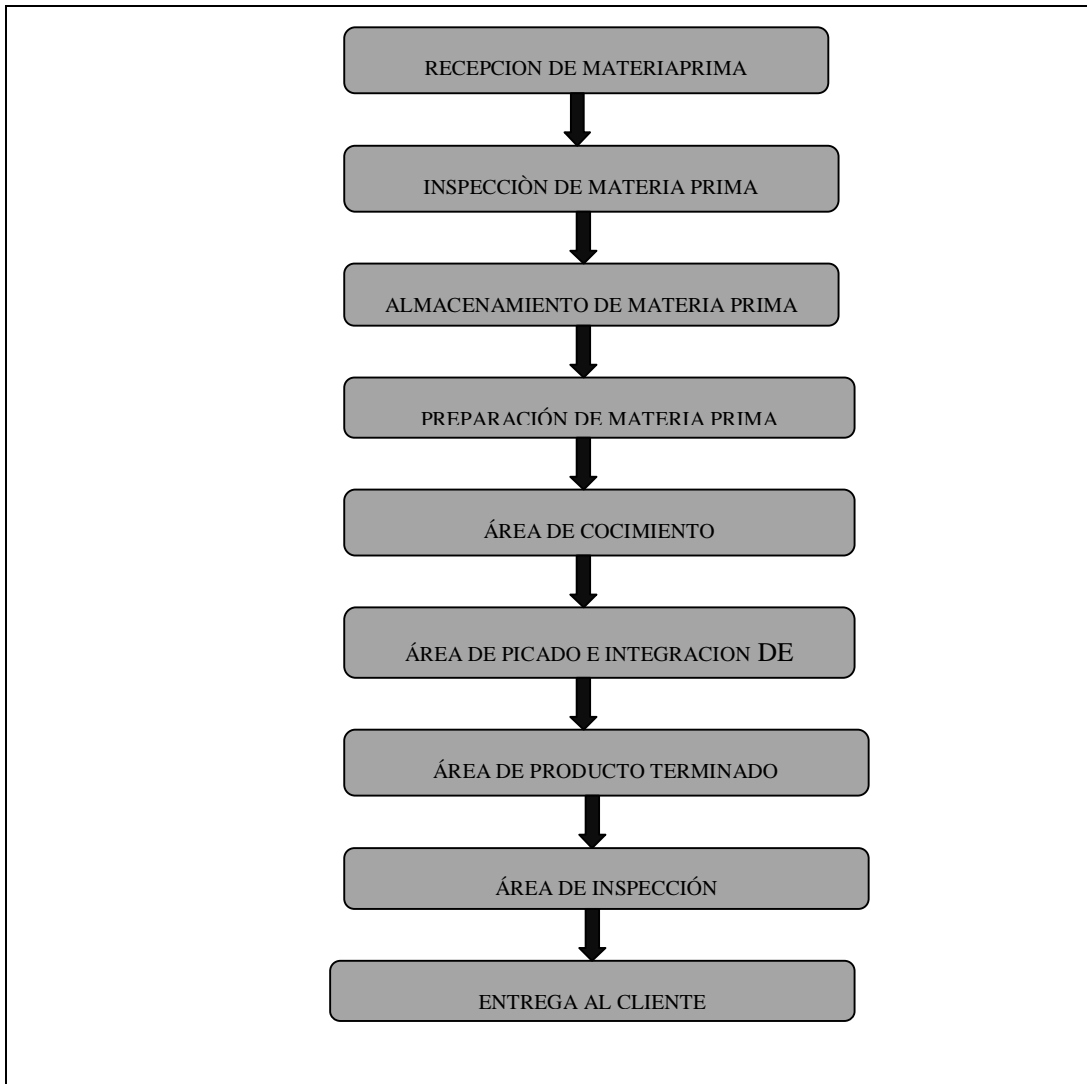
#### 4.4.2.- Flujos de procesos

GRAFICO # 21 FLUJO DE PROCESO DE RECEPCIÓN



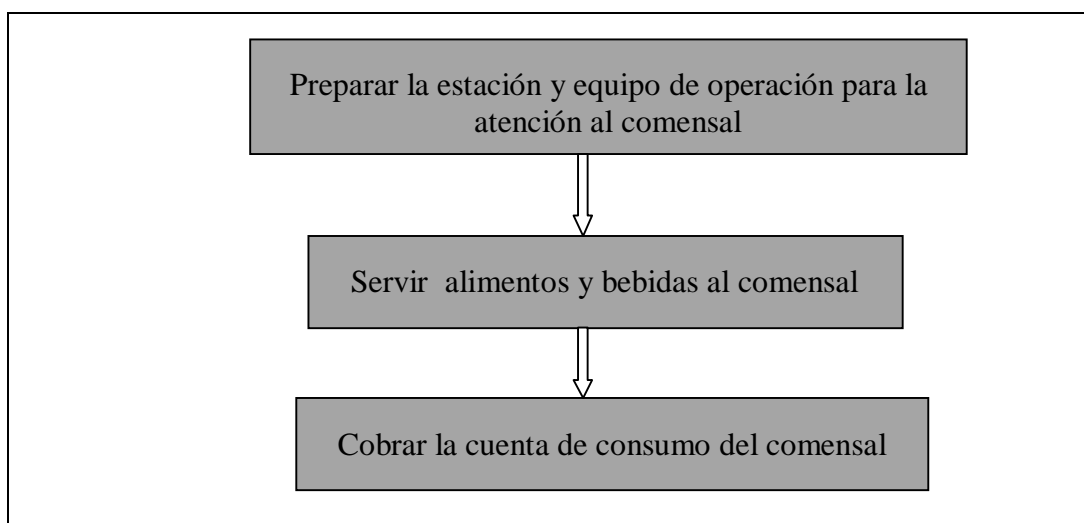
Elaborado por: Janer Malavé

GRAFICO # 22 FLUJO DE PROCESO / COCINERO



Elaborado por: Janer Malavé

GRAFICO # 23 FLUJO DEL PROCESO / MESERO



Elaborado por: Janer Malavé

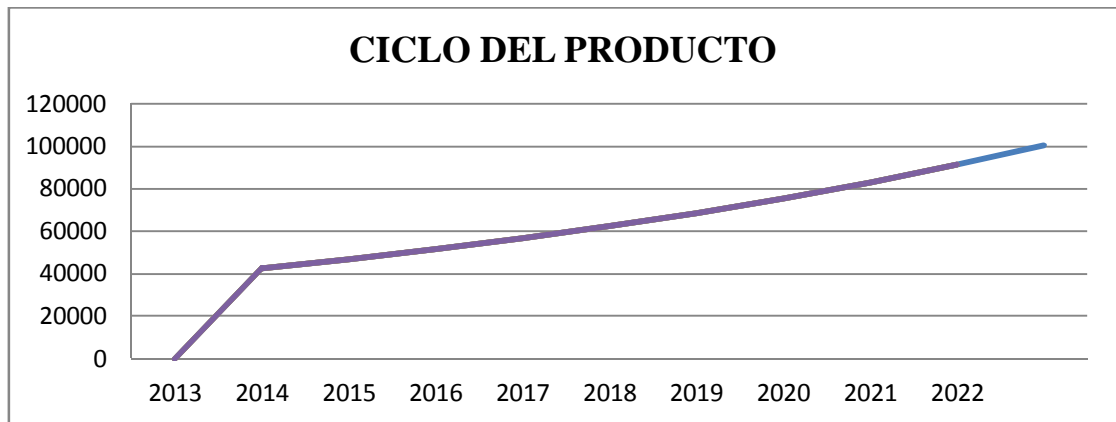
#### **4.5.- Plan de marketing**

El plan de marketing detalla las acciones necesarias para dar a conocer el servicio que presta la hospedería comunitaria, como también se identifican las estrategias para optimizar las actividades que realiza el hostel, con el fin de obtener utilidades mediante los servicios ofertados.

#### ***Ciclo de Vida***

El proyecto que se implanta por ser nuevo se encuentra en la etapa de introducción. El servicio que se oferta tiene un incremento anual de 10%. En el primer año 2013 ingresan 42.624,00. Este ingreso aumenta conforme pasan los años hasta llegar al 2022. En el cuarto año se estima pagar la deuda adquirida con el Banco, Se pronostica que las ventas por los servicios se mantengan en crecimiento hasta llegar a la etapa de madurez, en esta etapa se buscarán estrategias para mantener el servicio y que no llegue a la fase del declive

GRAFICO # 24 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



Elaborado por: Janer Malavé

### ***Objetivos del Plan de Marketing***

#### *Objetivos Financieros:*

Producir un determinado flujo de caja de \$ 19.463,04

- Obtener al menos un 16% de utilidad neta sobre ventas.

#### Objetivos de Mercadotecnia

- Obtener una tasa de crecimiento de ventas del 10% anual
- Posicionar el servicio que se oferta en el mercado, mediante la diferenciación en costo.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Aplicar estrategias de comunicación y de relación con nuestros clientes para posicionar la marca.



#### 4.5.1.- Determinación de las estrategias

##### *Matriz Boston Consulting Group*

Este método de planificación de la cartera valora las unidades estratégicas del proyecto en función de la tasa de crecimiento del mercado.

El servicio que ofrece las hospederías comunitarias se encuentra en la fase de la INTERROGANTE, considerando que este servicio es nuevo, por lo tanto se encuentra con poca cuota de mercado. Con el fin de obtener incrementar el mercado se recurrirá a un aumento de la inversión, con el objeto que la hospedería comunitaria se ubique a la categoría VACA, con un incremento de ventas hasta el año 2022 de 34,41%.

GRAFICO # 25 MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP



Fuente Boston Consulting Group, 1970

##### *Matriz de implicación FooteCone&Belding (FCB)*

La matriz FCB, analiza el comportamiento de elección de compra de los consumidores, al momento de optar por el consumo de los servicios. A continuación tenemos los cuadrantes siguientes:

a) Modo Intelectual:

En esta parte de la matriz los consumidores se basan en la razón, la lógica y los hechos.

b) Modo Emocional:

Aquí los consumidores se basan en las emociones, sus afectos, los sentidos e intuición.

c) Implicación Débil:

Representa una decisión fácil de compra en los consumidores.

d) Implicación Fuerte:

Representa una decisión complicada de Compra en los consumidores

El cruce de estas cuatro situaciones nos lleva a la matriz en la que se pueden identificar cuatro trayectorias diferentes de respuesta:

*Aprendizaje*, El proceso de compra es información ó evaluación ó acción; lo que quiere decir que los compradores primero se informan del producto, luego lo evalúan y finalmente lo compran

*Afectividad*. La afectividad ocupa un papel muy importante en la aprehensión de lo real, porque la elección de los productos o marcas destila el sistema de valores o la personalidad del comprador. Su proceso es evaluación ó información ó acción.

*Rutina*. Aquí se encuentran los productos que son rutinarios. Es decir la implicación es mínima, pues dejan al consumidor indiferente siempre que cumplan correctamente con el servicio básico que se espera obtener. Su secuencia es:-acción ó información ó evaluación.

*Hedonismo.* La escasa implicación coexiste con el modo sensorial de aprehensión de lo real; se encuentran aquí los productos que aportan pequeños placeres.

CUADRO #8 MATRIZ DE IMPLICACIÓN FOOTE CONE & BELDING  
(FCB)

<b>Implicación Fuerte</b>	<b>APRENDIZAJE</b> <b>ōDE IRISō</b>	<b>AFECTIVIDAD</b>
<b>Implicación Débil</b>	<b>RUTINA</b>	<b>HEDONISMO</b>
	<b>Modo Intelectual(razón, lógica y Hechos)</b>	<b>Modo Emocional (Emociones, Sentidos, Intuición)</b>

Elaborado por: Janer Malavé ófuente Boston CG

La hospederías comunitaria ōDE IRISō, se localiza en el primer cuadrante que es el aprendizaje, que la elección de los servicios se basa primero en la información ó evaluación ó acción, primero se informan del servicio, los precios, los evalúa y por último actúan hospedándose.

***Matriz Oportunidades Producto-Mercado (Ansoff)***

La Matriz de Ansoff (Matriz Producto/Mercado o Vector de Crecimiento) muestra las opciones de crecimiento para las empresas formadas al confrontar los productos/servicios existentes y los nuevos con los mercados existentes y los nuevos.

Las hospederías comunitarias en Palmar solo aplicaran dos opciones, siendo las siguientes: Desarrollo de mercados, y penetración del mercado, ya que lo que brinda es servicio, más no productos.

GRAFICO # 26 MATRIZ OPORTUNIDADES PRODUCTO-MERCADO (ANSOFF)



Elaborado por: Janer Malavé

#### 4.5.2.- Desarrollo de Mercados

Aquí, se está dirigiendo a nuevos mercados. Se trata de vender más de lo mismo pero a diferentes personas.

- La hospedería comunitaria apuntará a diferentes mercados geográficos locales
- Utilizar los canales de venta, como Internet, venta directa e intermediario
- Apuntar a diferente segmentación, como: Grupos de edad, sexo o características demográficas que no sean sus clientes habituales.

##### *Penetración del mercado*

- Usar publicidad, para animar a más personas dentro de su mercado existentes para elegir el servicio de hospedaje y alimentación.
- Introducir un programa de fidelización.
- Implementar precios de lanzamiento u otras promociones oferta especial
- Aumentar sus actividades de ventas, o

### 4.5.3.- Posicionamiento

#### *Estrategias de Posicionamiento*

La ventaja de posicionamiento de las hospederías comunitarias será:

Para las personas que les gustan el ecoturismo, la observación de la flora y fauna, el senderismo, la tranquilidad, aprendizaje de la cultura de la comunidad. Compartir con las familias en la recolección de conchas, cangrejos, pesca. Tener una experticia única ligada a la naturaleza y la costumbre de los habitantes del manglar. La hospedería ofrece un servicio de calidad que satisface las necesidades de los clientes en hospedaje, alimentación y precio.

### 4.5.4.- Marketing Mix

#### *Servicios*

#### *Servicio de Alojamiento*

Las hospederías òDE IRISö, tiene una capacidad instalada de 8 habitaciones que corresponden a 24 plazas, las hospedarías están conformadas por 4 familias que pertenecen a la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar distribuidas de la siguiente manera:

CUADRO # 9 SERVICIO DE ALOJAMIENTO

<b>SERVICIO DE ALOJAMIENTO</b>		
<b>N° DE HABITACIONES</b>	No PERSONAS POR HABITACION	TOTAL DE PERSONAS EN HOSPERDERIA
<b>8</b>	3	24

Elaborado por: Janer Malavé

Las habitaciones incluyen el baño con los correspondientes utensilios de aseo.

*Servicio de Alimentación*

CUADRO # 10 SERVICIO DE ALIMENTACION

<b>SERVICIO DE ALIMENTACIÓN</b>
<b>DESAYUNOS</b>
<b>ALMUERZOS</b>
<b>MERIENDA</b>
<b>PLATOS A LA CARTA</b>

Elaborado por: Janer Malavé

*Marca*

GRAFICO # 27 MARCA



Elaborado por: Janer Malavé

La marca de las hospedarías comunitaria:

El nombre: ðD IRISö,

Slogan: Un encuentro con la naturaleza

Logo: imagen de las hospederías comunitarias

La Localidad: Palmar ó Ecuador

### ***Precio***

El análisis presentado expresa el precio establecido por el mercado y los parámetros para establecer el precio por habitación.

CUADRO # 11 PRECIO DE HOSPEDAJE

PRECIO / PAX	
TEMPORADA BAJA	TEMPORADA ALTA
PRECIO DIA	PRECIO DIA
7,00	9,00

Elaborado por: Janer Malavé

CUADRO # 12 INGRESO DE ALIMENTOS POR PERSONA

INGRESO DE ALIMENTOS POR PERSONAS			
ALIMENTOS	PRECIO UNITARIO	# DE VENTAS	TOTAL VENTAS
DESAYUNOS	2,00	30	\$ 60,00
ALMUERZOS	3,00	25	\$ 75,00
MERIENDA	2,50	30	\$ 75,00
PLATOS A LA CARTA	8,00	15	\$ 120,00
TOTAL	15,50	100	\$ 330,00

Elaborado por: Janer Malavé

El precio del mercado se entiende que depende de la magnitud del servicio que se ofrece, de la infraestructura, y el equipamiento del establecimiento que prestan servicios de alimentación y alojamiento

CUADRO # 13 CALIDAD DE PRODUCTO



	ALTO	MEDIO	BAJO
ALTA	Premium	Penetración	Excelente valor
MEDIA	Sobreprecio	Promedio	Buen Valor
BAJA	Engaño	Pobre	Barato

Elaborado por Janer Malavé

*Estrategia con precio de penetración.-*

Con el fin de obtener mayor clientela, la hospedería ofrecerá un precio bajo de excelente valor, como estrategia para hacerle frente a la competencia.

**4.6.- Diseño Técnico**

Las hospederías comunitarias la conforman cuatro familias que organizan sus hogares para brindar servicio de hospedaje y alimentación. Cada vivienda estará en la capacidad de recibir tres huéspedes por habitación, colocando dos camas en cada una, tal como muestra en el plano.

Estas viviendas son de dos plantas donde por lo general los cuartos del primer piso serán adecuados para los huéspedes que requerirán del servicio.

La vivienda cuenta con 5 dormitorios, 2 en la planta baja y 3 en el primer piso, donde únicamente 2 habitaciones están destinadas a los huéspedes con un baño compartido junto a la escalera.

En el siguiente plano podemos apreciar que se ha implementado un comedor bajo cubierta pero al aire libre junto a la cocina, este comedor cuenta con 5 mesas, cada mesa cuenta con 4 sillas.



## PLANTA BAJA



## PRIMER PISO



1. COMEDOR
2. COCINA
3. DORMITORIO 1
4. DORMITORIO 2
5. BAÑO

Elaborado por Janer Malavé

### ***Adecuación de casas de familia***

- Guardando relación al tipo de construcción de vivienda se adecua un área determinada para la pernoctación y permanencia del turista dentro de la misma. |De estilo popular, tomando en cuenta las características de la casa en donde se realizarán las adecuaciones.
- Las adecuaciones deberán ser destinadas a un área conexas a la casa de familia con dependencia únicamente a las áreas de comedor y sociales.
- El área de uso de visitantes deberá mantener un baño y ducha solo para su uso.
- Se recomienda el uso de baños secos u otro similar para evitar contaminación ambiental por desechos orgánicos.
- Mantener el equipamiento útil e indispensable para la pernoctación.
- El decorado debe llevar recursos artesanales de la zona.

### ***Normas y regulaciones en servicios turísticos - Alimentación***

- Comedor comunitario:
- Se debe establecer en una zona común al Centro Turístico comunitario.
- El grupo encargado de alimentos debe organizarse por medio de un sistema de turnos rotativos.
- Deberá estar conformado por dos ambientes una cocina con todo el equipamiento necesario y un comedor para el servicio de los grupos.
- En el caso de que en la comunidad se vaya a implementar o adecuar un albergue este comedor deberá encontrarse preferentemente dentro del mismo.
- Las comidas deben ser servidas dentro de períodos de tiempo no mayores a cuatro horas aproximadamente entre cada comida principal y entre estas incluir refrigerios.
- En el caso de salidas de alta montaña o recorridos largos (mayores a 1 día) por lo menos la cena tendrá que ser caliente, especialmente si los recorridos son en zonas frías.

- Comedores en casas de familia:
- Este servicio deberá incluirse dentro del hospedaje en casas de familia, especialmente para la hora del desayuno (tipo servicio cama + desayuno)
- Pudiendo otras familias de los CTC únicamente brindar servicios de alimentación sin incluir hospedaje.
- Las comidas deben ser servidas dentro de períodos de tiempo no mayores a cuatro horas aproximadamente entre cada comida principal y entre estas incluir refrigerios.
- En el caso de salidas de alta montaña o recorridos largos (mayores a 1 día) por lo menos la cena tendrá que ser caliente, especialmente si los recorridos son en zonas frías.

#### **4.7.- Estudio de la inversión y financiamiento**

##### **4.7.1.- Inversiones**

Estructura de la inversión

Toda inversión está considerada como el desembolso de dinero para adquirir bienes muebles o inmuebles, tangibles o intangibles, que produzcan ingresos o que presten servicios. La inversión total para el desarrollo de este proyecto está estructurada de la siguiente manera:

CUADRO # 14 INVERSION TOTAL

<b>INVERSION TOTAL</b>	
<b>INVERSION ACTIVOS FIJOS</b>	6.977,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO HOSPEDAJE</b>	19.945,66
<b>CAPITAL DE TRABAJO ALIMENTOS</b>	78.272,69
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	1.778,00
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>106.973,35</b>

Elaborado por: Janer Malavé

Aquí se puede apreciar que la inversión total se ha dividido en la inversión en activos fijos (inversiones tangibles las cuales serán depreciadas según el tiempo de vida útil de cada una de ellas), el capital de trabajo tanto para la línea de hospedaje como para la línea de alimentos, se encuentra también los gastos de constitución que comprende a los gastos que se necesita para poder poner en marcha el proyecto.

### ***Inversión fija***

La Inversión de los Activos Fijos asciende a \$5.975,00 donde se encuentra la compra de equipos de oficina, equipos de computación, muebles y enseres y equipos de cocina. Hay que tomar en cuenta que la adecuación del local se la está considerando en los gastos de constitución.

CUADRO # 15 BALANCE GENERAL

BALANCE INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
CAJA	102.776,35	PRESTAMO BANCARIO	70.000,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	102.776,35	TOTAL PASIVO CORRIENTE	70.000,00
ACTIVOS FIJOS			
EQUIPOS DE COCINA	1.002,00		
EQUIPOS DE COMPUTACION	408,00		
EQUIPO DE OFICINA	15,00		
MUEBLES Y ENSERES	5.552,00	PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5.975,00	CAPITAL	36.973,35
		TOTAL PATRIMONIO	36.973,35
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION	1.778,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	1.778,00		
TOTAL ACTIVOS	106.973,35	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	106.973,35

Elaborado por: Janer Malavé

### *Equipos de oficina*

Como equipos de oficina habrá que disponer tan solo de un teléfono con un costo de \$ 15,00

CUADRO # 16 EQUIPOS DE OFICINA

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO UNITARIO US\$</b>	<b>COSTO TOTAL US\$</b>
<b>1</b>	Teléfono	15	15
<b>TOTAL</b>		<b>15,00</b>	<b>15,00</b>

Elaborado por: Janer Malavé

### *Equipos de computación*

En este rubro comprende una computadora y una impresora. No se considera a los equipos de computación como equipos de oficina ya que estos tienen un menor tipo de vida útil, por lo cual debemos de tomar en cuenta al momento de depreciarlos. El monto de dichos equipos suma un total de \$408,00

CUADRO # 17 EQUIPOS DE COMPUTACION

<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO UNITARIO US\$</b>	<b>COSTO TOTAL US\$</b>
<b>1</b>	Computadora	318	318
<b>1</b>	Impresora	90	90
<b>TOTAL</b>			<b>408,00</b>

Elaborado por: Janer Malavé

## Muebles y enseres

Se lo conoce también como mobiliario, son los bienes móviles que forman parte de las instalaciones, tal como muestra la tabla. Generan un costo total de \$ 5.552,00

CUADRO # 18 MUEBLES Y ENSERES

MUNEBLES Y ENCERES			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
2	Sillas de oficinas	48,00	96,00
2	Escritorio	65,00	130,00
4	Extintores	28,00	112,00
8	Camas sencillas plaza 1 1/2	85,00	680,00
8	Camas de 2 plazas	105,00	840,00
8	Colchones plaza 1 1/2	110,00	880,00
8	Colchones	140,00	1.120,00
8	Cortinas de dormitorio	10,00	80,00
8	Veladores	40,00	320,00
8	Varillas para baños	8,00	64,00
8	Juegos de accesorios para baños	17,00	136,00
8	Espejos	6,00	48,00
8	Cortinas de baños	7,00	56,00
5	Mesas	45,00	225,00
20	Sillas plásticas	11,00	220,00
1	Lavadora	545,00	545,00
TOTAL			5.552,00

Elaborado por: Janer Malavé

### ***Equipo de cocina***

Para equipar el restaurante se necesita invertir \$ 1.002,00

CUADRO #19 EQUIPOS DE COCINA

EQUIPOS DE COCINA			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
1	Cocina Industrial	280	280
1	microondas	80	80
1	licuadora	25	25
1	tostadora	17	17
1	Refrigeradora	600	600
TOTAL		385,00	1.002,00

Elaborado por: Janer Malavé

### **4.7.2.- Inversión en capital de trabajo**

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra entre otros, esto es lo que se conoce como capital de trabajo el cual se ha seccionado en capital de trabajo para la elaboración de alimentos, y el capital de trabajo para prestar el servicio de hospedaje.

#### ***Capital de trabajo hospedaje***

El capital de trabajo que se necesita para prestar el servicio de hospedaje es el conjunto de gastos que las personas utilizan durante el tiempo de su hospedaje. Este rubro se puede clasificar en útiles de aseo, suministros, mano de obra, y costos directos del servicio.

CUADRO # 20 COSTOS DE HOSPEDAJE

COSTOS HOSPEDAJE	
SUMINISTROS	1.440,00
MANO DE OBRA	9.833,39
COSTOS DIRECTOS DEL SERVICIO	1.824,00
UTILES DE ASEO	566,40
TOTAL	13.663,79

Elaborado por: Janer Malavé

### Útiles de aseo

El monto que se va a utilizar en los implementos y materiales de limpieza para las habitaciones y baños asciende a \$ **566,40**

CUADRO # 21 UTILES DE ASEO

UTILES DE ASEO				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	GASTO MENSUAL	GASTO TOTAL ANUAL
Desinfectante	4	2,00	8,00	96,00
Tips Ambiental	8	1,00	8,00	96,00
Cloro	6	1,45	8,70	104,40
Deja	5	4,50	22,50	270,00
TOTAL			47,20	566,40

Elaborado por: Janer Malavé

### *Suministros*

Es todo lo que va a utilizar el huésped durante su estadía, y se ha presupuestado \$ 1.440,00



CUADRO # 22 SUMINISTROS

SUMINISTROS				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO POR JUEGO	GASTO TRIMESTRAL	GASTO TOTAL ANUAL
Sabanas	16	15,00	240,00	960,00
Almohadas	24	3,50	84,00	336,00
Royos de papel higiénico	20	0,35	7,00	84,00
Jabón	100	0,05	5,00	60,00
<b>TOTAL</b>			324,00	1440,00

Elaborado por: Janer Malavé

***Costos directos del servicio***

A los costos directos se le ha asignado el monto de \$ 1.824,00 son los servicios básicos que van a ocupar los huéspedes.

CUADRO # 23 GASTOS SERVICIOS BASICOS

GASTOS SERVICIOS BASICOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Energía Eléctrica	80,00	960,00
Agua Potable	72,00	864,00
<b>TOTAL</b>	152,00	1824,00

Elaborado por: Janer Malavé

**Mano de obra**

La mano de obra se ha presupuestado en

### Capital de trabajo alimentos

CUADRO #24 MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
VERDURAS			7,00
LEGUMBRES			7,00
ARROZ	9	0,35	3,15
AZUCAR	4	0,50	2,00
EMBUTIDOS	3	2,00	6,00
CARNES DE RES	7	3,00	21,00
POLLO	4	7,00	28,00
MARISCOS	8	4,75	38,00
FRUTAS	6	1,00	6,00
LACTEOS	5	1,00	5,00
GRANOS (FREJOLES, LENTEJAS, ETC)	4	1,30	5,20
PASTAS (TALLARIN, LAZO, CDITOS, ETC)	2	0,75	1,50
ACEITE	2	1,60	3,20
OTROS			5,00
TOTAL POR DIA			138,05
TOTAL POR MES			1656,60

Elaborado por: Janer Malavé

CUADRO # 25 CAPITAL DE TRABAJO ALIMENTOS

CAPITAL DE TRABAJO			
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
MATERIA PRIMA			1656,60
MATERIAS ANEXAS A LA PRODUCCION			250,95
PLATOS PORCELANA	20	0,70	14,00
CUBIERTOS	10	0,55	5,50
VASOS DE VIDREO	15	0,70	10,50
CONTENEDORES DESCARTABLES (25 UNIDADES)	30	2,50	75,00
CUBIERTOS DESCARTABLES (50 UNIDADES)	45	0,90	40,50
TARRINA 1LT. ( 50 UNIDADES)	15	2,50	37,50
SERVILLETAS ( 10 PAQUETES)	12	2,10	25,20
FUNDAS TRICOLOR No 6 (100 UNIDADES)	15	2,50	37,50
FUNDAS 5X8 (100 UNIDADES)	15	0,35	5,25
COMBUSTIBLE ( GAS)	6	2,00	12,00
MATERIALES DE LIMPIEZA			25,00
COSTO DE PRODUCCION ALIMENTOS MENSUAL			1944,55
COSTO DE PRODUCCION ALIMENTOS ANUAL			58336,50

Elaborado por: Janer Malavé

### ***Mano de obra***

Para la mano de obra en el restaurante se ha asignado salarios a un administrador, un jefe de cocina un ayudante de cocina y un mesero y el costo presupuestado es de \$ **19.936,19** Véase en el anexo

### **Gastos administrativos**

CUADRO # 26 GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
RUBROS	ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	5.051,40
UTILES DE OFICINA	230,47
SERVICIOS BASICOS	900,00
PUBLICIDAD	100,00
TOTAL	6.281,87

Elaborado por: Janer Malavé

### **Sueldos y salarios**

En lo que respecta a la parte administrativa se va a necesitar solo de un administrador con un costo anual de \$ **5.051,40**

### ***Útiles de oficina***

CUADRO #27 UTILES DE OFICINA

UTILES DE OFICINA				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	GASTO MENSUAL	GASTO TOTAL ANUAL
Papel	100	0,01	0,76	9,12
Esferos	5	0,30	1,50	18,00
Lápices	5	0,30	1,50	18,00
facturas	1	8,00	8,00	96,00
Tinta	1	4,50	4,50	54,00
Perforadora	1	3,20	3,20	3,20
Grapadora	1	3,35	3,35	3,35
Clip (cajita)	2	1,20	2,40	28,80
TOTAL			33,47	230,47

Elaborado por: Janer Malavé

### *Servicio Básicos*

CUADRO # 28 GASTOS EN SERVICIOS BASICOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS SERVICIOS BASICOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Teléfono	25,00	300,00
Energía Eléctrica	30,00	360,00
Agua Potable	20,00	240,00
TOTAL	75,00	900,00

Elaborado por: Janer Malavé

### *Publicidad*

Respecto a la publicidad no se va a enfatizar mucho pues es una comuna pequeña, así que solo le asignaremos un valor de \$ 100

### **GASTOS DE CONSTITUCION**

Los gastos de constitución son aquellos de los cuales necesitamos para poner en marcha nuestra empresa, y esta asciende a un monto de \$ **1.778,00**

CUADRO # 29 GASTOS DE CONSTITUCION

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	278,00
Cuerpo de Bombero	40,00
Certificado de no deudor	14,00
Certificado de funcionamiento	219,00
Certificado de servicio técnico	1,00
Certificado de Salud	4,00
GASTOS DE INSTALACION	1.500,00
Adecuación del local	1.500,00
TOTAL	1.778,00

Elaborado por: Janer Malavé

### ***Otros gastos fijos***

Está compuesto por la depreciación. La depreciación de activos fijos refleja la pérdida de valor de los equipos, muebles, edificios, como consecuencia de su uso. El método de depreciación de los activos fijos a utilizar es el de línea recta, el cual se realiza dividiendo el coste inicial de cada activo fijo para el número de años de vida útil, y así determinar a su vez el valor de salvamento de cada activo adquirido. Ver anexo.

### **4.7.3.- Financiamiento**

Este proyecto se financiará con un Capital propio del 35% y mediante un crédito a la Corporación Financiera Nacional del 65%, lo cual cubre el 100% del proyecto

CUADRO # 30 FINANCIAMIENTO

INVERSION TOTAL		
INVERSION ACTIVOS FIJOS	6.977,00	
CAPITAL DE TRABAJO HOSPEDAJE	19.945,66	
CAPITAL DE TRABAJO ALIMENTOS	78.272,69	
GASTOS DE CONSTITUCION	1.778,00	
TOTAL INVERSION	106.973,35	
FINANCIAMIENTO		
BANCO	70.000,00	65%
CAPITAL SOCIAL	36.973,35	35%
TOTAL	106.973,35	

Elaborado por: Janer Malavé

### ***Amortización de la Deuda***

El préstamo se amortizara según los plazos y los porcentajes de interés que haya impuesto la CFN, ya que es la entidad a la cual nos reportaremos por el crédito adquirido.

CUADRO # 31PRESTAMO BANCARIO

PERIODO	10 años
PRESTAMO	70.000,00
INTERES	10%
CUAOTA ANUAL	11.392,18
CUATA MENSUAL	949,35

Elaborado por: Janer Malavé

CUADRO # 32 AMORTIZACION DE PRESTAMO BANCARIO

AMORTIZACIÓN DE PRESTAMO BANCARIO				
# DE PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PRESTAMO AMORTIZADO	SALDO DEL PRESTAMO
2012				70.000,00
2013	11.392,18	7.000,00	4.392,18	65.607,82
2014	11.392,18	6.560,78	4.831,40	60.776,43
2015	11.392,18	6.077,64	5.314,53	55.461,89
2016	11.392,18	5.546,19	5.845,99	49.615,90
2017	11.392,18	4.961,59	6.430,59	43.185,32
2018	11.392,18	4.318,53	7.073,65	36.111,67
2019	11.392,18	3.611,17	7.781,01	28.330,66
2020	11.392,18	2.833,07	8.559,11	19.771,55
2021	11.392,18	1.977,15	9.415,02	10.356,53
2022	1.392,18	1.035,65	10.356,53	-
		43.921,78	70.000,00	

Elaborado por: Janer Malavé

#### 4.7.4.- Ingresos

La operación de la hostería comunitaria se basa en prestar servicios de alojamiento y alimentación, por lo que se ha dividido los ingresos para un mejor estudio.

##### *Ingresos por hospedaje*

En primer lugar hay que tomar en cuenta que el sector turístico enfrenta temporadas altas y bajas. Para presupuestar el ingreso se considera el número de habitaciones, personas pro habitación, y el precio de la habitación.

CUADRO # 33 INGRESO POR SERVICIO DE ALOJAMIENTO

INGRESO POR SERVICIO DE ALOJAMIENTO							
No DE HABITACIONES	No PERSONAS POR HABITACION	TOTAL DE PERSONAS EN HOSSPDERIA	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA		PROMEDIO DEL PRECIO TOTAL
			PRECIO DIA	PRECIO TOTAL	PRECIO DIA	PRECIO TOTAL	
8	3	24	7,00	168,00	9,00	216,00	192,00

Elaborado por: Janer Malavé

En la siguiente tabla se obtiene una proyección de los ingresos mensuales por el servicio de alojamiento. Se ha considerado el precio total de las habitaciones por día, el porcentaje de ocupación al mes y las temporadas altas y bajas. Esto arroja un monto de \$ 42.624,00 para el primer año

CUADRO # 34 INGRESO MENSUALES POR ALOJAMIENTO

INGRESOS MENSUALES POR ALOJAMIENTO				
MESES	PRECIO TOTAL HABITACIONES POR DIA	DIAS OCUPADOS	% OCUPACION AL MES	INGRESOS
ENERO	192,00	24	79%	\$ 4.550,40
FEBRERO	192,00	26	85%	\$ 4.896,00
MARZO	192,00	25	84%	\$ 4.838,40
ABRIL	192,00	14	45%	\$ 2.592,00
MAYO	192,00	13	44%	\$ 2.534,40
JUNIO	192,00	21	70%	\$ 4.032,00
JULIO	192,00	19	64%	\$ 3.686,40
AGOSTO	192,00	14	46%	\$ 2.649,60
SEPTIEMBRE	192,00	13	42%	\$ 2.419,20
OCTUBRE	192,00	12	39%	\$ 2.246,40
NOVIEMBRE	192,00	20	68%	\$ 3.916,80
DICIEMBRE	192,00	22	74%	\$ 4.262,40
TOTAL DE INGRESOS ANUAL				\$ 42.624,00

Elaborado por: Janer Malavé

*Ingresos por alimentación*

CUADRO # 35 INGRESO POR ALIMENTOS

INGRESO DE ALIMENTOS POR PERSONAS			
ALIMENTOS	PRECIO UNITARIO	# DE VENTAS	TOTAL VENTAS
DESAYUNOS	2,00	30	\$ 60,00
ALMUERZOS	3,00	25	\$ 75,00
MERIENDA	2,50	30	\$ 75,00
PLATOS A LA CARTA	8,00	15	\$ 120,00
TOTAL	15,50	100	\$ 330,00

Elaborado por: Janer Malavé



CUADRO # 36 INGRESO POR ALIMENTO ANUAL

INGRESOS POR ALIMENTOS VENDIDOS				
MESES	TOTAL INGRESO DIARIO	DIAS OCUPADOS (VIERNES, SABADOS, DOMINGOS)	% OCUPACION AL MES	INGRESOS
ENERO	330,00	29	95%	9.405,00
FEBRERO	330,00	29	98%	9.702,00
MARZO	330,00	28	94%	9.306,00
ABRIL	330,00	26	85%	8.415,00
MAYO	330,00	24	80%	7.920,00
JUNIO	330,00	26	88%	8.712,00
JULIO	330,00	25	82%	8.118,00
AGOSTO	330,00	23	76%	7.524,00
SEPTIEMBRE	330,00	24	79%	7.821,00
OCTUBRE	330,00	23	75%	7.425,00
VE	330,00	26	87%	8.613,00
DICIEMBRE	330,00	29	96%	9.504,00
TOTAL ANUAL				\$ 102.465,00

Elaborado por: Janer Malavé

#### 4.8.- Estudio económico y financiero

Los estados financieros fueron proyectados a 10 años, con una tasa de crecimiento de ingresos del 10 % obtenida el crecimiento anual de la demanda

##### *Estado de Resultados*

Empleando las tablas de los numerarios anteriores se ha obtenido el Estado de Resultados que se muestran en el siguiente cuadro en el anexo

En éste se ha considerado el lapso de operación del 2013 al 2022. Se observa en el estado financiero que en el primer año de operación se obtuvo una utilidad neta de \$ 23.062,31 que corresponde al 15,90% de los ingresos totales del año.

### ***Flujo de Caja***

Para determinar la realización de los ingresos y gastos que el hostel va a experimentar en el periodo de 10 años, se tuvo que trabajar en base al estado de resultados. Esto permite determinar el flujo de caja. A partir de estos estados financieros se realizará la evaluación económica y financiera del proyecto. Ver anexo

#### **4.8.1.- Evaluación Financiera del Proyecto**

La evaluación financiera del proyecto apunta a medir su bondad. Se ha utilizado los siguientes indicadores:

##### ***VAN, Valor Actual Neto***

El VAN mide la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total que se indica en el año cero.

Si éste es mayor a cero, mostrará el monto que se ganará en el proyecto después de haber recuperado la inversión. Si es igual a cero, muestra exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido. Finalmente, si es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión.

El VAN obtenido es de \$ 201.892,77 como saldo positivo. Por lo tanto el proyecto es rentable.

CUADRO # 37 INDICADORES DE RENTABILIDAD

INDICADORES DE RENTABILIDAD	
Años	Flujo neto disponible
AÑO 0	\$ -106.973,35
AÑO 1	\$ 19.463,04
AÑO 2	\$ 26.474,60
AÑO 3	\$ 32.694,70
AÑO 4	\$ 40.548,87
AÑO 5	\$ 48.902,99
AÑO 6	\$ 57.856,41
AÑO 7	\$ 68.742,81
AÑO 8	\$ 80.459,34
AÑO 9	\$ 93.139,75
AÑO 10	\$ 108.155,66
VAN	\$ 201.892,77
TIR	33,69%

Elaborado por: Janer Malavé

***TIR, Tasa Interna de Retorno***

Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea cero, y ésta tasa está representada por la TIR.

Se obtuvo una TIR del 33,69% que resulta del flujo de caja. Con esto queda demostrado que el proyecto es rentable ya que el porcentaje de ganancia es superior a la tasa exigida que se había estimado.

$TIR > TD$

$33,69\% > 10,47\%$

**Periodo de Recuperación (PayBack)**

Es uno de los métodos más utilizados para realizar la evaluación económica de un proyecto. Sirve para calcular el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial. Para esto se tomó en cuenta la tasa estimada de rentabilidad

exigida del 10.47 %, y de acuerdo a los resultados el monto de la inversión se recupera en el cuarto año operativo, es decir dentro del periodo estudiado. Por lo tanto esto demuestra una vez más que esta sería una inversión bastante atractiva.

#### 4.8.2.- Punto de equilibrio

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la hostería comunitaria debe realizar para no perder, ni ganar. En el punto de equilibrio de un negocio las ventas de servicios son iguales a los costos y los gastos. Al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar se produce pérdida.

Fórmula para calcular el punto de equilibrio:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Precio}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable}}$$

Debido a que nuestra empresa genera dos ingresos tanto para hospedaje como para alimentación se ha calculado diferente punto de equilibrio.

#### Punto de equilibrio en hospedaje

El nivel de ventas para no ganar, ni perder es de \$ 9.245,74 , este es el punto de equilibrio para el hostel.

La cantidad de plazas que deben de ocupar nuestros servicios para no perder ni ganar es de 1156, que representa el 22% del total.

El costo fijo permanece invariable, independientemente del volumen de ventas, mientras que el costo variable está relacionado directamente con el volumen de ingresos o ventas.

CUADRO # 38 PUNTO DE EQUILIBRIO ALOJAMIENTO

PRECIO DE VENTA UNITARIO (POR PLAZA)	\$ 8,00
UNIDADES VENDIDAS ( No DE PLAZAS AL AÑO )	5328
TOTAL DE INGRESOS	\$ 42.624,00
COSTO FIJO TOTAL	\$ 6.281,87
COSTO VARIABLE TOTAL ( CVT )	\$ 13.663,79
COSTO VARIABLE UNITARIO = CVT / No UNID. VENDIDAS	\$ 2,56

Elaborado por: Janer Malavé

GRAFICO #28 PUNTO DE EQUILIBRIO ALOJAMIENTO



Elaborado por: Janer Malavé

### Punto de equilibrio en alimentación

El nivel de ventas para no ganar, ni perder es de \$ 48.132,30 , este es el punto de equilibrio para el hostel.

La cantidad de plazas que deben de ocupar nuestros servicios para no perder ni ganar es de 10925, que representa el 37% del total.

El costo fijo permanece invariable, independientemente del volumen de ventas, mientras que el costo variable está relacionado directamente con el volumen de ingresos o ventas.

CUADRO # 39 PUNTO DE EQUILIBRIO ALIMENTACION

PRECIO DE VENTA UNITARIO PROMEDIO	\$ 3,88
UNIDADES VENDIDAS ( No DE PLAZAS AL AÑO )	29498
TOTAL DE INGRESOS	\$ 102.465,00
COSTO FIJO TOTAL	\$ 20.729,09
COSTO VARIABLE TOTAL ( CVT )	\$ 58.336,50
COSTO VARIABLE UNITARIO = CVT / No UNID. VENDIDAS	\$ 1,98

Elaborado por: Janer Malavé

GRAFICO #29 PUNTO DE EQUILIBRIO ALIMENTACION



Elaborado por: Janer Malavé

Como se puede observar el turismo comunitario tiene impactos positivos para la comunidad rural, se convierte en una alternativa productiva que no desplaza las actividades tradicionales del sector. Los beneficios económicos de su operación se pueden revertir a la comunidad para el mejoramiento de su nivel de vida; genera empleo, evitando altos índices de migración en las comunidades. y dinamiza la economía local.

## CONCLUSIONES

- Los resultados del proyecto indican que el mismo es rentable, se estima que en el cuarto año se paga la deuda adquirida con el Banco, con un incremento anual de ventas del 10% cada año hasta llegar al 2022
- A través de la aplicación de estrategias de promoción, las hospederías comunitarias, obtendrán el 16% de utilidad neta sobre ventas.
- Las hospederías comunitarias estarán sujetas a las Normas y regulaciones en servicios turísticos ó hospedaje y alimentación en cuanto a la adecuación y servicios.
- El proyecto tendrá un impacto social y económico en las familias que pertenecen a la Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar. prestando servicio de hospedaje alimentación, generando ingresos económicos para satisfacer las necesidades básicas.

## **RECOMENDACIONES**

- Poner en marcha el proyecto, ya que es considerado rentable, involucrar a otras familias con el fin de que esta clase de servicio se extienda en la comunidad, para cubrir las necesidades de la demanda futura.
- Aplicar acciones orientadas a captar una mayor demanda de clientes, a través de convenios institucionales y operadoras intermediarias que requieran el servicio de hospedaje y alimentación.
- Aplicar las normas y regulaciones en servicios turísticos ó hospedaje y alimentación, como un proceso normativo que facilite el desarrollo de esta actividad de una manera sostenible y sustentable.
- Ofrecer un servicio de hospedaje y alimentación de calidad, con el fin de fidelizar al cliente y posicionarse en el mercado.



## **BIBLIOGRAFÍA**

ANDRADE, JOSE VICENTE (2005).-Turismo, fundamentos i Dimensiones Editorial S.P., Ática. .

ASCANIO, ALFREDO. (2007) Turismo y Planificación Hotelera: Evaluación Económica y Ambiental, Editorial Campinas Papirus .

ASOCIACIÓN PARA EL USO, MANEJO Y CONSERVACIÓN DEL MANGLAR (2010) El plan de Tur.

BANDUCCI, ALVARO & BARRETTO, MARGARITA (2006).- Turismo e Identidad Local: Una Visión Antropológica, Campinas, Papirus.

BONILLA, G. Y CANDO, M. Tesis Propuesta de un Modelo para la Implementación, Operación y Administración de la Red de Hospederías Comunitarias de la Parroquia Manglaralto, Guayaquil, 2001

CALDAS MOLINA Marco. (2000) preparación y evaluación de proyectos: Manual Práctico. Tercera edición. Quito-Ecuador.

DELGADO LEONOR Y HELENA GIL (2006) Guía de Turismo Rural Comunitario Editorial Luciérnaga.

Directrices para el desarrollo del Turismo Comunitario, WWF Internacional, Julio 2005. Ecuador)., F. P.

DOMINGUES, CELESTINO (2006).-Diccionario técnico de turismo, Publicaciones Don Quijote, .

EL PLAN DE TURISMO COMUNITARIO DE PALMAR Asociación para el Uso, Manejo y Conservación del Manglar de Palmar año 2010. .

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL 2008. Plan estratégico participativo de la comuna Palmar. .

FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR (2007) Guía de Turismo Comunitario del Ecuador. .

INFORME TÉCNICO (2009) òReforestación en el Manglar de Palmar .

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2007 Impactos positivos del turismo comunitario,

JUAN MEDINA (2007) El Turismo Comunitario Sostenible en Área Rural. .

LEY DE TURISMO DEL ECUADOR

PROGRAMA DE MANEJOS DE RECURSOS COSTEROS (2007) El estudio de capacidad de carga caracterización plantas turísticas.

EL PLAN ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO DE LA COMUNA PALMAR (2008),

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS (Decreto No. 3400) Publicado en el Registro Oficial No. 726 de 17 de diciembre del 2002. .

RUIZ BALLESTEROS, ESTEBAN, (2009) Cultura, Comunidad y Turismo. Ensayos sobre el Turismo Comunitario en Ecuador: Ediciones Abya Yala.

SERRANO JOVER, 2010 Características de la empresa turística, Fundación Universidad-Empresa. Madrid.

SITIO WEB:

WWF INTERNACIONAL, JULIO 2006. Directrices para el desarrollo del turismo comunitario.

<http://www.ieem.org.mx/Ppol/mapa/fichass/ocuilan.html>.

<http://www.kiskeya-alternative.org/publica/diversos/rural-tur-gurria.html>.

<http://www.ub.es/geocrit/sn-69-55.htm>.

# ANEXOS

## ANEXO I

### ENCUESTAS DIRIGIDAS A LAS FAMILIAS

**¿Considera usted que es importante desarrollar el turismo comunitario en Palmar?**

Ítems	Valoración	F	%
1	SI	15	83%
	NO	0	0%
	TAL VEZ	3	17%
	TOTAL	18	100%

**¿Las familias de Palmar tienen oportunidad de trabajo en la comunidad?**

Ítems	Valoración	F	%
2	SI	0	0%
	NO	14	78%
	RARA VEZ	4	22%
	TOTAL	18	100%

**¿Usted ha tenido iniciativa para emprender en un negocio?**

Ítems	Valoración	F	%
3	SIEMPRE	1	5%
	FRECIENTEMEN TE	12	67%
	RARA VEZ	5	28%
	NUNCA	0	100%
	TOTAL	18	

**¿Ha pensado usted brindar hospedaje a los que visitan la comunidad?**

Ítems	Valoración	F	%
4	SI	2	11%
	NO	11	61%
	RARA VEZ	5	28%
	TOTAL	18	100%

**¿Su casa cuenta con habitaciones disponible con el fin de dar servicio de alojamiento a cambio de remuneración económica?**

Ítems	Valoración	F	%
5	SI	7	39%
	NO	5	28%
	RARA VEZ	6	33%
	TOTAL	18	100%

**¿Usted estaría interesada en conformar una empresa que brinde alojamiento y alimentación en Palmar?**

Ítems	Valoración	F	%
6	SI	18	100%
	NO	0	0%
	RARA VEZ	0	0%
	TOTAL	18	100%

**¿Formaría usted parte en la conformación de hospederías comunitarias en Palmar?**

Ítems	Valoración	F	%
7	SI	17	94%
	NO	0	0%
	TAL VEZ	1	6%
	TOTAL	18	100%

¿Considera usted que la creación de hospederías comunitarias crearía ingresos económicos para las familias de Palmar?

Ítems	Valoración	F	%
8	SI	17	94%
	NO	0	0%
	TAL VEZ	1	6%
	TOTAL	18	100%

¿Considera usted que el desarrollo del turismo comunitario revitaliza la cultura de Palmar?

Ítems	Valoración	F	%
9	SI	14	78%
	NO	0	0%
	TAL VEZ	4	22%
	TOTAL	18	100%

¿Cree usted que la creación de hospederías comunitarias genera productividad en la organización comunitaria custodia del manglar de Palmar?

Ítems	Valoración	F	%
10	SI	16	89%
	NO	0	0%
	TAL VEZ	2	11%
	TOTAL	18	100%

## ANEXO II

### ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS TURISTAS

¿Cuál es su lugar de Procedencia?			
Ítems	Valoración	F	%
11	15 ó 20 Años	18	18%
	21 ó 30 Años	25	25%
	31 en adelante	57	57%
	TOTAL	100	100%

¿Cuál es su nivel de estudio?			
Ítems	Valoración	F	%
12	Primaria	8	8%
	Secundaria	28	28 %
	Universitaria	64	64 %
	TOTAL	100	100%

¿Con cuantas personas viaja usted?			
Ítems	Valoración	F	%
13	1 ó 2 Personas	31	31%
	3 ó 4 Personas	40	40%
	5 ó 6 Personas	18	18%
	7 o más Personas	11	11%
	TOTAL	100	100%



¿Quiénes son los acompañantes?			
Ítems	Valoración	F	%
14	Amigos	14	14%
	Familiares	86	86%
	TOTAL	100	100%

¿Cuál es su motivación principal para visitar a este lugar?			
Ítems	VARIABLE	F	%
15	Sol y Playa	23	23%
	Senderismo	17	17%
	Observación flora y fauna	23	23%
	Familia	19	19%
	Trabajo	18	18%
	TOTAL	100	100%

¿Cuál es el tiempo de estadio en la comuna de Palmar y en sus alrededores?			
Ítems	Valoración	F	%
16	1 ó 2 Noches	49	49%
	3 ó 4 Noches	36	36%
	5 -6 noches	13	13%
	7 en adelante	2	2%
	TOTAL	100	100%

¿Hasta cuánto estaría en capacidad de pagar por un servicio de alojamiento?

Ítems	Valoración	F	%
17	5 Dólares	27	27%
	10 Dólares	42	42%
	15 Dólares	23	23%
	20 Dólares	6	6%
	25 Dólares en adelante	2	2%
	TOTAL	100	100%

¿Cómo calificaría usted el servicio de alimentación en este sector?

Ítems	Valoración	F	%
18	Buena	47	47%
	Muy Buena	31	31%
	Regular	18	18%
	Mala	4	4%
	TOTAL	100	100%

### ANEXO III

### FOTOS



*Playa de Palmar y un brazo de mar que entra en el manglar/  
Tomada por: Janer Malavé*



*Manglar de Palmar  
Tomada por: Janer Malavé*



*Casas que serán hospederías comunitarias  
Tomadas por: Janer Malavé*



*Habitación de la hospedería comunitaria òDE IRISö  
Tomadas por: Janer Malavé*

**ANEXO IV**

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>										
No DE TRABAJADORES	CARGO		SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL
					13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones		
1	Administrador	300,00	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
<b>1</b>	<b>TOTAL</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>3.600,00</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>150,00</b>	<b>401,40</b>	<b>5.051,40</b>

Elaborado por: Janer Malavé

<b>MANO DE OBRA DIRECTA HOSPEDERIA</b>										
No DE TRABAJADORES	CARGO		SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL
					13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones		
1	Recepcionista	292,00	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
1	Camarero	292,00	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
<b>2</b>	<b>TOTAL</b>	<b>584,00</b>	<b>584,00</b>	<b>7.008,00</b>	<b>584,00</b>	<b>584,00</b>	<b>584,00</b>	<b>292,00</b>	<b>781,39</b>	<b>9.833,39</b>

Elaborado por: Janer Malavé

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>										
No DE TRABAJADORES	CARGO		SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL
					13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones		
1	Administrador	300,00	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Jefe de cocina	300,00	300,00	3.600,00	300,00	300,00	300,00	150,00	401,40	5.051,40
1	Ayudante de cocina	292,00	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
1	mesero	292,00	292,00	3.504,00	292,00	292,00	292,00	146,00	390,70	4.916,70
<b>4</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.184,00</b>	<b>1.184,00</b>	<b>14.208,00</b>	<b>1.184,00</b>	<b>1.184,00</b>	<b>1.184,00</b>	<b>592,00</b>	<b>1.584,19</b>	<b>19.936,19</b>

Elaborado por: Janer Malavé

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS												
ACTIVO FIJO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL (2013)	DEPRECIACION ANUAL (2014)	DEPRECIACION ANUAL (2015)	DEPRECIACION ANUAL (2016)	DEPRECIACION ANUAL (2017)	DEPRECIACION ANUAL (2018)	DEPRECIACION ANUAL (2019)	DEPRECIACION ANUAL (2020)	DEPRECIACION ANUAL (2021)	DEPRECIACION ANUAL (2022)
ADMINISTRACION Y VENTAS												
EQUIPOS DE COMPUTACION	408,00	3	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00
EQUIPOS DE OFICINA	15,00	10	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
MUEBLES DE OFICINA	5.552,00	10	555,20	555,20	555,20	555,20	555,20	555,20	555,20	555,20	555,20	555,20
EQUIPOS DE COCINA	1.002,00	10	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20
TOTAL DEPRECIACION	7.929,00		792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90
DEPRECIACION ACUMULADA	7.929,00		792,90	1585,80	2378,70	3171,60	3964,50	4757,40	5550,30	6343,20	7136,10	7929,00

Elaborado por: Janer Malavé

## ESTADO DE RESULTADOS

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>INGRESOS</b>										
<b>VENTAS DE HOSPEDAJE</b>	42.624,00	46.886,40	51.575,04	56.732,54	62.405,80	68.646,38	75.511,02	83.062,12	91.368,33	100.505,16
<b>COSTOS</b>	13.663,79	14.377,04	15.127,52	15.917,18	16.748,06	17.622,31	18.542,19	19.510,09	20.528,52	21.600,11
<b>VENTAS DE ALIMENTOS</b>	102.465,00	112.711,50	123.982,65	136.380,92	150.019,01	165.020,91	181.523,00	199.675,30	219.642,83	241.607,11
<b>COSTOS</b>	79.065,59	83.192,82	87.535,48	92.104,83	96.912,71	101.971,55	107.294,46	112.895,23	118.788,37	124.989,12
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>52.359,62</b>	<b>62.028,04</b>	<b>72.894,69</b>	<b>85.091,45</b>	<b>98.764,04</b>	<b>114.073,43</b>	<b>131.197,36</b>	<b>150.332,09</b>	<b>171.694,27</b>	<b>195.523,05</b>
<b>GASTOS ADM.</b>										
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	5.051,40	5.051,40	5.051,40	5.051,40	5.051,40	5.051,40	5.051,40	5.051,40	5.051,40	5.051,40
<b>UTILES DE OFICINA</b>	230,47	242,50	255,16	268,48	282,49	297,24	312,75	329,08	346,26	364,33
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	900,00	946,98	996,41	1.048,43	1.103,15	1.160,74	1.221,33	1.285,08	1.352,16	1.422,75
<b>TOTAL GASTOS ADM.</b>	6.181,87	6.240,88	6.302,97	6.368,30	6.437,05	6.509,38	6.585,48	6.665,56	6.749,82	6.838,48
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>										

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90	792,90
GASTOS CONSTITUCION	1.778,00									
GASTOS FINANCIEROS	7.000,00	6.560,78	6.077,64	5.546,19	4.961,59	4.318,53	3.611,17	2.833,07	1.977,15	1.035,65
TOTAL DE GASTOS NO DESEMBOLSABLES	9.570,90	7.353,68	6.870,54	6.339,09	5.754,49	5.111,43	4.404,07	3.625,97	2.770,05	1.828,55
TOTAL GASTOS	15.752,77	13.594,56	13.173,51	12.707,39	12.191,54	11.620,81	10.989,55	10.291,53	9.519,88	8.667,03
( + ) OTROS INGRESOS										
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	<b>36.606,85</b>	<b>48.433,48</b>	<b>59.721,17</b>	<b>72.384,05</b>	<b>86.572,51</b>	<b>102.452,62</b>	<b>120.207,81</b>	<b>140.040,56</b>	<b>162.174,40</b>	<b>186.856,02</b>
TRABAJADORES ( 15% )	5.491,03	7.265,02	8.958,18	10.857,61	12.985,88	15.367,89	18.031,17	21.006,08	24.326,16	28.028,40
IMPUESTOS (22%)	8.053,51	10.655,37	13.138,66	15.924,49	19.045,95	22.539,58	26.445,72	30.808,92	35.678,37	41.108,32
UTILIDAD NETA	23.062,31	30.513,09	37.624,34	45.601,95	54.540,68	64.545,15	75.730,92	88.225,55	102.169,87	117.719,29
	15,90%	19,12%	21,43%	23,61%	25,68%	27,62%	29,46%	31,20%	32,85%	34,41%

**Elaborado por: Janer Malavé**



FLUJOS DE EFECTIVO										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>INGRESOS HOSPEDAJE</b>	42.624,00	46.886,40	51.575,04	56.732,54	62.405,80	68.646,38	75.511,02	83.062,12	91.368,33	100.505,16
<b>COSTOS</b>	13.663,79	14.377,04	15.127,52	15.917,18	16.748,06	17.622,31	18.542,19	19.510,09	20.528,52	21.600,11
<b>INGRESOS ALIMENTOS</b>	102.465,00	112.711,50	123.982,65	136.380,9 2	150.019,01	165.020,91	181.523,00	199.675,30	219.642,83	241.607,11
<b>COSTOS</b>	79.065,59	83.192,82	87.535,48	92.104,83	96.912,71	101.971,55	107.294,46	112.895,23	118.788,37	124.989,12
<b>TOTAL INGRESOS</b>	52.359,62	62.028,04	72.894,69	85.091,45	98.764,04	114.073,43	131.197,36	150.332,09	171.694,27	195.523,05
<b>EGRESOS</b>										

<b>PAGO DE GASTOS ADM</b>	6.181,87	6.240,88	6.302,97	6.368,30	6.437,05	6.509,38	6.585,48	6.665,56	6.749,82	6.838,48
<b>PAGO DE GASTOS FINANCIEROS</b>	7.000,00	6.560,78	6.077,64	5.546,19	4.961,59	4.318,53	3.611,17	2.833,07	1.977,15	1.035,65
<b>PAGO DE GASTOS DE CONSTITUCION</b>	1.778,00									
<b>PAGO DE PRESTAMO BANC.</b>	4.392,18	4.831,40	5.314,53	5.845,99	6.430,59	7.073,65	7.781,01	8.559,11	9.415,02	10.356,53
<b>PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	8.053,51	10.655,37	13.138,66	15.924,49	19.045,95	22.539,58	26.445,72	30.808,92	35.678,37	41.108,32
<b>PAGO DE PARTICIPAC TRABAJ</b>	5.491,03	7.265,02	8.958,18	10.857,61	12.985,88	15.367,89	18.031,17	21.006,08	24.326,16	28.028,40
<b>NUEVA COMPRA DE EQUIPOS DE COMP</b>			408,00			408,00			408,00	
<b>NUEVA COMPRA DE EQUIPOS DE OFICINA</b>										
<b>NUEVA COMPRA DE</b>										

<b>MUEBLES DE OFICINA</b>										
<b>NUEVA COMPRA DE EQUIPO DE COCINA</b>										
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>32.896,58</b>	<b>35.553,45</b>	<b>40.199,98</b>	<b>44.542,58</b>	<b>49.861,05</b>	<b>56.217,02</b>	<b>62.454,55</b>	<b>69.872,75</b>	<b>78.554,53</b>	<b>87.367,38</b>
<b>SOBRANTE O FALTANTE</b>	<b>19.463,04</b>	<b>26.474,60</b>	<b>32.694,70</b>	<b>40.548,87</b>	<b>48.902,99</b>	<b>57.856,41</b>	<b>68.742,81</b>	<b>80.459,34</b>	<b>93.139,75</b>	<b>108.155,66</b>

**Elaborado por: Janer Malavé**

RECUPERACION DE INVERSION										
INVERSION TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>106.973,35</b>	19.463,04	26.474,60	32.694,70	40.548,87	48.902,99	57.856,41	68.742,81	80.459,34	93.139,75	108.155,66
	(87.510,32)	(61.035,72)	(28.341,02)	12.207,85						

**Elaborado por: Janer Malavé**