



CARRERA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TESIS

**Previa a la obtención del Título de:
Ingeniero Comercial Mención Finanzas**

TÍTULO

**Optimización de recursos turísticos para la Comuna
Montañita en la provincia de Santa Elena**

AUTORES

Diego Armando Vintimilla Rosado
Sergio Leonardo Méndez Mera

DIRECTOR

MBA. Richard Aguilar Jaramillo

Guayaquil – Octubre 2012

AGRADECIMIENTO

Nuestra gratitud a nuestra querida Universidad Politécnica Salesiana, que nos abrió las puertas y nos brindó conocimientos administrativos para formarnos como excelentes profesionales.

A nuestro maestro MBA Richard Aguilar Jaramillo, asesor de tesis, quien con su sabiduría y conocimientos, hizo posible culminar con éxito nuestro trabajo, así como también la orientación y confianza brindada por nuestra Directora de Carrera MBA Susana Lam que nos ha permitido cumplir esta gran meta en nuestra vida profesional.

Gracias a nuestras familias, Carlos Méndez, Monserrate de Méndez, Diego Vintimilla Trujillo y Teresa Rosado quienes con su innegable apoyo contribuyeron para poder finalizar nuestra tesis.

Agradecemos también la colaboración especial de un gran maestro el Econ. Néstor Leyton que gracias a su apoyo, enseñanza y asesoría nos fue de mucha ayuda para el desarrollo de la tesis. De igual manera a Andrea Suquitana Navarrete y Gabriel Alvear Yáñez que aportaron con su contribución en la recolección de datos estadísticos.

Sergio Méndez Mera

Diego Vintimilla Rosado

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada principalmente a Dios, porque él es mi fortaleza en cada momento para seguir adelante, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos.

A mis padres por su permanente apoyo y motivación incondicional, en la vida, y darme fuerzas para ser perseverante y lograr mis metas.

A mis profesores por sus consejos y enseñanzas y darnos una mejor visión, más crítica y constructiva, para que seamos excelentes profesionales, llenos de conocimientos y valores en la vida.

Sergio Méndez Mera

“El sacrificio depende de la voluntad y disposición del individuo; pero la voluntad está dada en función de las aspiraciones y sueños de uno mismo como ser humano. Mi inspiración, mi madre y mi padre que en todo momento de mi vida sé que podré contar con ellos, amigos y compañeros a los que he acudido por ayuda, a mis eternos aliados los maestros, en especial, nuestro tutor Richard Aguilar y Susana Lam. A todos ellos dedico mi coparticipación en esta tesis.”

Diego Vintimilla Rosado

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conocimientos desarrollados, estudios realizados, conclusiones y recomendaciones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores Sergio Méndez y Diego Vintimilla.

Guayaquil, 5 de octubre de 2012

(f) _____

(f) _____

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA	II
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	III
INDICE GENERAL	IV
INDICE DE TABLAS	VI
INDICE DE GRÁFICOS	VII
INDICE DE IMÁGENES	IX
INDICE DE ANEXOS	X
RESUMEN – ABSTRACT	XI
SIGLAS Y ABREVIATURAS	XIV
INTRODUCCION	1
i. Antecedentes.....	1
ii. Planteamiento del problema	2
iii. Objetivos de la investigación.....	3
iv. Hipótesis	3
v. Variables	4
vi. Alcance y limitaciones.....	4
vii. Utilidad de la investigación y beneficiarios.....	5
CAPÍTULO 1	6
1 GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.1 La Comuna Montañita	6
1.1.1 Reseña histórica de la Comuna Montañita	7
1.1.2 Estructura organizacional de la Comuna Montañita.....	11
1.2 Marco conceptual.....	12
1.3 Metodología aplicada.....	20
1.3.1 Investigación documental	21
1.3.2 Trabajo de campo	21
CAPÍTULO 2	24
2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN LA COMUNA MONTAÑITA	24
2.1 Análisis de las encuestas realizadas a los turistas.....	24
2.2 El Perfil del turista	25
2.3 Análisis de encuestas realizadas a habitantes	38
2.4 Perfil del habitante	39
CAPÍTULO 3	46
3 ANÁLISIS DE LA OFERTA EN LA COMUNA MONTAÑITA	46
3.1 La oferta turística de Montañita.....	47
3.1.1 Sectores estratégicos.....	48
3.1.2 Hoteles y restaurantes	48
3.1.3 Transporte	52
3.1.4 Distancias.....	56
3.1.5 Bares y discotecas.....	57
3.1.6 Artesanos y comerciantes informales	58

3.1.7 Actividades deportivas.....	59
3.2 Ubicación de los sectores estratégicos.....	62
3.2.1 Croquis de la Comuna Montañita.....	62
3.3 Situación actual.....	62
3.3.1 Higiene.....	62
3.3.2 Seguridad.....	68
3.3.3 Servicios básicos.....	70
3.3.4 Estilo arquitectónico.....	71
3.3.5 Educación.....	71
3.3.6 Capacidad de carga turística.....	73
3.3.7 Análisis FODA de la Comuna Montañita.....	74
3.3.8 Comparación entre Montañita con otros balnearios.....	77
CAPÍTULO 4.....	85
4 ESTUDIO ECONÓMICO.....	85
4.1 Análisis económico de la actividad turística.....	85
4.1.1 El turismo en el Ecuador.....	86
4.1.2 Análisis BCG de la Comuna Montañita.....	90
4.1.3 Proyección de turistas para el 2013 mediante el Programa SPSS.....	92
4.2 Análisis cuantitativo.....	94
4.2.1 Calculo EMBI (indicador de bonos de mercados emergentes).....	94
4.2.2 Punto de equilibrio.....	94
4.2.3 Flujos de caja.....	96
CAPÍTULO 5.....	100
5 PROPUESTA.....	100
5.1 Descripción de la propuesta.....	100
5.2 Misión de la propuesta.....	101
5.3 Visión de la propuesta.....	101
5.4 Objetivo de la propuesta.....	102
5.5 Integrantes de la propuesta de optimización.....	102
5.5.1 Estructura orgánica del Plan Estratégico.....	104
5.6 Objetivos y estrategias para desarrollo del plan de optimización.....	108
5.6.1 Obtener el crecimiento turístico sostenible de la Comuna Montañita.....	108
5.6.2 Planificar y capacitar económicamente a los sectores estratégicos.....	110
5.6.3 Administrar la distribución de los espacios.....	112
5.6.4 Elaborar programas de responsabilidad social.....	113
5.6.5 Establecer y desarrollar programas de salud y seguridad.....	115
5.6.6 Incentivar la formalización de los establecimientos.....	118
5.7 Responsables de las estrategias.....	119
CONCLUSIONES.....	120
RECOMENDACIONES.....	122
BIBLIOGRAFÍA.....	124
ANEXOS.....	126

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 - Reparto de tierras entre Comunas	8
Tabla 1.2 - Temperatura promedio mensual de Montañita	10
Tabla 2.1 - Cálculo de la muestra para encuesta a turistas	25
Tabla 2.2- Reincidencia de los encuestados en acudir a Montañita para vacacionar	29
Tabla 2.3 - Tiempo transcurrido desde la última visita a Montañita.....	29
Tabla 2.4 - Cálculo de la Muestra	38
Tabla 2.5 - Cálculo de la muestra para encuesta a habitantes	39
Tabla 3.1 – Recursos y productos turísticos de Montañita.....	47
Tabla 3.2 - Tiempos de viaje hacia el sur y centro sur del país.....	56
Tabla 3.3 - Tiempos de viaje hacia el norte y centro norte del país	56
Tabla 3.4 - Capacidad de Carga Turística Parte 1	73
Tabla 3.5 - Capacidad de Carga Turística Parte 2	73
Tabla 3.6 - Comparación de Montañita con otros balnearios.....	84
Tabla 4.1 - Ingreso de Turistas al Ecuador según el país de origen 2009-Abr 2012.....	86
Tabla 4.2 - Actividades económicas de la Comuna Montañita.	89
Tabla 4.3 - Llegada de turistas a Montañita	93
Tabla 4.4 - Flujos de Caja Sector Hotelero entre el 2010-2013	98
Tabla 4.5 - Flujos de Caja Sector de Restaurantes, Bares y Discotecas.....	99

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 - Esquema Organizacional de la Comuna Montañita.....	11
Gráfico 1.2 – Origen etimológico da la palabra estrategia	17
Gráfico 1.3 - Fuentes de la investigación documental.....	21
Gráfico 1.4- Fórmula para determinar la muestra estadística.....	23
Gráfico 2.1 - Sexo de los encuestados	25
Gráfico 2.2 - Edad de los turistas encuestados	26
Gráfico 2.3 - Nacionalidad de los encuestados.....	27
Gráfico 2.4 - Medios de comunicación donde se enteraron de Montañita	28
Gráfico 2.5 - Aspectos a mejorar en Montañita.....	30
Gráfico 2.6 - Motivo de la visita a Montañita	31
Gráfico 2.7 - Acompañantes de viaje	31
Gráfico 2.8 - Relación de presupuesto versus tiempo de estadía	32
Gráfico 2.9 - Tipo de hospedaje preferido.....	33
Gráfico 2.10 - Deportes que los turistas esperan practicar en Montañita.....	34
Gráfico 2.11 - Relación de presupuesto versus región de origen	34
Gráfico 2.12 - Distribución del presupuesto.....	35
Gráfico 2.13 - Alimentos preferidos por los turistas.	36
Gráfico 2.14 - Sexo de los habitantes encuestados.....	39
Gráfico 2.15 - Edad de los habitantes encuestados	40
Gráfico 2.16 - Nacionalidad de los habitantes encuestados	41
Gráfico 2.17 - Ocupación de los habitantes encuestados	42
Gráfico 2.18 - Tiempo habitando en Montañita	43
Gráfico 2.19 - Perspectiva de los habitantes sobre el turismo.....	43
Gráfico 2.20 - Actividades recreacionales.....	44

Gráfico 2.21 - Ingreso aproximado de los habitantes encuestados	44
Gráfico 2.22 - Opinión sobre servicios públicos	45
Gráfico 3.1 - Croquis de Montañita.....	62
Gráfico 3.2 - Tipología de los servicios higiénicos de Montañita.....	63
Gráfico 3.3 - Eliminación de desechos sólidos	64
Gráfico 3.4 - Tenencia de Medidor	71
Gráfico 3.5 - Nivel de instrucción de la población oriunda de Montañita	72
Gráfico 4.1 - Top ten de los extranjeros que visitaron Ecuador	87
Gráfico 4.2 - Turismo receptor por motivo de visita, 2009.....	88
Gráfico 4.3 - Matriz BCG de Montañita	91
Gráfico 4.4 - Regresión en el programa SPSS 15	92
Gráfico 4.5 - Resultados de regresión en programa SPSS 15	92
Gráfico 4.6 - Punto de Equilibrio: Sector Hotelero.....	95
Gráfico 4.7 - Punto de Equilibrio: Sector de Restaurantes, Bares y Discotecas	95
Gráfico 5.1 - Esquema de Cooperación.....	102
Gráfico 5.2 - Organigrama de los integrantes del plan estratégico	103
Gráfico 5.3 - Zonas de Montañita.....	112

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.1 - La Punta, Montañita – Ecuador.....	6
Imagen 1.2 - Ubicación geográfica de Montañita	10
Imagen 2.1 - Turistas fotografiados en Montañita	24
Imagen 3.1 - Oferta turística de Montañita.....	46
Imagen 3.2 - Cabañas en Montañita	49
Imagen 3.3 - Turistas comiendo en Montañita	50
Imagen 3.4 – Típico restaurant de Montañita.....	51
Imagen 3.5 - Rutas terrestres Guayaquil - Montañita.....	52
Imagen 3.6 - Panel electrónico de información.....	52
Imagen 3.7 - Base de Montañisol S.A.....	53
Imagen 3.8 - Servicio de Transporte en Furgoneta	54
Imagen 3.9 - Cooperativa Libertad Peninsular	55
Imagen 3.10 - Las noches de Montañita.....	57
Imagen 3.11 - Artesanías de Montañita.....	58
Imagen 3.12 - Los tótems en Montañita.....	59
Imagen 3.13 - Surf y Bodyboarding en Montañita.....	60
Imagen 3.14 - Canopy en Montañita	61
Imagen 3.15 - Parasailing en Montañita.....	61
Imagen 3.16 - Drenaje del Estero Montañita.....	66
Imagen 3.17 - Zanja de drenaje	67
Imagen 3.18 - Carros cisterna designados para la evacuación de desechos	67
Imagen 3.19 - Estero contaminado	68
Imagen 4.1 - Estudio Económico	85
Imagen 5.1 - Vista panorámica de "La Punta"	100
Imagen 5.2 - Propuesta de mejoras para el desarrollo turístico.....	117

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 - Formato de las encuestas a turistas.....	126
Anexo 2 - Formato de las encuestas a habitantes	128
Anexo 3 - Formato de las encuestas a hoteles, hostales y cabañas	130
Anexo 4 - Formato de las encuestas a restaurantes, bares y discotecas	132
Anexo 5 - Información de la Población de Montañita Proporcionada por el INEC.....	134
Anexo 6 - Entrevistas a las principales autoridades de Santa Elena	135
Anexo 7 - Listado de Establecimientos funcionando Formalmente en Montañita.....	145
Anexo 8 - Flujos de Caja de Sector Hotelero	149
Anexo 9 - Flujos de Caja de Sector Restaurantes, Bares y Discotecas	150
Anexo 10 - Zonas de Montañita	151
Anexo 11 - Artículo 17, Ley de Ley de Organización y Régimen de las Comunas.....	152
Anexo 12 - Permisos de Anuales de Funcionamiento Ministerio del Interior	154
Anexo 13 - Solicitud de registro otorgado por el MINTUR	157
Anexo 14 - Caso práctico de invertir en mejoras de unas cabañas en Montañita	159
Anexo 15 - Fotos realizadas durante la investigación de campo.....	169

RESUMEN – ABSTRACT

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS PARA LA COMUNA MONTAÑITA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Autores: Sergio Méndez Mera smendez@est.ups.edu.ec
Diego Vintimilla Rosado dvintimilla@est.ups.edu.ec

Director: MBA. Richard Aguilar Jaramillo raguilar@ups.edu.ec

Resumen:

La Comuna Montañita a diferencia de otras comunidades en el Ecuador es definitivamente el lugar turístico con más rápido crecimiento, por todos sus recursos y atractivos turísticos, con oportunidades de poder expandir su oferta turística; sin embargo actualmente existe una inadecuada administración y explotación de estos recursos de manera equitativa y equilibrada, esto ha causado los problemas de tipo social, económico, político como también cultural, a futuro puede afectar su desarrollo, su imagen y su atractivo nacional e internacionalmente, incluyendo el medio ambiente que le rodea, por esa razón el presente estudio tiene como propósito de optimizar estos recursos ya existentes en la Comuna, además orientar y saber aprovechar otros recursos que en esta Comuna aún no han sido utilizados.

La metodología utilizada para el estudio es documental por medio de cuadros estadísticos, gráficos y mapas; asimismo con investigación de campo de manera cuantitativa y cualitativa, con entrevistas y encuestas. Dirigiendo los esfuerzos investigativos y limitándolos en la Comunidad de Montañita.

Describiendo mediante el estudio y los resultados obtenidos: los problemas y las necesidades en la Comuna donde se deben llevar a cabo estrategias y metas a corto y largo plazo; mejorando su nivel de vida, pensando en el bienestar socioeconómico de los habitantes, turistas, inversionistas, autoridades y preservando el ecosistema.

Palabras claves: Oferta, Administración, explotación, optimizar, ecosistema.

Abstract

The Montañita Commune, unlike other communities of Ecuador is definitely the fastest growing touristic place of all due to its resources and touristic attractions. This commune also has many opportunities to expand its touristic offer; however there is currently and inadequate administration and exploitation of these resources in an inequitable and unbalanced way. This issue has caused social, economic, and political problems, as well as cultural ones, that can affect Montañita's development, its image, and its national and international attractiveness, including the environment around it. For this reason, the purpose of the present study is to optimize the existing resources in the commune, to guide, and to learn how to take advantage of other resources that have not been exploited by this community yet.

The methodology used for the study is in the form of Documentary Research, complemented with statistical tables, graphics, and maps. There is also a quantitative and qualitative field research with interviews and surveys.

The investigative efforts are focused and fell in the scope of the Montañita community.

The problems and needs of this community are described through this study and its results, emphasizing in the strategies that need to be carried out, and the short and long term goals that may help to improve the standard of living and socioeconomic welfare

of the inhabitants, tourists, investors, authorities but without overlooking the environmental preservation.

Keywords: offer, administration, exploitation, optimize, ecosystem

SIGLAS Y ABREVIATURAS

AGUAPEN	Empresa de Agua Potable de la Península de Santa Elena
BCE	Banco Central del Ecuador
CNEL	Corporación Nacional de Electricidad
COOTAD	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización
EMASA	Empresa Municipal de Aseo y saneamiento
EMBI	Indicador de Bonos de Mercados Emergentes
EMUTURISMO	Empresa Municipal de Turismo
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
MAGAP	Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuicultura y Pesca
MINTUR	Ministerio de turismo del Ecuador
OMT	Organización Mundial de Turismo
PAF	Permisos Anuales de Funcionamiento
PLANDETUR	Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible
UPS	Universidad Politécnica Salesiana
UPSE	Universidad Politécnica de Santa Elena

INTRODUCCION

i. **Antecedentes**

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por diversidad de motivos, esta actividad genera ingresos económicos para el país en que se esté realizando.

En el Ecuador hay una gran diversidad de lugares turísticos, goza de una ruta muy conocida a nivel nacional e internacional, la ruta del Spondylus. En su trayecto se encuentra una de las poblaciones más concurridas y visitadas por los turistas, la “Comuna Montañita”, de gran crecimiento económico y turístico que conserva su ambiente rústico y atractivo natural, pues a diferencia de otros sitios, busca su desarrollo conservando el mismo estilo.

Mediante este trabajo se busca determinar las condiciones en las que se desenvuelven los turistas, habitantes y comerciantes de Montañita para crear una propuesta conveniente que dinamice la economía a través de la optimización en el manejo de sus recursos y así generar un mayor atractivo turístico.

Se implementarán distintas herramientas de apoyo que permitirán desarrollar con eficiencia los análisis y cumplir con los objetivos fundamentales.

Los procedimientos de este trabajo de tesis están basados en el método científico, donde la deducción, la estadística y analítica están presentes desde el levantamiento de la información hasta el planteamiento de las soluciones que corrijan los problemas detectados.

ii. Planteamiento del problema

Problema

La falta de una adecuada organización, distribución, administración y explotación de los recursos turísticos de la Comuna Montañita que pueden mejorar el nivel de ingreso y calidad de vida de los pobladores, comerciantes e inversionistas.

Justificación

Entre los lugares turísticos más concurridos en nuestro país Ecuador, no cabe la menor duda que Montañita es uno de ellos; es un sitio donde se puede realizar gran variedad de actividades como deportes, descansar agradablemente lejos del ruido y tensión que provoca la ciudad, así como también de fiestas masivas, muy diferentes a las acostumbradas en cualquier ciudad del Ecuador o del extranjero. Es muy importante mencionar que es necesario no perder lo que hasta ahora se ha conseguido allí, la falta de interés y organización en la correcta distribución de los espacios físicos, la descoordinación de trabajos entre la Prefectura, El Municipio de Santa Elena y la Comuna desmejora las posibilidades de desarrollo. Existen problemas con la calidad de ciertos servicios especialmente los sanitarios y los de información. Adicionalmente es común el descontento por parte de los turistas extranjeros que consideran que se les cobra en exceso por bienes o servicios como la alimentación, que no siempre son de buena calidad y sucede de forma similar con el hospedaje; en lo referente a los servicios de información existe falta de una cultura de atención al cliente, en este caso turistas. La mejora de estas condiciones afectaría de manera positiva al turismo y optimaría los ingresos, el nivel económico y la calidad de vida de las personas. El propósito del estudio es la optimización de los recursos turísticos de la Comuna Montañita, para fomentar su desarrollo económico y por consecuencia social.

iii. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Realizar una propuesta que optimice los recursos turísticos desatendidos en la Comuna Montañita, Provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos

- a) Clasificar y determinar las necesidades de cada clase de turistas mediante un estudio de mercado.
- b) Llevar a cabo un análisis de las características de la oferta turística para descubrir las necesidades no cubiertas de los visitantes.
- c) Demostrar que se puede generar mayor riqueza a través de la diversificación del turismo en el lugar mediante análisis y proyecciones económicas.
- d) Desarrollar una propuesta para la Comuna Montañita que cubra las necesidades turísticas e incentive al crecimiento sostenible.

iv. Hipótesis

Diversificar las actividades de entretenimiento y una mejor distribución de espacios físicos, evidenciará el incremento del tiempo de estadía de turistas nacionales y extranjeros, mejorando el nivel de ingresos y calidad de vida de los comerciantes, inversionistas y habitantes de la Comuna.

v. Variables

Variables independientes

- Diversificación de las actividades de entretenimiento.
- Distribución de espacios físicos (turísticos).

Variable dependiente

- Interés del turista nacional y extranjero
- El tiempo de estadía
- El nivel de ingresos y calidad de vida de los comerciantes, inversionistas y habitantes de la Comuna.

Con estas variables, se busca determinar como la diversificación de las actividades de entretenimiento y la distribución de espacios físicos (turísticos), de qué manera influye en el interés del turista nacional y extranjero, el tiempo de estadía y el nivel de ingresos y calidad de vida.

vi. Alcance y limitaciones

Este tema de tesis permitirá tanto a los habitantes, empresarios, principales autoridades y turistas, tener una visión amplia de la situación actual en la que se encuentra la Comuna Montañita, para poder así mejorar el nivel de vida y la atención al turista.

Las limitaciones se dieron en la investigación de campo con cierta confidencialidad en la información, ya que en algunos casos fue poca la colaboración por parte de la población, las entidades públicas y privadas.

El espacio geográfico dentro del cual se desarrollara la investigación, es la Comuna Montañita, en la parroquia Manglaralto.

vii. Utilidad de la investigación y beneficiarios

Con el presente tema de tesis se espera que sea de utilidad para poder así:

- Obtener una descripción clara de la situación actual en que se encuentra esta Comuna.
- Aportar con una propuesta que sirva para dinamizar la economía, para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Comuna y de los turistas.
- Destacar el valor turístico que posee Montañita con la finalidad de obtener mejores resultados basados en la necesidad del turista.
- Conocer el manejo de recursos e impulsar el desarrollo turístico de la Comuna Montañita.

Mediante esta propuesta esperamos que haya un beneficio no solo para los turistas que visitan nuestras playas, buscando diversión deportiva, diversión nocturna, entre otros y sea así más placentero su tiempo de estadía, sino también para los habitantes en sus ingresos, su estilo de vida, empresarios para que puedan generar empleo y atraer mayor cantidad de turistas y que la Comuna como El Municipio de Santa Elena puedan con estas mejoras percibir mayores tributos que beneficien a la comunidad en general al tener un mejor nivel de vida.

CAPÍTULO 1

1 GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 La Comuna Montañita

La Comuna Montañita es una localidad ubicada en las costas ecuatorianas, específicamente en la Península de Santa Elena.

Se caracteriza por su actividad turística la cual ha venido creciendo a lo largo de los años debido en gran parte a la afluencia de surfistas de todas partes del mundo que vienen a este lugar en busca de aventura y buenas olas, las cuales encuentran fácilmente ya que aquí se halla una formación rocosa llamada “La Punta” la cual se adentra en el océano y que con el movimiento de las mareas forman olas de hasta 4 metros de altura ideales para practicar Surf¹.

Imagen 1.1 - La Punta, Montañita – Ecuador



Fuente: Mareabaja.com²

El crecimiento de la actividad turística le ha dado a su gente la oportunidad de desarrollar fuentes de trabajo, los cuales atienden con gran dedicación y amabilidad.

¹ Deporte que consiste en deslizarse sobre las olas del mar sobre una tabla.

² **Mareabaja.com**. Página web: <http://www.mareabaja.com>

1.1.1 Reseña histórica de la Comuna Montañita

Basados en el libro De Huancavilcas a Comuneros (Álvarez Litben, 2001). En la costa ecuatoriana se encontraban situadas varias culturas de distintas etnias entre las cuales destacan los Huancavilcas, los Valdivios, los Chorrera, entre otros. Con la llegada de los españoles y consecuente fundación de Guayaquil, muchos de estos nativos fueron desplazados hacia el norte, los cuales se concentraron en tierras poco importantes para los colonizadores, pues las consideraban tierras áridas. En la península de Santa Elena, estos nativos lograron mantener con bastante éxito sus tradiciones; como parte de su estrategia de supervivencia, adoptaron el idioma español para poder comunicarse con los conquistadores, lo que derivó en ciertos beneficios para estas poblaciones y su poder de negociación. Estas poblaciones a pesar de estar distanciados de los colonizadores, mantuvieron relaciones comerciales, esto como parte de la estrategia española para la adaptación de dichos nativos y así evitar levantamientos y derramamiento de sangre. En la época republicana, para la tenencia de tierra los indígenas amparándose en las leyes dominantes y en su capacidad económica legitimaban jurídicamente sus territorios y los extendían hasta donde ellos consideraban que abarcaban sus derechos familiares o exigencias en las necesidades productivas y sociales. En ese momento se adopta formalmente la institucionalización Comunal por parte del estado ecuatoriano en Ley de Organización y Régimen de Comunas de 1937.

Sus principales actividades económicas fueron entre ellas: la agricultura, (maíz, ovos o ciruelas, etc.) la cacería, la ganadería, y llevaban a cabo el comercio; también se establecieron varios tipos de impuestos por cada quintal de maíz, por cada quintal de algodón, por cada quintal de lana de ceibo, por la quema de madera para carbón, por el pastoreo de ganado ajeno, entre otros.

Tabla 1.1 - Reparto de tierras entre Comunas

PARROQUIAS	HECTÁREAS	PARROQUIAS	HECTÁREAS
CHONGON	28.208,00	SANTA ELENA	99.408,10
1. San Pedro de Chongón	11.010,00	28. Morillo*	30.000,00
2. Daular	17.198,00	29. Sayá	8.640,00
JUAN GOMEZ RENDON	92.259,71	30. Juan Montalvo	6.706,40
3. San José de Amen	66.464,54	31. Río Verde	3.329,50
4. San Lorenzo de Mate	3.795,17	32. Azúcar	8.435,00
5. Mamey	15.000,00	33. Prosperidad*	32.775,00
6. Caimito	7.000,00	34. San Pablo	3.065,00
JULIO MORENO	46.315,07	35. San Vicente*	6.457,20
7. Bellavista del Cerro	5.286,32	COLONCHE	88.286,10
8. Sube y Baja	18.652,50	36. Monteverde	2.557,00
9. Sacachún	12.627,50	37. Jambelí	1.205,40
10. Juntas del Pacífico	9.748,75	38. Ayangue	1.371,80
GENERAL VILLAMIL (PLAYAS)	3.500,00	39. Palmar	2.312,40
11. San Antonio (Pre-Comuna)*	s/d	40. Manantial de Colonche	2.480,00
12. Engabao (Pre-Comuna)*	s/d	41. Bambil Collao	1.190,00
XIMENA		42. Cambio Desecho	540,00
13. Matorillo (Pre-Comuna)	s/d	43. Río Seco	s/d
EL MORRO	8.883,50	44. Febres Cordero	9.065,00
14. Pto. El Morro (Pre-Comuna)	8.883,50	45. Loma Alta	6.842,00
PARROQUIA PUNÁ	7.000,00	46. San Marcos-Javita	1.493,00
15. Zapote	7.000,00	47. Manantial de Guangala	1.687,50
CHANDUY	92.755,00	48. Cerezal de Bellavista	9.500,00
16. Bajadas de Chanduy	21.349,00	49. Las Balsas	33.192,00
17. Engunga	14.237,60	50. Salanguillo	s/d
18. Tugaduaja	9.329,50	51. Aguadita-Calicanto	14.850,00
19. Ciénaga	7.400,00	MANGLARALTO	45.286,00
20. Zapotal	12.296,90	52. San Pedro	3.065,00
21. Villingota	5.451,00	53. Valdivia	1.615,00
22. Olmedo	5.355,00	54. Atravesado (L. Bolívar)	1.476,00
23. Sucre	2.520,00	55. Olón	5.820,00
24. El Real	3.892,00	56. Montañita	1.414,00
25. Manantial de Chanduy	2.351,50	57. S. Fco. De las Núñez*	2.000,00
26. Pechiche	3.587,50	58. La Entrada	1.617,00
27. San Rafael	4.985,00	59. Dos Mangas	4.545,00
		60. Pajiza	934,00
		61. Sitio Nuevo	800,00
		62. Sinchal-Barcelona	22.000,00
		* no tienen título de propiedad	

Fuente: De Huancavilcas a Comuneros (Álvarez Litben, 2001)

Obtenido de una Carta a la Comunidad de Montañita (Del Pezo Yagual, 2011): *Según Acuerdo Ejecutivo N° 15 del 7 de enero de 1938 se creó la Comuna Montañita, fue ratificada mediante Acuerdo Ministerial N° 046 del 1 de febrero de 1980 por el ex ministro de Prevención Social y Trabajo, doctor Gabriel Garcés (que aprobó nuevos reglamentos y dispuso la elección de cabildos en algunas Comunas aledañas) e inscrita*

en el Registro Oficial N° 216 del 24 de junio de 1980. El 15 de julio, la dirigencia Comunal solicitó al Ministerio de Agricultura (MAG) el reconocimiento de sus tierras ancestrales, petición que fue contestada el 10 de septiembre de 1982. Nadie reclamó estas tierras, por lo tanto, le fue reconocida la propiedad de 1.414 hectáreas, incluyendo extensión y límites, la cual fue notariada e inscrita en el Registro de la Propiedad de Santa Elena el 19 de octubre de 1982.

La expedición de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas del 30 de julio de 1937, la cual se mantiene vigente con su última reforma hecha en la Asamblea Nacional en 2009, constituye el primer acto de reconocimiento jurídico-orgánico de las Comunas y de sus tierras Comunales ocurrido durante el período republicano.

En su artículo 1, la ley establece y define que es una Comuna:

“Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de Comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare”.³

Actualmente la Comuna Montañita se encuentra políticamente ubicada en la Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

Ubicación geográfica.

Geográficamente está a 200 Km de la ciudad de Guayaquil, formando parte de la denominada Ruta del Spondylus que atraviesa la costa ecuatoriana desde Playas a Atacames. Limita al norte con la Comuna Olón, al sur con la Parroquia Manglaralto, al

³ (Estado Ecuatoriano, 1937) Ley de Organización y Régimen de las Comunas. Quito: Registro Oficial De La Presidencia De La República Del Ecuador.

Este con la Cordillera Chongón-Colonche y al Oeste con el Océano Pacífico.

Imagen 1.2 - Ubicación geográfica de Montañita



Elaborado por los Autores.
Fuente: Google Maps

Clima de Montañita

El clima en Montañita está fuertemente marcado por las corrientes marinas del ‘Niño’⁴ y de ‘Humboldt’⁵ que atraviesan las costas sudamericanas en el lado del Océano Pacífico, las cuales definen las temporadas de playa del Ecuador.

Tabla 1.2 - Temperatura promedio mensual de Montañita

TEMPERATURA PROMEDIO MENSUAL DE MONTAÑITA (°C)												
MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
MÁXIMO	35	31,2	37	35	31,2	33	32,8	33,2	33,9	32	29	33
MINIMO	22,6	21,8	25	22,6	21,6	19,5	17,9	18,4	19,9	20,7	21,5	22,5
PROMEDIO	28,8	26,5	31	28,8	26,4	26,25	25,35	25,8	26,9	26,35	25,25	27,75
	TEMPORADA ALTA					TEMPORADA BAJA						

Elaborado por Los Autores
Fuente: Meowweather⁶

⁴ La corriente ‘El Niño’ es una corriente oceánica de aguas cálidas que fluye el Pacífico en dirección sur a lo largo de la costa occidental de Sudamérica.

⁵ La corriente ‘Humboldt’ es una corriente oceánica de aguas frías que fluye por el Pacífico en dirección norte a lo largo de la costa occidental de Sudamérica.

⁶ Meowweather. Página web: <http://www.meowweather.com>

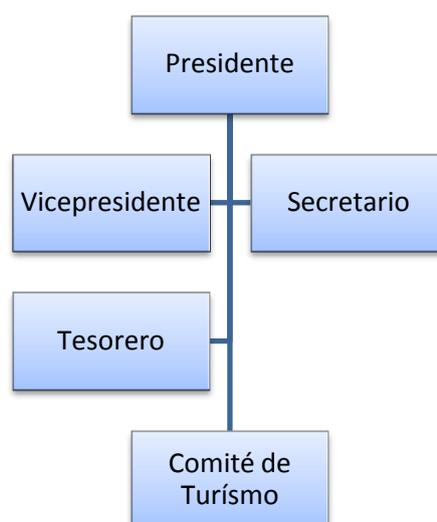
La Corriente del Niño se presenta anualmente en el mar entre los meses de Diciembre y Mayo frente a las costas del Ecuador y ocasionan un invierno con lluvias por las noches y días de sol. Este periodo corresponde a la estación de invierno, la cual para el turismo se la denomina temporada alta pues los turistas nacionales viajan de manera masiva a las playas para disfrutar de sus días de sol.

Desde Junio hasta Noviembre la presencia de la Corriente de ‘Humboldt’ provoca un descenso entre °5 y °10 en la temperatura. Este periodo corresponde a la estación de verano, la cual para el turismo se la denomina temporada baja (a pesar de que se evidencia una gran afluencia de turistas nacionales de la sierra). Estos meses se caracterizan por tener días muy fríos y nublados con constantes garúas.

1.1.2 Estructura organizacional de la Comuna Montañita

La organización social de la Comuna es un Directorio, también llamado Cabildo, este está formado por cinco miembros: Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario, y el Comité de Turismo.

Gráfico 1.1 - Esquema Organizacional de la Comuna Montañita



Elaborado por los autores

1.2 Marco conceptual

A continuación se definirá una serie de conceptos básicos los cuales servirán para tener definiciones claras que, a medida que se desarrollan los capítulos será común la utilización de dichos términos.

Es necesario referirse a algunos términos antes de interpretar la información de las encuestas y tener una idea más clara del análisis que se está llevando a cabo en este capítulo para lo cual se tomó algunos términos de la página de la OMT⁷:

Destino de un viaje

El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje.

Motivo de un viaje

El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar.

País de residencia

El país de residencia es el lugar donde vive habitualmente un individuo u hogar, donde se encuentra el centro de interés económico predominante de sus miembros. Si una persona u hogar reside durante más de un año en un país determinado en el que tiene su centro de interés económico, se los considera como residentes en este país.

Acompañantes de viaje

Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo.

⁷ (Organización Mundial De Turismo) Glosario Básico. Sitio web: <http://media.unwto.org>

Gasto turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma total de gastos por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

Turismo⁸

Es un movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro, pudiendo desarrollarse dentro o fuera del país. En un viaje turístico lo importante es el desplazamiento mismo y el destino. Un turista puede estar interesado en la belleza natural de un lugar, en su gente, en su gastronomía o en las obras culturales del lugar, las realizaciones productivas. Sus posibles finalidades son:

- La realización plena del ser humano
- La igualdad de los pueblos
- La originalidad y el afianzamiento de las culturas de los pueblos.
- Una contribución cada vez mayor a la educación
- La liberación del hombre, respetando su identidad y dignidad.
- Crear una estructura socioeconómica sólida
- Contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos

Formas de turismo

Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

⁸ (Emagister, 2009) *Turismo y Calidad de Vida*. (Grupo Intercom). Sitio web: <http://www.emagister.com>

- **El turismo interno** incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.
- **El Turismo Receptor** engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.
- **El Turismo Emisor** abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.
- **El Turismo Interior** engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.
- **El Turismo Nacional** abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.
- **El Turismo Internacional** incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Tipos de turismo

Existen muchos tipos de turismo, sin embargo para efectos del trabajo y basado en la información contenida en CATEGORÍAS: TIPOS DE TURISMO⁹, se puede decir que en Montañita se puede identificar:

⁹ (Enciclopedia Libre Wikipedia) Tipos de Turismo. Sitio web: <http://es.wikipedia.org>

- **Turismo de Diversión** que busca principalmente lugares con sitios de recreación nocturna como bares, discotecas, etc.
- **Turismo de Naturaleza (Ecoturismo)** que se basa en la apreciación de lugares con gran variedad de flora y fauna lejos del casco urbano.
- **Turismo Deportivo** que busca lugares donde practicar deportes extremos como el Surf, Ciclismo de Montaña, Motociclismo, Vuelo en Parapente, etc.
- **Turismo de Droga (Narco-turismo)** Aunque no es legal, es una realidad que llegan turistas de todas partes del mundo por la facilidad y costo de los estupefacientes.

Etapas del turismo¹⁰

Para entender esta situación es necesario mencionar la escala de medición de Doxey¹¹ respecto al turismo y encasillarla en una de las categorías.

De acuerdo a Doxey (1975) las relaciones entre turistas y residentes se pueden sintetizar en las siguientes etapas, que pueden medir el nivel de los impactos socioculturales que pueden ocurrir en un destino turístico:

- **Etapas de euforia;** es la etapa de las primeras fases de aparición del turismo, cuando esta actividad provoca exaltación y entusiasmo por parte de la población residente, que lo percibe como una buena opción de desarrollo.
- **Etapas de apatía;** una vez que la expansión se ha producido, el turismo se percibe como un negocio del que hay que obtener el mayor provecho posible. El

¹⁰ (Coronel & Márquez, 2008) Estudio De Los Impactos Socioculturales Del Turismo En la Comuna Montañita. Guayaquil: ESPOL.

¹¹ **El índice de la irritabilidad de Doxey (IRRIDEX):** En los años setenta Doxey GV sobre la base de su investigación en la isla caribeña de Barbados y en el área de las Cataratas del Niágara de Canadá, ha trazado las reacciones cambian con el tiempo tanto de los residentes y las empresas locales por igual, a la presencia de turistas. Según él, por lo general hay cinco etapas en este cambio de actitud. Estos varían en duración de destino a destino, dependiendo de cuánto tiempo han estado recibiendo visitantes.

contacto entre residentes y turistas comienza a formalizarse.

- **Etapa de irritación;** a medida que se alcanza niveles de saturación en el destino los residentes necesitan facilidades adicionales para poder aceptar la actividad turística.
- **Etapa de antagonismo;** el turismo es considerado como el causante de todos los males que ocurren en el destino.
- **Etapa de Aceptación;** El lugar ha cambiado de forma permanente. El cambio es ahora aceptado por los residentes. Se han olvidado de lo que el área era antes de los primeros turistas llegaron.

Optimizar¹²

Es buscar la forma de llevar a cabo un proyecto de la mejor manera posible con los recursos de los que se dispone.

Recurso turístico¹³

Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. Por lo tanto, no lo son sólo los atractivos naturales, sino también aquellos otros contruidos por el hombre.

Sector

El término sector hace referencia a la parte seccionada o cortada de un todo. Sector es también el ámbito en el que se desarrolla una actividad económica¹⁴.

Esto quiere decir que la parte seccionada o el ámbito al cual se desenvuelve este trabajo es el sector turístico.

¹² (La Caixa) Diccionario de Términos Económicos Financieros. (La Caixa)

¹³ (Vogeler Ruiz & Hernández Armand, 2004) El Mercado Turístico. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

¹⁴ (Enciclopedia Libre Wikipedia) Sector. Sitio web: <http://es.wikipedia.org>

Estrategia

La palabra proviene de los siguientes términos griegos:

Gráfico 1.2 – Origen etimológico de la palabra estrategia

Στρατηγικης (Stratos) = Ejército y
Αγειν (Agein) = conductor, guía.

Fuente: MBA. Julio Carreto¹⁵

Citado por el economista Alfred Dupont Chandler “*Estrategia es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos*”.¹⁶

Sector Estratégico.

Es el que se considera de importancia excepcional por razones estratégicas, bien en el sentido de tener importancia crucial para el conjunto de la economía. Se suele invocar esa condición para la intervención económica del estado en esos sectores¹⁷.

En lo concerniente a la actividad económica en la Comuna, destacan ciertos sectores los cuales se han considerado “estratégicos” debido a la demanda que poseen porque siempre perciben ingresos ya sea una temporada alta o baja.

Capacidad de carga turística

Basado en el trabajo de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad Politécnica de Santa Elena: ACTUALIZACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA DE LOS BALNEARIOS DEL CANTÓN SANTA ELENA, en donde se menciona que la capacidad de carga se define como el número de personas que pueden desarrollar

¹⁵ MBA. Julio Carreto, página web: <http://planeacion-estrategica.blogspot.com>

¹⁶ (Fernández Ríos, 1999) Diccionario de Recursos Humanos. Madrid: Ediciones Días de Santos S.A

¹⁷ (Enciclopedia Libre Wikipedia, 2009) Sector Estratégico. Sitio web: <http://es.wikipedia.org>

múltiples actividades en un área específica, dentro de los límites permisibles y de seguridad, tratando de conocer, en detalle, las características particulares de cada sitio de uso público¹⁸. Su determinación solo es posible realizarla sitio por sitio y no para la totalidad de un área.

El establecimiento de la capacidad de carga turística, busca la conservación y preservación del ecosistema de la playa y el entorno de Montañita.

Montañita es considerado un balneario tradicional debido a su alta demanda turística, de acuerdo a los estudios realizados de la capacidad de carga turística por la Universidad Estatal Península de Santa Elena – UPSE.

Entre los criterios que complementan el estudio de capacidad de carga están:

- **Capacidad De Carga Física – CCF:** Es el límite máximo de visitas que puede hacerse a un sitio con espacio definido durante un tiempo determinado. El resultado de la capacidad de carga física se obtiene prácticamente de la división del área física de la playa (en m²) con el área de ocupación por persona.
- **Capacidad De Carga Real – CCR:** Es el límite máximo de visitas a un sitio, considerando como punto de partida la capacidad de carga física, luego de disminuirle los factores de corrección establecidos en función de las características particulares del lugar, esto se refiere a torres salvavidas, áreas de parasoles y carpas, canchas deportivas, tachos de basura, entre otros.
- **Capacidad De Carga Efectiva – CCE:** Es el límite máximo de visitas que se puede permitir, dada la capacidad para ordenarlas y manejarlas. Este resultado se lo obtiene comparando la capacidad de carga real con la capacidad de manejo (CM) de la administración del lugar en estudio.

¹⁸ (Mendoza Tarabó, 2012) Actualización De La Capacidad De Carga Turística. Santa Elena: UPSE

- **Área De Ocupación De Playa Por Persona:** Se considera la especificación realizada en el documento del Programa de Manejo de los Recursos Costeros, el cual señala que el área mínima de ocupación por persona (incluida el área de circulación de bañistas) es de 7,30 m², considerando la altura promedio de una persona de 1,75m. con los brazos extendidos.
- **Capacidad De Carga De Servicios Básicos:** Entre los servicios básicos considerados dentro de la información recopilada en las poblaciones del estudio se especifican agua potable, energía eléctrica, tratamiento de desechos sólidos, salud, comunicación, baterías higiénicas.
- **Capacidad De Carga De Servicios De Seguridad:** Hace referencia al número de visitantes que puede ser atendido por un personal de seguridad (policía nacional, defensa civil, salvavidas y marinos) mientras disfrutan de la playa, situación que debe ser considerada en todo momento como un servicio fundamental en cualquier balneario sin dejarse llevar por los niveles de afluencia alta, media y baja que se presente, aspectos que finalmente podría incidir en el número de elementos que se dispongan a un sector en particular.
- **Capacidad De Carga De Servicios Turísticos:** Para determinar este valor se consideran los tipos de servicios turísticos que corresponden a alojamiento y alimentación, cuya demanda se incrementa principalmente los fines de semana y feriados de la época invernal.

Empleo en las industrias turísticas

El empleo en las industrias turísticas puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en esta industria, como un recuento de los empleos en las industrias turísticas, o como cifras equivalentes a tiempo completo.

Flujo de caja

Es una importante herramienta que se resume en las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año.¹⁹

Punto de equilibrio

(Ramírez Padilla, 2008) Es el punto en que los ingresos son iguales a sus costos en el que no hay ni utilidad ni pérdida ya que es un límite que influye para diseñar actividades que conduzcan a estar siempre arriba de él.

Indicador de bonos de mercados emergentes EMBI

Es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-J.P. Morgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El EMBI se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos²⁰.

1.3 Metodología aplicada

Esta es una Investigación No Experimental, Transversal de tipo Correlacional-Causal en la que se hallaran respuestas a problemas mediante hipótesis planteadas por los autores. Las fuentes de información son de tipo documental y de campo.

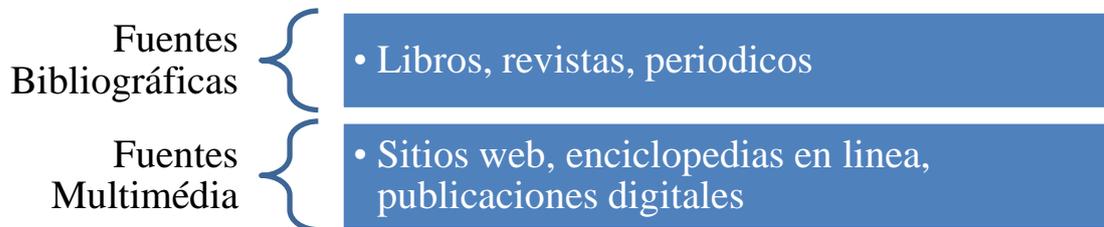
¹⁹ (Duarte Schlageter & Fernández Alonso, 2005) Finanzas Operativas: Un Coloquio. México, IPADE

²⁰ (Banco Central del Ecuador, 2012) Estadísticas del BCE. Sitio web: <http://www.bce.fin.ec>

1.3.1 Investigación documental²¹

Las fuentes para la investigación que se utilizaron fueron fuentes bibliográficas y fuentes multimedia.

Gráfico 1.3 - Fuentes de la investigación documental



Elaborado por los autores.

1.3.2 Trabajo de campo

1.3.2.1 Técnicas Cualitativas

La observación y la entrevista.

Las visitas realizadas a la Comuna nos permitieron observar y comparar las condiciones de vida de los habitantes y su perspectiva del turismo.

Las entrevistas que se llevaron a cabo a lo largo de estos meses incluyeron tanto a hombres como mujeres, jóvenes, adultos y también autoridades de la Provincia de Santa Elena.

Entre las personas a las cuales se les hicieron las entrevistas tenemos:

- Lcdo. Antonio Gonzabay - Jefe técnico de EMUTURISMO (Empresa Municipal de Turismo). **Tema:** Turismo en la Comuna Montañita.

²¹ La investigación documental es una variante de la investigación científica, cuyo objetivo fundamental es el análisis de diferentes fenómenos (de orden histórico, psicológico, sociológico, etc.), utiliza técnicas muy precisas, de la documentación existente, que directa o indirectamente, aporte la información. Se puede definir a la investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, constituyéndose en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades (teóricas o no) usando para ello diferentes tipos de documentos. Indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis; teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la creación científica.

- Ms. Danilo Vera Preciado – Gerente de EMASA (Empresa Municipal de Aseo y saneamiento). **Tema:** Desfogue de cañerías de aguas servidas y aguas de lluvia, baños públicos, contaminación del estero, higiene.
- Ing. Franklin Reyes – Jefe de Jasar. **Tema:** Suministro de agua potable en la Comuna Montañita.
- Ing. Víctor Reyes – Departamento de Desarrollo Comunitario. **Tema:** Distribución de espacios físicos en la Comuna Montañita.

1.3.2.2 Técnicas Cuantitativas

Encuestas

El objetivo de las encuestas realizadas tanto a turistas, habitantes y negocios de Montañita a lo largo de este estudio busca obtener información de diversas personas cuyas opiniones nos permitirán obtener una visión más clara de su perspectiva de cómo se encuentra actualmente la Comuna, la diferencia con la entrevista, se utilizó un listado de preguntas escritas, las cuales se realizaron a turistas tanto nacionales como extranjeros y a los habitantes de la Comuna en general.

Se elaboró cuatro tipos de cuestionarios en nuestra investigación:

- Cuestionario No. 1. Dirigida a los turistas que visitan la Montañita. (Anexo 1)
- Cuestionario No. 2. Dirigida a los pobladores de la Comuna. (Anexo 2)
- Cuestionario No. 3. Dirigida a los hoteles, hostales y cabañas. (Anexo 3)
- Cuestionario No. 4. Dirigida a los restaurantes, bares y discotecas. (Anexo 4)

Cálculo del tamaño de las muestras

Las encuestas se realizaron en fechas de temporada de playa durante la celebración del Campeonato Latinoamericano de Surf Reef Classic a principios de febrero, durante el

Carnaval y durante la Semana Santa, lo que nos permitió lograr la mayor aleatoriedad para la muestra. Constó de 7 y 12 preguntas de las cuales tenemos preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple.

La principal condición que se estableció para las encuestas fue que los individuos tuvieran una edad mayor a 17 años, pues a partir de esta edad se puede considerar que poseen un criterio formado, lo que ayuda a tener mayor exactitud en los datos.

Para el cálculo de la muestra en ambas poblaciones se utilizó la siguiente fórmula:

Gráfico 1.4- Fórmula para determinar la muestra estadística²²

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso ($p-1$)

e = Error probabilístico

N = Tamaño de la población

²² Gráfico elaborado por los Autores

CAPÍTULO 2

2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN LA COMUNA MONTAÑITA

Este capítulo está dedicado a analizar las encuestas realizadas a los turista y a los habitantes de la Comuna Montañita; para este análisis es necesario descubrir cuál es el perfil tanto del turista nacional o internacional como del habitante de manera general, sus gustos, sus preferencias, como varía el comportamiento según el motivo de su viaje, y por parte del habitante su perspectiva y punto de vista acerca del turismo.

Imagen 2.1 - Turistas fotografiados en Montañita



Fuente: América de Pie²³

2.1 Análisis de las encuestas realizadas a los turistas

Para calcular el tamaño de la muestra de los turistas, se acudió al registro histórico de los pasajes de CLP con destino directo a Montañita en el mes de abril del 2011 que fueron 530 personas.

²³ América de Pie. Página web: <http://america-depie.blogspot.com>

En base a esta información se calculó la muestra de turistas reemplazando las variables en la fórmula para determinar la muestra estadística como se puede ver en la tabla inferior:

Tabla 2.1 - Cálculo de la muestra para encuesta a turistas

VARIABLES	FORMULA MUESTRA ESTADÍSTICA	TAMAÑO DE MUESTRA
$Z = 1,96$	$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 530}{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 + (530 \times 0,05^2)} =$	222
$p = 0,5$		
$q = 0,5$		
$e = 0,05$		
$N = 530$		

Elaborado por los autores

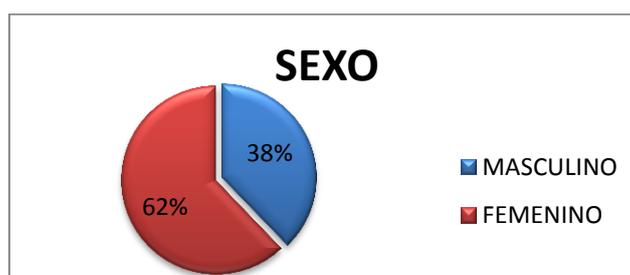
Mediante la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra se determinó que era necesario encuestar a 222 turistas.

2.2 El Perfil del turista

A continuación en base a la información obtenida de las encuestas sobre las características, gustos y preferencias de los turistas, y con la verificación mediante entrevistas realizadas en la visita, se ha visto que el turista de Montañita presenta las siguientes características:

Sexo

Gráfico 2.1 - Sexo de los encuestados



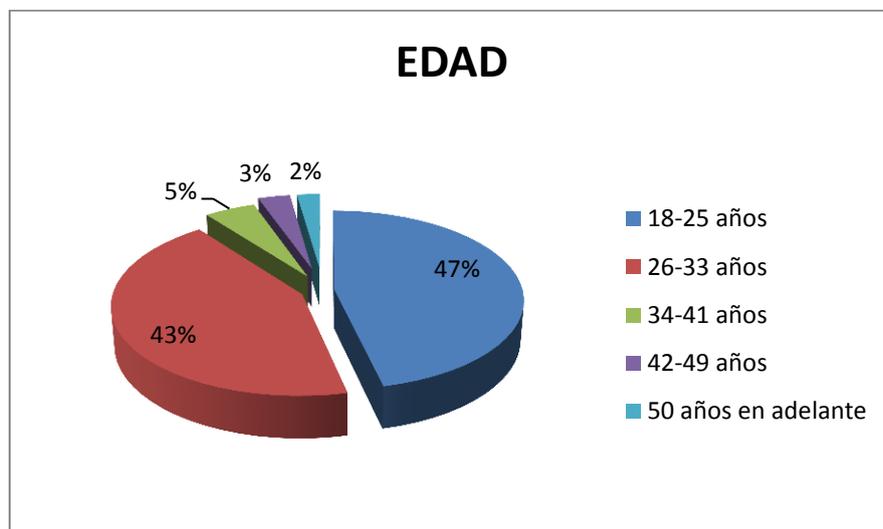
Elaborado por los autores

Interpretación: Mientras se realizaba el levantamiento de información, pudimos notar claramente que la gran mayoría de turistas eran mujeres, lo cual se reflejó en el resultado de la encuesta pues 138 de los encuestados eran de sexo femenino los restantes 84 de sexo masculino.

Este es un resultado que sorprende pues está acorde a la actual situación demográfica mundial.

EDAD

Gráfico 2.2 - Edad de los turistas encuestados

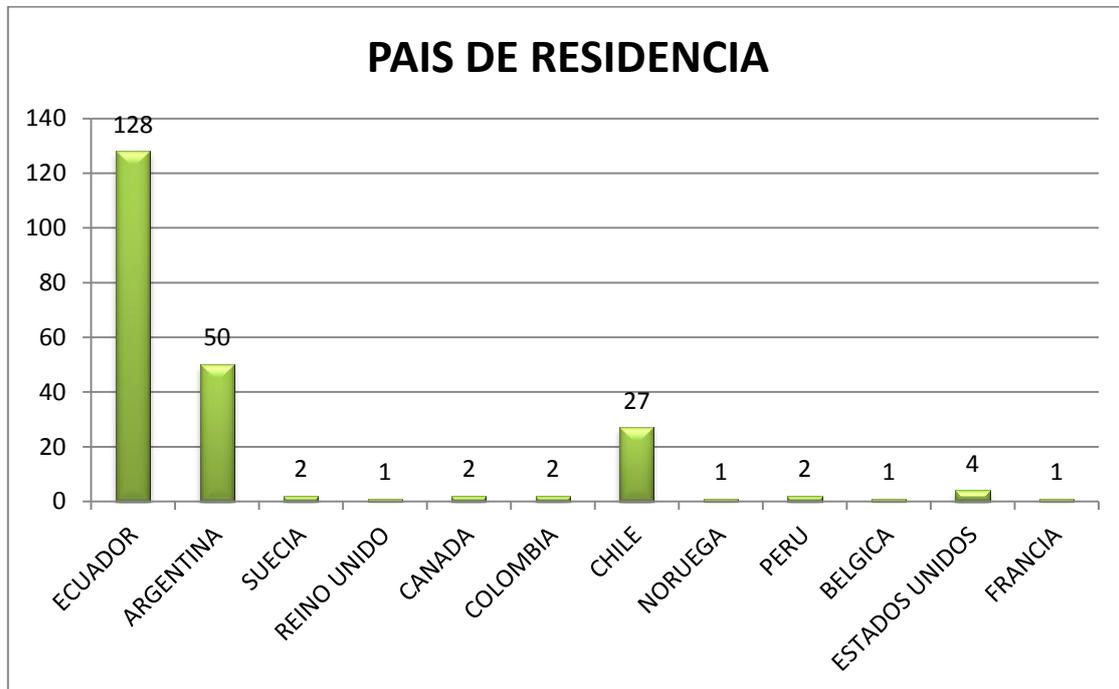


Elaborado por los autores

Interpretación: Como se puede observar en el gráfico, la gran mayoría de turistas son adultos jóvenes, entre 18 y 33 años poniendo en clara evidencia el hecho de que Montañita se ha vuelto un punto particularmente juvenil en donde la diversión está dada por los ambientes de fiesta desenfundada, principal característica que atrae cada vez a más turistas de todo el mundo.

Nacionalidad

Gráfico 2.3 - Nacionalidad de los encuestados



Elaborado por los autores

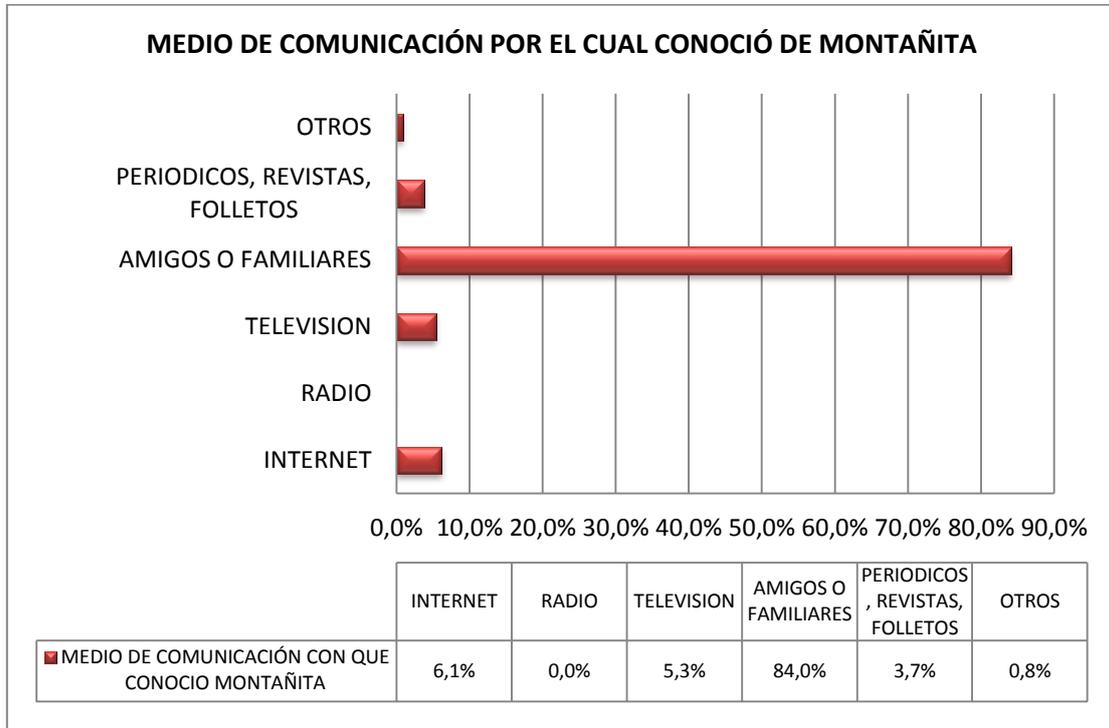
Interpretación: La masiva afluencia de turistas nacionales los fines de semana al balneario es evidente, pues como se puede observar en el gráfico, 128 turistas de los 222 encuestados eran ecuatorianos.

De los 94 encuestados restantes, el 37,8% son provenientes de América Latina y el 4,5% provienen de Europa y Norteamérica.

Es válido mencionar que los meses de enero y febrero son los meses en los que se disfruta de vacaciones en varios países de América del Sur como Argentina y Chile, motivo por el cual la afluencia de argentinos y chilenos aumenta considerablemente; sin embargo estos son países de los que constantemente están saliendo turistas hacia Ecuador, de ahí su presencia casi continua durante todo el año.

Medios de comunicación

Gráfico 2.4 - Medio de comunicación con el cual los encuestados se enteraron de Montañita



Elaborado por los autores

Interpretación: La difusión de Montañita como destino turístico no se debe a grandes campañas publicitarias a través del mundo, ya sean estas impulsadas por entidades privadas o públicas; Montañita se vende solo, tal como lo demuestra el gráfico anterior.

El principal medio por el cual Montañita es tan apetecido por turistas nacionales y extranjeros han sido las buenas experiencias transmitidas por las personas que ya han pasado por este balneario.

Este tipo de propaganda se complementa con visitas a sitios web en internet en mayor parte de los turistas extranjeros y con programas de televisión de temporada en el caso de los turistas nacionales.

Primera visita y tiempo transcurrido

Tabla 2.2- Reincidencia de los encuestados en acudir a Montañita para vacacionar

		PRIMERA VISITA	
		SI	NO
ORIGEN	NACIONAL	11,7%	88,3%
	EXTRANJERO	73,4%	26,6%

Elaborado por los autores

Interpretación: Es normal cuando se tiene una buena experiencia querer repetirla, es por eso que también medimos el nivel de reincidencia en Montañita de los turistas nacionales y extranjeros, la cual arrojó estos resultados.

La columna “NO” muestra el nivel de reincidencia, en la cual podemos ver que de los 128 turistas nacionales encuestados, 113 ya han visitado Montañita con anterioridad; en el caso de los extranjeros, el nivel de reincidencia es menor, sin embargo no deja de ser una buena cifra el 26,6%.

La siguiente tabla muestra el tiempo transcurrido entre la última visita y la actual visita de los turistas en momento de la encuesta.

Tabla 2.3 - Tiempo transcurrido desde la última visita a Montañita

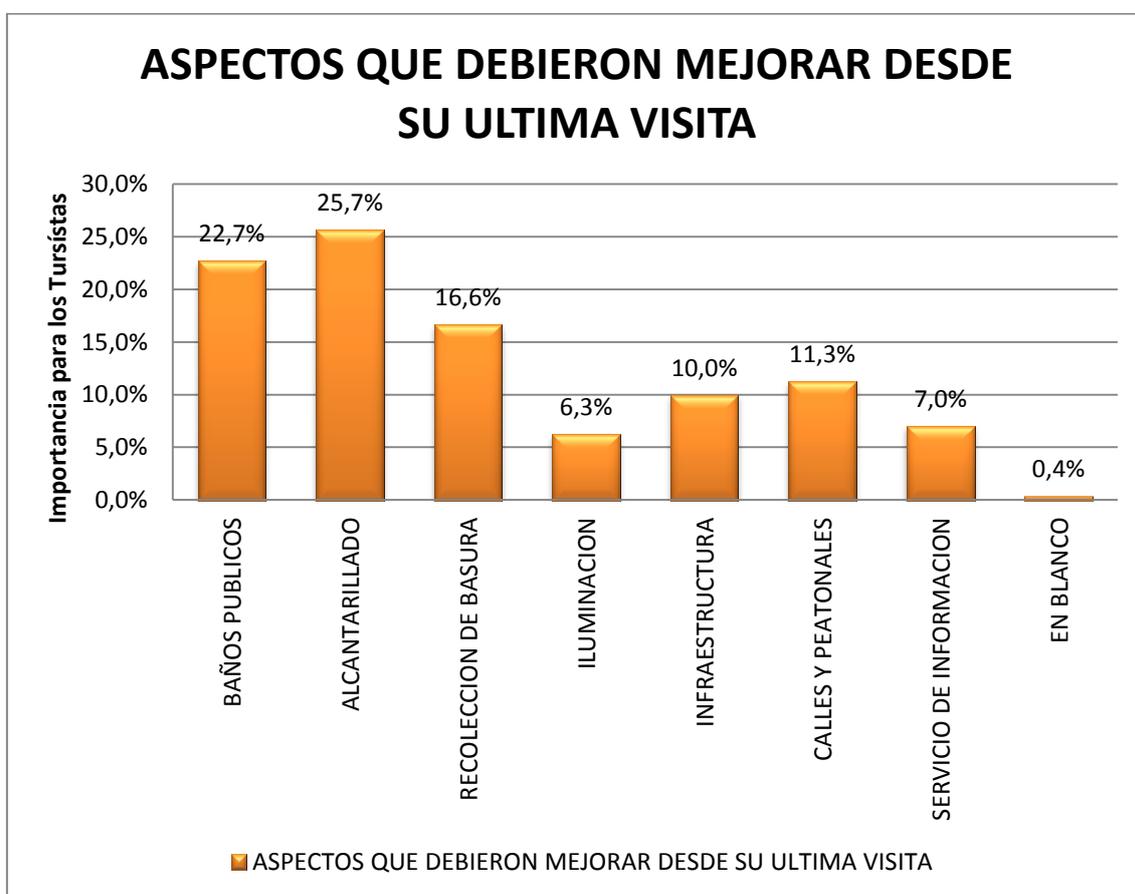
		TIEMPO TRANSCURRIDO DESDE LA ÚLTIMA VISITA		
		1-6 MESES	MENOS DE 1 AÑO	MAS DE 1 AÑO
REGION	ECUADOR	10,1%	3,6%	1,4%
	EUROPA	1,4%	0,7%	0,0%
	LATINOAMERICA	0,0%	0,7%	0,0%
	NORTEAMERICA	37,7%	21,7%	22,5%

Elaborado por los autores

Interpretación: Por los resultados es razonable decir que las diferencias en el nivel y lapsos de reincidencia entre los turistas nacionales en comparación a los extranjeros está dado por las facilidades al momento viajar por cuestiones de distancia.

Observaciones de los turistas sobre ciertos servicios

Gráfico 2.5 - Aspectos a mejorar en Montañita



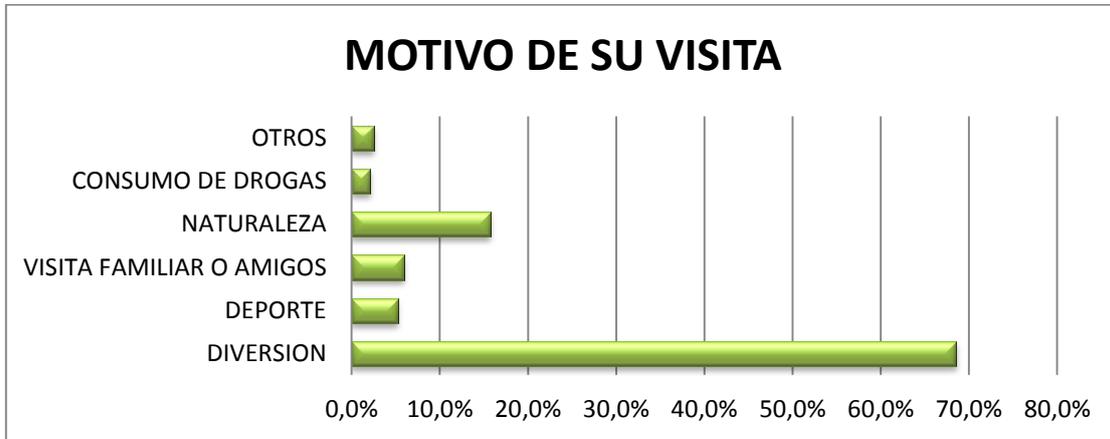
Elaborado por los autores

Interpretación: Para los turistas que han visitado Montañita en varias ocasiones, hay varios aspectos relevantes a los que se les debe prestar mayor atención con el fin de mejorar la imagen y el atractivo de una comunidad cuya principal fuente de ingreso es el turismo. Las respuestas más repetidas por los encuestados fueron:

- 1°. Alcantarillado
- 2°. Baños Públicos
- 3°. Recolección de Basura

Motivo de la visita

Gráfico 2.6 - Motivo de la visita a Montañita

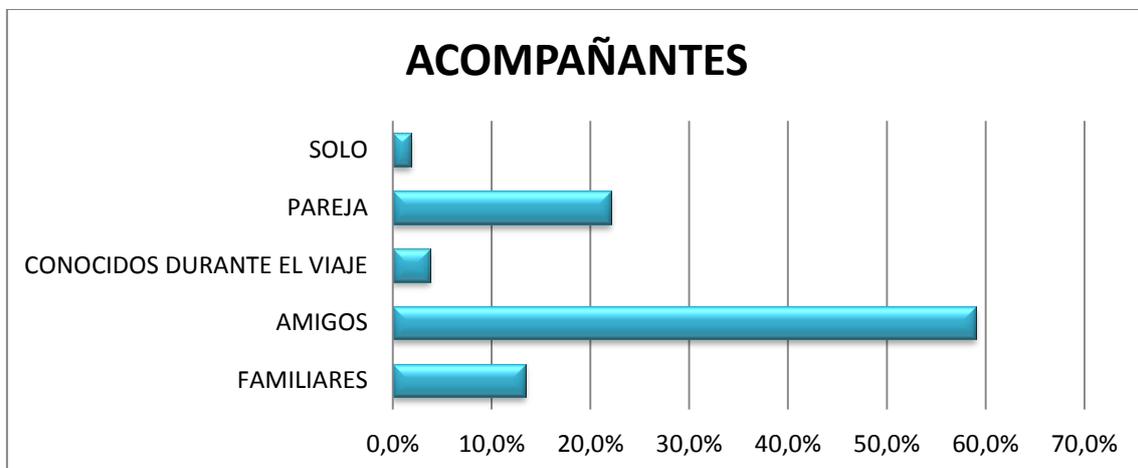


Elaborado por los autores

Interpretación: Montañita es reconocido por su ambiente de fiesta, lo cual se confirmó con los resultados de la pregunta “motivo de la visita”, la cual demostró que la gran mayoría, de los turistas, el 69%, vienen a divertirse de esta manera; muy por detrás de este objetivo, aparece el encuentro con la naturaleza con un 16%; el 6% va a visitar familia o amigos, el 5% a realizar deportes; el 2% busca el consumo libre de drogas y un 2% vienen por otro tipo de motivaciones.

Acompañantes de viaje

Gráfico 2.7 - Acompañantes de viaje

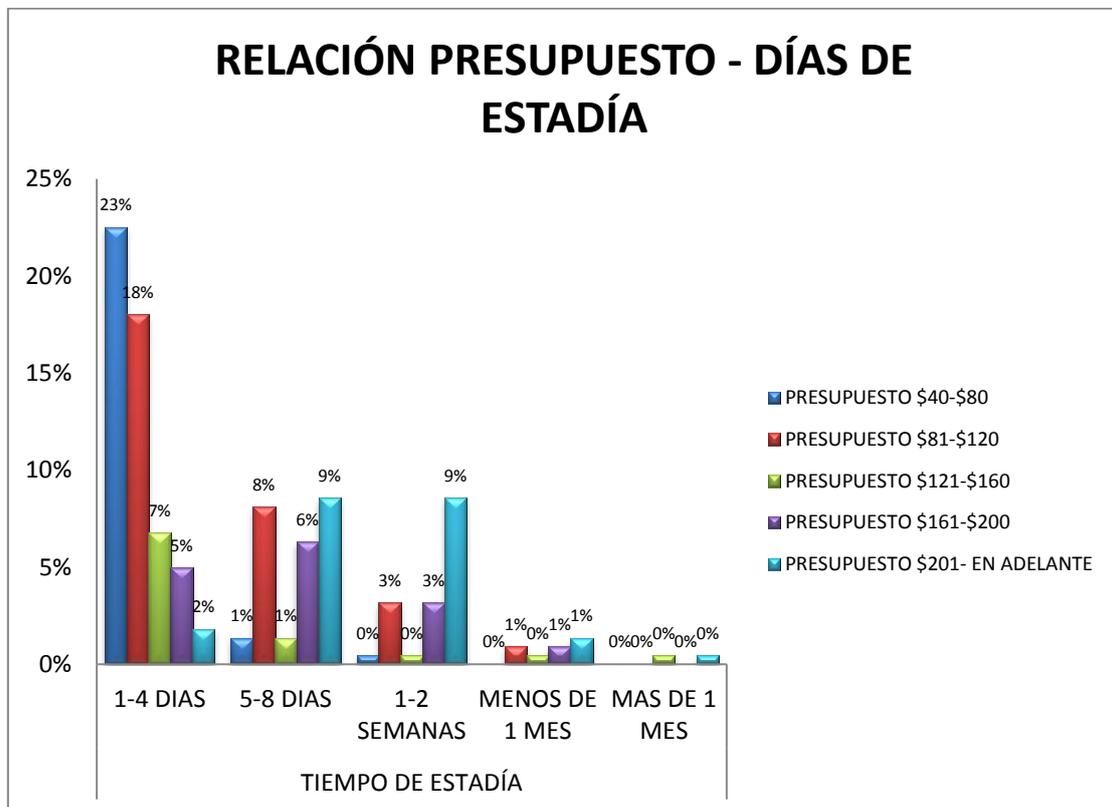


Elaborado por los autores

Interpretación: La investigación nos confirmó que las personas que viajan a Montañita, lo hacen principalmente con amigos, equivalente al 59% de los encuestados; muy por detrás de esta estadística viene la pareja con un 20%; le siguen los familiares con un 13,4%; sorprendentemente un 3,7% lo hace con personas que se conocen durante el viaje y el 1,9% lo hace solo.

El presupuesto y el tiempo de estadía de los turistas

Gráfico 2.8 - Relación de presupuesto versus tiempo de estadía



Elaborado por los autores

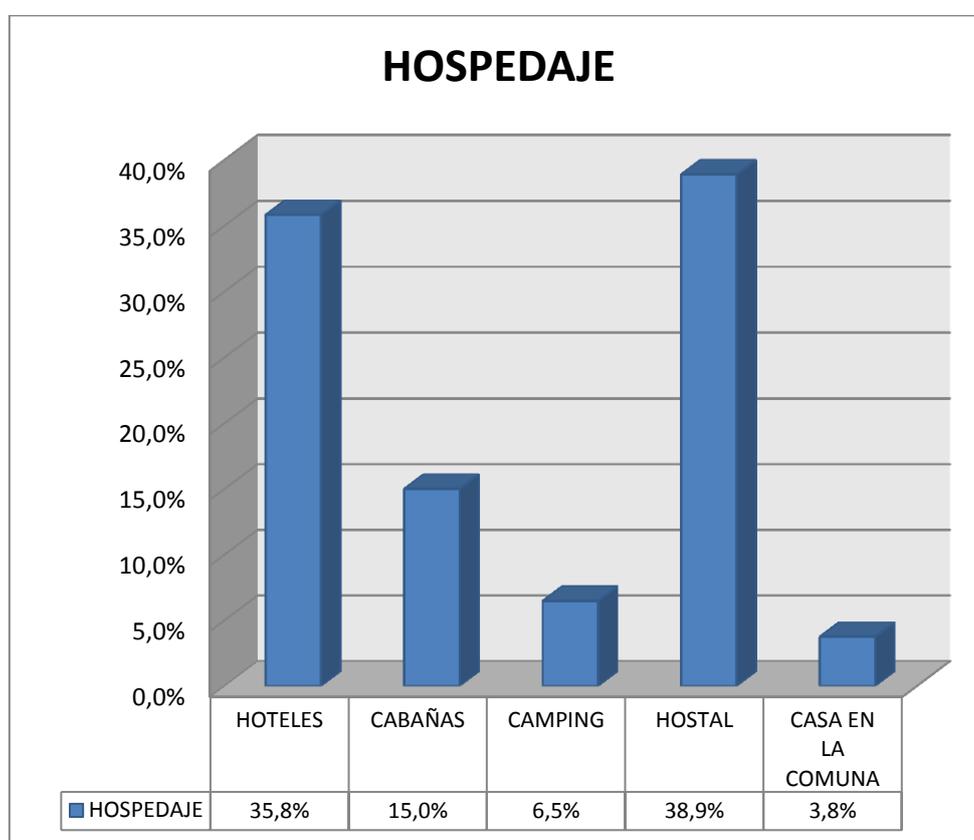
Interpretación: Existe una fuerte relación entre el presupuesto de los visitantes con el tiempo que pasan en Montañita.

Como se ve en el gráfico, las personas que se quedan en el balneario entre uno y cuatro días, en su mayoría cuentan con un presupuesto aproximado entre 40 y 80 dólares;

aquellos que se quedan entre cinco y ocho días, cuentan con un presupuesto mayor que va desde los 81 dólares en su mayoría; ya de una a dos semanas, el presupuesto necesario se dispara, pues son pocos los que logran estirar un presupuesto de 81 dólares, la mayoría cuenta con presupuestos de 201 dólares en adelante; esta situación se repite en el escenario de menos de un mes y más de un mes.

El hospedaje

Gráfico 2.9 - Tipo de hospedaje preferido

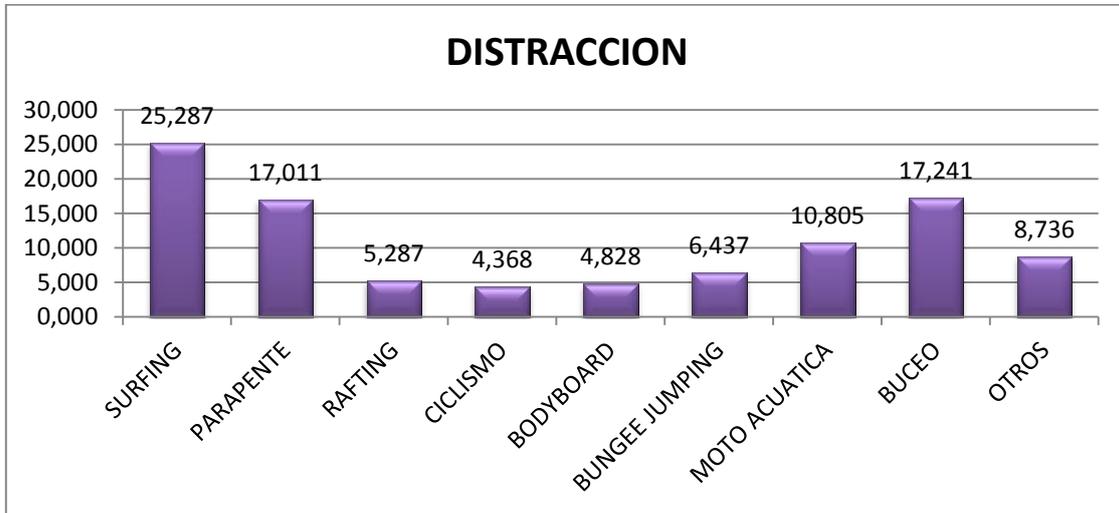


Elaborado por los autores

Interpretación: Los turistas cuentan con varias opciones de hospedaje en Montañita, los preferidos por los turistas son los hostales y los hoteles con el 38,9% y 35,8% respectivamente; seguidos más atrás por cabañas que cuentan con un 15% de preferencia; viene el camping con el 6,5% y finalmente las casas rentadas de la Comuna con un 3,8% tal como muestra el gráfico.

Tipos de distracción que esperan encontrar en Montañita

Gráfico 2.10 - Deportes que los turistas esperan practicar en Montañita

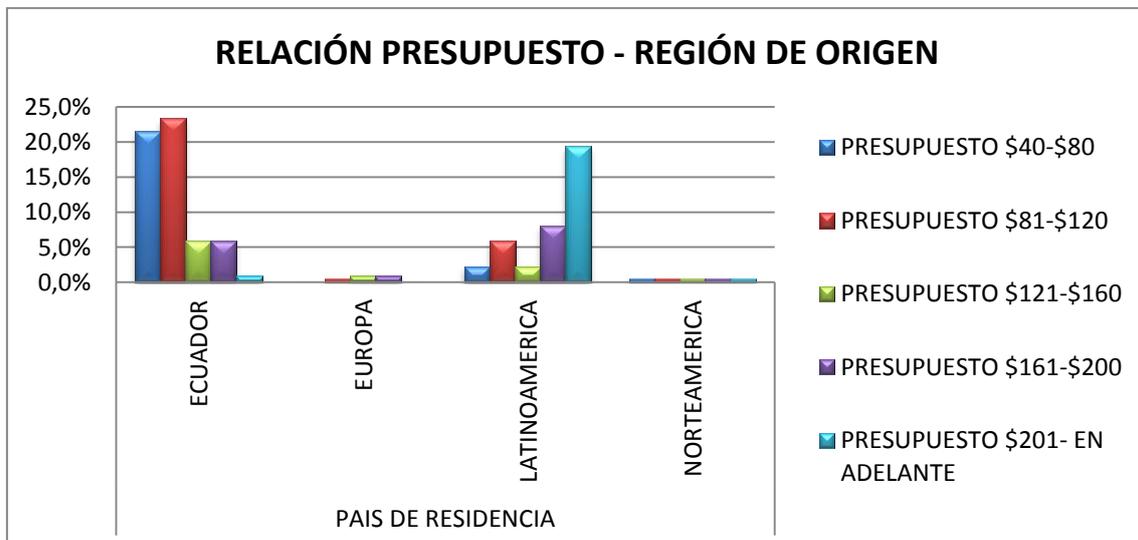


Elaborado por los autores

Interpretación: Se seleccionó un grupo de deportes que son muy apetecidos por los turistas en otras partes del Ecuador para determinar cuáles de estos podrían ser implementados en Montañita como alternativas de distracción y de esta manera diversificar la oferta turística.

El presupuesto y el país de residencia de los turistas

Gráfico 2.11 - Relación de presupuesto versus región de origen

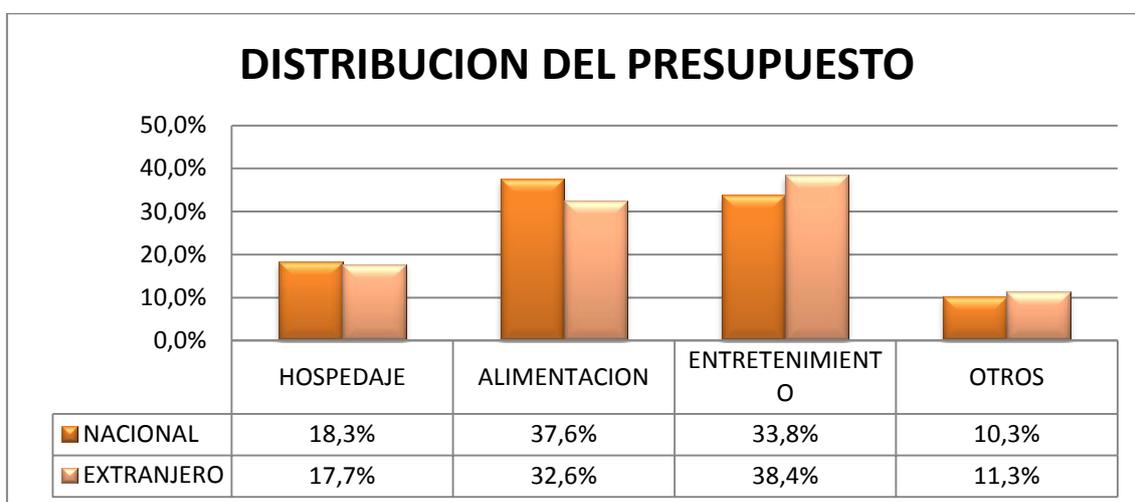


Elaborado por los autores

Interpretación: Lamentablemente este no fue un punto fuerte en la investigación debido a la falta de confianza de los turistas extranjeros para dar información sobre el presupuesto con el que cuentan debido a la mala reputación del Ecuador en materia de seguridad, sin embargo, los latinoamericanos y ecuatorianos se mostraron más abiertos a dar una cifra aproximada acorde a la realidad del momento.

Distribución de los presupuestos de viaje

Gráfico 2.12 - Distribución del presupuesto



Elaborado por los autores

Interpretación: Aunque la diferencia no es mucha, se aprecian ciertas diferencias entre la manera en que los turistas nacionales y extranjeros realizan su presupuesto de viaje tal cómo podemos observar en el gráfico:

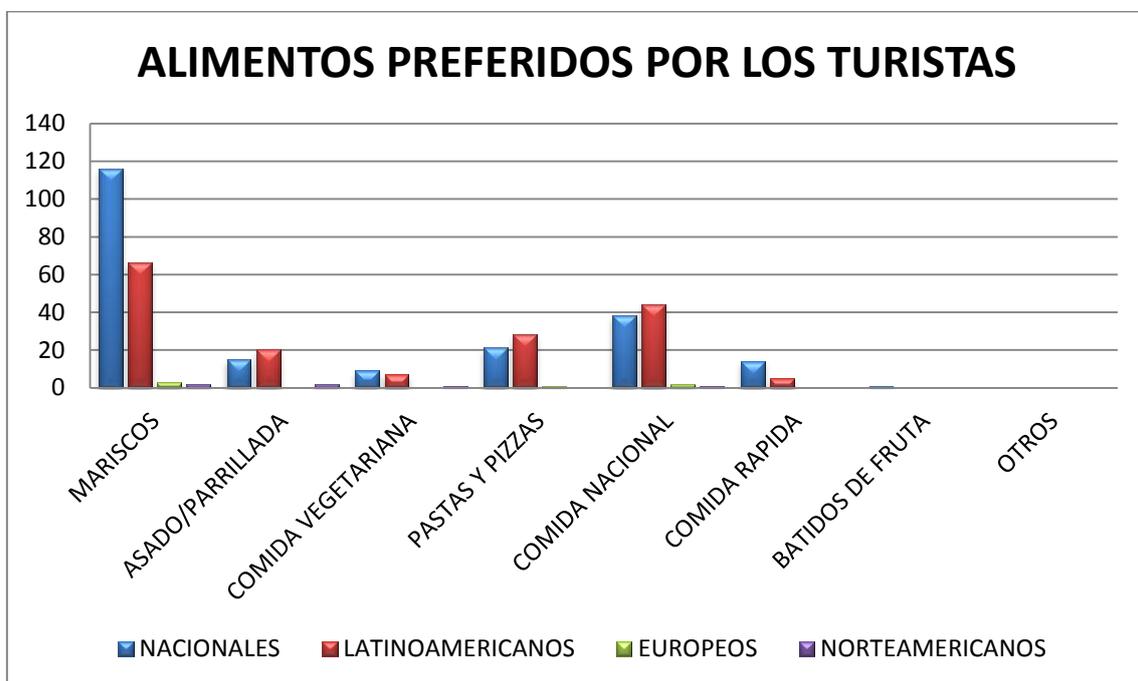
Diferencias

- El turista nacional utiliza la mayoría de su presupuesto en alimentación, mientras que el turista extranjero se enfoca más en utilizarlo para actividades de entretenimiento.
- El hospedaje es el punto más bajo del presupuesto (sin considerar la categoría “otros”); en el caso de los turistas extranjeros, al manejar presupuestos mayores al

del turista nacional y que debido que se quedan mucho más tiempo en Montañita, buscan hospedaje en lugares que sean muy económicos y acogedores. El turista nacional muchas veces no cuenta con el hospedaje en su presupuesto, van a pasar la noche en la playa ya que no cuentan con dinero suficiente y prefieren invertirlo en entretenimiento.

Preferencias Gastronómicas

Gráfico 2.13 - Alimentos preferidos por los turistas.



Elaborado por los autores

Interpretación: En Montañita se pueden encontrar varios tipos de comida de distinto origen; a pesar de ello, casi la mitad de los visitantes prefieren alimentos a base de mariscos para disfrutar de los productos del mar. Se puede apreciar también que la comida nacional es muy apetecida por los turistas latinos, incluso en un porcentaje mayor que los propios turistas nacionales.

Las pastas, pizzas y parrilladas también son muy populares entre los turistas nacionales y extranjeros; en menor proporción la comida vegetariana y la comida rápida.

Misceláneas

En la pregunta abierta al final de la encuesta en la cual se pidió opiniones personales o sugerencias para incentivar y mejorar la oferta turística en Montañita se puede destacar lo siguiente:

- Mayor atención a los problemas sanitarios como alcantarillado y baños públicos por parte de las autoridades locales y regionales.
- Elaborar una reglamentación que prohíba la diferenciación de precios entre los turistas locales y los extranjeros.
- Instaurar régimen de control en calidad para los servicios que prestan los distintos negocios.
- Sancionar a aquellos locales que rompan con el estilo arquitectónico de Montañita que en su totalidad es rústico y es lo que la vuelve atractiva.
- Proteger, mejorar y fomentar el uso de las áreas verdes en el pueblo.
- Mejoramiento de la infraestructura sin perder el estilo rústico.
- Mejorar la limpieza en hoteles y calles.
- Contar con mayor iluminación en la playa por las noches.
- Mejorar la pavimentación y adoquinado de las calles.
- Instalar más tachos de basura.
- Construir un centro de salud para emergencias.

Como se puede apreciar, los turistas se mostraron muy interesados en aportar ideas para mejorar la imagen y calidad de Montañita como un destino turístico internacional, pues consideran que sería lamentable que el crecimiento acelerado destruya un lugar tan agradable; no tuvieron reparos en realizar ciertas observaciones clave para este estudio.

2.3 Análisis de encuestas realizadas a habitantes

Para el levantamiento de la información de los habitantes, utilizamos el método de encuestas a través del barrido por etapas; seleccionamos distintos lugares de manera que representen la realidad de los que viven en Montañita, desde los barrios menos atendidos hasta donde se concentra la actividad turística, estos sectores son:

- Parte sur del pueblo.
- Centro turístico
- Zona residencial de Alta Montañita
- Barrio del Tigrillo
- Sector de la Punta

Para determinar el tamaño de la muestra se acudió a datos obtenidos por el INEC en el Censo de Población y Vivienda 2010, y en base a la tasa de crecimiento poblacional promedio detallada en el PLANDETUR 2020 que es del 2,1%, se proyectó la población para el año 2011 y para abril del 2012 que fue el mes de ejecución de las encuestas. Ver tabla 3.

Tabla 2.4 - Cálculo de la Muestra

AÑO	AGOSTO - 2010	AGOSTO - 2011	ABRIL - 2012
Habitantes	1.562	1.595	1.617
Tasa de crecimiento	-	2,1%	1,4%

Elaborado por los autores

Para efectos de la proyección poblacional a Abril del 2012, se convirtió la tasa de crecimiento anual a mensual dividiendo 2,1% para 12 meses dando como resultado una tasa de crecimiento mensual del 0,175%. Dado que entre agosto del 2011 y abril del 2010 hay 8 meses, se multiplicó 0,175% por 8 meses, por lo que la tasa para calcular la población a Abril del 2012 fue de 1,4%.

Remplazando las variables en la fórmula para determinar la muestra estadística con los datos de la población se obtuvo como resultado que había que encuestar a 310 personas como se muestra en el cuadro inferior:

Tabla 2.5 - Cálculo de la muestra para encuesta a habitantes

VARIABLES	FORMULA MUESTRA ESTADÍSTICA	TAMAÑO DE MUESTRA
$Z = 1,96$	$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 1.617}{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 + (1.617 \times 0,05^2)} =$	310
$p = 0,5$		
$q = 0,5$		
$e = 0,05$		
$N = 1.617$		

Elaborado por los autores

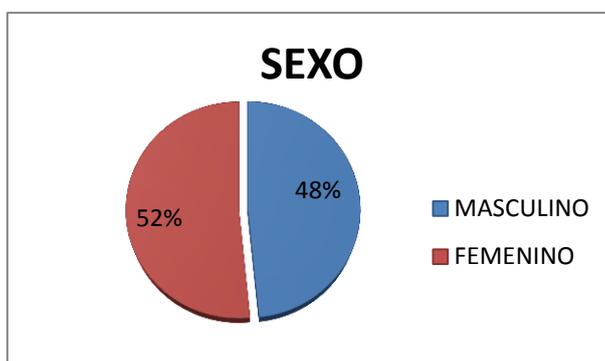
Se encuestaron a 310 habitantes que fue el resultado de la muestra basado en una población total de 1.617 personas.

2.4 Perfil del habitante

En base a la información adquirida de las encuestas sobre las características, ocupaciones y su punto de vista acerca del turismo, y entrevistas realizadas, se ha visto que el habitante de Montañita presenta las siguientes características:

Sexo

Gráfico 2.14 - Sexo de los habitantes encuestados

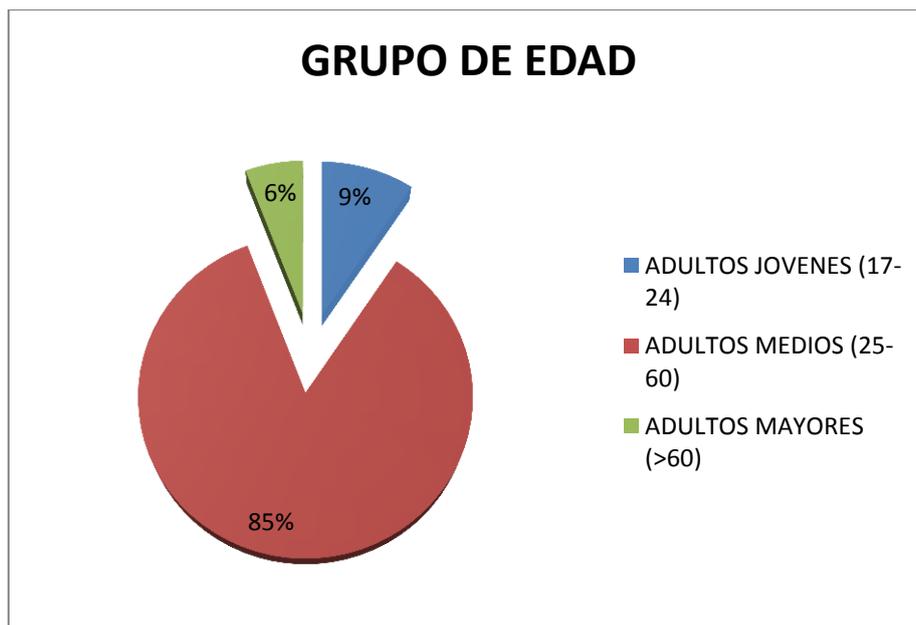


Elaborado por los autores

Interpretación: Determinamos que se mantiene la superioridad proporcional del sexo femenino al masculino que ve de acuerdo a la tendencia global; se encuestaron a 150 hombres y 160 mujeres.

Edad

Gráfico 2.15 - Edad de los habitantes encuestados



Elaborado por los autores

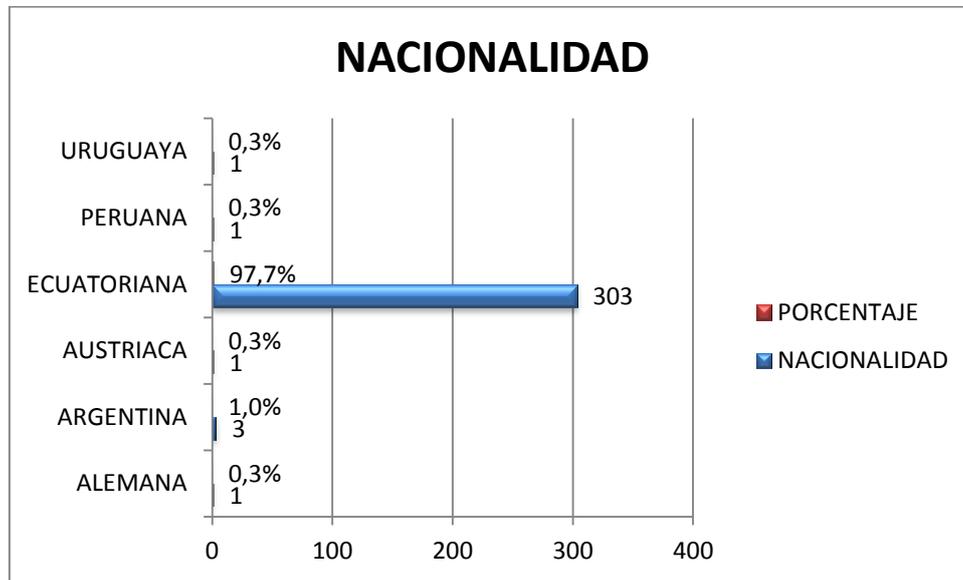
Interpretación: Para la encuesta se determinó como requisito que solamente adultos respondan las preguntas y se los clasificó en:

- Adultos jóvenes cuya edad va desde los 17 hasta los 24 años.
- Adultos Medios cuya edad va desde los 25 hasta los 60 años.
- Adultos Mayores cuya edad va desde los 61 años en adelante.

Se nota claramente que la edad de la muestra se concentra en adultos medios, presumiendo que se debe a que es el rango de edad más amplio.

Nacionalidad

Gráfico 2.16 - Nacionalidad de los habitantes encuestados



Elaborado por los autores

Interpretación: Dentro de la muestra, la mayor parte de las personas encuestadas son de nacionalidad ecuatoriana, aquellas personas que provienen de otros países, fueron encuestadas en el centro turístico, Barrio del Tigrillo, Alta Montañita y el sector de la Punta. Sin contar a los ecuatorianos, los argentinos son el segundo grupo de residentes de importancia.

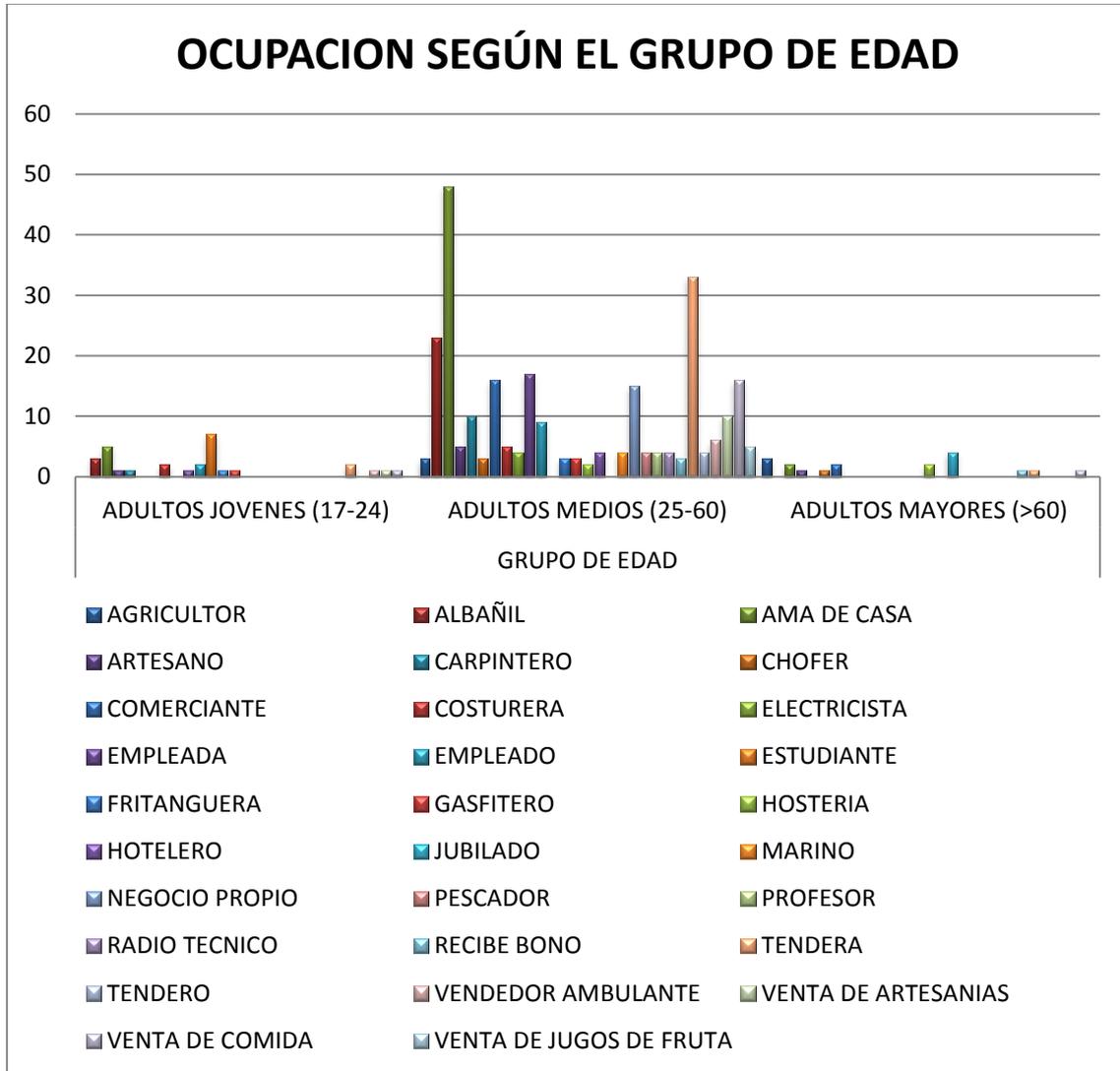
Ocupación

Las encuestas también muestran las diferentes ocupaciones a las que se dedican los habitantes de Montañita como se puede observar en el Gráfico 2.17

Ocupación según el grupo de edad

Se agrupó las ocupaciones según la edad para conocer tendencias de los habitantes:

Gráfico 2.17 - Ocupación de los habitantes encuestados



Elaborado por los autores

Tiempo viviendo en Montañaíta

De los habitantes extranjeros, se obtuvo los siguientes resultados sobre el tiempo que tienen viviendo en Montañaíta:

Gráfico 2.18 - Tiempo habitando en Montañaíta



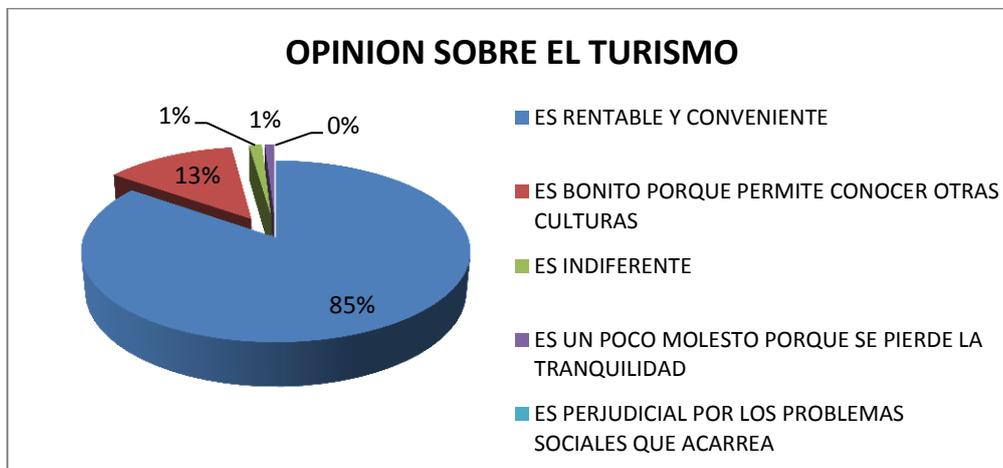
Elaborado por los autores

Se nota claramente que la mayoría de estas personas han vivido en Montañaíta lo suficiente como para conocer a profundidad su realidad actual.

Opinión sobre el turismo

Podemos observar que la mayoría de la población disfruta de la actividad turística gracias a los beneficios que esta otorga, esto fueron los resultados:

Gráfico 2.19 - Perspectiva de los habitantes sobre el turismo

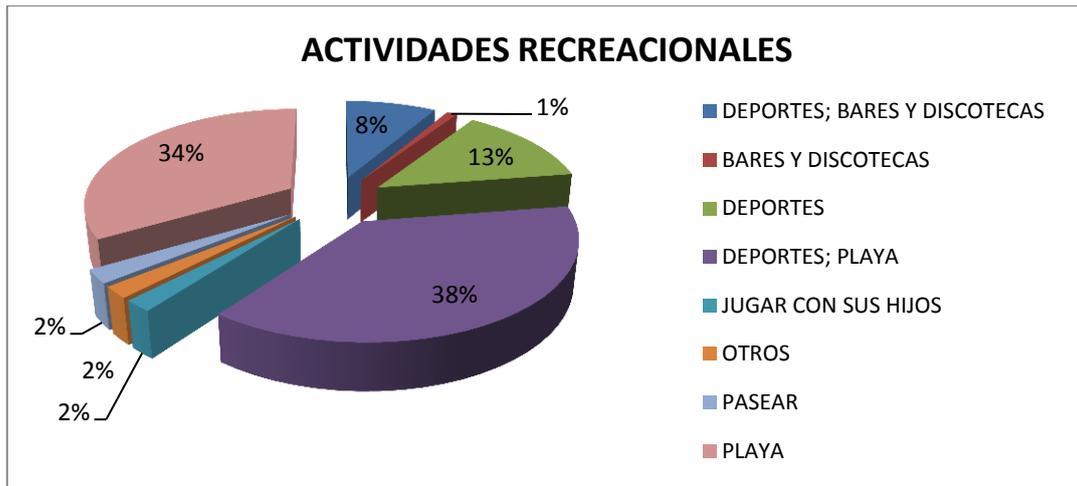


Elaborado por los autores

Actividades recreacionales

La población también es promotora y usuaria de las actividades turísticas, por lo que se decidió preguntar sobre el tipo de recreación que prefieren, las cuales arrojaron estos datos:

Gráfico 2.20 - Actividades recreacionales

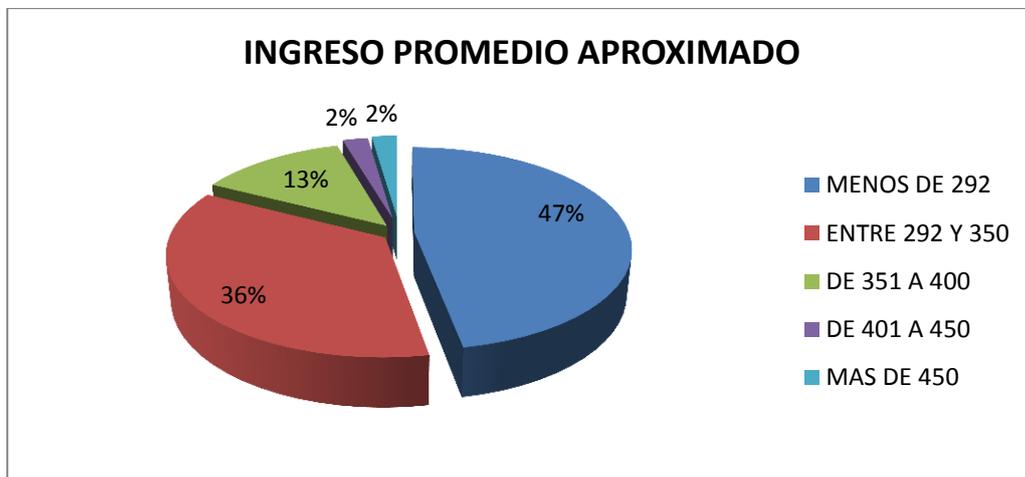


Elaborado por los autores

Ingresos

Aunque la pregunta resultó un poco incómoda para los encuestados, se pudo obtener la siguiente información:

Gráfico 2.21 - Ingreso aproximado de los habitantes encuestados

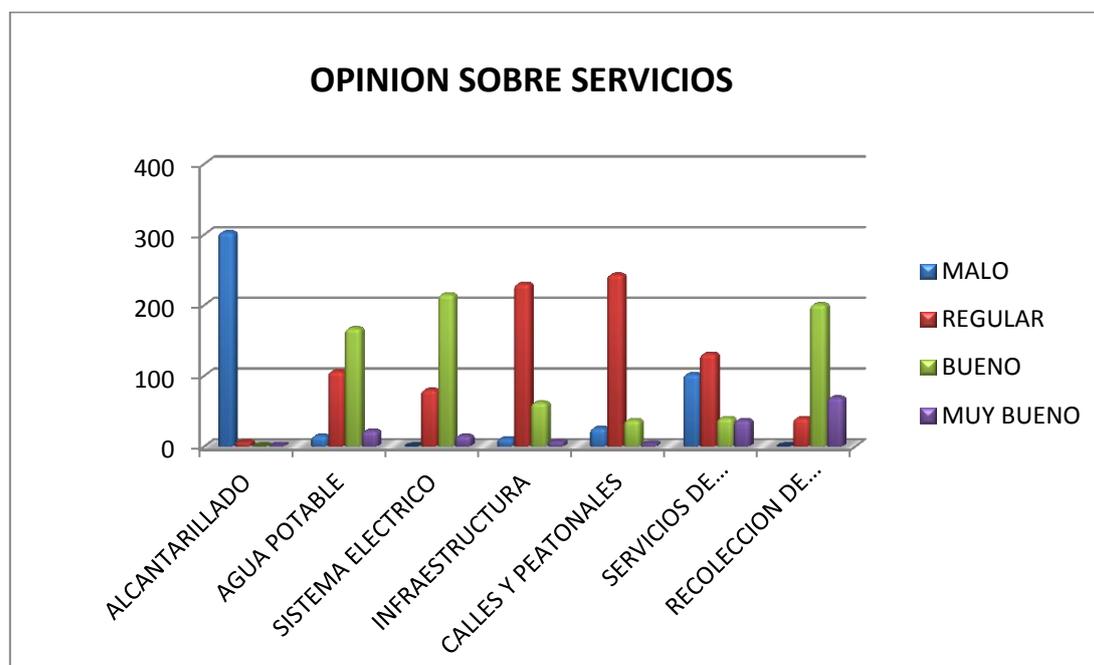


Elaborado por los autores

Opinión sobre los servicios espacios públicos

Esta es una de las preguntas más importante realizada a los habitantes, pues muestra su nivel de satisfacción en distintos aspectos de la obra pública:

Gráfico 2.22 - Opinión sobre servicios públicos



Elaborado por los autores

Misceláneas

En la pregunta abierta al final de la encuesta en al cual se pidió opiniones personales o sugerencias para incentivar y mejorar la oferta turística en Montañita se puede destacar lo siguiente:

- Mayor atención a los problemas sanitarios de la Comuna por parte de la Comuna y el Municipio.
- Elaborar un código de normas de distribución de espacios para incentivar las actividades turísticas en los lugares menos comerciales.
- Dado el crecimiento poblacional, es una necesidad imperiosa la construcción de un colegio para la educación de los habitantes.

CAPÍTULO 3

3 ANÁLISIS DE LA OFERTA EN LA COMUNA MONTAÑITA

Para realizar un análisis de lo que ofrece Montañita en materia turística es necesario conocer ciertos conceptos fundamentales mencionados en el capítulo uno para entender el desenvolvimiento de los agentes turísticos. Una vez comprendidos estos conceptos se puede identificar lo que se está ofreciendo a los turistas, las condiciones de estos atractivos y si están a la altura de las expectativas de los visitantes.

Imagen 3.1 - Oferta turística de Montañita



Arriba: Playa de Montañita; Izquierda: Coctelería Poeta; Derecha: Tikilimbo Surf Shop
Elaborado por los autores²⁴

En este capítulo se explicará que son los sectores estratégicos, cuales son y un análisis de cada uno de ellos, también se dará a conocer cuál es la situación actual que se encuentra Montañita de manera general para tener una percepción más clara del ambiente en el que se desenvuelven los turistas y habitantes, además de conocer sobre la

²⁴ Varias Fuentes: Arriba: <http://www.lanacion.com.ar>; Izquierda: <http://ecuador.all.ec>; arriba; derecha: <http://www.infomontanita.com>

carga turística actual de Montañita.

3.1 La oferta turística de Montañita

A continuación una lista de categorías de productos característicos del turismo y de las industrias turísticas que se pueden hallar en Montañita:

Tabla 3.1 – Recursos y productos turísticos de Montañita

INDÚSTRIAS TURÍSTICAS		PRODUCTOS TURÍSTICOS
1	Alojamiento	Hoteles Hostales Residenciales Cabañas Camping
2	Provisión de alimentos y bebidas	Restaurantes Puestos de comida rápida Carretas ambulantes Bares Discotecas Cabañas Cocteleras
3	Transporte terrestre de pasajeros	Cooperativa Libertad Peninsular CLP Cooperativa de Transporte Interprovincial Manglaralto CTIM Cooperativa de Transporte Intercantonal Unidos Peninsulares CITUP Cooperativa de Taxis MONTAÑISOL
4	Transporte aéreo de pasajeros	Aerolíneas que operan desde Guayaquil
5	Alquiler de transporte terrestre	Budget Renta Car (Guayaquil)
6	Información y otros servicios de reservas	Oficinas del MINTUR (Santa Elena)
7	Cultural	Acuario de Valdivia Museo de Salango
8	Deporte y recreación	Canopy Parapente Rappelling Buceo Surf, entre otros.
9	Suvenires	Artesanías de Valdivia
10	Ventajas competitivas específicas de cada país, región o lugar	Eco-rutas a la montaña

Elaborado por los autores
Fuente: Organización Mundial de Turismo

3.1.1 Sectores estratégicos

En base a los productos e industrias turísticas mencionadas podemos determinar los sectores estratégicos del turismo en Montañita asociando la terminología vista en el capítulo uno.

Estos sectores están identificados de la siguiente manera:

- Hoteles y Restaurantes
- Transportistas
- Bares y Discotecas
- Artesanos y Comerciantes Informales
- Actividades Deportivas

3.1.2 Hoteles y restaurantes

Hospedaje

En Montañita se pueden encontrar distintas opciones para hospedarse, entre las cuales tenemos hoteles, hostales, cabañas, camping y casas de alquiler de la Comuna (estas últimas pueden ser utilizadas desde una noche o el tiempo que se quiera hospedar el turista).

Los precios para el alojamiento oscilan entre 5 U\$D y 50 U\$D por noche y por persona y depende de la variedad de servicios como televisión por cable, agua caliente y potable, aire acondicionado, mini-bar, lavandería, piscina y jacuzzi, entre otros; el nivel de confort que preste el establecimiento y la capacidad de personas que pueden alojarse.

Cada uno de estos hoteles y hostales se caracteriza por su estilo rústico de la costa, a base de caña, madera y paja, dada la cercanía de algunos establecimientos con el océano, poseen un ambiente fresco, agradable y con vista al mar.

Imagen 3.2 - Cabañas en Montañita



Hostal Montañita Cabañas
Fuente: Infomontanita.com²⁵

En general, la tipología de hostales no varía demasiado entre uno y otro; las habitaciones en su mayoría no tienen baños privados y la acomodación está dada para que se alojen entre 3 y 6 personas por habitación en camas dobles, literas o camas sencillas.

Gastronomía

Para el turismo se puede encontrar todo tipo de restaurantes especializados en:

- Parrilladas
- Comida Vegetariana
- Pizzerías
- Comida Internacional
- Panaderías

²⁵ **Infomontanita.com.** Página web: <http://www.infomontanita.com>

Imagen 3.3 - Turistas comiendo en Montañita



Comensales en la pizzería La Leona del Guasón
Fuente: Montañita.com²⁶

Restaurantes

El servicio en atención a los clientes que tienen los restaurantes es bueno, en la comida cuenta con una amplia variedad de menús, el ambiente que se encuentra es relajado y se presta para ocasiones especiales o entretenimiento, además en las noches algunos restaurantes tienen música en vivo, ideal para viajar con amigos, en grupo o en pareja.

A lo largo de la calle Vicente Rocafuerte se encuentran concentradas las carretas ambulantes especializadas en la venta de ceviches y encebollados, sin embargo, dan un mal aspecto, ya que esta calle es la vía de acceso principal al centro de Montañita y los usuarios se ubican sobre las veredas.

²⁶ Montañita.com. Página web: <http://www.montanita.com>

Imagen 3.4 – Típico restaurant de Montañita



Bar-Restaurant Karukera
Fuente: InfoMontañita.com²⁷

En esta misma vía se encuentran la mayoría de restaurantes, los cuales tienden a vender como mayor atractivo, platos a base de mariscos, los precios oscilan entre los 5 USD y 20 USD; estos restaurantes aparte de ofrecer mariscos brindan también otras opciones como carnes y pollos, pero en menor proporción.

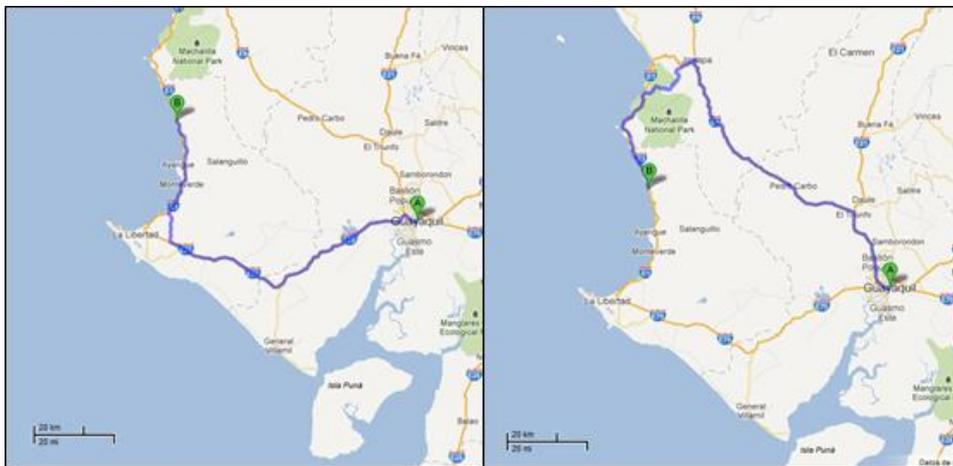
En la Calle Guido Chiriboga también se haya varios restaurantes de todo tipo, desde la intersección con la calle Vicente Rocafuerte hacia el norte se encuentran locales que en su mayoría ofrecen platos a la carta y se especializan en desayunos pues funcionan muy bien como cafeterías. En este mismo sector se encuentran carretillas que se dedican a la venta de batidos, jugos y ensaladas de fruta, sánduches, tostadas, etc. A partir de las 17:00 se empiezan a abrir las carretillas de venta de hamburguesas, perros calientes, bandejitas, entre otros para los turistas que disfrutan de las fiestas todas las noches.

²⁷ **InfoMontañita.com.** Página web: <http://www.infomontanita.com>

3.1.3 Transporte

Las opciones para llegar a Montañita pueden ser: por vía aérea hasta Guayaquil para los viajeros que provienen desde el exterior del país, y también puede ser vía terrestre. Desde Guayaquil a Montañita la única vía es terrestre a través de la Ruta del Spondylus. La **Ruta del Spondylus** es una vía que recorre la costa ecuatoriana desde el balneario de Playas en la Provincia del Guayas, atraviesa algunas playas de Santa Elena y Manabí y termina en el balneario de Atacames, Provincia de Esmeraldas.

Imagen 3.5 - Rutas terrestres Guayaquil - Montañita



Fuente: Google Maps
Elaborado por los autores

Aquellos que arriban por vía aérea al Aeropuerto Internacional de Guayaquil José Joaquín de Olmedo, encontrarán un panel de información digital en donde se puede consultar información sobre:

- Hoteles
- Alquiler de autos
- Aerolíneas
- Restaurantes
- Salud y belleza

Imagen 3.6 - Panel electrónico de información



Equipo en Aeropuerto José J. de Olmedo
Origen: Los Autores

Av. 10 de Agosto y Vicente Rocafuerte, Comuna Montañita. Dado que las distancias son cortas, la carrera normal tiene un costo promedio de 2 U\$D, sin embargo también están disponibles para transportarse entre los distintos pueblos de la Ruta del Spondylus y a todo el Ecuador. El costo normal de una carrera que es muy común, hasta Libertad o Santa Elena bordea los 20 U\$D.

Furgonetas y busetas

El servicio de las busetas y furgonetas brindan la transportación de regreso a Guayaquil para cientos de turistas que llegan los fines de semana de varias partes del país y que parten desde el puerto principal. No se encuentra de manera habitual este servicio de transporte.

Imagen 3.8 - Servicio de Transporte en Furgoneta



Servicio de Transporte en el Aeropuerto de Guayaquil José J. de Olmedo
Elaborado por los autores

Sin embargo, en el Aeropuerto de Guayaquil se puede encontrar dos compañías que ofrecen el servicio de transporte en furgoneta a distintas partes del Ecuador incluyendo Montañita, estos son:

- Cooperativa de Taxis Aeropuerto – Guayaquil (La tarifa es \$120 para viajar a Montañita)
- Furgonetas Vans Service (La tarifa es \$200 para viajar a Montañita)

Cooperativas de transporte inter-cantonal e interprovincial

Existen 3 cooperativas que recorren la ruta del Spondylus:

- **Cooperativa Intercantonal De Transporte Unidos Peninsulares (CITUP)**

Esta cooperativa recorre la ruta Libertad-La Entrada; el servicio es regular cada 20 minutos, los buses no son modernos pues adquieren la mayoría de sus unidades a otras cooperativas que ya han depreciado contablemente su valor. La tarifa desde Santa Elena hasta Montañita es de 1,50 U\$D.

- **Cooperativa Interprovincial De Transporte Manglaralto (CITM)**

Esta cooperativa recorre la ruta Libertad-Manta; el servicio es regular cada 25 minutos, al igual que la cooperativa CITUP, adquieren la mayoría de sus unidades a otras cooperativas que ya han depreciado contablemente su valor. La tarifa desde Santa Elena hasta Montañita es de 1,50 U\$D.

- **Cooperativa Libertad Peninsular (CLP)**

Esta cooperativa es la más destacada de las que recorren la vía del Spondylus, pues tienen un servicio directo entre Guayaquil, Montañita y Olón.

Imagen 3.9 - Cooperativa Libertad Peninsular



Bus de la Cooperativa Libertad Peninsular
Fuente: Suitesguayaquil.com²⁹

²⁹ Suitesguayaquil.com. Página web: <http://www.suitesguayaquil.com>

Los buses parten en horarios fijos que son: 05:00, 06:00, 07:00, 13:00, 15:00 y 16:30. Sus unidades son muy confortables y seguras, pues no realizan paradas en el carretero para recoger pasajeros, tienen sistema de climatización y televisores para ver películas. Originalmente tenía estación solamente en Olón, pero dado el crecimiento y la importancia de Montañita, decidieron instalar otra estación en esta población. El costo del servicio es de 5,50 USD.

3.1.4 Distancias

Tabla 3.2 - Tiempos de viaje hacia el sur y centro sur del país

Tiempo de viaje hacia el sur y centro sur		
Desde Montañita hacia	Tiempo de viaje en bus	Descripción
Manglaralto	2 minutos	Pueblo siguiente.
Valdivia	20 minutos	Cultura Valdivia, museo
Ayangue	35 minutos	Hermoso mar y buena comida
Santa Elena	1 hora y 15 minutos	Capital de la provincia
Salinas	1 hora 30 minutos	Ciudad turística y de hermosas playas y hoteles
Guayaquil	2 horas 30 minutos	Capital industrial de Ecuador. Hermoso malecón.
Cuenca	6 - 7 horas	Capital cultural. Ciudad colonial.
Frontera Perú	10 horas	Paso fronterizo.

Fuente: InfoMontañita.com³⁰
Elaborado por los autores

Tabla 3.3 - Tiempos de viaje hacia el norte y centro norte del país

Tiempo de viaje hacia el norte y centro		
Desde Montañita hacia	Tiempo de viaje en bus	Descripción
Olón	2 minutos	Pueblo siguiente.
Curia / San José	15 minutos	hermosas playas y casas bellas
Ayampe	1 hora	Pequeño pueblo, buenas olas y naturaleza viva.
Puerto López	1 hora 15 minutos	Salida principal a tours, restaurants y hoteles
Parque Nacional Machalilla	1 hora 25 minutos	Reserva ecológica. Bosque seco y paradisiaca playa.
Manta	3 horas 30 min	Principal ciudad costera de Ecuador. Lindas playas
Canoa	6 horas	Pueblo turístico, tranquilo
Mompiche	8 horas	De las mejores playas de Ecuador, hoteles 5 estrellas
Quito	10 - 12 horas	Capital de Ecuador. "La mitad del mundo"
Frontera Colombia	16 horas	Paso fronterizo seguro.

Fuente: InfoMontañita.com
Elaborado por los autores

³⁰ InfoMontañita.com. Página web: <http://www.infomontanita.com>

3.1.5 Bares y discotecas

La diversión nocturna es lo mejor que se puede encontrar en Montañita ya que atrae a miles de turistas de todas partes del mundo que visitan este lugar ya que en las noches posee un ambiente de fiesta, no hay toque de queda, además las fiestas en Montañita duran hasta el amanecer.

En Montañita tienes una gama amplia de bares, "cocteleras" (pequeñas barras hechas en madera, caña y muyuyo) en donde se puede disfrutar de todo tipo de cocteles.

El mayor atractivo de las discotecas y los bares es que todas poseen shows en vivos con bandas formadas por músicos de Ecuador y de Latinoamérica.

Imagen 3.10 - Las noches de Montañita³¹



Bar-Discoteca Nativa Bambú
Fuente: Montañita.com

En la músicaailable tenemos el Reggaetón, Reggae, Dance hall, Electrónica y entre otros; algunos de los principales bares y discotecas son:

- Nativa Bambú
- Lost Beach Club

³¹Montañita.com. Página web: <http://www.montanita.com>

- Hola Ola Discoteca
- Abad Lounge
- Last Call Bar
- Mahalo Bar
- Bier House
- El Pelicano

3.1.6 Artesanos y comerciantes informales

La artesanía en Montañita es una actividad de destrezas o técnicas empíricas que la llevan a cabo personas que viajan frecuentemente a lo largo de Suramérica, tanto nacionales como extranjeros, que para ellos es una forma de hacer arte de forma manual y con recursos de la naturaleza.

Imagen 3.11 - Artesanías de Montañita



Local de artesanías en Montañita
Fuente: Chiquiblog.com³²

Entre las principales actividades que realiza el artesano en Montañita están: malabarismo, trabajos de macramé, alambres, hilos, tejidos, y los utensilios que utilizan son piedras, semillas, tagua, concha de caracol, coco, entre otros.

³² Chiquiblog.com. Página web: <http://yalgomas.bligoo.com>

También se puede encontrar otro tipo de artesanías como son las figuras "prehispánicas" porque son muy parecidas a las auténticas, este tipo de artesanías se elabora masivamente en la Comuna Valdivia, muchas familias de la Comuna Valdivia se dedican a esta actividad como fuente de ingreso familiar y muchas veces estos recursos llegan a poner sus propios talleres artesanales los precios oscilan entre 5 y 20 dólares, dependiendo de las dimensiones de la figura y la cultura a la que pertenece: Valdivia, Guangala, Machalilla, Manteña, entre otras.

Existen locales que se dedican a la venta de artesanía tales como el Rucalem.

También tenemos entre las actividades artesanales lo que son: tallados en madera como tótems, elaboración y venta ropa, entre otros.

Imagen 3.12 - Los tótems en Montañita



Tótems de Santiago Sutton
Fuente: Artelista.com³³

3.1.7 Actividades deportivas

Entre las principales actividades deportivas que se practican en Montañita están: Surf, Bodyboarding, Vóley, Fútbol, Ciclismo, Canopy, entre otros.

³³ Artelista.com. Página web: <http://www.artelista.com>

Surf y Bodyboarding³⁴

Año a año se realiza una competencia a nivel latinoamericano que se denomina Reef Classic dura cinco días que comienza a finales de enero y empieza a inicios de febrero, y se lo considera el mejor evento en la temporada de playa. En el cierre del evento se realiza la ceremonia de premiación de los ganadores del evento y la esperada elección de la Miss Reef Classic.

Imagen 3.13 - Surf y Bodyboarding en Montañita



Arriba: Práctica de Surf; Izquierda: Práctica de Bodyboarding; Derecha: La Punta
Elaborado por los autores.³⁵

Para la práctica de este deporte tenemos escuelas de surf, como son: Balsa Surf Camp, el Hotel Casa del Sol, Hotel la Barranca, Hotel Hachuwa, entre otros, que no solamente enseñan este deporte, también promocionan sus servicios de estadía y alimentación.

Canopy

Este es un deporte de aventura, en donde el objetivo es llegar de un punto A un punto B, a través de un sistema de poleas suspendidas por cables, montados en un declive o inclinación. Ofrecen sus servicios de 9 am a 6 pm de lunes a domingo, el precios está

³⁴ **El bodyboarding** es un deporte basado en el deslizamiento sobre la superficie del agua aun sin romper de una ola con una tabla de espuma sintética de alrededor de 1 metro de largo llamada boogie o tabla de bodyboard.

³⁵ Fuentes: arriba: <http://www.surfersvillage.com>; izquierda: <http://www.nocturnar.com>; derecha: <http://www.visitaecuador.com>

entre los \$10 hasta \$20.

Imagen 3.14 - Canopy en Montañita



Hombre cruzando el Canopy
Fuente: Montañita.com³⁶

PARASAILING

Actualmente se está practicando un nuevo deporte llamado *Parasailing*, *Paravelismo* o *Paranavegación*³⁷.

Imagen 3.15 - Parasailing en Montañita



Práctica de Paravelismo en la playa de Montañita
Fuente: El Comercio³⁸

Por un valor de USD 25, el paseo permite ver Montañita y sus alrededores desde lo alto, dura unos 8 minutos y comprende un viaje de ida y vuelta.

³⁶ **Montanita.com.** Página web: <http://www.montanita.com>

³⁷ **El Parasailing** es una actividad recreacional donde una persona es sujeta a la parte trasera de un vehículo (usualmente un bote) mientras se es atado a un paracaídas especialmente diseñado para este deporte, el paracaídas eleva con el viento al turista mientras el bote acelera para subir más alto al turista.

³⁸ **Elcomercio.com.** Página web: <http://www.elcomercio.com>

3.2 Ubicación de los sectores estratégicos

3.2.1 Croquis de la Comuna Montañita

Gráfico 3.1 - Croquis de Montañita



Fuente: INEC

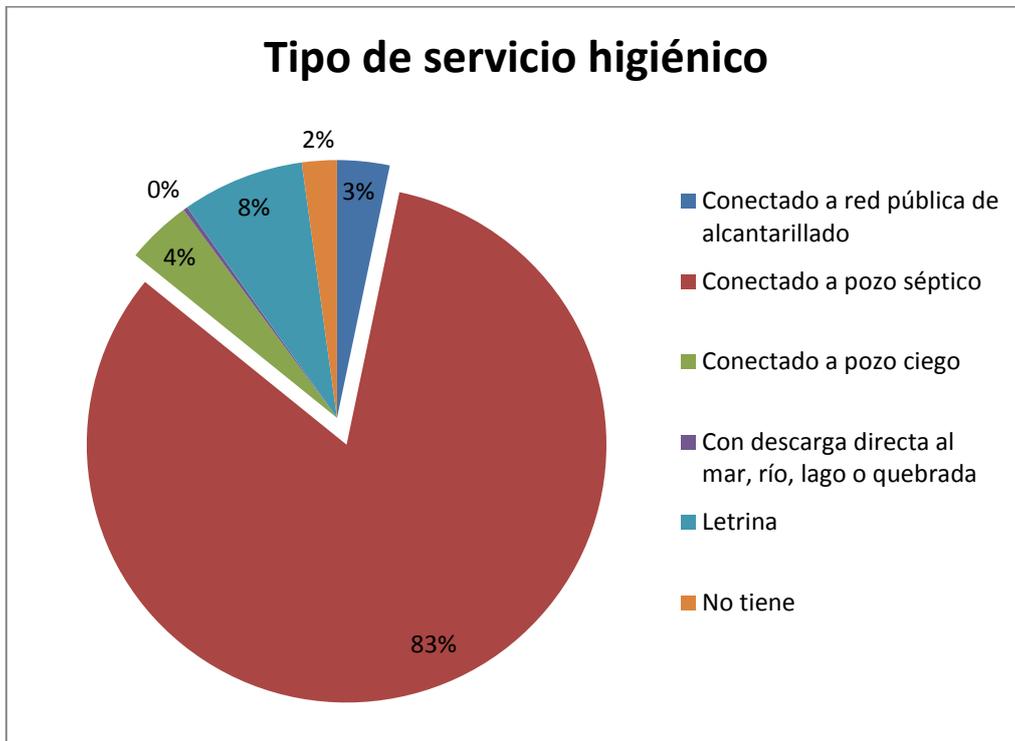
3.3 Situación actual

3.3.1 Higiene

En la actualidad la higiene se ha vuelto un problema creciente en la Comuna, y es que como todo centro poblacional con un elevado índice de crecimiento demográfico, no es fácil encontrar la manera correcta de eliminar los desechos. Todo esto está teniendo un fuerte impacto ambiental lo que causa una mala imagen, sobre todo en los turistas

Europeos que son mucho más exigentes y críticos en lo referente a temas ambientales.

Gráfico 3.2 - Tipología de los servicios higiénicos de Montañita



Elaborado por los autores.

Según información del INEC tenemos que: el 3.26 % de las personas se encuentran conectados a una red pública de alcantarillado, el 82.61%, está conectado a un pozo séptico, el 4.08% está conectado a un pozo ciego, el 0.27% se conectan mediante las descargas directas al mar, río, lago o quebrada, el 7.61% se conecta por letrinas, el 2.17% no cuenta con servicio higiénico.

Las clínicas y hospitales para hacerse atender tanto habitantes como turistas se encuentran en Olón y Manglaralto, la manera más rápida de movilizarse en caso de alguna emergencia es mediante los taxis que proporciona la Compañía Montañisol. En Montañita como máximo se encuentran tres farmacias particulares para adquirir medicinas.

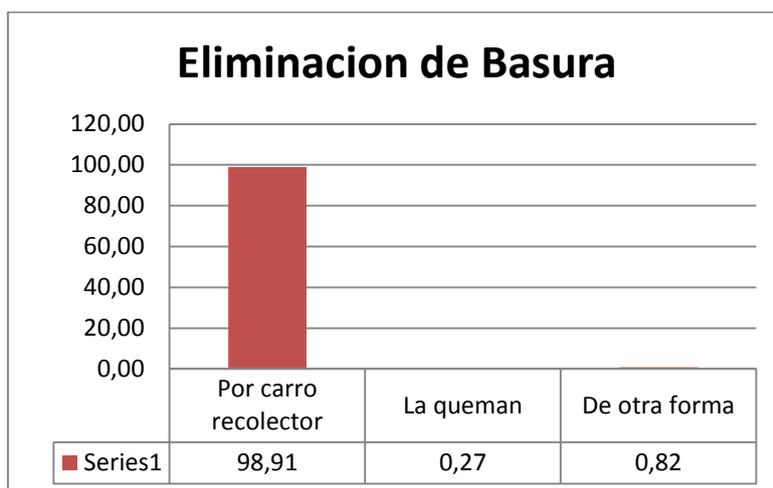
Entre los principales problemas de Higiene se encuentran:

- Eliminación de desechos sólidos
- Desfogue de cañerías de aguas servidas y aguas de lluvia
- Baños Públicos
- Contaminación del Estero

3.3.1.1 Eliminación de desechos sólidos

Según datos estadísticos del INEC: el 98.91% acuden al vehículo recolector de basura, el 0.27% queman la basura, y el 0.82% eliminan la basura de otras formas.

Gráfico 3.3 - Eliminación de desechos sólidos



Elaborado por los autores.

Según la nueva ley del COOTAD el municipio es el único encargado de la recolección de basura. Anteriormente este servicio lo brindaba una fundación a través de camiones particulares que era contratada por el Municipio. Este sistema de recolección era rudimentario sin ningún procedimiento técnico, el servicio se brindaba hasta 5 veces por semana, los camiones tenían capacidad de hasta 2 toneladas.

Actualmente funcionan camiones recolectores compactadores con capacidad de hasta 6 toneladas del Municipio, los cuales están brindando el servicio los 7 días de la semana;

el recorrido se realiza una vez al día entre martes y jueves y hasta tres veces al día entre viernes y domingos. Estos depositan los desechos en un botadero de basura con una capacidad aproximadamente para 20 años. Este botadero funciona con el sistema de quebradas que son huecos naturales donde se va enterrando la basura hasta formar montículos de tierra, los desechos que se depositan en este botadero son provenientes de las parroquias Manglaralto y Colonche, está ubicado en la Comuna Palmar en las cercanías de Playa Rosada.

La comunidad ve con agrado el servicio de recolección actual, sin embargo Montañita aún no cuenta con un eficiente plan de reciclaje; según el Ms. Danilo Vera Preciado Gerente de EMASA, el Municipio de Santa Elena está trabajando en la aplicación de un programa de *Clasificación de Basura Domiciliaria*³⁹, es decir un proyecto de reciclaje desde la fuente que ya funciona en la cabecera cantonal.

3.3.1.2 Baños públicos

En Montañita aproximadamente se cuenta con tres baños públicos los cuales están administrados por la Junta Comunal la cual cobra una tasa por el uso de estos baños para el mantenimiento de los mismos.

3.3.1.3 Contaminación del estero

El estado en el que se encuentran las aguas en Montañita, causa la contaminación de los ecosistemas circundantes y el lecho acuático pues arrastra desechos sólidos y coliformes que se encuentran botados en la calle, principalmente plástico de botellas y envases en general, aluminio de latas y tapas de botellas, orina de las personas que utilizan la calle para realizar necesidades.

³⁹ **Clasificación de Basura Domiciliaria:** esta idea consiste en que las familias y locales comerciales separen la basura orgánica de la inorgánica, para lo cual se designarán días específicos de recolección para cada tipo de desechos.

En el 2008 la Prefectura de Santa Elena encabezada por Ana Triviño, por motivos políticos, inició la construcción del alcantarillado sanitario y pluvial⁴⁰ en Montañita a pesar de que no era competencia de ellos, era competencia municipal; dado que en las elecciones para la prefectura, la Señora Triviño no fue relecta, el proyecto quedó inconcluso.

Es por esta situación que en Montañita actualmente existe un sistema base que posee conectores primarios, conectores secundarios y el gran colector que está en la calle principal y aunque todas las casas tienen un sistema de redes, no se puede utilizar el sistema porque no se terminó de construir el sistema de bombeo ni el sistema de las piscinas de oxidación que es donde se dirigiría todas estas aguas negras.

También se construyó el sistema de aguas lluvias que desfoga en el Río Montañita, sin embargo las personas dándose cuenta que no podían utilizar el sistema de aguas negras, empezaron a conectarse al sistema de aguas pluviales, esto empezó a contaminar el sistema hasta que se encontró al borde del colapso y se contaminó el río.

Imagen 3.16 - Drenaje del Estero Montañita



Fotografía por los autores

Para drenar el agua sucia del Río, los habitantes constantemente cavan una zanja que desfoga al mar, el problema radica en el hecho de que el agua empozada en este río (que se ha convertido en un estero) se encuentra totalmente contaminada por los desechos

⁴⁰ **Pluvial:** Proveniente de la lluvia.

orgánicos e inorgánicos que son arrojados al río por hoteles y restaurantes.

Imagen 3.17 - Zanja de drenaje



Fotografía por los autores

En el mes de enero del 2012 a Montañita se la declara en emergencia sanitaria y ambiental porque los sistemas de drenaje habían colapsado, el agua de las lluvias empezó entrar al sistema de aguas negras y estas se rebosaron; se llevó a cabo un comité interinstitucional liderado por el MIDUVI, pues el problema trascendió hasta la Presidencia de la República.

Imagen 3.18 - Carros cisterna designados para la evacuación de desechos



Elaborado por los autores

Los hoteles, familias, entre otros ya contaban con pozos sépticos anteriores a los trabajos de alcantarillado los cuales volvieron a utilizar y se designaron 5 carros bomba que evacuan a estas pozas de los cuales la Comuna cuenta con un camión propio y cuatro particulares más un camión Hidrocleaner del Municipio que realizaba su recorrido una vez al día. Estos camiones retiran los desechos de los pozos sépticos y los depositan en 3 zanjas o pozos auxiliares que fueron construidos como medida

emergente para superar la emergencia en las afueras de Montañita. Lo lamentable de este caso es que al llegar a Montañita, el olor a heces a la entrada del pueblo es eminente.

El Hidrocleaner municipal ya no realiza su ruta en Montañita, pues el Ministerio de Ambiente impuso una demanda al Municipio de Santa Elena por construir y depositar los desechos en las pozas auxiliares; este es un caso ambiguo pues en la planificación para solventar la emergencia, el MIDUVI estuvo de acuerdo en la alternativa de la construcción de las pozas auxiliares. Siendo el MIDUVI y el Ministerio de Ambiente instituciones del Gobierno Central, tal demanda parece un tanto fuera de lugar.

Imagen 3.19 - Estero contaminado



Fotografía por los autores
Origen: Rio Montañita

3.3.2 Seguridad

3.3.2.1 Alumbrado público

El alumbrado público en Montañita es bueno en las calles que hay mayor afluencia de personas, pero donde los lugares son solitarios y donde las patrullas policiales no frecuentan continuamente, el alumbrado es deficiente. También hay lugares muy concurridos en los cuales la iluminación es insuficiente o nula, lo cual brinda la oportunidad a personas mal intencionadas que nunca son habitantes de la Comuna sino

de otros lugares o de otras parroquias para realizar actos delictivos como robos o violaciones.

Los sectores más peligrosos son:

- Barrio Alta Montañita
- Barrio del Tigrillo
- Tramo de playa entre la Punta y el Centro
- Callejón entre Lost Beach y Hotel Montañita

3.3.2.2 Seguridad contra incendios

La arquitectura rústica utiliza mucha madera, paja y caña, que son materiales de fácil combustión en caso de incendio, por lo que el riesgo de un incendio a gran escala en Montañita es muy elevado, además existe el agravante que los actores callejeros (malabaristas) utilizan fuego para sus actos.

En la Comuna Montañita no se cuenta con una estación de bomberos propia, la estación más cercana se encuentra en la Parroquia Manglaralto.

3.3.2.3 Salvavidas

La planificación de salvavidas que se los conoce como los “guarda vidas” los asigna la Parroquia Manglaralto y se lleva a cabo solamente en fechas de temporadas como Año Nuevo, Carnaval, Reef Classic, Semana Santa, Feriado de Noviembre; en las demás fechas que son temporadas bajas o no son temporadas no se provee el servicio.

3.3.2.4 Comisión de tránsito del guayas

Actualmente Montañita no cuenta con una estación de la comisión de tránsito sino que se encuentra en la Comuna Manglaralto, la cual tiene cobertura a nivel parroquial y se encuentra a la salida de Manglaralto.

3.3.3 Servicios básicos

3.3.3.1 Agua

El servicio de agua es provisto por la Empresa de Agua Potable de la Península de Santa Elena AGUAPEN.

La Parroquia Manglaralto provee de agua a Montañita, ellos se abastecen de agua subterránea a través de la perforación de pozos, esta agua luego es impulsada a una reserva alta y se distribuye para las comunidades que se abastecen desde Manglaralto como cabecera parroquial hacia Montañita, Rio Chico, Libertador Bolívar, San Antonio, Cadeate, entre otros.

El servicio suele ser irregular pues existen racionamientos en fechas de alta demanda; además esta agua no es recomendable para el consumo humano porque sale contaminada con demasiados minerales e impurezas que son observables al momento de hervir el agua. El servicio existe desde 1981, al no existir agua de buena calidad la población se ven la necesidad de purificarla mediante la filtración, clorificación y posteriormente la hierven para consumirla, aun así, el sabor salobre es perceptible.

3.3.3.2 Luz

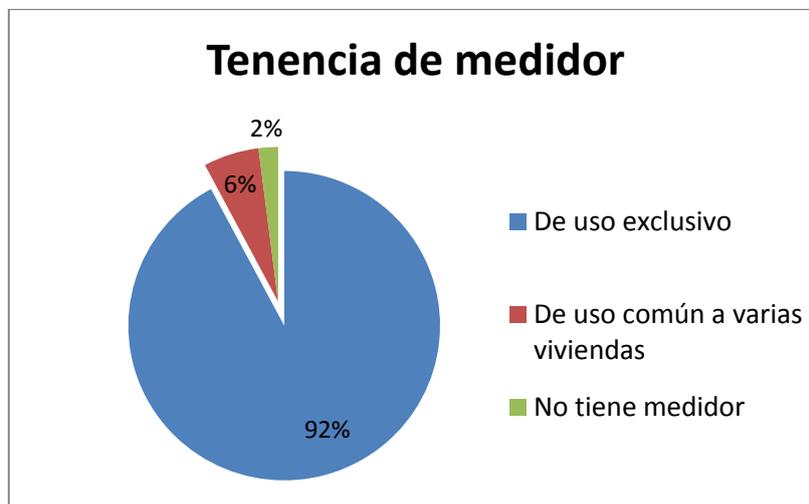
El servicio de luz eléctrica es provisto por la Corporación Nacional de Electricidad CNEL, la estación se encuentra en la Comuna Manglaralto, el servicio es irregular en ciertas zonas ya que existen racionamientos y en momentos existen variaciones de voltaje en toda la población que ocasionan daños en electrodomésticos desde 1971.

Según los datos estadísticos: el 92.22% tienen su propio medidor de uso exclusivo, el 5.76% tienen un medidor de uso común para varias viviendas y el 2.02% no cuentan con medidor.

Con respecto a la procedencia de la energía eléctrica el 94.29% es de la red de empresa

eléctrica de servicio público, el 1.09% es de otra procedencia, y el 4.62% no cuenta con energía eléctrica.

Gráfico 3.4 - Tenencia de Medidor



Elaborado por los autores

3.3.4 Estilo arquitectónico

El tipo de construcción predominante en la zona turística de Montañita es mixta, los materiales más utilizados son la caña guadua tratada, madera, piedra cara, cade (hoja de una especie de palma), paja toquilla y cemento, este último más utilizado para cimientos, paredes de las plantas bajas, pilares y primeros pisos.

La combinación de materiales produce un ambiente relajado y caribeño.

Entre los tipos de vivienda que poseen los habitantes tenemos: casas o villas, departamentos, ranchos, covachas chozas, hoteles, hostales, viviendas colectivas.

3.3.5 Educación

Según el último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año de 2010, se estima que de las personas de 15 años o más de edad, el 96.26% saben leer y escribir, y el 3.74 % de la población no sabe leer ni escribir.

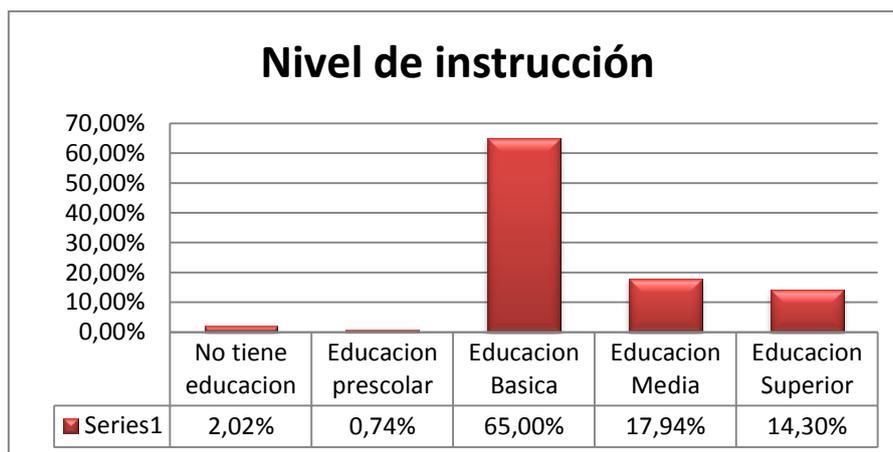
Las personas de 5 años a más de edad que asisten a un establecimiento de enseñanza

regular, el 31.86% si asisten mientras que el 68.14% no asiste a un establecimiento de enseñanza regular.

Tipo de establecimiento de enseñanza que asisten: el 73.95% es fiscal (estado), el 9.27% es una institución particular (privado), el 16.56% es una institución fisco misional, y el 0.22% municipal.

El nivel de instrucción que poseen los habitantes en la Comuna Montañita: el 2.01% no tiene ningún tipo de nivel de instrucción educativa, el 65% tiene nivel de educación básica, el 17.94% nivel de educación media, el 14.3% tiene nivel de educación superior y el 0.74% nivel de educación preescolar.

Gráfico 3.5 - Nivel de instrucción de la población oriunda de Montañita



Elaborado por los autores

La población en edad de trabajar se calcula para la población de 10 años o más: el 82.78% se encuentra en edad de trabajar, mientras que el 17.22% no está en edad aun para laborar.

En Montañita solo se cuenta con una escuela fiscal ya que en Manglaralto se encuentran el Colegio a Distancia “Eugenio Espejo” y el Colegio Fiscal Técnico “Manglaralto”.

Con esto podemos observar que en Montañita, mayor es la cantidad que personas que

llegan a un nivel de educación escolar y con esfuerzo el nivel de educación medio (colegio), muy pocas son las personas que alcanzan un nivel de educación de tercer nivel (universidad).

3.3.6 Capacidad de carga turística

Entre los principales resultados obtenidos del estudio realizado por la UPSE de la capacidad de carga real en Montañita constan:

Tabla 3.4 - Capacidad de Carga Turística Parte 1

Balneario	Carga Real	Baterías Higiénicas	Parqueo	Alimentación	Marinos 1*	Salvavidas 2**	Policía Nacional 3***
Montañita	4.806	2.400	3.800	3.812	(3) 481	(5) 150	(10) 3.333

Entre paréntesis: observados y contabilizados.

Fuente: Resumen Ejecutivo de la Actualización de la Capacidad de Carga Turística de los Balnearios del Cantón Santa Elena

NOTA:

1) *30 marinos controlan una playa, en relación a la capacidad de cada balneario se establece el número de personas promedios que controlarán los marinos designados, de ahí el valor variable en cada comunidad. (Fuente: CAPSAL)

2) **1 salvavidas está en capacidad de velar por la seguridad de 30 bañistas considerando la distribución de la gente y la visibilidad existente. (Fuente: CAPSAL)

3) ***Considerando la regla internacional por cada 1.000 habitantes se debe contar con 3 policías (Fuente: Policía Nacional)

Tabla 3.5 - Capacidad de Carga Turística Parte 2

Balneario	Carga Real	Capacidad de Parqueo	Capacidad de buses	Capacidad de automóviles	Observaciones
Montañita	4.806	3.800	(25) 1.000	(250) 1.000	Capacidad de alojamiento 2.176

Entre paréntesis: observados y contabilizados.

Fuente: Resumen Ejecutivo de la Actualización de la Capacidad de Carga Turística de los Balnearios del Cantón Santa Elena

Mediante esta información podemos observar que a pesar de que Montañita cuenta con 1.414 Hectáreas de terreno, como balneario tiene una excelente capacidad turística que demuestra con su capacidad de alojamiento es de 2.176 personas y una capacidad de carga real de visitantes de 4.806, para lo cual deberían tomarse medidas preventivas en vista del incremento y la afluencia que se da año tras año de turistas en la Comuna.

3.3.7 Análisis FODA de la Comuna Montañita

Fortalezas

- Se puede encontrar todo tipo de artesanías y suvenires.
- El estilo arquitectónico rústico encanta a los turistas.
- Su geografía permite practicar deportes como canopy, parasailing, entre otros.
- Su mar tiene olas ideales para practicar surf y bodyboarding.
- Existen muchas alternativas para viajar vía terrestre.
- El clima que posee Montañita es cálido y tropical.
- Cuenta con una gran diversidad de establecimientos para hospedaje, alimentación y entretenimiento nocturno.

Oportunidades

- Forma parte de la vía turística denominada *Ruta del Spondylus* promocionada por el Ministerio de Turismo a nivel internacional.
- La vía de acceso es la carretera E15 llamada “Vía del Pacífico”, importante carretera estatal que atraviesa la costa ecuatoriana.
- La Comuna podría recibir el apoyo por parte de la Municipalidad de Santa Elena en temas sociales.
- Campeonatos internacionales de surf llevados a cabo en Ecuador.
- Instituciones no gubernamentales impulsan el desarrollo turístico y económico,

promocionando la imagen de Montañita a nivel nacional e internacional.

- Los turistas que se llevan una buena impresión comparten sus experiencias con sus coterráneos, incentivándolos a visitar Montañita.

Debilidades

- Falta de pavimentación en ciertas calles de la Comuna.
- Los servicios básicos presentan deficiencias, en especial a lo que a alcantarillado se refiere.
- Contaminación del estero y mínima atención para los baños públicos.
- Parqueaderos insuficientes para visitantes y habitantes en temporada alta.
- Falta de una señalización e información adecuada donde se especifiquen los principales servicios que ofrece la Comuna a los turistas.
- Falta de seguridad debido al tenue alumbrado público de ciertas zonas.
- No cuenta con una estación de bomberos propia.
- El nivel de instrucción de la población nativa apenas alcanza la enseñanza básica.
- Falta de colaboración del Cabildo de la Comuna con el Municipio de Santa Elena para llevar a cabo mejoras.

Amenazas

- Los fenómenos naturales como el del Niño que acarrea grandes pérdidas para el desarrollo de los pueblos.
- El crecimiento acelerado de otros centros poblacionales como Olón, Manglaralto, Puerto López, entre otros.
- Políticas gubernamentales que distorsionen o afecten la Ley de Organización y Régimen de las Comunas.

El estudio demuestra que en el turismo tiene muchos elementos internos y positivos que le permiten tener ventaja competitiva con otros balnearios acompañado del estilo rustico que atrae al turista de manera general, además de la variedad de deportes y la diversidad de servicios que ofrece para el visitante, que hacen que este balneario sea uno de los destinos turísticos con una alta demanda.

La Comuna se desenvuelve en un entorno que le favorece para no solo darse a conocer nacionalmente sino también internacionalmente, además de sus distracciones nocturnas también cuenta con un deporte bastante conocido que es el surf, que año a año se organizan campeonatos internacionales, que atrae una masiva participación de la demanda turística, en comparación de otros balnearios que se encuentran en la ruta del Spondylus.

Sin embargo existen aspectos que son una barrera para el desarrollo sostenible que necesitan una urgente solución para los cuales deberían establecerse estrategias. Entre estos aspectos esta principalmente los servicios sanitarios, la contaminación del estero, la iluminación, la respectiva señalización, y en especial la falta de colaboración del cabildo de la Comuna con el Municipio de Santa Elena.

Son mayores las oportunidades y fortalezas que sus amenazas y debilidades, consecuentemente en Montañita de forma responsable y continua, sus habitantes, el estado con sus representantes, el cabildo Comunal, inversionistas, todos ellos deben estar comprometidos e involucrados, en realizar actividades programadas, con el fin de conseguir el bienestar común.

3.3.8 Comparación entre Montañita con otros balnearios

En base a un estudio realizado por el Programa de Manejo de Recursos Costeros (Reck, 2006), se establece que un área de 25m² por persona sería el ideal en playas localizadas en áreas naturales, sin embargo aplica la consideración de que cuando éstas presentan un turismo estacional limitado a pocos meses en el año, el área puede reducirse a 15m² por persona.

A los balnearios nacionales Montañita, Olón y Canoa y los balnearios internacionales que son: Punta Hermosa y Máncora (ambas de Perú), se los definió como playas de tipo semiurbanas ⁴¹ las cuáles cuentan con consideraciones y características propias generadas por el entorno, los servicios y facilidades, la caracterización de los sitios turísticos y el análisis de los visitantes.

3.3.8.1 Balnearios nacionales

Playa de Olón

Provincia	Cantón	Parroquia	Comuna	No Habitantes
Santa Elena	Santa Elena	Manglaralto	Olón	2.200

Ubicado en la Península de Santa Elena, la Comuna Olón es un pequeño pueblo de pescadores que forma parte de la ruta del Spondylus, siempre ha sido muy visitado por sus lindas playas, pero desde hace algunos años existe una fuerte demanda turística.

La playa de Olón es una de las más extensas de la costa ecuatoriana, donde se puede realizar algunas actividades como: caminatas, la toma de baños de sol, pesca deportiva, esquí acuático, paseos marítimos recreativos, fútbol, tenis playero o voleibol, como también surfing y windsurf, así como hábiles atrapadores del conocido platillo volador

⁴¹ **Playa Semiurbana:** Es aquella cuyo entorno se encuentra parcialmente edificado, en general con construcciones aisladas o con pequeñas poblaciones circundantes. Cuentan con una limitada accesibilidad y moderada afluencia. Incluyen playas con presencia de ecosistemas naturales en sus alrededores.

denominado freesbee.

Cuenta con un clima muy agradable para los turistas que buscan un lugar tranquilo y alejada de la ciudad, entre 25° C a 29° C.

Esta playa está rodeada de formaciones rocosas, una abundante vegetación su flora y fauna, y una gran variedad de peces y pájaros multicolores.

En este balneario se puede encontrar varios hostales de bajo costo y de calidad, donde los visitantes pueden hospedarse y disfrutar de un ambiente tranquilo.

En el interior, el pueblo presenta una estructura mixta, entre viviendas diseñadas con estilo moderno y viviendas que aún conservan una estructura original de la zona. Hacia la periferia de Olón, se ubican las casas de lujo que dan hacia el mar, pertenecientes a los residentes temporales que provienen fundamentalmente de Guayaquil.

Sobre su cerro se levanta el Santuario Blanca Estrella de la Mar, construcción hecha sobre una formación natural de acantilados. Lo característico de este es que su forma es la de un barco. Tiene una altura de 100 metros aproximadamente. En su interior se guarda celosamente una imagen de la Virgen María que lloró lágrimas de sangre en 1990 y que es motivo de veneración para los lugareños y para todas las personas que acuden con fe hasta su Santuario.

La Cascada Alex se encuentra entre los cerros de la zona a 13 kilómetros de Olón, que es una vertiente y que en sus alrededores se construyó un parador ecológico que pertenece a toda la comunidad.

Se ofrece también la participación al turista en las labores artesanales como la elaboración de sombreros en paja toquilla.

En lo que concierne a las artesanías, en esta zona se ha desarrollado un centro artesanal y reproductivo del bambú, así como amplias zonas de sembríos agrícolas.

El principal atractivo de Olón, como en cualquier pueblo de la costa es su playa de 7 km de extensión, con su arena blanca inmaculada.

Los mariscos es otro de los atractivos comunes a lo largo de la costa de Ecuador, y esto sucede en Olón. Siendo un pueblo de pescadores, hay muchos lugares que ofrecen muy frescos y deliciosos pescados y mariscos.

Playa de Canoa

Provincia	Cantón	Parroquia	No Habitantes
Manabí	San Vicente	Canoa	6.086

Ubicado en la provincia de Manabí, la Parroquia Canoa es conocida por los turistas nacionales y extranjeros como un paraíso tropical, el cual también forma parte de la Ruta del Spondylus. La playa de Canoa es muy extensa la cual se extiende desde San Vicente hasta el pueblo de Canoa.

Posee un clima agradable cálido y húmedo con temperatura media que oscila entre 24° C a 30° C

En la Playa Canoa se puede encontrar una gran variedad de árboles frutales, maderables, medicinales tales como palo santo, guayacanes, laureles, cactus, entre otros. En cuanto a fauna podemos mencionar fragatas, garzas, pelícanos y variedad de peces como la corvina, raya, pargo, entre otros.

Asimismo se puede aprender a montar a caballo, a volar por los cielos en alas delta, y visitar una cueva llena de murciélagos.

Existen diversos restaurantes, lugares para practicar deportes recreativos entre ellos tenemos surf, vela, pesca, kayak, rafting, también tienen mercados de artesanías, bares y también se puede alquilar bicicletas y motos en algunas tiendas

La Calle Principal dispone de hostales, restaurantes y tiendas de surf, además hay chozas con techo de paja en la playa que sirven batidos, zumos, cócteles y aperitivos.

En temporada alta (diciembre a febrero) a menudo hay competiciones internacionales de surf.

En lo que corresponde a servicios básicos, no posee agua potable; existe un sistema de agua entubada para abastecer a toda la población.

La Reserva de Bosque Húmedo Tropical Jama-Coaque, es otro destino que vale la pena cerca de Canoa. Se encuentra en el norte de la ciudad, la reserva es operada por una organización dedicada a la conservación de los bosques.

Canoa también tiene una vida nocturna bastante activa, mezclado con varios perfiles de un “Pueblo Pintoresco”. En relación con playas cercanas, se puede encontrar que la Parroquia de Canoa se mantiene bajo una estructura más tradicional.

La mejor época para visitar Canoa es en temporada alta (Diciembre a Mayo).

La infraestructura hotelera guarda una relación muy estrecha con el entorno; son pocas las edificaciones altas, la mayoría son casas bajas construidas con madera y bloque, donde muchas de ellas guardan diseños artísticos.

Otras de las actividades que se pueden realizar están las caminatas hacia “el peñón de los piqueros”, y posteriormente de poder subir parte del peñón.

3.3.8.2 Balnearios internacionales

Playa Punta Hermosa

País	Provincia	Distrito	No Habitantes
Perú	Lima	Punta Hermosa	5.000

El Balneario de Punta Hermosa, ubicado a 42 Kilómetros de Lima, es uno de los Distritos más atractivos de la costa peruana. El origen de la ciudad de Punta Hermosa o balneario se dio con los primeros grupos de habitantes que se situaron en la parte del Malecón Central o Playa Negra.

El clima en verano (Diciembre a Abril) muy caluroso, alcanza los 28°C. En invierno es templado pueden ser fríos y las playas cubiertas por la niebla marítima, húmedo, con ligeras lloviznas. No baja de los 12°C. El agua permanece fresca durante todo el año.

El Distrito de Punta Hermosa, alberga actualmente a un promedio de 5,000 habitantes, todos los cuales se encuentran localizados en el Centro Poblado (Área Urbana) del Distrito y en el Centro Poblacional Mártir Olaya.

En Punta Hermosa se practican de deportes náuticos, el surf, la pesca, y también podemos observar lo bello de sus vistas panorámicas, es el mejor lugar para tomar fotografías y postales.

El mar de Punta Hermosa es completamente limpio y saludable, pues en él no se vierten desagües, pues el cuidado ecológico del distrito ha implementado una red de alcantarillado que permite la reutilización de las aguas servidas, previo tratamiento, para regar las áreas públicas.

En este balneario se organizan campeonatos mundiales de surf por medio de la Asociación Internacional de Surf, ISA Por sus Siglas en Ingles.

Entre las principales atracciones turísticas (las playas) tenemos:

- La playa el Silencio, antes llamada JAHUAY, es considerada una de las mejores playas de la costa de Lima y del Perú.
- La playa caballeros, la playa Blanca, playa Kon Tiki, playa la Isla, la playa Central la cual también es conocida como PLAYA NEGRA debido al color gris y negro de la arena, ya que esta tiene una alta concentración de hierro.

Punta hermosa cuenta con una emisora radio que transmite música, difusión del arte, expresión artística, eventos culturales, educativos, y eventos deportivos que complementa el desarrollo físico y espiritual.

Playa Máncora

País	Provincia	Distrito	Departamento	No Habitantes
Perú	Talara	Máncora	Piura	10.000

El balneario de Máncora es una playa muy bella y concurrida en Perú, tanto por turistas nacionales como extranjeros.

Es un pequeño pueblo con menos de 10 mil habitantes el cual cuenta con una superficie de 100,19 km².

Su clima es tropical y seco durante todo el año, con un promedio de 26°C anual.

Entre las actividades que se pueden realizar esta la práctica del surf, el buceo, fitesurf, también cuenta con una amplia oferta hotelera y deliciosos platos marinos.

Este balneario anualmente realiza campeonatos nacionales e internacionales de surf.

Máncora se caracteriza por sus playas de arenas color entre beige claro y semi-anaranjado, sus colinas arenosas y su fauna, algunos de sus atractivos turísticos

asimismo comprende las playas y caletas de Colán, punta Sal, Totoritas, Las Pocitas, Cabo Blanco, entre otras.

Existen sitios para visitar en Máncora como son la Poza de Barro que es una piscina natural con propiedades curativas.

Los Manglares Puerto Pizarro, son formaciones vegetales en forma de extensos bosques acuáticos que crean un ambiente maravilloso entre el río y el mar, se puede visitar la Isla del amor y de los pájaros en paseos en bote, en las raíces de estos árboles llamados Mangles.

Los Bosques de Amotape que es un parque que presenta variedad de asociaciones vegetales en las que predominan el Ceibal, el Chaparral y el Algarrobal; la fauna silvestre es variada, se encuentran especies de bosque tropical, zonas áridas y de la cordillera andina; donde se encuentran aproximadamente 100 especies entre mamíferos, aves y reptiles; así mismo se han encontrado restos arqueológicos de culturas como Guineal, Modroño y Platanal.

Los Pilares de la Quebrada Fernández, la naturaleza forma 3 piscinas naturales de agua fresca y transparente ideal para un baño al caer unas pequeñas cascadas sobre estas provenientes del río que desemboca en Máncora.

Las vías de acceso a Máncora pueden ser por aire o tierra. Para viajar vía aérea desde el aeropuerto de Lima, Talara, Tumbes y Piura; existen varias empresas de transporte terrestre con diferentes horarios y precios, además para ayuda del turista cuenta con agencias de viaje y servicio de taxi desde el terminal de buses de Máncora.

Tabla 3.6 - Comparación de Montañita con otros balnearios

	BASE COMPARATIVA	BALNEARIOS NACIONALES		BALNEARIOS EXTRANJEROS	
	MONTAÑITA	OLÓN	CANOA	PUNTA HERMOSA	MANCORA
DEMOGRAFÍA					
Población (Aprox.)	1.562 aprox.	2.200 aprox.	6.086 aprox.	5.000 aprox.	10.000 aprox.
ECONOMÍA					
Principales Fuente de Ingreso	Turismo	Turismo y la pesca	Turismo	Turismo	Turismo
TURISMO					
Imagen de Destino	Rústico	Prístino	Artístico	Semi-urbano	Rústico
Tipo de Turismo	Diversión; Naturaleza; Deportivo; Narcoturismo	Diversión, naturaleza, deportivo	Diversión; Naturaleza; Deportivo	Diversión; Naturaleza; Deportivo	Diversión; Naturaleza; Deportivo
Etapa del Turismo	Irritación	Euforia	Euforia	Euforia	Euforia
SERVICIOS					
<i>Deportes</i>	Surf, bodyboarding, canopy, parasailing	Esquí acuático, paseos marítimos, fútbol, tenis playero o voleibol, como también surfing y windsurf, freesbee.	Surf, alas delta, sky acuático, parapente	Surf, bodyboard, natación, vóley. Fútbol playero.	Surf, kitesurf, buceo, pesca.
<i>Hospedaje</i>	Hoteles, hostales, cabañas, camping y casas de alquiler	Hoteles, hostales, cabañas, apartamentos y casas de alquiler	Hoteles, hostales, cabañas, camping y casas de alquiler	Hoteles, hostales, cabañas, camping y casas de alquiler	Hoteles, hostales, cabañas, camping y casas de alquiler bungalós
<i>Artesanías</i>	Malabarismo, trabajos de macramé, alambres, hilos, tejidos, y los utensilios, tótems	Malabarismo, trabajos de macramé, alambres, hilos, tejidos, y los utensilios, tótems	Malabarismo, trabajos de macramé, alambres, hilos, tejidos, y los utensilios, tótems	Malabarismo, trabajos de macramé, alambres, hilos, tejidos, y los utensilios, tótems	Malabarismo, trabajos de macramé, alambres, hilos, tejidos, y los utensilios, tótems
<i>Diversión nocturna</i>	Bares, discotecas, coctelerías	Bares, discotecas, coctelerías	Bares, discotecas, coctelerías	Bares, discotecas, coctelerías	Bares, discotecas, coctelerías
<i>Gastronomía</i>	Parrilladas, comida vegetariana, pizzerías, comida internacional, panaderías, mariscos	Parrilladas, comida vegetariana, pizzerías, comida internacional, panaderías, mariscos	Parrilladas, comida vegetariana, pizzerías, comida internacional, panaderías, mariscos	Parrilladas, comida vegetariana, pizzerías, comida internacional, panaderías, mariscos	Parrilladas, comida vegetariana, pizzerías, comida internacional, panaderías, mariscos
Principales Atractivos	La práctica del deporte surf; la vida nocturna muy activa	Su extensa playa y su mar ideal para bañistas.	La vida nocturna y la práctica de surf.	La belleza de sus playas.	La práctica del surf.
Infraestructura	En su mayor parte caña, madera y paja, lo demás se encuentra construido con cemento	Posee una infraestructura mixta, entre viviendas diseñadas con estilo moderno y viviendas que aún conservan una estructura original de la zona.	En su infraestructura podemos observar casas bajas construidas con madera y bloque	Sus construcciones son en su mayoría de concreto, bastante acordes al estilo de playa de ciudad.	Tiene muchas construcciones de madera y caña lo que le da un mayor atractivo visual.

Elaborado por los autores

CAPÍTULO 4

4 ESTUDIO ECONÓMICO

El turismo aparte de ser una de las industrias más importantes a nivel mundial, promueve viajes de todo tipo al extranjero en todas partes del mundo, también representa una fuente de ingreso en el país donde se esté llevando a cabo la visita.

Imagen 4.1 - Estudio Económico



Elaborado por los autores

En este capítulo se analizará las perspectivas turísticas del Ecuador fundándose en los resultados obtenidos en los últimos años de esta actividad y se estudiará la relación existente entre el turismo a nivel nacional y el turismo en la Comuna Montañita.

Con esta base se dispondrá que la optimización de los recursos turísticos en la Comuna Montañita sea económicamente viable.

4.1 Análisis económico de la actividad turística

El turismo origina directa o indirectamente un aumento de la actividad económica y la actividad financiera en los lugares visitados principalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y ofrecerse.

Según la OMT, la finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber el incremento neto de la riqueza de los residentes demandantes del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad.⁴²

4.1.1 El turismo en el Ecuador

En el Ecuador a partir agosto de 1992 en la época de Sixto Durán Ballén se creó el Ministerio de Información y Turismo (MINTUR) pues se empieza a visualizar esta actividad como fundamental para el desarrollo económico y social del país.

Tabla 4.1 - Ingreso de Turistas al Ecuador según el país de origen 2009-Abr 2012.⁴³

ORIGEN REGION	AÑO			
	2009	2010	2011	abr-12
ÁFRICA	3.614	3.303	3.329	1.752
ÁFRICA NOR OCCIDENTAL	298	250	292	128
ÁFRICA NOR ORIENTAL	113	133	122	52
ÁFRICA CENTRAL	38	40	37	18
ÁFRICA DEL SUR	605	654	996	285
OTROS ÁFRICA	2.560	2.226	1.882	1.269
AMÉRICA	724.858	810.137	884.023	329.660
AMÉRICA DEL NORTE	275.249	288.684	284.700	90.353
AMÉRICA CENTRAL	13.467	15.771	20.947	7.378
AMÉRICA DEL SUR	405.470	473.790	548.547	223.066
CARIBE	30.672	31.892	29.829	8.863
ASIA	24.424	23.087	26.283	9.514
ASIA CENTRAL	78	97	168	71
ASIA ORIENTAL	16.561	16.714	20.325	7.439
EUROASIA	66	98	158	41
MEDIO ORIENTE	6.966	5.349	4.785	1.626
OTROS ASIA	753	829	847	337
EUROPA	187.256	190.042	198.011	63.795
EUROPA NORTE	27.619	25.091	25.543	7.556
EUROPA OCCIDENTAL	92.394	95.981	98.536	30.687
EUROPA CENTRAL	40.045	40.625	44.104	14.731
EUROPA ORIENTAL	1.480	1.543	3.185	1.224
EUROPA SUR	14.577	15.070	14.640	4.518
ESCANDINAVIA	9.348	9.783	9.605	4.117
EUROASIA	529	569	928	234
PENINSULA BALCÁNICA	1.158	1.252	1.355	673
OTROS EUROPA	106	128	115	55
OCEANÍA	11.158	13.270	20.032	8.196
ISLAS GRANDES	9.106	10.822	11.879	4.120
OTROS OCEANIA	2.052	2.448	8.153	4.076
RESTO DEL MUNDO	18.776	7.129	9.300	3.352
OTROS DEL MUNDO	18.776	7.129	9.300	3.352
Total	970.086	1.046.968	1.140.978	416.269

Elaborado por los autores

En el Ecuador, el turismo representó la cuarta fuente de ingresos en el año del 2010 con

⁴² Organización Mundial de Turismo. Página web: <http://media.unwto.org>

⁴³ Fuente: Oficina de Migración

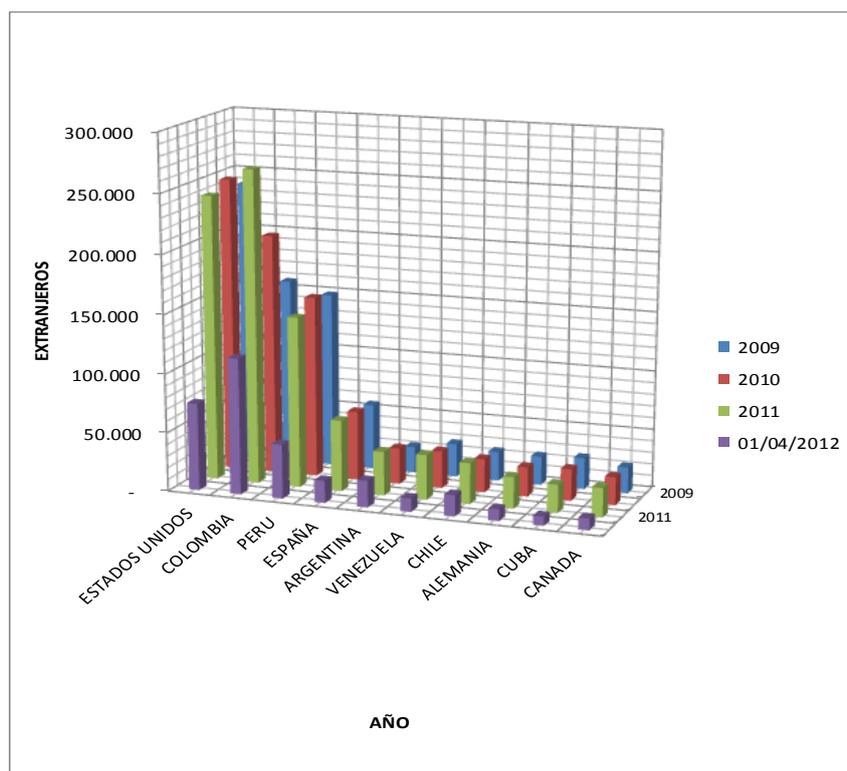
\$786,5 millones y en el 2011 fue la 6ta fuente de ingreso con \$843,5 millones de acuerdo al Ministerio de turismo, siendo en ambos años el Petróleo la primera fuente de ingresos.

Durante el 2010, 1'046.968 turistas extranjeros llegaron a Ecuador, hubo un aumento del 9% para el año 2011 ya que el total de turistas extranjeros fueron 1'140.978.

En el año 2010 para la actividad turística en el Ecuador se contó con:

- 3.739 establecimientos de alojamiento instalados,
- 76.808 habitaciones instaladas en hoteles y establecimientos asimilados,
- 170.236 plazas instaladas en establecimientos de alojamiento,
- Se generó 92.828 empleos directos en la actividad turística.

Gráfico 4.1 - Top ten de los extranjeros que visitaron Ecuador entre enero del 2009 y abril del 2012.



Elaborado por los autores
Fuente: Oficina de Migración

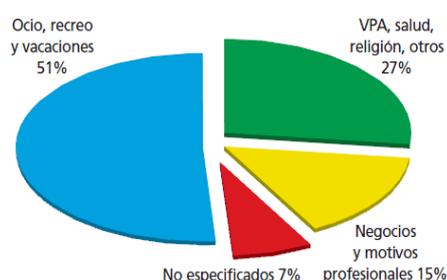
En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el año 2011 el país

contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + Transporte De Pasajeros Aéreo) 843,5 millones de dólares, de los cuales 837,2 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 6,3 millones de dólares al gasto en transporte aéreo. Y en lo que respecta al Egreso de Divisas por concepto de turismo en el mismo período, se contabiliza 964,7 millones de dólares, de los cuales 622,5 millones de dólares corresponde al gasto en compras directas realizadas por los residentes en el exterior y 324,2 millones de dólares al gasto en transporte aéreo, con lo cual, la Balanza Turística en términos generales, en este periodo está representado con un saldo negativo de 103,1 millones de dólares.

En el año 2011 en el sector turístico acontecieron fenómenos naturales que afectaron directamente en el turismo como en Asia el terremoto de 9.0 grados en Japón, que ocasionó un tsunami que se extendió su alarma por todo el Pacífico, el terremoto de 7.1 grados en enero en Chile y la erupción volcánica Etna en la isla de Sicilia en Italia en Europa afectó el viaje aéreo de turistas europeos y provocó la disminución de turistas europeos, sin embargo la demanda turística en América Latina se mantuvo.

Según el MINTUR los principales mercados turísticos para el Ecuador en el 2012 desde enero hasta marzo han sido Estados Unidos con 58.570 visitantes, Perú con 36.594 visitantes, y Colombia con 86.686 visitantes.

Gráfico 4.2 - Turismo receptor por motivo de visita, 2009⁴⁴



Fuente: Organización Mundial de Turismo

⁴⁴ Organización Mundial de Turismo. Página web: <http://media.unwto.org>

El Gráfico 4.2 muestra que la mayoría de las llegadas de turistas internacionales son por motivos de ocio recreo y vacaciones de acuerdo al estudio de mercado realizado por la OMT.

Entre los destinos turísticos preferidos en el Ecuador para vacacionar, la playa ocupa más del 63% y se considera que es la primera opción de viaje.

Las diez primeras playas frecuentemente señaladas por los usuarios como preferidas a nivel nacional son 1)Salinas, 2)Canoa, 3)Bahía, 4)General Villamil – Playas, 5)Montañita, 6)Manta, 7)Atacames, 8)San Clemente, 9)San Jacinto, 10)Tonsupa.

De todas las Comunas a nivel nacional, Montañita es la que percibe mayor cantidad de ingresos debido a su demanda turística, el ingreso de los habitantes de la Comuna de acuerdo a información del INEC son los siguientes:

Tabla 4.2 - Actividades económicas de la Comuna Montañita.

RAMA DE ACTIVIDAD PRINCIPAL	PORCENTAJE
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	23,0%
Actividades de la atención de la salud humana	1,2%
Actividades de los hogares como empleadores	3,2%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	3,8%
Actividades inmobiliarias	0,5%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,8%
Administración pública y defensa	1,2%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	5,4%
Artes, entretenimiento y recreación	0,5%
Comercio al por mayor y menor	13,1%
Construcción	12,9%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	0,2%
Enseñanza	5,1%
Explotación de minas y canteras	0,2%
Industrias manufactureras	7,7%
Información y comunicación	1,7%
no declarado	11,4%
Otras actividades de servicios	1,2%
Trabajador nuevo	4,9%
Transporte y almacenamiento	2,2%
TOTAL	100,0%

Elaborado por los autores

Fuente: INEC

Como se observa en la Tabla 4.2, las actividades económicas relacionadas con el

turismo representan el 64.8%, lo que confirma que esta es la principal fuente de ingresos de este pueblo.

Además la población económicamente activa (PEA) de Montañita es 50.35% que se encuentran en la condición para llevar a cabo una actividad económica (trabajar) en la edad de 10 años en adelante.

Según los datos del Barómetro del Ministerio de Turismo del Ecuador se cita que entre los principales destinos visitados por los no residentes, los tres primeros sitios son: Quito con 41,0 %, Guayaquil 20,4%, Galápagos 6,7%, y Montañita ocupa el puesto número 11 con un **porcentaje de participación turística del 1.3%**.

Con este porcentaje de participación (1.3%) y en base al total de turistas que visitaron Ecuador en los periodos en estudio, se determinó que la cantidad de turistas que visitaron Montañita está dada por:

$$\begin{array}{ccc} \begin{array}{c} \text{Turistas no} \\ \text{residentes que} \\ \text{visitan} \\ \text{Montañita} \end{array} & = & \begin{array}{c} \text{Ingreso de} \\ \text{Turistas al} \\ \text{Ecuador} \end{array} & \times & \begin{array}{c} \text{Porcentaje de} \\ \text{Participación} \\ \text{Turística de} \\ \text{Montañita} \end{array} \end{array}$$

En la Tabla 4.3 se detalla la demanda turística en Montañita en los periodos desde el 2010 hasta el 2012 según datos del Ministerio de Turismo.

4.1.2 Análisis BCG⁴⁵ de la Comuna Montañita

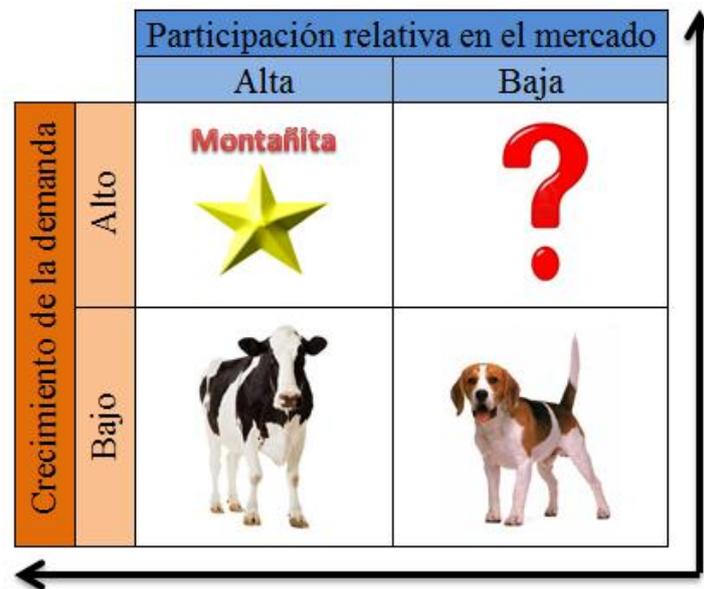
Este análisis permite conocer la situación de Comuna Montañita con respecto a su participación en el mercado turístico, qué lugar está ocupando y la expectativa de

⁴⁵ **La Matriz BCG:** es un método gráfico de análisis de cartera de negocios desarrollado por el Boston Consulting Group en la década de 1970. Su finalidad es ayudar a priorizar recursos entre distintas áreas de negocios o Unidades Estratégicas de Análisis (UEA), es decir, en qué negocios se debe invertir, desinvertir o incluso abandonar. **Estrella**, gran crecimiento y gran participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro. **Incógnita**, gran crecimiento y poca participación de mercado. Hay que reevaluar la estrategia en dicha área. **Vaca**, poco crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas estrellas. **Perro**, poco crecimiento y poca participación de mercado. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa

crecimiento.

En base a la llegada de turistas al balneario, los flujos mostrados más adelante en las tablas Tabla 4.4 y Tabla 4.5 correspondientes a los periodos de los años 2010-2011-2012, se considera a Montañita en el cuadrante de producto estrella, debido a que la demanda del turismo tiene un alto crecimiento. A pesar de que en la participación de mercado, existen temporadas del año las cuales son altas y temporadas bajas, goza de una gran popularidad.

Gráfico 4.3 - Matriz BCG de Montañita



Elaborado por los Autores

Es por esto que se requeriría de una gran inversión y atención al momento de desarrollar las estrategias de la propuesta, con el propósito de captar mayor interés del mercado y por ende la participación deseada del servicio que ofrece el balneario.

La tendencia de este balneario es a ser un producto estrella ya que la demanda turística en este mercado representa las mejores oportunidades de crecimiento para los negocios que se encuentren funcionando o para empresarios que decidan invertir en su propio negocio obteniendo utilidades ya sea al corto o mediano plazo, esto nos demuestra que

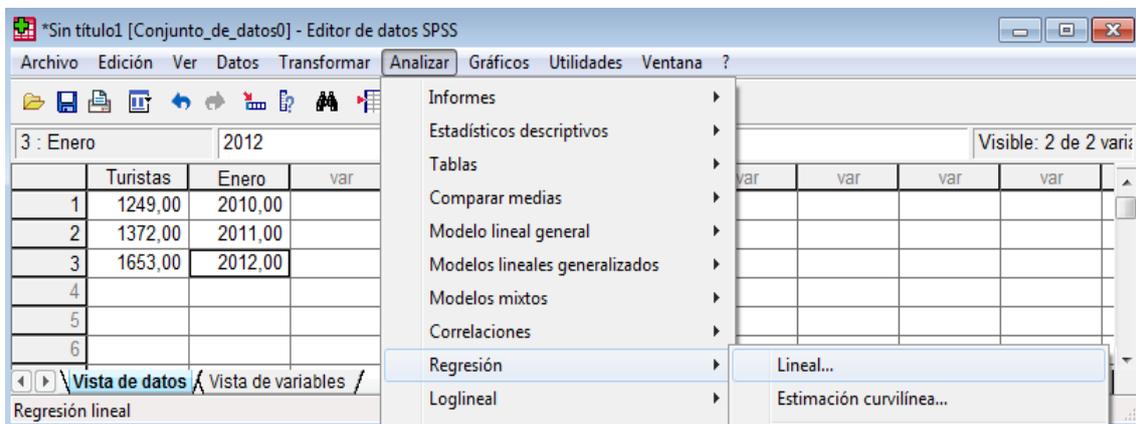
podemos esperar una alta rentabilidad en la actividad turística que se lleve a cabo.

Se debe incurrir en inversiones considerables (altas) para mantener o fortalecer su posición en este mercado.

4.1.3 Proyección de turistas para el 2013 mediante el Programa SPSS

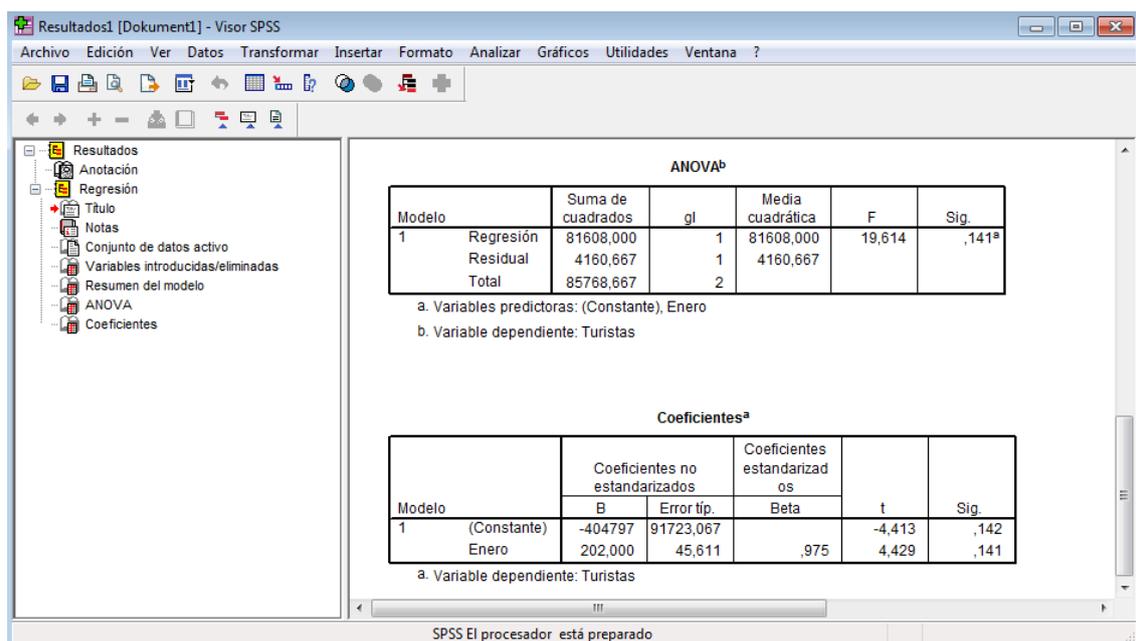
Con el programa estadístico SPSS versión 15, se ha estimado una tasa de crecimiento anual para el año 2013 del 7.31% en base a los datos históricos del Ministerio de Turismo en los periodos desde el 2010 hasta mayo del 2012.

Gráfico 4.4 - Regresión en el programa SPSS 15



Origen: SPSS versión 15

Gráfico 4.5 - Resultados de regresión en programa SPSS 15



Origen: SPSS versión 15

La ecuación⁴⁶ para el cálculo de la demanda turística para el 2013 resultó:

$$\text{MES DE ESTUDIO} = \text{CONSTANTE} + B \cdot (\text{AÑO A PROYECTAR})$$

Ejemplo: Proyección para el mes de Enero del 2013

$$\text{Enero} = -404.797 + 202(2013)$$

$$\text{Enero} = 1.829 \text{ Turistas}$$

Asimismo se proyectan los turistas que visitarán Montañita en los meses de Febrero a Diciembre del 2013

Tabla 4.3 - Llegada de turistas a Montañita

MES	PERIODO							
	2010	%	2011	%	2012*	%	2013*	%
ENERO	1.249	9,2%	1.372	9,3%	1.653	10,4%	1.829	10,7%
FEBRERO	1.169	8,6%	1.124	7,6%	1.294	8,2%	1.321	7,8%
MARZO	1.071	7,9%	1.137	7,7%	1.261	7,9%	1.346	7,9%
ABRIL	917	6,7%	1.138	7,7%	1.204	7,6%	1.373	8,1%
MAYO	1.009	7,4%	1.077	7,3%	1.204	7,6%	1.292	7,6%
JUNIO	1.191	8,7%	1.299	8,8%	1.338	8,4%	1.423	8,4%
JULIO	1.437	10,6%	1.534	10,3%	1.580	10,0%	1.660	9,7%
AGOSTO	1.238	9,1%	1.287	8,7%	1.325	8,4%	1.370	8,0%
SEPTIEMBRE	933	6,9%	1.041	7,0%	1.072	6,8%	1.154	6,8%
OCTUBRE	1.088	8,0%	1.148	7,7%	1.183	7,5%	1.235	7,2%
NOVIEMBRE	1.056	7,8%	1.203	8,1%	1.239	7,8%	1.349	7,9%
DICIEMBRE	1.253	9,2%	1.473	9,9%	1.517	9,6%	1.678	9,9%
TOTAL	13.611	100,0%	14.833	100,0%	15.871	100,0%	17.031	100%

Nota: Los datos hasta Mayo del 2012 son reales; de Junio a Diciembre del 2012, los datos son proyectados en base a la tasa de incremento proyectada por el MINTUR para el 2012.

Elaborado por los autores

Una vez proyectada la demanda de todos los meses del año 2013 se procedió a determinar la proporción turística de cada mes dividiendo la demanda mensual para el total anual al igual que con los datos histórico. Por ejemplo para el porcentaje de Enero se calculó:

$$\frac{\text{Visitantes Enero}}{\text{Visitantes Totales del 2013}} = \frac{1.829}{17.031}$$

⁴⁶ Los datos de la constante y la variable B de la ecuación se determinaron mediante el programa SPSS 15 en base a los datos históricos de los años 2010 y 2011 como se puede apreciar en la Tabla 4.3; **Error! No se encuentra el origen de la referencia.**

4.2 Análisis cuantitativo

Para el estudio financiero utilizaremos los siguientes métodos cuantitativos que consideran el valor del dinero en el tiempo que son:

- Método EMBI
- Punto de equilibrio

4.2.1 Cálculo EMBI (indicador de bonos de mercados emergentes)

La rentabilidad actual de los Bonos del Tesoro es de 4.61% tasa nominal anual al 30/06/2012, este dato fue investigado en la página web de Portfolio Personal S.A.

Entonces mediante el cálculo del EMBI los bonos del tesoro de los Estados Unidos que es de 4,61% de interés anual y el riesgo país del Ecuador marcó 854 puntos (equivalentes a 8,54%), la tasa mínima que exigiría un inversionista para invertir en el Ecuador país debería ser 13.15% o, de lo contrario, optaría por inversiones alternativas.

4.2.2 Punto de equilibrio

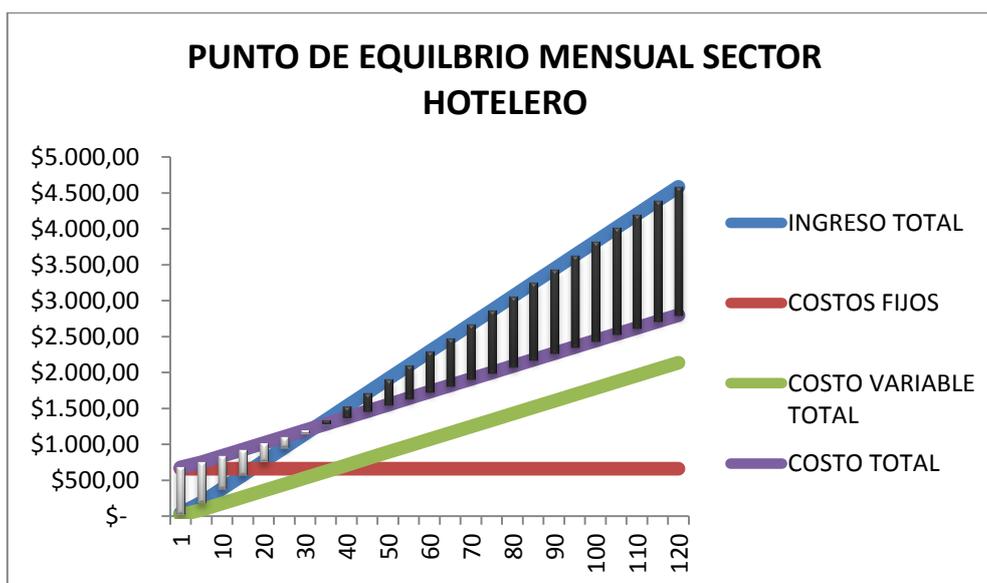
Aplicando esta herramienta financiera al estudio, determinamos cantidad mínima de turistas que deben realizar consumos en los establecimientos de Montañita para cubrir la totalidad de costos y gastos de estos negocios en la cual no se tendrá ni pérdida ni ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio se aplicó una fórmula matemática:

$$\text{Numero de turistas} = \frac{\text{Costos Fijos del Sector Estrategico}}{\text{Ingreso Unitario Promedio} - \text{Costos variable Unitario}}$$

En el Gráfico 4.6 y el Gráfico 4.7 podemos observar el trazado del Puno de Equilibrio de los sectores estratégicos más importantes de Montañita:

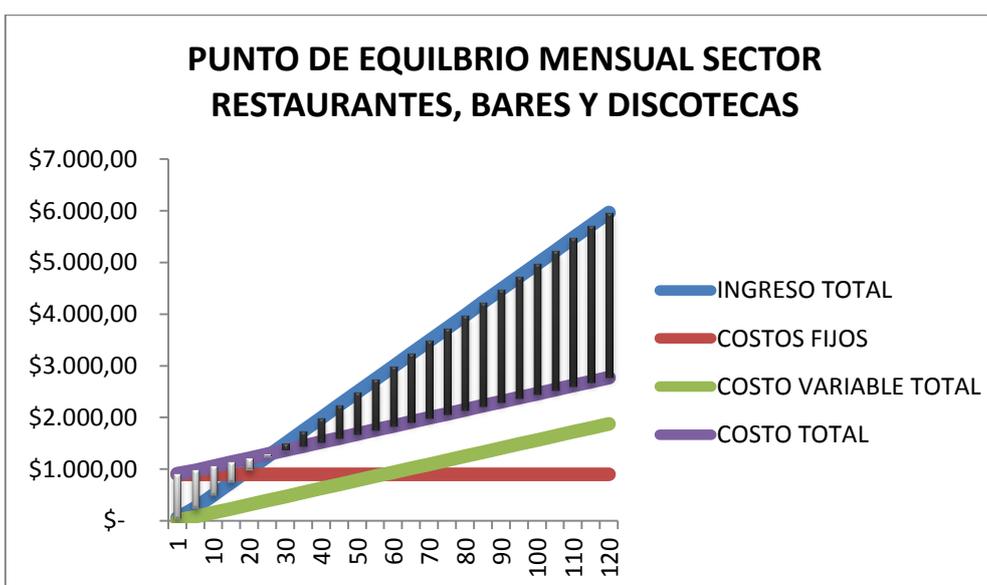
Gráfico 4.6 - Punto de Equilibrio para una unidad de negocio del Sector Hotelero



Elaborado por los autores

Considerando los ingresos y costos del sector hotelero, mediante la fórmula al analizar un establecimiento, en promedio se estima que esta necesita 32,447 visitantes mensuales para cubrir sus costos; dicho de otra manera, necesita entre 32 y 33 huéspedes para alcanzar su punto de equilibrio en el cual los ingresos y los costos son de \$1.239,90.

Gráfico 4.7 - Punto de Equilibrio para una unidad de negocio del Sector de Restaurantes, Bares y Discotecas



Elaborado por los autores

Si se toma en consideración los ingresos y costos del sector de los restaurantes, bares y

discotecas, al analizar un establecimiento, en promedio se estima que esta necesita 26,3 visitantes mensuales para cubrir sus costos; dicho de otra manera, necesita entre 26 y 27 clientes para alcanzar su punto de equilibrio en el cual los ingresos y los costos son de \$1.308,04.

4.2.3 Flujos de caja

En base a la información sobre la llegada de turistas a Montañita, analizará los flujos de caja que generan mensualmente los sectores estratégicos, los que permitirán realizar proyecciones de efectivo para los años 2012 y al año 2013.

Los datos financieros a utilizar para realizar los flujos de caja, fueron obtenidos mediante las encuestas realizadas 33 establecimientos de los cuales 17 son hoteles, cabañas y hostales; y 16 fueron bares, restaurantes y discotecas. Vale mencionar que las fuentes exactas de esta información son confidenciales por solicitud de los encuestados, pues entre ellos existe el temor de que la información proporcionada afecte de manera negativa la perspectiva que las instituciones estatales tienen de ellos y que esto genere una reacción a través de impuestos y tasas; en la mayoría de establecimientos no hubo la colaboración que los autores esperaban, a pesar de que se realizó las aclaraciones respectivas como se puede apreciar en el Anexo 3 y Anexo 4.

Para el análisis se obtuvieron dos flujos de caja que corresponden a los dos sectores estratégicos con mayor nivel de demanda pues de estos se pudo obtener mayor información que de los demás sectores: Sector hotelero; Sector de los restaurantes, bares y discotecas.

4.2.3.1 Flujo de Caja del sector Hotelero (Ver Anexo 8)

Para el flujo de caja del sector hotelero se consideró lo siguiente:

Para el cálculo de los ingresos:

- Para obtener el Ingreso Unitario Promedio, se consideró el promedio de ingresos por el servicio de hospedaje del sector y se lo dividió para el promedio de la capacidad de alojamiento de los establecimientos del sector.
- El Ingreso Promedio Total se calculó multiplicando la cantidad de visitantes a Montañita por el Ingreso Promedio Unitario.

Para el cálculo de los costos

- Para obtener el Costo Variable Unitario Promedio, se consideró el promedio de Costos Variables del sector (agua, luz, teléfono, internet, alimentos, recolección de desechos, otros) y se lo dividió para el promedio de la capacidad de alojamiento de los establecimientos del sector.
- Para obtener los Costos Fijos Promedio se sumó el promedio de costos fijos del sector (Gastos de Personal, Internet).
- El Costo Promedio Total está dado por la multiplicación del Costo Variable Unitario Promedio por la cantidad de visitantes a Montañita, más el Costo Fijo Promedio.

Para el cálculo de la ganancia

- Se obtuvo de la diferencia entre el Ingreso Promedio Total y el Costo Promedio Total.

Tabla 4.4 - Flujos de Caja Sector Hotelero entre el 2010-2013

TOTALES DE LOS FLUJOS DE CAJA DEL SECTOR HOTELERO ENTRE 2010-2013				
DETALLE	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
VISITANTES	13.611	14.833	15.871	17.031
<i>INGRESO UNITARIO PROM</i>	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 520.103,05	\$ 566.804,46	\$ 606.480,78	\$ 650.794,87
<i>COSTO FIJO PROM</i>	\$ 7.938,04	\$ 7.938,04	\$ 7.938,04	\$ 7.938,04
<i>COSTO VARIABLE UNIT PROM</i>	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83
(-)COSTO PROMEDIO TOTAL	\$ 250.557,39	\$ 272.342,82	\$ 290.851,15	\$ 311.522,93
(=)UTILIDAD PROMEDIO TOTAL	\$ 269.545,66	\$ 294.461,65	\$ 315.629,62	\$ 339.271,93

Elaborado por los autores

Fuente: Encuestas; Oficina de Migración; Ministerio de Turismo

4.2.3.2 Flujo de Caja del sector de los Restaurantes, Bares y Discotecas (Anexo 9)

Para el flujo de caja del sector de restaurantes, bares y discotecas hotelero se consideró lo siguiente:

Para el cálculo de los ingresos:

- Para obtener el Ingreso Unitario Promedio, se consideró el promedio de ingresos por el servicio de alimentación y consumo de bebidas del sector y se lo dividió para el promedio de la capacidad máxima de los establecimientos del sector.
- El Ingreso Promedio Total se calculó multiplicando la cantidad de visitantes a Montañita por el Ingreso Promedio Unitario.

Para el cálculo de los costos

- Para obtener el Costo Variable Unitario Promedio, se consideró el promedio de Costos Variables del sector (agua, luz, teléfono, internet, alimentos, recolección de desechos, otros) y se lo dividió para el promedio de la capacidad máxima de los establecimientos del sector.
- Para obtener los Costos Fijos Promedio se sumó el promedio de costos fijos del sector (Gastos de Personal, Internet).

- El Costo Promedio Total está dado por la multiplicación del Costo Variable Unitario Promedio por la cantidad de visitantes a Montañita, más el Costo Fijo Promedio.

Para el cálculo de la ganancia

- Se obtuvo de la diferencia entre el Ingreso Promedio Total y el Costo Promedio Total.

Tabla 4.5 - Flujos de Caja Sector de Restaurantes, Bares y Discotecas entre el 2010-2013

TOTALES DE LOS FLUJOS DE CAJA DEL SECTOR DE RESTAURANTES BARES Y DISCOTECAS ENTRE 2010-2013				
DETALLE	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
CLIENTES POR MES	13.611	14.833	15.871	17.031
<i>INGRESO UNITARIO PROM</i>	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 676.924,20	\$ 737.707,00	\$ 789.346,48	\$ 847.022,13
<i>COSTO FIJO PROM</i>	\$ 10.767,00	\$ 10.767,00	\$ 10.767,00	\$ 10.767,00
<i>COSTO VARIABLE UNIT PROM</i>	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62
(-)GASTO PROMEDIO TOTAL	\$ 223.355,25	\$ 242.444,10	\$ 258.661,50	\$ 276.774,55
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 453.568,95	\$ 495.262,89	\$ 530.684,99	\$ 570.247,58

Elaborado por los autores

Fuente: Encuestas; Oficina de Migración; Ministerio de Turismo

Llevar un control acerca de estos ingresos y gastos de los sectores estratégicos permitirá:

- Conocer el beneficio obtenido al finalizar cada año que están teniendo los diferentes sectores estratégicos.
- Poder anticiparse en caso de no tener suficiente efectivo frente a las obligaciones financieras.
- Tener bajo control los costos que tienen estos negocios.
- Mejorar el uso del excedente de ingresos y mejorar la rentabilidad.

CAPÍTULO 5

5 PROPUESTA

Este capítulo tiene como objetivo establecer la manera eficaz de optimizar los recursos turísticos que incentiven a una mejor distribución, explotación y crecimiento sostenible de la economía de Montañita; así como también la aplicación de estrategias financieras que mejor se adapten al sector turístico.

Imagen 5.1 - Vista panorámica de "La Punta"



Fuente: Asociación Acción Educativa y Cultural Nomadak Mundutik Intervención Socio-Educativa en Sur América⁴⁷
Formación rocosa de "La Punta" - Montañita

5.1 Descripción de la propuesta

La Comuna Montañita se enfrenta a un mundo cambiante en el cual las exigencias y expectativas de turistas tanto nacionales como extranjeros son mayores, estos esperan muchas veces encontrar algo mejor cada vez que visitan el balneario. Puede mencionarse como ejemplo el sector hotelero, sector gastronómico, el sector artesanal,

⁴⁷ Asociación Acción Educativa y Cultural Nomadak Mundutik Intervención Socio-Educativa en Sur América. Página web: <http://proyectonomadak.blogspot.com>

entre otros; obligando a los negocios que se encuentran funcionando a desarrollar mejores métodos de promoción y atención al cliente para mantenerse en el mercado y obtener éxito.

Dentro de este contexto la imagen de la Comuna Montañita no puede quedarse atrás, necesita de un plan estratégico que le permita contar con tácticas que fortalezcan el desarrollo sostenible del turismo y dinamizar la economía del lugar.

La planeación estratégica propuesta para la Comuna define: la misión, visión, objetivos y los responsables del manejo e implementación de la propuesta.

Dentro de este plan estratégico se define un plan de acción inmediato para el año 2013 en el cual es posible prever el impacto de los cambios con la situación actual y que sea más óptimo el manejo de los recursos turísticos.

5.2 Misión de la propuesta

Fomentar la cooperación entre las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que laboran en favor del desarrollo de la Comunidad de Montañita para mejorar la convivencia de sus pobladores con el turismo, garantizando el óptimo manejo de los servicios turísticos.

5.3 Visión de la propuesta

Montañita convertido en un pueblo organizado donde las actividades turísticas son aprovechadas por una cantidad mayor de pobladores y en donde los beneficios provenientes de esta actividad se comparten de manera equitativa en todas las zonas que comprenden la Comuna generando una conciencia de respeto y cooperación entre pobladores y autoridades.

5.4 Objetivo de la propuesta

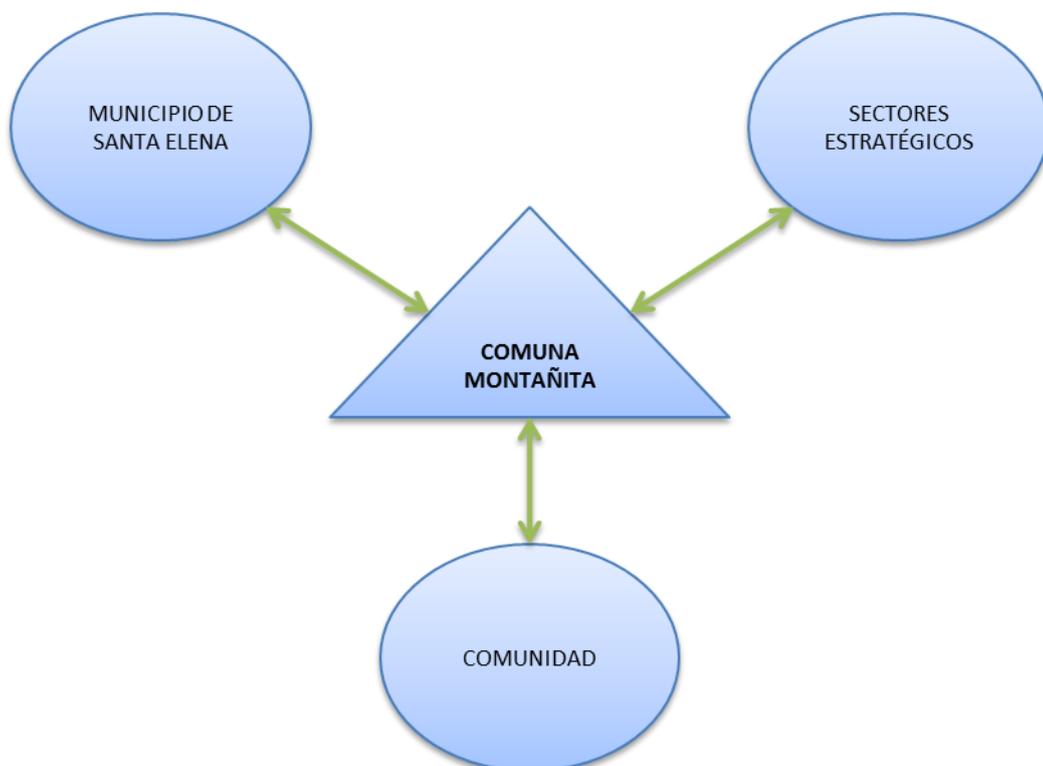
Elaborar un plan estratégico que permita el manejo eficiente y eficaz de los recursos turísticos en la Comuna Montañita.

5.5 Integrantes de la propuesta de optimización

Para establecer una estrategia se ha considerado a grupos e instituciones que representan a Montañita desde distintos aspectos los cuales son:

- El Cabildo de la Comuna Montañita (Ente Administrativo)
- El Municipio de Santa Elena
- Los Sectores Estratégicos
- La Comunidad

Gráfico 5.1 - Esquema de Cooperación entre Comuna, Municipio, Sectores Estratégicos y Comunidad



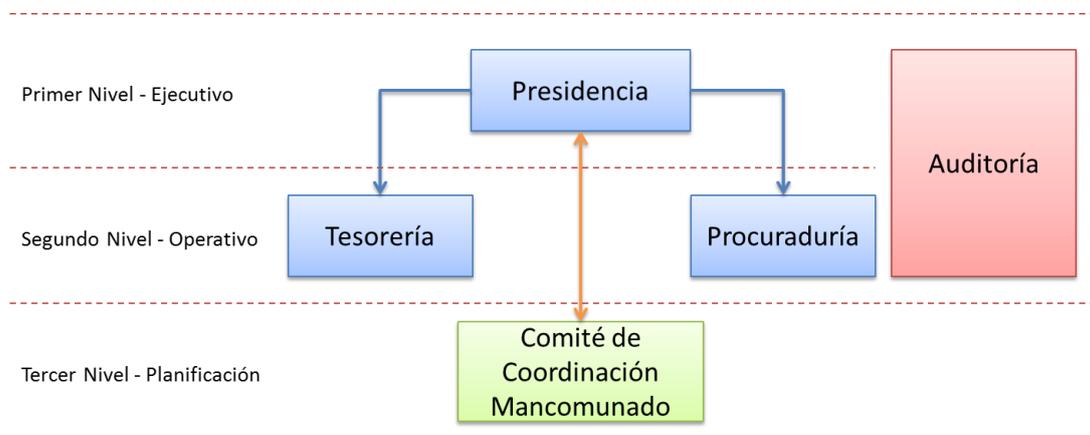
Elaborado por los autores

De este conglomerado de grupos, es la Comuna (Cabildo) la encargada de llevar a cabo la coordinación y ejecución de las actividades en pro del desarrollo de Montañita y es por esto que se considera, para efectos de la estrategia, como el principal ente administrativo tal como demostramos en el Gráfico 5.1.

Cada una de estas entidades debe tener un marco de acción, esto quiere decir que cada uno deberá tener funciones específicas y deberán actuar bajo un Comité de Coordinación Mancomunado, del cual se especificarán sus funciones más adelante.

Se plantea también el hecho de que la estructura organizacional de la Comuna Montañita debería ser distinta al modelo generalizado entre las Comunas, debe responder a las necesidades de Montañita, debe ser integral; un modelo apropiado se considera en la siguiente imagen:

Gráfico 5.2 - Organigrama de los integrantes del plan estratégico



Elaborado por los autores

La primera diferencia con el sistema tradicional es que el funcionamiento de la Comuna se lo divide por Áreas de Trabajo, delimitadas por niveles jerárquicos, lo que implica que no se delegue responsabilidades a una persona en particular, sino que cada área de trabajo esté conformada por varios puestos con un responsable a cargo, sin embargo las actividades del cabildo siguen delimitadas en el Artículo 17, ver Anexo 11.

5.5.1 Estructura orgánica del Plan Estratégico

Como se observa en el Gráfico 5.2, se plantean tres niveles jerárquicos fundamentales además de la auditoría; estos niveles se distribuyen en:

- Primer Nivel o Nivel Ejecutivo
- Segundo Nivel o Nivel Operativo
- Tercer Nivel o Nivel de Planificación
- Auditoría (Preferiblemente Externa)

5.5.1.1 El Nivel Ejecutivo

Es el nivel responsable de formular, dirigir, orientar y supervisar la ejecución de las políticas generales, programas y proyectos para llevarse a cabo en Montañita; es por esto que aquí se ubica la Presidencia, que es la cabecera de la estructura, tiene un papel de representación del Cabildo de Montañita y estaría constituida por:

- El Presidente del Cabildo
- El Vicepresidente del Cabildo
- El Secretario del Cabildo

El Presidente del Cabildo

Tendría varias funciones, algunas de ellas iguales o similares a las que actualmente se desempeña en el cargo. Sus principales actividades serían:

- Representar oficialmente a la Comuna en actos públicos o gestiones referentes a ella, ya sea en las reuniones del Comité de Coordinación Mancomunado como en eventos organizados por la comunidad, el gobierno (local o nacional), entre otros; por ello debería contar con una buena preparación académica que le permita expresar claramente sus ideas y pensamientos.

- Tomar decisiones sobre las propuestas y los proyectos a efectuarse en Montañita para lo cual debe contar con conocimientos técnicos según el tipo de proyecto; en caso de no contar con estos conocimientos, debería asesorarse para asegurar que sus decisiones sean las más adecuadas.
- Informar periódicamente a la comunidad acerca de los trabajos llevados a cabo por la Comuna durante la gestión, para lo cual debe contar con habilidades en el manejo de las relaciones públicas.
- Justificar el origen y el uso de los recursos monetarios de la Comuna por lo cual debe llevar, junto con el tesorero, un control estricto sobre las finanzas de la Comuna.

Vicepresidente del Cabildo

Su principal función sería representar al Cabildo de manera permanente en el Comité de Coordinación Mancomunado.

Puesto que él es el segundo al mando, debe contar con habilidades similares a las del presidente, para que ante la ausencia de este, el vicepresidente se encargue de presidir el Cabildo.

Secretario del cabildo

Se encargaría del correcto manejo de la información y documentación del Cabildo, llevando un registro eficiente de las actividades realizadas; debe conocer los procedimientos administrativos, informar de ellos y procurar el cumplimiento de los mismos por parte de las demás áreas dentro del Cabildo.

5.5.1.2 El Nivel Operativo

En este nivel se gestionaría el control legal y el financiero de los trámites, programas, planes y proyectos aprobados por la presidencia. Este nivel lo conforman:

- La Tesorería
- La Procuraduría

La Tesorería

Esta es un área que depende de las decisiones de la Presidencia pues se encargaría de gestionar las acciones de materia económica y financiera del Cabildo mediante flujos y análisis basados en un estricto control contable; por todo esto, el Tesorero (o jefe del área) debería ser una persona que tenga sólidos conocimientos en materia administrativa-financiera que le permitan desempeñarse de forma eficiente en el cargo.

La labor esencial de esta área sería abastecer al Presidente con información exacta de las finanzas para que este realice los ajustes y fije las políticas económicas de su gestión en Montañita.

El tamaño de esta área estaría dado en función de las necesidades de Montañita y su crecimiento económico; por lo pronto, el Tesorero puede ser el único miembro de esta área.

La Procuraduría

Se encargaría de representar a la Comuna en procesos legales, su principal función sería asesorar al Presidente ante las decisiones del mismo con el fin de precautelar que este se maneje dentro del marco que establecen las leyes nacionales. El jefe de esta área sería el Procurador o Síndico, el cual debería ser preferentemente un abogado de profesión que esté al tanto de las normativas y lineamientos en materia legal.

5.5.1.3 El Nivel de Planificación

Este es el nivel en el cual se idearían y elaborarían los planes de progreso para Montañita en base a las necesidades comunitarias y de cada sector estratégico en donde la participación de sus miembros debería de estar siempre orientada a respetar los principios de equidad, autonomía, control popular y principalmente buscar un desarrollo sustentable en el tiempo.

En este nivel se encuentra el Comité de coordinación Mancomunado.

Comité de Coordinación Mancomunado

Este comité está conformado representantes de cada grupo integrante de la propuesta de optimización, es decir:

- 1 representante del Cabildo, generalmente el Vicepresidente del Cabildo.
- 1 representante del Municipio de Santa Elena.
- 3 representantes de los Sectores Estratégicos.
- 3 representantes de la Comunidad.

El objetivo de este comité es estructurar planes de desarrollo en función de las necesidades de Montañita. Estas necesidades deben clasificarse en base a una escala de prioridades.

También organiza, planifica, supervisa y evalúa la ejecución de las actividades de construcción, equipamiento comunitario, convivencia e infraestructura que cumplan con las normas legales y que garanticen el buen vivir.

Estos planes deberían contar con cronogramas de actividades creados en base a un presupuesto elaborado de manera técnica por la Tesorería de la Comuna ya sea con colaboración del Municipio para garantizar la calidad del mismo.

5.5.1.4 Auditoria

Este nivel, independiente de la estructura orgánica, sería el encargado de supervisar que las actividades llevadas a cabo dentro del Cabildo como los procesos para ejecutarlas se realicen siempre de manera transparente, respetando las normas de control. Esta auditoría podría realizarse de manera interna o externa, según las posibilidades del Cabildo.

5.6 Objetivos y estrategias para desarrollo del plan de optimización de los recursos

Objetivos específicos:

5.6.1 Obtener el crecimiento turístico sostenible de la Comuna Montañita

Para que exista un incremento de la demanda turística y poder satisfacer las necesidades presentes y futuras, siempre y cuando buscando un desarrollo social, ambiental y económico constante, se ha tomado como referencia el análisis del comportamiento del turista nacional, turista extranjero y el punto de vista de los habitantes de la Comuna. Para poder así anticiparse y encontrar soluciones a las posibles situaciones adversas que afecten directa o indirectamente al desarrollo de la misma.

5.6.1.1 Metas

- Aumentar el número de turistas nacionales e internacionales en temporadas bajas.
- Incrementar el nivel de gasto y el tiempo de estadía del turista en general.
- Establecer mediante un estudio técnico-económico rubros a cobrar por parte de la Comuna mediante tasas e impuestos a los diferentes tipos de negocios como parte de la retribución de estos a la comunidad.
- Mejorar la calidad de vida de la población y satisfacer la demanda turística sin

afectar el medio ambiente mediante la utilización de los ingresos provenientes de las tasas e impuestos que legalmente se establezcan.

5.6.1.2 Estrategias

Estrategia de concientización

El motivo de llevar a cabo estrategias de concientización es precisamente para informar y crear consenso acerca de los retos a enfrentar para desarrollar un turismo sustentable a lo largo del tiempo, para esto es necesario:

- Asesorar, comunicar y dialogar, con propietarios, administradores, dueños de negocios y habitantes de la Comuna en general acerca de las nuevas políticas del manejo de los recursos, para que estos convenientemente se involucren con la intención de la Comuna de recaudar fondos a través de tasas e impuestos a los diferentes tipos de negocios, demostrando como estas recaudaciones se revierten en obras, en beneficio de la Comuna como por ejemplo: calles, alcantarillado, cuerpo de bomberos, centros educativos, entre otros.
- Hacer un reporte mensual a la comunidad y a los sectores estratégicos acerca de la utilización de los fondos recaudados por parte de la Comuna.
- Que los proyectos elaborados en el Comité de Coordinación Mancomunado deben ser expuestos a la comunidad previa ejecución de los mismos.

Estrategia de promoción, mercado y producto

- Llevar a cabo un programa de difusión en los medios de comunicación en base a los resultados de este estudio (Gráfico 2.3 y Gráfico 2.4). La idea es definir ciudades o países clave, donde se dará a conocer la Comuna Montañita como destino turístico para aumentar la afluencia de turistas provenientes de estas

ciudades o países **de residencia**⁴⁸, los cuales deben ser seleccionados por sus características demográficas y/o económicas.

- Promocionar las páginas web de la Comuna Montañita que contengan información detallada, atractiva y actualizada de fiestas, promociones, ofertas y servicios que se allí brindan; debe contar con gran cantidad de fotografías y descripción en castellano e inglés. Además de esto es necesario promover la riqueza natural y cultural que Montañita posee, resaltando la imagen de Montañita como “La Capital del Surf del Ecuador”.
- Crear anuncios con información sobre sus principales atractivos, tanto visual y textual y repartirlos a agencias de viajes y operadoras de información para que estos elaboren paquetes turísticos con destino Montañita.
- Elaborar un calendario de propuestas turísticas para todo el año que sobre todo incentive la demanda en épocas de poca afluencia.
- Elaborar un CD con información de la Comuna, mostrando en él los diferentes aspectos geográficos, históricos, culturales, sociales así también como de sus principales atractivos.
- Informar constantemente la información meteorológica del Instituto Oceanográfico de la Armada tanto del clima, aguajes y principalmente oleajes.

5.6.2 Planificar y capacitar económicamente a los sectores estratégicos

Los flujos de caja obtenidos de los establecimientos de los sectores estratégicos son un reflejo claro del movimiento económico generado por la demanda dentro de Montañita, lo que permite saber el comportamiento del mercado en relación con los recursos turísticos, demostrando así que los negocios actualmente se encuentran en una etapa económica positiva (ver Anexo 8 y Anexo 9).

⁴⁸ Ver concepto en el Marco conceptual

Mediante el análisis de esta información se podrá anticipar y prevenir posibles cambios en el mercado lo que permitirá elaborar o modificar estrategias según las proyecciones.

5.6.2.1 Metas

- Organizar y agrupar a los sectores estratégicos en asociaciones.
- Generar una cultura administrativa responsable en los dueños, gerentes y encargados de los negocios de cada sector estratégico.
- ganar mayor participación del mercado turístico en el Ecuador.

5.6.2.2 Estrategias

- Formar asociaciones por cada sector estratégico y elegir un representante de cada uno para que participe en las reuniones del Comité de Coordinación Mancomunado.
- Organizar conjuntamente con el SRI, Municipio de Santa Elena, SECAP y otras instituciones, talleres de capacitación para los dueños, gerentes y encargados de la administración de los distintos negocios de cada sector estratégico en áreas tributarias, contables y administrativas.
- Elaborar proyecciones anuales sobre los niveles de demanda esperados y difundirlos entre las asociaciones de cada sector estratégico.
- Promover planes de crédito y financiamiento a través de las distintas instituciones estatales para este fin como el Banco de Fomento o la Corporación Andina de Fomento, o instituciones privadas, entre los pequeños y medianos empresarios para promover planes de mantenimiento, renovación y reestructuración de los negocios en cada sector estratégico.
- Buscar la integración y convenios para alianzas estratégicas entre los establecimientos comerciales.

5.6.3 Administrar la distribución de los espacios físicos de una manera eficiente y eficaz

La finalidad de una distribución o redistribución del espacio físico es contribuir al incremento de la eficiencia de las actividades turísticas que forman parte de la Comuna; así como también proporcionar a los habitantes, comerciantes y empresarios el espacio suficiente, adecuado y necesario para desarrollar sus actividades de una manera más organizada y al mismo tiempo permitir la diversificación de estas, procurando que el arreglo de los espacios facilite la circulación de las personas y un mejor desempeño de sus labores.

Gráfico 5.3 - Zonas de Montañita



Elaborado por los autores
Ver ampliado en Anexo 10 Anexo 10

5.6.3.1 Metas

- Identificar y distribuir los espacios físicos para artesanos, comerciantes, y el parqueo público; organizando, ordenando y mejorando de manera eficiente el

aspecto físico de la Comuna, con la finalidad de recaudar valores que se invertirán en su propio desarrollo.

- Descongestionar el área turística tradicional de Montañita y promover una igualdad de condiciones para la aparición de nuevos negocios.
- Dirigir la atención de los turistas hacia zonas que tradicionalmente no han sido consideradas de relevancia turística, debido al abandono y la falta de iniciativa de los habitantes de estos vecindarios y promover así un mejor desarrollo.

5.6.3.2 Estrategias

- Elaborar una base de datos con los catastros actualizados de los predios que funcionan como viviendas o que tienen una actividad comercial en Montañita.
- Redistribuir y unificar los establecimientos artesanales, cortes y confección, joyeros, etc. que se encuentren funcionando en las calles principales.
- Habilitar un nuevo parqueo público en un área improductiva al sur de Montañita para descongestionar la circulación de vehículos que visiten el balneario.
- Con la colaboración del Municipio, arreglar y embellecer las calles de las zonas menos turísticas y menos desarrolladas del pueblo como por ejemplo los alrededores de la cancha de fútbol, la zona sur del pueblo y la playa conjunta al laboratorio de larvas abandonado para darle mayor atractivo.
- Promover el desarrollo comercial de estas zonas de Montañita creando espacios para la aparición de negocios turísticos en estas zonas.

5.6.4 Elaborar programas de responsabilidad social para contribuir al bien común y al desarrollo comunitario.

El propósito de elaborar programas de responsabilidad social es crear conciencia en la población sobre la importancia de la preservación de los distintos ecosistemas existentes

en Montañita, los cuales se ven afectados por el crecimiento demográfico y la expansión desordenada de los límites del área “urbana”; y es que Montañita a pesar de ser un pueblo pequeño, crece a una velocidad acelerada, muy superior a la de las Comunas vecinas, esto genera contaminación y destrucción de aquellos ecosistemas. Este es un problema generado principalmente por la falta de conciencia y el poco conocimiento que afecta a la gran mayoría de la población.

5.6.4.1 Metas

- Control y preservación del ecosistema de la Comuna Montañita.
- Crear conciencia en los habitantes para que convivan y se desarrollen de manera ordenada sin afectar al medio ambiente.

5.6.4.2 Estrategias

- Empezar programas de capacitación y formación para concientizar a los pobladores y tener una mayor cultura de la preservación del medio ambiente.
- Promover programas de mejoramiento de vivienda en Montañita con la ayuda directa del Estado a través del MIDUVI.
- Desarrollar e impulsar espacios de diálogo y comunicación entre la comunidad y las instituciones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con temas ambientales como el Ministerio de Ambiente, Fundación Natura, Pro-Pueblo entre otras.
- Capacitar técnicamente la mano de obra en la Comuna Montañita en las áreas: corte y confección, enfermería, primeros auxilios, cortes de cabello, manicure, pedicure, economía doméstica, coctelería, entre otros.
- Formar una Comisión y designar un representante para que se encargue de convocar a los habitantes y recopilar la información sobre los problemas y

necesidades para buscar la solución de los mismos en el Comité de Coordinación Mancomunado.

5.6.5 Establecer y desarrollar programas de salud y seguridad para contar con un ambiente apropiado para turistas y habitantes

La intención de plantear estos programas es de mantener un ambiente turístico seguro y saludable, acorde a las exigencias no solo de los turistas, sino también de los habitantes; además de esto brindar una mayor atención en la condiciones de vida de la Comuna.

Por esa razón, es necesaria la comunicación e implementación de una gestión de seguridad y salud como preparación, prevención, control y atención de emergencias, buscando controlar factores causales de riesgos que se puedan suscitar dentro del balneario, en todos los aspectos necesarios para que este destino turístico cuente con un ambiente propicio.

5.6.5.1 Metas

- Minimizar el riesgo en la seguridad y salud de la comunidad.
- Conseguir la participación y el apoyo económico programado, de instituciones como Municipio y Ministerio de Salud.

5.6.5.2 Estrategias

- Gestionar la asistencia y participación de clínicas o dispensarios móviles para poder brindar atención médica tanto para consultas como para medicinas, y la instalación de un centro veterinario en la Comuna.
- Llevar a cabo un control de calidad para los servicios que ofrecen los establecimientos.
- Involucrar a la institución gubernamental competente para el mantenimiento permanente del estero, los ríos, y la playa.

- La mejora del parque en el centro de Montañita, con la finalidad de motivar a la práctica de técnicas de meditación y relajación como son: el taichí, yoga, entre otros.
- Contar con programas de fumigación dentro y fuera de Montañita con el objetivo de prevenir futuras enfermedades.
- Gestionar la participación del organismo público competente para llevar a cabo mejoras como: pavimentación, iluminación, adoquinamiento, alcantarillado, entre otros.
- Solicitar al Municipio la instalación de un sistema de hidrantes en Montañita para casos de incendio debido al alto riesgo por el tipo de construcciones.
- Organizar programas de capacitación a sus habitantes para que aprendan lo importante que es la cultura del buen servicio, así también programas de capacitación para los guardavidas.
- Planificar la implementación de fosas sépticas ecológicas para la preservación del ecosistema, que ayudarían a prevenir futuros problemas ocasionados por el alcantarillado actual.
- Ubicar señalización adecuada y atractiva en las calles principales de la Comuna, especificando los principales servicios que se pueden ofrecer a los turistas.

Imagen 5.2 - Propuesta de mejoras para el desarrollo turístico



Elaborado por los autores
Fotografías por los autores

5.6.6 Incentivar la formalización de los establecimientos que operan en la Comuna Montañita

La búsqueda del cumplimiento de las diversas normativas que corresponden a la actividad comercial es una necesidad. Actualmente el emprendimiento de un negocio que no esté registrado legalmente debería someterse a formalizar su situación.

Es por ello que no hay mejor recomendación para cualquier emprendedor o empresario que siempre cuente con conocimientos, o se capacite, en áreas contable y de derecho para un mejor control y administración de un negocio sea grande, mediano o pequeño, o cuente con un contador y un abogado de su estricta confianza para que lo asesoren de forma integral conociendo la realidad jurídica y contable en la que se encuentran funcionando las actividades.

5.6.6.1 Pasos a seguir para normalizar una actividad comercial

Presentar, sacar o solicitar según el caso los respectivos documentos, sean estos en el Municipio, Intendencia, Ministerio de Turismo o institución pública encargada:

- Cédula.
- Papeleta de votación.
- El RUC o RISE acorde al caso.
- Permisos anuales de funcionamiento.
- Permiso del cuerpo de Bomberos.
- Solicitud de registro en el ministerio de turismo.
- Escritura de constitución (De ser necesario).
- Nombramiento del representante legal inscrito en la oficina del registro mercantil, entre otros.

Tratando de facilitar siempre la gestión al interesado, para conseguir la colaboración y participación de todos, se busca en si incentivar esta gestión con cursos de capacitaciones por ejemplo:

- Contabilidad
- Asesoría legal y tributaria
- Administración de pequeñas empresas, entre otros.

Los cuales pueden y deberían ser realizarlos de manera gratuita por parte del Ministerio de Turismo, el Municipio y/o el SRI, para favorecer de manera general tanto a empresarios como comerciantes del sector.

5.6.6.2 Metas

- Minimizar el número de establecimientos que se encuentren funcionando informalmente mejorando así las recaudaciones que se verán reflejadas en obras en beneficio de la Comuna.

5.6.6.3 Estrategias

- Dar la infraestructura necesaria y apoyo a empresarios para llevar cabo proyectos de inversión.
- Impulsar mediante cursos auspiciados por Organismos no Gubernamentales el desarrollo de artesanías.
- Implementar el reglamento general de actividades turísticas según el decreto 3.400.

5.7 Responsables de las estrategias

Cabildo de la Comuna Montañita, Ministerio de Ambiente, Ministerio del Interior, Ministerio de Salud, Ministerio de Turismo, Ilustre Municipio del Cantón Santa Elena.

CONCLUSIONES

El predominio de una visión enfocada en los réditos más que en los servicios por parte de los propietarios de terrenos y otras construcciones, desencadenó la aparición de hostales de muy baja categoría, esto impulsado también por la cantidad de turistas de limitados recursos, sobre todo nacionales, que accedían sin mayor reproche a consumir estos servicios hoteleros. Con este modelo turístico de “masas” se ignoró a aquellas personas que buscan vacacionar en un lugar que les ofrezca algo más que un ambiente de fiesta.

Este año se están alcanzando los niveles de saturación pues los servicios existentes ya no abastecen; dados estos factores se puede decir que Montañita turísticamente se encuentra en la Etapa de Irritación, por lo que es necesario hacer cambios con la participación de todos los que forman parte de este pueblo, sus propios habitantes, las personas que han invertido sus capitales aquí, y las instituciones públicas y privadas que se benefician directa e indirectamente de la actividad turística, para mejorar el nivel de vida, y alcanzar un desarrollo sustentable.

En los resultados de las encuestas se pudo evidenciar que entre las observaciones de los turistas consta que se debería contar con una mejor atención y mayor conocimiento del aspecto turístico de la Comuna. Siendo el turismo, que representa el 64.8% de la actividad económica, la principal fuente de ingreso para los habitantes es necesario que ellos tengan una mejor educación referente a este tema, y es que el turismo abarca un conglomerado de actividades bastante amplio por lo que las capacitaciones, talleres y charlas pueden resultar una gran ayuda para enfrentar los desafíos que acarrea el desarrollo.

La necesidad primordial de Montañita es el sanitario, el cual requiere de una mayor atención. El peor problema es el alcantarillado y baños públicos, pues desgraciadamente, el pueblo cuenta con un olor particularmente desagradable y aunque los turistas se llegan a acostumbrar al olor, los habitantes podrían sufrir consecuencias en su salud.

Para que exista un incremento de la demanda turística, es necesario satisfacer las necesidades presentes buscando un desarrollo social, ambiental y económico, para ello se ha tomado como referencia el análisis del comportamiento del turista nacional, turista extranjero y el punto de vista de los habitantes de la Comuna. También se hizo uso del estudio de mercado de los establecimientos que se encuentran funcionando, ya que al momento de establecer las actividades turísticas que se ofertan se podría definir lo factible que son para ser desarrolladas, además de utilizar el análisis FODA y la matriz BCG, para sugerir ideas y de esta manera aprovechar las oportunidades, aminorar las debilidades y las amenazas.

Finalmente, se puede decir que Montañita tiene un futuro prometedor, siempre y cuando exista la voluntad y la cooperación entre los que conforman esta pequeña pero muy diversa comunidad; y es que es en este punto donde se han empezado a ver falencias pues durante la realización de este trabajo se notó cierta falta de colaboración por parte del personal de seguridad de la Comuna, el cual estuvo cerca de impedir la recolección de información libremente en la playa. Haya sido por ignorancia o tal vez por temor, no se pueden socavar los derechos de estudiantes que realizan un trabajo con el fin de beneficiar a la Comunidad, peor aun cuando las playas son áreas donde es la Marina Nacional el ente controlador. Montañita con nueva imagen, emerge como un modelo de gestión turística, cultural y económica en el Ecuador.

RECOMENDACIONES

La participación del Municipio, Ministerio de Turismo y la empresa privada en los problemas prioritarios como por ejemplo el alcantarillado y la distribución justa, correcta y ordenada de los espacios físicos.

Para mejorar la calidad del agua, la calidad de vida, y el tratamiento de los desechos tóxicos, es necesario realizar la nueva instalación de red de Agua Potable, se debe implementar tecnología para el tratamiento de aguas residuales (alcantarillado) que podrían sustituir los pozos sépticos, letrinas y silos, que provocan contaminación al saturarse y emanan malos olores y daño a la salud. Una muy buena opción a considerar es implementar el uso de fosas sépticas ecológicas autolimpiables, que confinan de una manera segura y confiable, las aguas negras residuales dando a conocer a todos su beneficio y fácil construcción.

Implementar el reglamento general de actividades turísticas de los alojamientos y de las agencias de viaje de acuerdo al decreto 3.400, para poder así contar con categorías, clasificación, placas distintivas y servicios que ofrecen dependiendo de su clasificación, para que así se determine los precios acorde a la categoría.

Solicitar al Instituto Oceanográfico de la Armada la difusión por medios de comunicación tv, radio, etc. a tiempo, de la información, sobre el clima, marejadas, oleaje, temperatura, etc. en días y horas como se lo hacen en Perú y otras partes del mundo a través del programa LOLA WORLD WIDE WAVES, para contar con la información meteorológica del comportamiento del mar previniendo las condiciones para, practicas de surf, actividades de los turistas, bañistas, siendo esta información de gran importancia, en la organización de las campeonatos de surf, en los negocios en las

inversiones, en temporada alta o baja.

Concientizar a los habitantes de la realidad actual de Montañita y la necesaria participación de todos, de forma continua, esto dará excelentes resultados, capacitar a los habitantes en diversas áreas productivas, mejorar el aprovechamiento de los recursos existentes, realizar continuamente campañas y programadas de salud.

Aprender a vivir en armonía con quienes de alguna u otra manera han contribuido, y siguen contribuyendo en el desarrollo económico de Montañita, no es justo que se pretenda arrebatar los logros y aportes de muchas personas, alegando ilegitimidad en sus acciones por ser personas nacidas fuera de esta comunidad y mostrando un comportamiento que denota muchas veces rechazo. El rechazo solo genera más rechazo, sería mejor aprender de las buenas experiencias externas e implementarlas en lugares que necesitan de estos atractivos para lograr una igualdad de condiciones.

Crear espacios de diálogo y cooperación es la mejor forma de solventar los problemas de una sociedad, en este caso una comunidad muy linda aunque con muchos contrastes, con la cual los autores de este trabajo, se sienten agradecidos.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Litben, S. (2001). *De Huancavilcas A Comuneros*. Guayaquil: Abya Yala.
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Estadísticas del Banco Central del Ecuador*. (BCE) Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec>
- Besley, S., & Brigham, E. F. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. México D.F.: Cengage Learning.
- Córdova Padilla, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Coronel, L. G., & Márquez, M. d. (2008). *Estudio De Los Impactos Socioculturales Del Turismo En la Comuna Montañita*. Guayaquil: ESPOL.
- Del Pezo Yagual, L. (2011). Carta a la Comunidad de Montañita. *Reseña Histórica de la Comuna Montañita* (pág. 10). Montañita: Comuna Montañita.
- Duarte Schlageter, J., & Fernández Alonso, L. (2005). *Finanzas Operativas: Un Coloquio*. Mexico: Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa IPADE.
- Emagister. (2009). *Turismo y Calidad de Vida*. (Grupo Intercom)
- Enciclopedia Libre Wikipedia. *Sector , Sector Estratégico, Categoría: Tipos de Turismo*. Obtenido de Wikipedia: <http://es.wikipedia.org>
- Estado Ecuatoriano. (1937). *Ley de Organización y Régimen de las Comunas*. Quito: Registro Oficial De La Presidencia De La República Del Ecuador.
- Fernández Ríos, M. (1999). *Diccionario de Recursos Humanos: Organización y Dirección*. En M. Fernández Ríos, *Diccionario de Recursos Humanos: Organización y Dirección*. Madrid: Ediciones Días de Santos S.A.

- La Caixa. (s.f.). *Diccionario de Términos Económicos Financieros*. (La Caixa)

- Mendoza Tarabó, E. (2012). *Actualización De La Capacidad De Carga Turística De Los Balnearios Del Cantón Santa Elena*. Santa Elena: UPSE.

- Organización Mundial De Turismo. (s.f.). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de Organización Mundial De Turismo OMT: <http://media.unwto.org>

- Ramírez Padilla, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.

- Reck, G. (2006). *Estudio de la Oferta y Demanda Turística y Carga Aceptable de Acuerdo a Limitaciones Actuales y Escenarios de Desarrollo de Infraestructura y Servicios de 17 Playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro*. Quito: Gobierno del Ecuador.

- Vogeler Ruiz, C., & Hernández Armand, E. (2004). *El Mercado Turístico*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

ANEXOS

Anexo 1 - Formato de las encuestas a turistas (Capítulo 2 – Análisis Encuestas al Turista)



UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INVESTIGACION DE MERCADO DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA COMUNA MONTAÑITA

Tema: Optimización de los recursos turísticos para la Comuna Montañita en la Provincia de Santa Elena

Objetivo: Clasificar y determinar las necesidades no cubiertas de los turistas mediante un análisis comparativo entre características de la oferta y la demanda.

Nota: La población a la cual va dirigida nuestra encuesta es a personas de 17 años en adelante

SEXO Masculino Femenino

EDAD _____

NACIONALIDAD _____

PAIS DE RESIDENCIA _____ CIUDAD DE RESIDENCIA _____

1) Indíquenos por qué medio se enteró de las playas de Montañita

Internet Radio Televisión Amigos o familiares

Periódicos, revistas, folletos Otros _____

2) ¿Es la primera vez que usted visita Montañita? (Si su respuesta es Sí, avance pregunta 4)

Sí No

3) ¿Hace cuánto tiempo visitó por última vez Montañita?

1-6 Meses Menos de 1 Año Más de 1 Año

4) De los siguientes puntos, ¿cuáles cree usted que deberían haber mejorado? (Pueden ser varias respuestas)

Baños públicos Alcantarillado Recolección de Basura Iluminación

Infraestructura Calles y peatonales Servicio de información

5) **¿Cuál es el motivo de la visita a Montañita?**

- Diversión Deporte Visita familiar o amigos Naturaleza
 Consumo de drogas Otros (Indique: _____)

6) **¿Cuánto tiempo se quedará de visita en Montañita?**

- 1-4 Días 5-8 Días 1-2 Semanas Menos de 1 Mes Más de 1 Mes

7) **¿Cuáles son sus acompañantes de viaje?**

- Familiares Amigos Conocidos durante el viaje Pareja Solo

8) **¿Qué tipo de hospedaje prefiere usted?**

- Hoteles Cabañas Camping Hostal Casa en la Comuna

9) **¿Qué tipo de distracción turística desea experimentar en Montañita?**

- Surfing Parapente Rafting Ciclismo Bodyboard
 Bungee Jumping Moto acuática Buceo Otros

10) **¿Cuántos dólares tiene presupuestado gastar en su visita a Montañita por persona?**

- 40-80 81-120 121-160 161-200 201 en adelante

11) **¿Qué tipo de alimentos preferiría consumir en Montañita?**

- Mariscos Asado/Parrillada Comida Vegetariana Pastas y pizzas
 Comida nacional Comida Rápida Otros (Indique: _____)

12) **¿Que opina acerca de una propuesta de mejorar el manejo de los recursos de la Comuna y en que deberían invertirse esos recursos?**



UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INVESTIGACION DE MERCADO DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA COMUNA MONTAÑITA

Tema: Optimización de los recursos turísticos para la Comuna Montañita en la Provincia de Santa Elena

Objetivo: Clasificar y determinar la perspectiva de los habitantes, que sirvan para optimizar los recursos turísticos de la Comuna.

Nota: La población a la cual va dirigida nuestra encuesta es a personas de 17 años en adelante

SEXO Masculino Femenino

EDAD _____

NACIONALIDAD _____

1) ¿Cuál es su ocupación?

2) ¿Cuánto tiempo tiene usted viviendo en Montañita?

Menos de 1 año De 1 – 2 años De 2-5 años De 5 – 10 años Más de 10 años

3) ¿Cuál es su opinión acerca del turismo?

- Es rentable y conveniente porque es una fuente de ingreso
- Es bonito porque nos permite conocer otras culturas y costumbres
- Es indiferente tener actividad turística
- Es un poco molesto por que la actividad turística no nos permite vivir tranquilamente
- Es perjudicial para los habitantes ya que atrae problemas sociales (delincuencia, violaciones, entre otros)

4) ¿Qué actividades de recreación o distracción prefiere usted?

Deportes Bares y discotecas Otros _____

5) ¿Cuánto dispone mensualmente de ingreso promedio para sus gastos?

Menos de \$292 De \$292 – \$350 De \$351-\$400 De \$401-\$450 Más de \$450

6) Qué opinión tiene acerca de los siguientes servicios

	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Alcantarillado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agua Potable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iluminación–sistema eléctrico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Infraestructura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calles y peatonales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicio de información	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recolección de Basura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7) ¿Que opina acerca de una propuesta de mejorar el manejo de los recursos de la Comuna y en que deberían invertirse esos recursos?



UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INVESTIGACION DE MERCADO DIRIGIDA A LOS HOTELES, HOSTALES Y CABAÑAS EN LA COMUNA MONTAÑITA

Tema: Optimización de los recursos turísticos para la Comuna Montañita en la Provincia de Santa Elena

Objetivo: Clasificar y determinar las características de la oferta hotelera en la Comuna Montañita

La información proporcionada por usted en estas encuestas es de **uso exclusivo de la UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA** y de los estudiantes que realizan la investigación; no existe ninguna vinculación con entidades ajenas a la Universidad por lo que se garantiza la confidencialidad de la información. **Recuerde, estas encuestas tienen propósito estadístico.**

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO (Opcional) _____

REPRESENTANTE LEGAL (Opcional) _____

1. ¿Cuánto tiempo tiene en funcionamiento este negocio?

2. ¿Cuál es el precio de alquilar habitación más costosa?

3. ¿Cuál es el precio de alquilar la habitación menos costosa?

4. ¿Con cuántas habitaciones cuenta el establecimiento?

5. ¿Cuál es la capacidad máxima del hotel?

6. ¿Cuenta con servicio de televisión por cable o satelital?

CONTUNUA EN LA SIGUIENTE PÁGINA

INGRESOS	\$
HOSPEDAJE	_____
SERVICIOS DE ALIMENTACION	_____
SERVICIOS DE LAVANDERIA	_____
AUSPICIANTES	_____
OTROS (INDIQUE)	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
TOTAL	_____
GASTOS	\$
PERSONAL EMPLEADO	_____
AGUA	_____
LUZ	_____
TELEFONO	_____
INTERNET	_____
ALIMENTOS	_____
RECOLECCION DE DESECHOS	_____
OTROS (INDIQUE)	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
TOTAL	_____

7. ¿Qué recomendaciones puede dar para mejorar la calidad de la oferta turística en la Comuna Montañita?



UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INVESTIGACION DE MERCADO DIRIGIDA A LOS RESTAURANTES, BARES Y DISCOTECAS DE LA COMUNA MONTAÑITA

Tema: Optimización de los recursos turísticos para la Comuna Montañita en la Provincia de Santa Elena

Objetivo: Clasificar y determinar las características de la oferta en servicios de alimentación en la Comuna Montañita

La información proporcionada por usted en estas encuestas es de **uso exclusivo de la UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA** y de los estudiantes que realizan la investigación; no existe ninguna vinculación con entidades ajenas a la Universidad por lo que se garantiza la confidencialidad de la información. **Recuerde, estas encuestas tienen propósito estadístico.**

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO (Opcional) _____

REPRESENTANTE LEGAL (Opcional) _____

1. ¿Cuánto tiempo tiene en funcionamiento este negocio?

2. ¿Cuál es el precio del plato más costoso?

3. ¿Cuál es el precio del plato menos costoso?

4. ¿Cuál es la capacidad máxima del restaurant?

5. ¿Cuenta con servicio de televisión por cable o satelital?

CONTUNUA EN LA SIGUIENTE PÁGINA

INGRESOS	\$
SERVICIOS DE ALIMENTACION	_____
AUSPICIANTES	_____
OTROS (INDIQUE)	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
TOTAL	_____
GASTOS	\$
PERSONAL EMPLEADO	_____
AGUA	_____
LUZ	_____
TELEFONO	_____
INTERNET	_____
ALIMENTOS	_____
RECOLECCION DE DESECHOS	_____
OTROS (INDIQUE)	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
.....	_____
TOTAL	_____

6. ¿Qué recomendaciones puede dar para mejorar la calidad de la oferta turística en la Comuna Montañita?

Anexo 5 - Información de la Población de Montañita Proporcionada por el INEC (Capítulo 3 – Situación Actual)



SEXO			
GENERO	Hombre	Mujer	Total
TOTAL	824	738	1.562

TIPOS DE VIVIENDAS											
TIPO	Casa/Villa	Departamento en casa o edificio	Cuarto(s) en casa de inquilinato	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra vivienda particular	Hotel, pensión, residencial u hostel	Otra vivienda colectiva	Total
TOTAL	406	68	9	26	9	4	11	2	30	3	568

CONDICIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (Para personas de 10 años o más de edad)		
PEA*	PEI*	PET*
651	642	1.293

*PET (Población en Edad de Trabajar): Se calcula para la población de 10 años o más.

*PEA (Población Económicamente Activa): Se calcula para la población de 10 años o más que realiza alguna actividad económica.

*PEI (Población Económicamente Inactiva): Se calcula para la población de 10 años o más que no realiza ninguna actividad económica.

Anexo 6 - Entrevistas a las principales autoridades de Santa Elena (Capítulo 3 – Situación Actual)

TEMAS

- Desfogue de cañerías y aguas servidas y aguas de lluvia, baños públicos, contaminación del estero e higiene.
- Turismo en la Comuna Montañita.
- Suministro de agua potable en la Comuna Montañita.
- Distribución de espacios físicos en la Comuna Montañita

DESFOGUE DE CAÑERÍAS Y AGUAS SERVIDAS Y AGUAS DE LLUVIA, BAÑOS PÚBLICOS, CONTAMINACIÓN DEL ESTERO E HIGIENE



AUTORIDAD: Msc. Danilo Vera Preciado

CARGO: Gerente de EMASA (Empresa Municipal de Aseo y Saneamiento.)

- 1) **¿Cómo funciona el servicio de recolección de basura en la Comuna Montañita?**

A partir del mes de Enero 2012 la Empresa Municipal de Aseo empezó a trabajar en

esta zona, dado que en años anteriores era contratada una fundación para que haga este servicio.

Se llevaba a cabo de una manera rudimentaria, rural, en camiones y anti técnicamente.

Anteriormente se daba la recolección de basura 5 veces por semana.

2) ¿Quién es el encargado de la recolección de la Basura?

Según la nueva ley del COOTAD el Municipio es el único encargado de llevar a cabo la recolección de la basura orgánica e inorgánica.

3) ¿Dónde se depositan estos desechos orgánicos e inorgánicos en Santa Elena?

En Santa Elena se cuenta con dos botaderos. Un botadero, que se encuentra en el norte, que sería el Palmar, frente a playa Rosada, que abarca la basura de la Parroquia Manglaralto, por ende Montañita y Colonche; y el otro botadero se encuentra en la cabecera cantonal en el kilómetro 3½ vía a Guayaquil que acopia toda la basura de la zona de Chanduy y la cabecera cantonal.

4) ¿Cómo se efectúa el drenaje de aguas servidas y aguas lluvias?

En el año 2008 la Prefectura construyó el alcantarillado sanitario y pluvial, que no era competencia de ellos en esa época, sin embargo este alcantarillado quedo inconcluso.

En Montañita existe un sistema base, hay conectores primarios, conectores secundarios, y el gran colector que está en la calle principal pero lo que no se pudo construir fue el sistema de bombeo y el sistema de las piscinas de oxidación, eso es lo que falta ya que todas las casas tienen redes.

También se construyó el sistema de aguas lluvias, que por la discoteca Hola Ola pasa un canal que desfoga en el Estero de Montañita, la población en ese tiempo se empezó a

conectar al sistema de agua lluvia asumiendo que eran aguas de lavandería, por lo que empezaron a contaminar este sistema y a contaminar el Estero.

Desde diciembre del año 2011 se empezó a limpiar los ductos y con la Policía Municipal a multar a las personas que se conectaban clandestinamente a este sistema.

En el mes de Enero casi se la declara a Montañita en emergencia sanitaria porque había colapsado el sistema, ya que el agua del sistema de aguas lluvias empezó a entrar al sistema de aguas negras y se empezaron a rebosar.

Se reunieron organismos provinciales, se llevó a cabo un comité interinstitucional, liderado por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), porque este hecho trascendió a nivel nacional, el Presidente de la Republica hizo hincapié que a Montañita no debería descuidarse su atractivo siendo un balneario turístico, y que se construya de manera emergente el sistema de alcantarillado, y para esto se delegó al MIDUVI.

5) ¿Cuántos y como se lleva a cabo el mantenimiento de los baños públicos?

En Montañita hay 3 baños públicos, los controla la Junta Comunal, ellos son autónomos y cobran una tasa por el uso de estos baños para el mantenimiento.

6) ¿Qué sucedería si los hoteles que se encuentran en Montañita se conectan al sistema de drenaje?

Se procede a multar y dependiendo de la gravedad se puede clausurar el establecimiento.

Actualmente se ha encontrado a muchos hoteles que estaban conectados y se los multo; cuando sacan permiso de funcionamiento se lleva a cabo una inspección y se exige que

el pozo séptico del establecimiento este de acuerdo a la carga operativa que ellos tengan, no puede tener un hotel 30 camas un pozo de 1m², se exige que tengan trampas de grasa y que tengan su pozo séptico acorde a las personas que se alojen.

7) ¿Qué cantidad de basura se recolecta a Diario en Montañita y cuál es la capacidad del botadero de basura?

Normalmente el horario de recolección de basura es de 7:00 am hasta las 14:30 pm se recolecta dos carros llenos; cada carro tiene una capacidad de 6 toneladas eso quiere decir que son 12 toneladas por días entre semana, los días martes, miércoles, y jueves, pero los viernes, sábado, domingo y lunes son tres carros que recogen de 18 hasta 24 toneladas y en feriado son 6 carros esto quiere decir que llegan hasta 36 toneladas por día.

La capacidad del botadero es de 20 años, el botadero esta hecho de una manera de quebradas, quiere decir huecos naturales que es donde se deposita la basura y se va enterrando y se van haciendo montículos de tierra.

Montañita actualmente, debido a su alta demanda turística, está generando desechos en la escala de una zona industrial.

TURISMO EN LA COMUNA MONTAÑITA



AUTORIDAD: Lcdo. Antonio Gonzabay

CARGO: Jefe técnico de EMUTURISMO (Empresa Municipal de Turismo)

1) ¿Qué cantidad de turistas visitan la Comuna Montañita y cuáles son las fechas que existe mayor demanda turística del extranjero?

No se cuenta con un número exacto de los turistas que visitan Montañita, más que todo se manejan los datos a nivel provincial o cantonal, sin embargo en la fecha de carnaval de este año (2012) se esperaban 1'000.000 de turistas pero llegaron 800.000 turistas aproximadamente llegaron casi a la expectativa, y también no se cuenta con una cantidad exacta debido a la gran cantidad de mochileros que visitan el balneario.

Las tiempos de mayor auge para el turista extranjero son más que todo en las vacaciones de Chile y las vacaciones de Perú y el tiempo es alrededor de un mes y medio.

2) ¿Cuánto es el porcentaje que aumenta año a año de demanda turística?

La demanda turística cada año aumenta aproximadamente 10% por lo menos.

3) ¿Cuáles son los medios que utilizan para dar a conocer la imagen de Montañita?

Año a año se hacen promociones se da a conocer mediante folletos, videos, en las giras turísticas se invita a empresarios de Montañita para promocionar e intercambiar sus paquetes turísticos con empresarios de otras provincias.

4) ¿Cuál es su opinión acerca de la forma de administrar Montañita que tiene el Cabildo de la Comuna?

La manera en que se manejan los presidentes de las Comunas no es la adecuada les dan poca importancia a las autoridades de Santa Elena y el Presidente de la Comuna de Montañita se cree el dueño, el solo quiere hacer lo que a él le nazca.

5) ¿Cuál considera que es la principal actividad que se realiza en Montañita?

La principal actividad en Montañita es el surf, por esta razón se organiza año a año el torneo de surf este deporte muy atractivo tanto para los extranjeros como nacionales, en esta fecha (Feriado de Carnaval 2012) estuvo a punto que no se realizara debido a la afluencia de personas, además de esto el tipo de auspiciante no es la adecuada, ya que son la Pilsener y la Conquer; en este año se les exigió un plan de contingencia en el que deben de contar con personas de inmediato auxilio, Comisión de Tránsito, Policía Nacional, salvavidas, baterías sanitarias, y diferentes factores principales que estas empresas deben tener en cuenta cuando se organiza este tipo de eventos.

SUMINISTRO DE AGUA POTABLE EN LA COMUNA



AUTORIDAD: Ing. Franklin Reyes

CARGO: Jefe de JASAR

1) ¿Cómo se suministra de agua a la Comuna Montañita?

La Comuna Montañita no tiene agua potable ellos son suministrados por la empresa de agua de la Parroquia Manglaralto la cual se abastece de agua subterránea a través de la perforación de pozos y luego es impulsado a una reserva alta y distribuido para varias comunidades de la zona norte.

2) ¿Cuál es la entidad competente para el suministro del Agua?

En lo que respecta a la Junta de Agua de Manglaralto los trabajos se realizan en coordinación con el Municipio de Santa Elena debido a que realmente la competencia le corresponde a esta entidad.

3) ¿Cuáles son las comunidades que se abastece de agua en la zona norte de Santa Elena y que cobertura tiene aproximadamente?

La regional de agua abastece de agua a las siguientes comunidades que son: Manglaralto como cabecera parroquial, Montañita, Rio Chico, San Antonio, Libertador Bolívar, y Cadeate; y cuenta con una cobertura del 90% para cada comunidad.

4) Según su opinión: ¿Cuál es la principal problemática que se está dando en la Comuna Montañita?

Esta es la parte más importante de un proyecto, muchas comunidades por desconocimiento no se acercan a la entidad competente, el principal problema que es alcantarillado en este caso le correspondería a Saneamiento. En el gobierno anterior la Prefectura que llevo a cabo la construcción del alcantarillado sanitario y pluvial el cual quedo incompleto ya que de que vale que se haya hecho un sistema de redes tanto conectores primario y terciario pero no cuenta con un sistema de bombeo, una línea de inducción o emisario como muchos lo conocen y más aún las descargas que son las lagunas de estabilización, lo que sucede es que existe una falta de participación en muchas comunidades ya que es un trabajo en conjunto es consensuado.

DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS FÍSICOS DE MONTAÑITA



AUTORIDAD: Ing. Víctor Reyes

CARGO: Jefe del departamento de Desarrollo Comunitario

1) ¿Cómo interviene el departamento de desarrollo comunitario en las comunidades de Santa Elena?

El departamento de desarrollo comunitario es aquel que socializa en temas de bien común, este departamento trabaja en conjunto con el departamento de planificación, que lo dirige el Arquitecto Fulton González, a través de ese departamento se ordenan las áreas de Montañita; el departamento de desarrollo comunitario observa la necesidad informa al alcalde para que sirva de soporte para algún tipo de mejora.

Este departamento de desarrollo comunitario trabaja conjuntamente con el Cabildo de la Comuna y el Comité de Turismo.

2) ¿Cómo ha contribuido este departamento en el desarrollo de la Comuna?

El Municipio anteriormente ha contribuido en la construcción y regeneración del malecón de Montañita, en el pasado debido a los fenómenos y agujeros ocurridos en la Comuna desaparecieron dos calles de Montañita.

3) ¿Cuentan actualmente con normas que regulen la construcción de establecimientos de alojamiento en Montañita?

La Comuna Montañita tiene una identidad la cual no se la va a cambiar; internamente la directiva de la Comuna a determinado ordenanzas que en conjunto con el departamento de turismo está haciéndolas cumplir para los negocios que se dediquen a la actividad de hospedaje.

Anexo 7 - Listado de Establecimientos funcionando Formalmente en Montañita (Capítulo 4 – Flujos de Caja)

TIPO	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO	ACTIVIDAD	NOMBRE DE PROPIETARIOS	RUC
HOSTALES	TABUBA MALECON HOSTAL	SERVICIO DE HOSPEDAJE	S/N	S/N
	KON-TIKI HOSTAL	SERVICIO DE HOSPEDAJE	GUEVARA GARCIA VICTOR JOSE	1703662922001
	HOSTAL SOLE MARE	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	AMBROSINI MARIN GIOVANNA	0913916003001
	HOSTAL ESPERANTO	SERVICIO DE HOSPEDAJE	JORGE ANDRES MORAN CANDELL	0908964711001
	HOSTAL HACHUWA	HOSPEDAJES DE HOSTERIAS	ARTURO BORBOR ORRALA	0916919707001
	HOSTAL Y PASTELERIA HURVINEK	PASTELERIA Y SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOTELES	ANDINO PIN CAROLINA ELIZABETH	0502632433001
	HOSTAL SOL PLAYA CAFÉ	ACTIVIDADES DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	YUNGAN YUNGAN JAVIER EDUARDO	0916024771001
	HOSTAL PAKALORO	HOSPEDAJES DE HOSTERIAS	CALLE CORONEL ROCIO	0909067282001
	HOSTAL JOALLI	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	TERAN CASTILLO JORGE JOSELITO	0702993965001
	HOSTAL EL TURISTA EN LA PLAYA	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	AMORES DE LA A VIDAL	0909542482001
	SURFING INN HOSTAL	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	CHIQUMAREA CORONEL MARIA	0900214248001
	HOSTAL LOS TIGRILLOS	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	MOROCHO DE LA ROSA YOLANDA	0905781522001
	HOSTAL INTAÑIN	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	LLORDES ARRATIBEL MAIDER	0200342335001
	HOSTAL PRANA	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	MEDINA BALDASSARI JORGE	0200342335001
	HOSTAL MONTEZUMA	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	LUKAS BRONHENMEIER MARTIN	0928839638001
	HOSTAL HANGA ROA	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	GALVEZ AGUILAR MARGOTH	0905296083001
	HOSTERIA LA GONDOLA	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTERIAS	SCALON ROSALES SERGIO	1711677318001
	HOSTAL MACHUPICHU	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	GLEB BURCITAK	0701190655001
	HOSTAL MONTAÑITA GARDEN	ACTIVIDADES DE SERVICIOS HOSPEDAJE EN HOSTALES	ROSA CALLE SEGARRA	0102364502001
	HOSTAL EL CENTRO DEL MUNDO	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	MARIA ASANG FALCONES	1719408872001
	HOSTERIA TIKI LIMBO	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	SOLIS KROHLING FERNANDA	0925468563001
	GARLATI S.A.	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	DAMIAN ASAENZ VALENTINE	0992379278001
	HOSTAL PAPAYA	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTERIAS	RAMON LAINEZ ALEJANDRO	0917357261001
	HOSTERIA PARADISE SOUTH	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTERIAS	BURCHAK GLEB	0952327229
	HOSTAL TSUNAMI	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	DE LA ROSA VILLAO WELLINGTON	1202102560001
	HOSTAL POP HOUSE	ACTIVIDADES DE HOSTERIA	WILLIAN SILVA GRANDAS	1792198704001
	LOCAL POINT HOSTAL	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	YAGUAL ROSALES ADEMAR	0925279960001
	HOSTERIA EL REFUGIO DE LAS AVES	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTERIAS	GUEVARA GARCIA VICTOR JOSE	1703662922001
	CHARO'S HOSTAL BAR RESTAURANT	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	S/N	S/N
	HOSTAL LAS PALMERAS	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	ESILE S.A	0992229101001
HOSTAL ROSA MISTICA	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	GARLATI S.A.	0992379278001	
HOSTAL KUNDALINI	SERVICIO DE HOSPEDAJES	DIEGO GONZENBACH MAYO	0914002707001	

CABAÑAS	BALSA SURF CAMP CABAÑA BAMBU BADUA CABAÑA LA RANA QUE CANTA MONTAÑITA CABAÑA	CABAÑAS Y ESCUELA DE SURF SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	DAUMAS JULIE NADINE CHRISTINE GONZALEZ REYES ALBERTO S/N WARWICK JOHN WHITE	0928289214001 0919151183001 S/N 0929302347001
HOTELES	HOTEL MONTAÑITA HOTEL CASA DEL SOL, SURF & YOGA HOTEL LA BARRANCA HOTEL ALEBRIJES HOTEL SWISSPOINT BAR HOSTAL DISCOTECA ABAD MAJAGUA ADVENTURE HOTEL HOTEL DRARMA BEACH	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOTELES SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOTELES	DANNY FERNANDO PEREZ CASTRO MYERS MICHAEL KEITH GLORIA CELLERI DOLZ S/N FABIAN NIEDERMANN ABAD BAUTISTA CARLOS S/N TADAYON TADAYON KAMRAN	0922024460001 0940424377001 0902576214001 S/N 1001706306001 0702890484001 S/N 2490003862001
SUITS	SUIT HABITACIONES MACHU PICCHU RIVIERA SUITES HOTEL	ACTIVIDADES DE HOSPEDAJE ACTIVIDADES DE HOSPEDAJE	BORYSYUK OKSANA S/N	2400054512 S/N
RESTAURANTES	RESTAURANT DISCOTECA KOKOMO RESTAURANT KARUKERA RESTAURANT PAPILLON RESTAURANTE SAZON GUAYACO RESTAURANTE TIKI LIMBO RESTAURANTE DOÑA ELENA RESTAURANTE HOSTAL SURFISTA RESTAURANT KUNDALINI PIZZERIA MANUEL COMEDOR DOS HERMANOS PIZZERIA PURA VIDA RESTAURANTE HIERBA BUENA INSOMNIAC CAFETERIA ZOE BEER COMPANY MAREA PIZZERIA POOL BAR RESTAURANTE D'VICTOR RESTAURANTE TIBURON	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANT Y DISCOTECA VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERIA Y BAR VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANT PARA EL CONSUMO VENTA DE COMIDA Y BEBIDAS CONSUMO INMEDIATO VENTA DE COMIDA Y BEBIDAS EN BAR VENTA DE COMIDA EN RESTAURANTE VENTA DE COMIDA Y BEBIDAS EN BAR SERVICIO DE COMIDA Y BAR VENTAS DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTE CENTRO DE COMIDAS Y BEBIDAS VENTAS DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTE VENTAS DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTE VENTAS DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTE VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANT PARA EL CONSUMO VENTA DE COMIDAS Y HELADERIA VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE CONSUMO VENTAS DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTE VENTAS DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTE	JOSIG MACIAS TERESA CHICA CHARRO ANA BEDOYA RUIZ ALEJANDRA LUIS VESQUEZ SOLIS SOLIS KROHLING FERNANDA LIMON FLORES GERARDO WILLIAMS LIMON MEJILLON DIEGO GONZENBACH MAYO WASHINTON VELEZ CEDEÑO CLARA MORA LOPEZ S/N S/N S/N NORMA ORDOÑEZ ARCOS RETO NOAILLES RICARDO S/N S/N S/N	0905428855001 1719230946001 0921274825001 0925609828001 0925468563001 0903600047001 0913334876001 0914002787001 1719230946001 0920539103001 S/N S/N S/N 0102837705001 0992390891001 S/N S/N S/N
TIENDA DE ROPA				

	MONTAÑITA BEACH SURF SHOP BAZAR SUMBAWA	VENTA POR MENOR PRENDA DE VESTIR VENTA AL POR MENOR PRENDAS DE VESTIR	SALAZAR GONZALEZ JOHN TORRE GONZALEZ LORENZO	0913933016001 0925468571001
ALQUILER	HABITACIONES JUANITA	ALQUILER DE HABITACIONES	MESA CALDERON JOSE	1310523038001
AGENCIA DE VIAJE	COMPañIA MONTAÑI TOURS	AGENCIA DE VIAJES	ESHED ISNAI	0929449882001
BAZAR	MUSEO DE LAS VELAS	VENTA AL POR MENOR ARTICULOS DE BAZAR	MORENO VALERA JUAN	0950440305001
CURSOS	MONTAÑITA SPANISH SCHOOL	SERVICIO DE APRENDIZAJES	RUIZ DELGADO GISELA	1308953732001
LICORERIA	MINI-LICORERA ANALIZ	VENTA DE LICORES AL PASO	RODRIGUEZ DEL PEZO REINER	0092217663001
CARNICERIA	TERCENA LA CAVA	VENTA DE CARNE	SAN DOBAL VELEZ JUAN	0931059174001
COMIDAS RAPIDAS	BIG POLLO BAR RESTAURANT DELICIAS MARINA COMEDOR PICANTERIA EL COLORADO	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS INMEDIATAS EN COMEDORES VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS PARA EL CONSUMO INMEDIATO SERVICIO DE VENTA DE COMIDAS BEBIDAS PREPARADAS	TOMALA SORIA ELBA MANZANO ORTIZ SOCRATES DEMECIO BRIONES MIZAE	0912910635001 0909983934001 1302560535001
GASOLINERA	ESTACION DE SERVICIO LA Y	VENTA DE COMBUSTIBLE	ELIZABETH NUÑEZ NARANJO	0911373371001
ARTESANIAS	RUCALEV	VENTAS AL POR MENOR DE PRENDA DE VESTIR Y ARTESANAL	SOFA FIORITO	2400252389001
TRANSPORTE	LIBERTAD PENINSULAR	TRANSPORTE CANTONAL E INTERPROVINCIAL	COOPERATIVA DE TRANSPORTE	1309168985001
LAVANDERIA	LAVANDERIA JUANITA	ALQUILER DE LAVADORA	MEZA CALDERON JOSE	1310523038001
DESPENSA	DESPENSA TRES HERMANOS DESPENSA RUTA DEL SOL TIENDA VARA TIENDA NOLE THEWALL TIENDA MONCERRATE DESPENSA DOÑA ALICIA	VENTA DE ALIMENTO Y BEBIDAS TIENDA VENTA DE ALIMENTOS, BEBIDAS EN TIENDAS VENTA POR MENOR ALIMENTOS BEBIDAS EN TIENDAS VENTA DE CONFITERIA Y BEBIDAS VENTA DE ALIMENTO BEBIDAS Y TABACO EN TIENDA DE ABARROTES VENTA DE ALIMENTOS, BEBIDAS EN TIENDAS	GUTIERREZ CHAVEZ VARIELENA JOSE BORBOR ROSALES MARIA YAGUAL NEIRA DELGADO YANZA BETSY YAGUAL CASTILLO HILDA ROSARIO BORBOR MEJILLON EMILIO	2400029548001 0912213261001 0921731436001 1204914869001 0911201812001 0901278572001
LEGUMBRES				

	S/N	VENTA DE LEGUMBRES	PILATAXI PILCO FRANCISCO	0602165664001
PANADERIA	PANADERIA CONDE GARCI	VENTA AL POR MENOR DE PANES Y PASTELES EN GENERAL	BONILLA SANCHEZ LUZ MIRIAN	8170637659001
DISCOTECAS	CAÑA GRILL DISCOTECA HOLA OLA BAR CABAÑA BAR MARICELA NATIVA BAMBU BAR LAST CALL ZOE LOST BEACH CLUB ABAD LOUNGE MAHALO BAR	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS, DISCOTECA VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS, DISCOTECA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN BARES, DISCOTECA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN BARES Y DISCOTECA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN BARES Y DISCOTECA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN BARES, DISCOTECAS Y EVENTOS VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN BARES Y DISCOTECA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN BARES Y DISCOTECA VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN BARES Y DISCOTECA	S/N S/N SUAREZ TOMALA TORIBIO S/N S/N S/N S/N S/N S/N	S/N S/N 0905111456001 S/N S/N S/N S/N S/N

Anexo 8 - Flujos de Caja de Sector Hotelero (Capítulo 4 – Flujos de Caja del Sector Hotelero)

FLUJOS DE EFECTIVO DEL SECTOR ESTRATEGICO HOTELERO

AÑO 2010	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES POR MES	1.249	1.169	1.071	917	1.009	1.191	1.437	1.238	933	1.088	1.056	1.253	13.611
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 47.735,69	\$ 44.665,65	\$ 40.944,34	\$ 35.041,21	\$ 38.558,85	\$ 45.498,24	\$ 54.914,53	\$ 47.296,05	\$ 35.646,78	\$ 41.570,27	\$ 40.363,61	\$ 47.867,83	\$ 520.103,05
COSTO FIJO PROM	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 7.938,04
GASTO UNITARIO PROM**	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83
(-)GASTO PROMEDIO TOTAL	\$ 22.929,40	\$ 21.497,28	\$ 19.761,35	\$ 17.007,64	\$ 18.648,56	\$ 21.885,67	\$ 26.278,21	\$ 22.724,32	\$ 17.290,13	\$ 20.053,34	\$ 19.490,45	\$ 22.991,04	\$ 250.557,39
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 24.806,29	\$ 23.168,37	\$ 21.182,99	\$ 18.033,57	\$ 19.910,29	\$ 23.612,57	\$ 28.636,32	\$ 24.571,73	\$ 18.356,65	\$ 21.516,93	\$ 20.873,16	\$ 24.876,79	\$ 269.545,66

AÑO 2011	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES POR MES	1.372	1.124	1.137	1.138	1.077	1.299	1.534	1.287	1.041	1.148	1.203	1.473	14.833
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 52.429,68	\$ 42.932,91	\$ 43.460,48	\$ 43.471,91	\$ 41.138,08	\$ 49.649,25	\$ 58.617,45	\$ 49.173,84	\$ 39.782,89	\$ 43.883,73	\$ 45.984,08	\$ 56.280,15	\$ 566.804,46
COSTO FIJO PROM	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 7.938,04
GASTO UNITARIO PROM**	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83
(-)GASTO PROMEDIO TOTAL	\$ 25.119,07	\$ 20.688,99	\$ 20.935,09	\$ 20.940,42	\$ 19.851,73	\$ 23.822,05	\$ 28.005,56	\$ 23.600,28	\$ 19.219,55	\$ 21.132,53	\$ 22.112,30	\$ 26.915,25	\$ 272.342,82
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 27.310,61	\$ 22.243,93	\$ 22.525,39	\$ 22.531,49	\$ 21.286,35	\$ 25.827,21	\$ 30.611,89	\$ 25.573,57	\$ 20.563,34	\$ 22.751,20	\$ 23.871,77	\$ 29.364,90	\$ 294.461,65

AÑO 2012	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES POR MES	1.653	1.294	1.261	1.204	1.204	1.338	1.580	1.325	1.072	1.183	1.239	1.517	15.871
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 63.149,00	\$ 49.454,02	\$ 48.174,34	\$ 46.014,38	\$ 46.023,82	\$ 51.137,67	\$ 60.374,73	\$ 50.648,01	\$ 40.975,53	\$ 45.199,31	\$ 47.362,62	\$ 57.967,35	\$ 606.480,78
COSTO FIJO PROM	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 7.938,04
GASTO UNITARIO PROM**	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83
(-)COSTO PROMEDIO TOTAL	\$ 30.119,45	\$ 23.730,98	\$ 23.134,03	\$ 22.126,44	\$ 22.130,84	\$ 24.516,37	\$ 28.825,30	\$ 24.287,95	\$ 19.775,90	\$ 21.746,22	\$ 22.755,37	\$ 27.702,30	\$ 290.851,15
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 33.029,55	\$ 25.723,05	\$ 25.040,32	\$ 23.887,94	\$ 23.892,98	\$ 26.621,30	\$ 31.549,43	\$ 26.360,06	\$ 21.199,63	\$ 23.453,09	\$ 24.607,25	\$ 30.265,05	\$ 315.629,62

AÑO 2013	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES POR MES	1.829	1.321	1.346	1.373	1.292	1.423	1.660	1.370	1.154	1.235	1.349	1.678	17.031
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21	\$ 38,21
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 69.891,82	\$ 50.466,94	\$ 51.447,49	\$ 52.479,24	\$ 49.358,76	\$ 54.377,29	\$ 63.433,80	\$ 52.364,60	\$ 44.110,57	\$ 47.180,61	\$ 51.549,52	\$ 64.134,25	\$ 650.794,87
COSTO FIJO PROM	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 7.938,04
GASTO UNITARIO PROM**	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83	\$ 17,83
(-)COSTO PROMEDIO TOTAL	\$ 33.264,87	\$ 24.203,48	\$ 24.660,89	\$ 25.142,19	\$ 23.686,54	\$ 26.027,60	\$ 30.252,31	\$ 25.088,71	\$ 21.238,34	\$ 22.670,47	\$ 24.708,49	\$ 30.579,05	\$ 311.522,93
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 36.626,95	\$ 26.263,45	\$ 26.786,59	\$ 27.337,05	\$ 25.672,22	\$ 28.349,69	\$ 33.181,49	\$ 27.275,89	\$ 22.872,22	\$ 24.510,14	\$ 26.841,03	\$ 33.555,19	\$ 339.271,93

*FUENTE: Encuestas realizadas a negocios; se dividió el total de ingreso promedio para la capacidad máxima promedio de la muestra de establecimientos encuestados

**FUENTE: Encuestas realizadas a negocios; se dividió el total de los costos variables promedio para la capacidad máxima promedio de la muestra de establecimientos encuestados

Anexo 9 - Flujos de Caja de Sector Restaurantes, Bares y Discotecas (Capítulo 4 – Flujos de Caja del Sector Restaurantes, Bares y Discotecas)

FLUJOS DE EFECTIVO DE LOS SECTORES ESTRATEGICOS RESTAURANTES, BARES Y DISCOTECAS

AÑO 2010	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CLIENTES POR MES	1.249	1.169	1.071	917	1.009	1.191	1.437	1.238	933	1.088	1.056	1.253	13.611
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 62.128,93	\$ 58.133,21	\$ 53.289,85	\$ 45.606,82	\$ 50.185,09	\$ 59.216,84	\$ 71.472,32	\$ 61.556,73	\$ 46.394,97	\$ 54.104,51	\$ 52.534,03	\$ 62.300,91	\$ 676.924,20
COSTO FIJO PROM	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 10.767,00
COSTO VARIABLE PROM**	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62
(-)GASTO PROMEDIO TOTAL	\$ 20.408,86	\$ 19.154,00	\$ 17.632,94	\$ 15.220,08	\$ 16.657,89	\$ 19.494,32	\$ 23.343,15	\$ 20.229,16	\$ 15.467,60	\$ 17.888,79	\$ 17.395,58	\$ 20.462,87	\$ 223.355,25
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 41.720,07	\$ 38.979,21	\$ 35.656,91	\$ 30.386,73	\$ 33.527,19	\$ 39.722,52	\$ 48.129,17	\$ 41.327,57	\$ 30.927,37	\$ 36.215,72	\$ 35.138,45	\$ 41.838,04	\$ 453.568,95

AÑO 2011	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CLIENTES POR MES	1.372	1.124	1.137	1.138	1.077	1.299	1.534	1.287	1.041	1.148	1.203	1.473	14.833
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 68.238,24	\$ 55.878,02	\$ 56.564,66	\$ 56.579,53	\$ 53.542,01	\$ 64.619,46	\$ 76.291,75	\$ 64.000,71	\$ 51.778,20	\$ 57.115,53	\$ 59.849,17	\$ 73.249,70	\$ 737.707,00
COSTO FIJO PROM	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 10.767,00
COSTO VARIABLE PROM**	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62
(-)GASTO PROMEDIO TOTAL	\$ 22.327,49	\$ 18.445,76	\$ 18.661,40	\$ 18.666,07	\$ 17.712,13	\$ 21.191,01	\$ 24.856,70	\$ 20.996,69	\$ 17.158,21	\$ 18.834,40	\$ 19.692,90	\$ 23.901,34	\$ 242.444,10
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 45.910,75	\$ 37.432,26	\$ 37.903,26	\$ 37.913,46	\$ 35.829,87	\$ 43.428,45	\$ 51.435,06	\$ 43.004,02	\$ 34.619,99	\$ 38.281,13	\$ 40.156,27	\$ 49.348,36	\$ 495.262,89

AÑO 2012	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CLIENTES POR MES	1.653	1.294	1.261	1.204	1.204	1.338	1.580	1.325	1.072	1.183	1.239	1.517	15.871
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 82.189,64	\$ 64.365,37	\$ 62.699,84	\$ 59.888,61	\$ 59.900,89	\$ 66.556,67	\$ 78.578,88	\$ 65.919,37	\$ 53.330,44	\$ 58.827,77	\$ 61.643,37	\$ 75.445,63	\$ 789.346,48
COSTO FIJO PROM	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 10.767,00
COSTO VARIABLE PROM**	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62
(-)GASTO PROMEDIO TOTAL	\$ 26.708,93	\$ 21.111,21	\$ 20.588,15	\$ 19.705,29	\$ 19.709,14	\$ 21.799,39	\$ 25.574,97	\$ 21.599,25	\$ 17.645,69	\$ 19.372,13	\$ 20.256,37	\$ 24.590,97	\$ 258.661,50
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 55.480,71	\$ 43.254,16	\$ 42.111,69	\$ 40.183,32	\$ 40.191,75	\$ 44.757,28	\$ 53.003,91	\$ 44.320,12	\$ 35.684,75	\$ 39.455,64	\$ 41.387,00	\$ 50.854,66	\$ 530.684,99

AÑO 2013	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CLIENTES POR MES	1.829	1.321	1.346	1.373	1.292	1.423	1.660	1.370	1.154	1.235	1.349	1.678	17.031
INGRESO UNITARIO PROM*	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74	\$ 49,74
INGRESO PROMEDIO TOTAL	\$ 90.965,56	\$ 65.683,70	\$ 66.959,90	\$ 68.302,75	\$ 64.241,38	\$ 70.773,09	\$ 82.560,32	\$ 68.153,54	\$ 57.410,76	\$ 61.406,48	\$ 67.092,69	\$ 83.471,96	\$ 847.022,13
COSTO FIJO PROM	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 897,25	\$ 10.767,00
GASTO UNITARIO PROM**	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62	\$ 15,62
(-)COSTO PROMEDIO TOTAL	\$ 29.465,01	\$ 21.525,23	\$ 21.926,03	\$ 22.347,75	\$ 21.072,27	\$ 23.123,56	\$ 26.825,34	\$ 22.300,89	\$ 18.927,11	\$ 20.181,97	\$ 21.967,73	\$ 27.111,65	\$ 276.774,55
(=)GANANCIA PROMEDIO TOTAL	\$ 61.500,55	\$ 44.158,46	\$ 45.033,87	\$ 45.955,00	\$ 43.169,10	\$ 47.649,53	\$ 55.734,98	\$ 45.852,65	\$ 38.483,64	\$ 41.224,50	\$ 45.124,96	\$ 56.360,32	\$ 570.247,58

*FUENTE: Encuestas realizadas a negocios; se dividió el total de ingreso promedio para la capacidad máxima promedio de la muestra de establecimientos encuestados

**FUENTE: Encuestas realizadas a negocios; se dividió el total de costos variables promedio para la capacidad máxima promedio de la muestra de establecimientos encuestados

Anexo 10 - Zonas de Montañita (Capítulo 5 - Administrar la distribución de los espacios físicos de una manera eficiente y eficaz)



**Anexo 11 - Artículo 17, Ley de Ley de Organización y Régimen de las Comunas
(Capítulo 5 - Integrantes de la propuesta de optimización)**

CODIFICACION 2004-04

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE

Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas

**TITULO III
DEL CABILDO**

Artículo 17. Atribuciones del cabildo. Son atribuciones del cabildo:

- a) Dictar las disposiciones y reformar libremente los usos y costumbres que hubiere, relativos a la administración, uso y goce de los bienes en común;
- b) Arrendar, con el voto favorable de por lo menos cuatro de sus miembros, parte o el todo de los bienes en común, con sujeción a la Ley de Desarrollo Agrario mediante escritura pública y por un tiempo que no pase de cinco años;
- c) Recibir y aceptar, con beneficio de inventario, donaciones, legados o adjudicaciones de bienes que se hagan a favor de la Comuna, bienes que ingresarán al patrimonio común;
- d) Defender, judicial o extrajudicialmente, la integridad del territorio que pertenezca a la Comuna, y velar por la seguridad y conservación de todos los bienes en común;
- e) Adquirir bienes para la Comuna, mediante operaciones comerciales, y contraer con este fin, previa aprobación del Ministro de Agricultura y Ganadería, obligaciones a plazo, con hipoteca de los bienes que adquiere o de los que posee la Comuna;
- f) Estudiar la división de los bienes en común que posee o adquiriera la Comuna, la posibilidad y conveniencia de su enajenación, y la de transigir en los juicios civiles que versen sobre ellos o de llegar a otro arreglo en estos litigios; y la

posibilidad de resolver estos asuntos previa la aquiescencia de la asamblea general; en caso de fraccionamiento de predios Comunales se requerirá la resolución adoptada por las dos terceras partes de la asamblea general, siendo prohibido el fraccionamiento de los páramos, así como de las tierras destinadas a la siembra de bosques;

- g) Propender al mejoramiento moral, intelectual y material de los asociados. Es obligación primordial del cabildo aplicar a esta finalidad el rendimiento de los bienes colectivos; y,
- h) Para cumplir la obligación impuesta en el literal anterior, el cabildo puede fijar una cuota mensual, anual o extraordinaria, obligatoria para todos los asociados, y cuya cuantía dependa de la capacidad económica de los habitantes, e imponer una contribución moderada por el uso de los bienes colectivos, previa aprobación del Ministro de Agricultura y Ganadería.

Anexo 12 - Permisos de Anuales de Funcionamiento Ministerio del Interior (Capítulo 5 - Incentivar la formalización de los establecimientos que operan en la Comuna Montañita)

Las actividades sujetas a la obtención del Permiso Anual de Funcionamiento por parte del Ministerio del Interior, serán aquellas que no se encuentren consideradas como actividades turísticas y por lo tanto los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo, tales como:

Hospedaje: Locales para huéspedes permanentes o transeúntes, tales como Pensiones, Residenciales, Moteles.

Expendio de alimentos: Restaurantes, salones de comida, comedores, picanterías, cafeterías y fondas.

Bebidas: Salones, bares, karaokes, barras bar, discotecas, cantinas, cerveceros, licorerías, billas y billares.

Alimentos y bebidas: Tiendas, abarrotes, bodegas, licorerías, delicatessen, micro mercados, supermercados.

Atención nocturna: Constituyen aquellos locales que requieren para la concesión del PAF la inspección previa por parte de la Intendencia General de Policía, tales como: Prostíbulos, Night Club, Clubes Nocturnos, Cabaret, Casas de Cita, y otro de Tolerancia.

Renovación o Emisión Directa

El usuario se acerca a la Oficina del PAF, con la especie del Año anterior, se procede a cobrar el valor correspondiente de acuerdo a las características del establecimiento. Posteriormente se entrega la nueva especie actualizada que esta reimpressa desde el Ministerio del Interior.

Permisos nuevos o emisión complementaria

El usuario con originales y copias de los documentos solicitados y el valor por la especie, procede a solicitar la emisión de su permiso. En caso de actividades que impliquen una inspección, por parte de delegados de Intendencia se realizara la misma, se espera hasta la revisión y aprobación de la primera autoridad policial.

Cese de establecimientos

Por voluntad propia o por decisión de alguna autoridad de turno o de control, se procede a eliminar del catastro el registro del establecimiento. Debiendo estar al día en el pago, previo al cierre del Registro Único de Contribuyente.

Cambio de propietario o actividad

Por voluntad propia y que dicho cambio no implique la disminución del valor de la especie, el usuario puede solicitar el cambio de actividad o de propietario mediante una solicitud dirigido a la autoridad correspondiente y documento de respaldo.

Cese definitivo del establecimiento

Si por cualquier razón usted decide cerrar su negocio, está obligado a acercarse a la Oficina de Recaudación a indicar sobre el particular, caso contrario contraerá obligaciones de pago, pues los permisos se renuevan automáticamente año a año.

Costo del permiso anual de funcionamiento

Según Acuerdo Ministerial No. 0176 de 7 de septiembre de 2005, se establece los valores de los Permisos Anuales de Funcionamiento que regirán desde 1 de Enero del 2006, de \$15.00 dólares americanos por concepto de permiso anual de funcionamiento; y, a los establecimientos de atención nocturna, donde se consume bebidas alcohólicas es

de \$250.00 dólares.

REQUISITOS

PERMISO NUEVO Y RENOVACION

- Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- Original y copia del certificado de votación actualizada.
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes
- Original y copia de la Patente Municipal y uso de suelo (dependiendo del caso).
- Original y copia del Permiso del Ministerio de Salud Pública.
- Original y copia del pago de Tasa al Cuerpo de Bomberos.

VALORES POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

ESTABLECIMIENTOS	VALOR (DOLARES)
Restaurantes, cafetería, bodega de alimentos, licorería, supermercado, sala de recepciones, sala de juego, delicatessen, salón de bebidas, burger, hotel, motel, residencial, café-net, parrilladas, asaderos, comidas ligeras, fonda, chifa, pizzería, panadería, marisquería, terciena, frigorífico, heladería, cafetería, frutería, legumbres, tienda, venta de bebidas, confitería, comisariato, entre otros.	15 USD
Bar-Discoteca, Bar-Night club, cabaret, casa de citas, prostíbulos, masajes, estriptis.	250 USD

Anexo 13 - Solicitud de registro otorgado por el MINTUR (Capítulo 5 - Incentivar la formalización de los establecimientos que operan en la Comuna Montañita)



MINISTERIO DE TURISMO



SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS

Yo,, a de del 20....
 Yo, en calidad de Representante Legal de La empresa solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:
 Razón Social (Persona Jurídica):
 Nombre del Establecimiento:.....
 Ubicación del establecimiento:

Provincia	Cantón	Ciudad
.....

Calle	No.	Transversal	Sector	Teléfono
.....

 Fecha de Constitución:.....
 Fecha de Inicio de Operaciones:.....
 Registro Único de Contribuyentes:..... Número de cédula.....
 Monto de inversión:
 Número de empleados:.....
 Número de mesas:..... Número de plazas
 Número de habitaciones:..... Número de plazas
 Observaciones:.....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Revisado e ingresado por:.....

VERSION 00



REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. copia de la cédula de identidad, a color
5. Copia de la última papeleta de votación, a color
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Comejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
(Formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados

Revisado e ingresado por:.....

VERSION 00



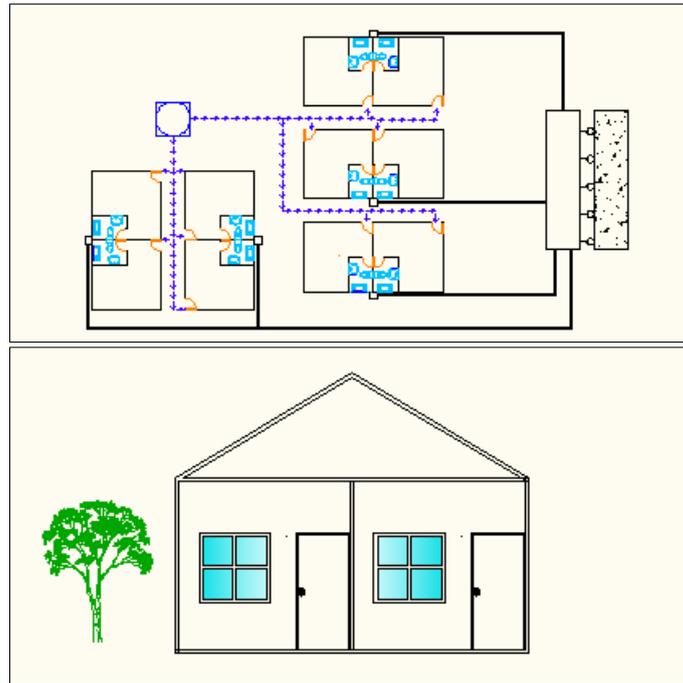
Anexo 14 - Caso práctico de invertir en mejoras de unas cabañas en Montañita

Cabañas La Rana Que Canta

En el Ecuador hay inversionistas o propietarios de negocios que no les preocupa dar información real sobre el manejo y administración de sus propiedades, pero asimismo, existe mucho celo y desconfianza para otros en dar a conocer esta misma información, por diversos motivos, entre ellos la mayor razón más que todo es por la declaración de sus impuestos. En la Comuna de Montañita son pocos los que hacen declaraciones de impuestos, otros ni siquiera lo hacen, lo cual contrasta con el crecimiento acelerado de la demanda turística.



En el caso práctico que tenemos son datos reales que con la confianza, el prestigio y excelente atención al cliente, fueron ganados durante 15 años por el propietario de este negocio “La Rana que Canta”; los turistas separan con anticipación la estadia en las cabañas, y algunos ni siquiera piden o exigen facturas por ser amigos del dueño del negocio.



Este caso permite entender como la optimización de recursos de Manera particular da muy buenos resultados, de una manera muy breve explicamos:

El propietario del negocio, tiene 15 años en brindar el servicio de alojamiento, (alquiler de cabañas), posee 2 hectáreas de terreno en la primera hectárea posee 5 cabañas, incluyendo también una cocina general, que las ha alquilado durante todo este tiempo, y le han permitido conocer muy bien y entender lo rentable que es esta actividad, por lo tanto, en la otra hectárea está construyendo, 10 cabañas independientes de las primeras 5, con todos los servicios básicos además de precautelar el medio ambiente, con la construcción de fosas sépticas Ecológicas, lo referente a la inversión y construcción lo explicamos a continuación, así como también hacemos un pequeño análisis comparativo, si este mismo valor lo invirtiéramos en un banco en depósito a plazo fijo, esto nos permite analizar y confirmar que se ha tomado la mejor decisión.

CASO DE ESTUDIO FINANCIERO

DATOS GENERALES

NEGOCIOS DE HOSPEDAJE TIPO CABAÑAS EN MONTAÑITA
4

TOTAL DE NEGOCIOS DE HOSPEDAJE EN MONTAÑITA
47

INVERSION ESTIMADA PARA EL PROYECTO
58.697,30

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS		
% DE PERSONAS QUE SE HOSPEDAN EN CABAÑAS		15,02%

NIVELES DE CRECIMIENTO PROYECTADOS	
% Turistas	7,76%
% Precio	20,00%
% Sueldo	10,23%
% Gastos	5,00%

TABLA DE VARIACIÓN DE PRECIOS*		
AÑO	TEMPORADA ALTA	TEMPORADA BAJA
2013	\$ 25,00	\$ 20,00
2014	\$ 30,00	\$ 24,00
2015	\$ 36,00	\$ 28,80
2016	\$ 43,20	\$ 34,56
2017	\$ 51,84	\$ 41,47

COSTOS OPERATIVOS
AGUA
LUZ
TELEFONO
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

<i>COSTO DE MATERIALES Y MANO DE OBRA - CONSTRUCCION 2 CABAÑAS</i>	11.709,46
<i>CANTIDAD DE CABAÑAS A CONSTRUIR</i>	10
COSTO TOTAL DE CONSTRUCCION	58.547,30
(+) TRAMITES LEGALES	150,00
COSTO TOTAL DE LA MEJORA	58.697,30

TIEMPO DE CONSTRUCCION POR CABAÑA	22 DÍAS
TIEMPO TOTAL DE CONSTRUCCION DE LA MEJORA	220 DÍAS

PROFORMAS

SERVIREYSA S.A.
 Cda Guayacanes MZ :52 SL :50
 TELF:2826660 - 822572
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 SEGÚN RESOLUCION Nº 10-00048 19 DE FEBRERO DEL 2010

0005603
 RUC 0992265663001
 COTIZACION
 09/08/2012 17:37
 DÓLAR
 27/07/2013 17:37

COD CLIENTE: 0005603

NOMBRE CLIENTE: SERGIO MENDEZ MERA

09/08/2012 17:37

ITEM	CODIGO	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO FINAL
01	00000001	CEMENTO HOLCIN ROCAFUERTE SACOS 50	SAC50K	12	5,90	70,82
02	SRV00001	TRANSPORTE FABRICA CEMENTO HOLCIM	SAC50K	12	0,22	2,64
03	00002038	LADRILLO PANELON-GRANDE	UNIDAD	400	0,18	71,44
04	00001370	VARILLA CORR. SOLD. CONST. 12MM*12	UNIDAD	6	11,13	66,78
05	00002061	ARENA FINA METRO	UNIDAD	2	8,04	16,07
06	00002063	PIEDRA 3/4 METRO	UNIDAD	1	8,04	8,04
07	00000712	UNION UNIVERSAL PP R/R 1/2 "	UNIDAD	4	0,86	3,46
08	00000615	CODO PP P/R 1/2 ""*900	UNIDAD	4	0,38	1,54
09	00002206	LLAVE DE PASO RED WHITE 1/2	UNIDAD	2	11,55	23,10
10	00002044	CLAVOS PARA CONST 2,5 "LIBRA	LIBRA	10	0,85	8,48
11	00001467	ALAMBRE RECOCIDO # 18 LIBRA	LIBRA	15	0,82	12,29
12	00002266	TEJE ORNOMENTAL 10*10	UNIDAD	1350	0,24	325,49
13	00002333	ZINC 10 PIES X 0,20	UNIDAD	36	6,58	236,81
14	00001489	CORREA G 80X40X15X2,0 MM	UNIDAD	10	16,08	160,81
15	00002089	GANCHO 2 "	UNIDAD	150	0,22	33,48
16	00001714	CODO DESAGUE E/C 50MM * 90	UNIDAD	6	1,01	6,05
17	00001026	TUB DES. E/C 50MM * 3MM	UNIDAD	3	4,49	13,46
18	00001019	TUB DES. E/C 110MM * 3MM	UNIDAD	4	11,24	44,97
19	00001116	TUB P ROSC. 1/2 * 6M (420 PSI)	UNIDAD	4	6,75	27,02
20	00001367	VARILLA CORR. SOLD. CONST. 10MM*12	UNIDAD	27,5	7,80	214,54
21	00001364	VARILLA CORR. SOLD. CONST. 8 MM*12	UNIDAD	16	4,99	79,80
22	00000001	CEMENTO HOLCIM ROCAFUERTE SACOS 50	SAC50K	130	5,90	767,23
23	SRV00001	TRANSPORTE FABRICA CEMENTO HOLCIM	SAC50K	130	0,22	28,60
24	00002075	ARENA FINA VOLQUETADA	UNIDAD	2	107,14	214,29
25	00002066	PIEDRA 3/4 VOLQUETADA	UNIDAD	1	102,68	102,68
26	00002290	PIEDRA BASE VOLQUETADA	UNIDAD	2	89,29	178,57
27	00002045	TABLA SEMIDURA	UNIDAD	40	4,51	180,36
28	00002057	CUARTON	UNIDAD	20	3,04	60,71
29	00002054	TIRA	UNIDAD	10	1,83	18,30
30	00002389	INODORO FV AZUL CIELO	UNIDAD	2	72,24	144,48
31	00002390	LAVAMANOS FV AZUL CIELO C/F	UNIDAD	2	32,11	64,23
32	00002142	SIFON + DESAGUE 1 1/4 F/LAV.	UNIDAD	2	5,66	11,33
33	00002931	E269.20.03.0 ABASTO FV F/LAVABO Y	UNIDAD	2	3,74	7,47
34	00002936	E275.02.03.0 ABASTO FV F/INODORO Y	UNIDAD	2	3,22	6,45
35	00002198	LLAVE F/LAVABO CAPRI CROMO E220/71	UNIDAD	2	9,02	18,04
36	00001772	KALIPEGA DE 250 CC.	UNIDAD	1	3,38	3,38
37	00000800	CINTA TEFLON 12MM*10M	UNIDAD	6	0,22	1,30
38	00000678	SELLANTE 50 CM3 NTE PASTA POLIMEX	UNIDAD	1	4,40	4,40
					SUBTOTAL (IVA GRAVABLE)	3.207,65
					SUBTOTAL (IVA NO GRAVABLE)	31,24
					IVA 12%	384,92
					TOTAL	3.623,81

FERRISARIATO

Detalle	Cantidad	P.V.P.	Total
Ducha eléctrica	2	19,00	38,00
Ducha de pared	2	26,00	52,00
Ventilador Westinghouse	2	59,99	119,98
Farol de pared blanco	2	25,98	51,96
TOTAL			261,94

FERRETERIA CARLITOS - PRINCIPAL

PROFORMA NO. 2836

Cliente: CONSUMIDOR FINAL

Empleado: JOSE GUASTI

Fecha 9-8-12 17:47

User LIGIA

Pag 1

ITEM	Código	Atributo	Cantidad	Precio	Total
01	BATI100	JGO. BATIENTE LAUREL 9CM	4	11,25	45,00
02	CERR36	CERRAD. P/DORMITORIO NEXUM BR ANTIG (POMO) 8720 E	4	4,33	17,32
03	FISC188	TACO FISC # 8 (100 P-3/ FDA =1000)	24	0,04	0,86
04	JAMB10	JGO. JAMBA LAUREL 5 CM	4	3,57	14,29
05	PUER10	PUERTA LAUREL 60 X 2MT (PRINCESA)	2	26,34	52,68
06	PUER10	PUERTA LAUREL 75 X 2 MT/2,05 (PRINCESA)	2	28,13	56,25
07	TORN33	TORN P/MADERA 12X3" (100/P-3)	24	0,09	2,14
08	BREA21	BREAKER SOBREP. 40 AMP. G.E (SOLO) TQC 240WL (COD)	1	4,78	4,78
09	BREA21	BASE O RIEL P/BREAKER G.E (C/U)	1	0,31	0,31
10	BTIC141	ROSETON SOBREP OVAL-BTIC MARFIL (P21A)	4	1,21	4,82
11	EAGL14	INTERR. EAGLE SENCI PALANC MARFI 15A/120V (1301-7V)	4	0,85	3,39
12	FOCO30	FOCO AHORRA 3U/20W (SILVANIA)	4	1,96	7,86
13	INCAB1	ALAMBRE SOLIDO #12 - MT (R-100/P-3)	70	0,63	43,75
14	PLGM80	CAJA RECT. PVC (PGAMA)	8	0,67	5,36
15	PROB03	PLACA TW TOMA 2H RED MARFIL (PLAST) TOMA 6545	4	0,22	0,89
16	PROB03	PLACA TW INTERR 1H VERT MARF (PLAST)	4	0,22	0,89
17	TOMA65	TOMA EAGLE POLAR DOBLE 15A/125V S/PL (270V)	4	0,71	2,86
SUBTOTAL					263,45
IVA					31,61
TOTAL					295,06

MAESTRO PARTICULAR

Detalle	Cantidad	P.V.P.	Total
VENTANA DE MADERA	2	80,00	160,00
10 TANQUES PLASTIGAMA 2000 LITROS	10	244,00	2.440,00
BOMBA PEDROLLO 1 1/4	1	419,00	419,00
DOS UNIONES 1 1/4	2	5,50	11,00
DOS TUBOS DE 1 PULGADA PLASTIGAMA	2	20,52	41,04
11 T DE 4 PULGADAS PLASTIGAMA	11	4,33	47,63
36 TUBOS DE 4 PULGADAS PLASTIGAMA	36	12,99	467,64
12 LLAVES DE PASO DE MEDIA FV	12	6,59	79,08
TARRO DE POLIPEGA (GRANDE)	1	8,99	8,99
6 CODOS DE 4 PULGADAS	6	3,29	19,74
10 TEFLONES	10	0,30	3,00
12 JUEGOS DE ACCESORIOS PARA BAÑO	12	7,00	84,00
CUATRO TUBOS DE 6 METROS PLASTIGAMA	4	4,50	18,00
LLAVE DE PASO DE 1 PULGADA	1	5,69	5,69
VALVULA CHECK DE 1 1/4	1	12,00	12,00
50 METROS DE CERAMICA	50	12,09	604,50
16 METROS CUADRADOS	16	8,79	140,64
REDUCTOR DE UNA A MEDIA PULGADA	1	1,70	1,70
TOTAL			4.563,65

COSTO DE LA MANO DE OBRA

Detalle	Cantidad	P.V.P.	Total
Pilarete de 15 cm	UNIDADES 15	25,00	375,00
Muros y ríostros de 15 cm	UNIDADES 22	25,00	550,00
Contrapiso relleno 10 X 5	METROS 50	7,00	350,00
Instalación del techo	METROS 50	3,00	150,00
Paredes enlucidas de ambas cabañas	UNIDADES 1	680,00	680,00
Instalación de los baños	UNIDADES 2	60,00	120,00
Pozo séptico	UNIDADES 1	300,00	300,00
Instalación eléctrica	UNIDADES 1	140,00	140,00
Instalación de cerámica	UNIDADES 1	300,00	300,00
TOTAL			2.965,00

FLUJO DE CAJA

FLUJO PARA EL AÑO 2013	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES EXTRANJEROS	1.829	1.321	1.346	1.373	1.292	1.423	1.660	1.370	1.154	1.235	1.349	1.678	5.416
PREFIEREN CABAÑAS									173	185	203	252	814
INGRESOS													
HUESPEDES POR NEGOCIO									43	46	51	63	203
PRECIO									20,00	20,00	20,00	25,00	
TOTAL INGRESOS									866,90	927,24	1.013,10	1.575,53	4.382,77
EGRESOS													
SUELDO X PERSONA (1 PERSONA)									292,00	292,00	292,00	292,00	1.168,00
AGUA									25,00	25,00	25,00	45,00	120,00
LUZ									30,00	30,00	30,00	55,00	145,00
TELEFONO									15,00	15,00	15,00	22,00	67,00
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA									25,00	25,00	25,00	35,00	110,00
OTROS GASTOS									30,00	30,00	30,00	30,00	120,00
TOTAL EGRESOS									417,00	417,00	417,00	479,00	1.730,00
UTILIDAD OPERACIONAL									449,90	510,24	596,10	1.096,53	2.652,77
PAGO DEL IVA MENSUAL 12%									95,63	102,87	113,17	178,62	490,29
GANANCIA NETA									354,27	407,37	482,93	917,91	2.162,48

TIEMPO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS 10 CABAÑAS

FLUJO PARA EL AÑO 2014	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES EXTRANJEROS	1.971	1.423	1.451	1.480	1.392	1.533	1.789	1.477	1.244	1.331	1.454	1.809	18.353
PREFIEREN CABAÑAS	296	214	218	222	209	230	269	222	187	200	218	272	2.757
INGRESOS													
HUESPEDES POR NEGOCIO	74	53	54	56	52	58	67	55	47	50	55	68	689
PRECIO	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	30,00	
TOTAL INGRESOS	2.220,29	1.603,21	1.634,36	1.667,14	1.568,01	1.381,95	1.612,11	1.330,80	1.121,03	1.199,05	1.310,08	2.037,39	18.685,43
EGRESOS													
SUELDO X PERSONA (1 PERSONA)	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	321,88	3.862,55
AGUA	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	26,25	26,25	26,25	26,25	26,25	26,25	47,25	441,00
LUZ	57,75	57,75	57,75	57,75	57,75	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	57,75	535,50
TELEFONO	23,10	23,10	23,10	23,10	23,10	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	23,10	233,10
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	36,75	36,75	36,75	36,75	36,75	26,25	26,25	26,25	26,25	26,25	26,25	36,75	378,00
OTROS GASTOS	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50	378,00
TOTAL EGRESOS	518,23	518,23	518,23	518,23	518,23	453,13	453,13	453,13	453,13	453,13	453,13	518,23	5.828,15
UTILIDAD OPERACIONAL	1.702,07	1.084,98	1.116,13	1.148,91	1.049,78	928,82	1.158,98	877,67	667,90	745,92	856,95	1.519,16	12.857,28
PAGO DEL IVA MENSUAL 12%	255,47	181,42	185,16	189,09	177,20	157,01	184,63	150,88	125,70	135,07	148,39	233,52	2.123,56
GANANCIA NETA	1.446,59	903,56	930,97	959,82	872,58	771,81	974,35	726,79	542,20	610,86	708,56	1.285,64	10.733,72

FLUJO PARA EL AÑO 2015	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES EXTRANJEROS	2.124	1.534	1.563	1.595	1.500	1.652	1.928	1.591	1.340	1.434	1.567	1.949	19.777
PREFIEREN CABAÑAS	319	230	235	240	225	248	290	239	201	215	235	293	2.971
INGRESOS													
HUESPEDES POR NEGOCIO	80	58	59	60	56	62	72	60	50	54	59	73	743
PRECIO	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80	36,00	
TOTAL INGRESOS	2.871,16	2.073,19	2.113,47	2.155,85	2.027,66	1.787,06	2.084,69	1.720,91	1.449,65	1.550,55	1.694,13	2.634,64	24.162,95
EGRESOS													
SUELDO X PERSONA (1 PERS)	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	354,82	4.257,79
AGUA	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	27,56	27,56	27,56	27,56	27,56	27,56	49,61	463,05
LUZ	60,64	60,64	60,64	60,64	60,64	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	60,64	562,28
TELEFONO	24,26	24,26	24,26	24,26	24,26	16,54	16,54	16,54	16,54	16,54	16,54	24,26	244,76
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	38,59	38,59	38,59	38,59	38,59	27,56	27,56	27,56	27,56	27,56	27,56	38,59	396,90
OTROS GASTOS	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	33,08	396,90
TOTAL EGRESOS	560,98	560,98	560,98	560,98	560,98	492,63	492,63	492,63	492,63	492,63	492,63	560,98	6.321,67
UTILIDAD OPERACIONAL	2.310,18	1.512,20	1.552,48	1.594,87	1.466,68	1.294,43	1.592,06	1.228,28	957,02	1.057,92	1.201,50	2.073,66	17.841,28
PAGO DEL IVA MENSUAL 12%	333,03	237,27	242,11	247,19	231,81	205,19	240,90	197,25	164,70	176,80	194,03	304,65	2.774,93
GANANCIA NETA	1.977,15	1.274,93	1.310,38	1.347,68	1.234,87	1.089,24	1.351,16	1.031,04	792,33	881,11	1.007,46	1.769,01	15.066,35

FLUJO PARA EL AÑO 2016	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES EXTRANJEROS	2.289	1.653	1.685	1.719	1.616	1.781	2.077	1.715	1.445	1.545	1.688	2.100	21.312
PREFIEREN CABAÑAS	344	248	253	258	243	267	312	258	217	232	254	315	3.201
INGRESOS													
HUESPEDES POR NEGOCIO	86	62	63	65	61	67	78	64	54	58	63	79	800
PRECIO	43,20	43,20	43,20	43,20	43,20	34,56	34,56	34,56	34,56	34,56	34,56	43,20	
TOTAL INGRESOS	3.712,82	2.680,93	2.733,02	2.787,83	2.622,06	2.310,92	2.695,81	2.225,39	1.874,61	2.005,08	2.190,75	3.406,97	31.246,18
EGRESOS													
SUELDO X PERSONA (1 PERS)	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	391,12	4.693,47
AGUA	52,09	52,09	52,09	52,09	52,09	28,94	28,94	28,94	28,94	28,94	28,94	52,09	486,20
LUZ	63,67	63,67	63,67	63,67	63,67	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	63,67	590,39
TELEFONO	25,47	25,47	25,47	25,47	25,47	17,36	17,36	17,36	17,36	17,36	17,36	25,47	256,99
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	40,52	40,52	40,52	40,52	40,52	28,94	28,94	28,94	28,94	28,94	28,94	40,52	416,75
OTROS GASTOS	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	34,73	416,75
TOTAL EGRESOS	607,60	607,60	607,60	607,60	607,60	535,83	535,83	535,83	535,83	535,83	535,83	607,60	6.860,55
UTILIDAD OPERACIONAL	3.105,23	2.073,33	2.125,42	2.180,23	2.014,46	1.775,10	2.159,98	1.689,56	1.338,78	1.469,25	1.654,92	2.799,37	24.385,63
PAGO DEL IVA MENSUAL 12%	433,45	309,63	315,88	322,45	302,56	267,59	313,77	257,32	215,23	230,89	253,17	396,75	3.618,68
GANANCIA NETA	2.671,77	1.763,70	1.809,54	1.857,77	1.711,90	1.507,51	1.846,21	1.432,24	1.123,55	1.238,37	1.401,76	2.402,62	20.766,95

FLUJO PARA EL AÑO 2017	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VISITANTES EXTRANJEROS	2.466	1.781	1.816	1.852	1.742	1.919	2.239	1.848	1.557	1.665	1.819	2.263	22.966
PREFIEREN CABAÑAS	370	268	273	278	262	288	336	278	234	250	273	340	3.450
INGRESOS													
HUESPEDES POR NEGOCIO	93	67	68	70	65	72	84	69	58	63	68	85	862
PRECIO	51,84	51,84	51,84	51,84	51,84	41,47	41,47	41,47	41,47	41,47	41,47	51,84	
TOTAL INGRESOS	4.801,22	3.466,83	3.534,18	3.605,06	3.390,70	2.988,36	3.486,07	2.877,75	2.424,14	2.592,86	2.832,95	4.405,70	40.405,81
EGRESOS													
SUELDO X PERSONA (1 PERS)	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	431,14	5.173,74
AGUA	54,70	54,70	54,70	54,70	54,70	30,39	30,39	30,39	30,39	30,39	30,39	54,70	510,51
LUZ	66,85	66,85	66,85	66,85	66,85	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	66,85	619,91
TELEFONO	26,74	26,74	26,74	26,74	26,74	18,23	18,23	18,23	18,23	18,23	18,23	26,74	269,84
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	42,54	42,54	42,54	42,54	42,54	30,39	30,39	30,39	30,39	30,39	30,39	42,54	437,58
OTROS GASTOS	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	36,47	437,58
TOTAL EGRESOS	658,44	658,44	658,44	658,44	658,44	583,08	583,08	583,08	583,08	583,08	583,08	658,44	7.449,16
UTILIDAD OPERACIONAL	4.142,77	2.808,38	2.875,74	2.946,62	2.732,25	2.405,27	2.902,98	2.294,67	1.841,06	2.009,77	2.249,87	3.747,26	32.956,64
PAGO DEL IVA MENSUAL 12%	563,46	403,33	411,41	419,92	394,19	348,39	408,12	335,12	280,69	300,93	329,74	515,99	4.711,30
GANANCIA NETA	3.579,32	2.405,05	2.464,33	2.526,70	2.338,06	2.056,88	2.494,87	1.959,55	1.560,37	1.708,84	1.920,13	3.231,26	28.245,35

TABLAS DE ANALISIS

INVERSION EN DEPOSITOS A PLAZO FIJO BANCO PACIFICO

AÑO	VALOR PRESENTE	TASA	GANANCIA	VALOR FUTURO
2013	\$ 58.697,30	4,41%	\$ 2.588,55	\$ 61.285,85
2014	\$ 61.285,85	4,41%	\$ 2.702,71	\$ 63.988,56
2015	\$ 63.988,56	4,41%	\$ 2.821,90	\$ 66.810,46
2016	\$ 66.810,46	4,41%	\$ 2.946,34	\$ 69.756,80
2017	\$ 69.756,80	4,41%	\$ 3.076,27	\$ 72.833,07
2018	\$ 72.833,07	4,41%	\$ 3.211,94	\$ 76.045,01
2019	\$ 76.045,01	4,41%	\$ 3.353,58	\$ 79.398,60
2020	\$ 79.398,60	4,41%	\$ 3.501,48	\$ 82.900,07
2021	\$ 82.900,07	4,41%	\$ 3.655,89	\$ 86.555,97
2022	\$ 86.555,97	4,41%	\$ 3.817,12	\$ 90.373,09
2023	\$ 90.373,09	4,41%	\$ 3.985,45	\$ 94.358,54
2024	\$ 94.358,54	4,41%	\$ 4.161,21	\$ 98.519,75
2025	\$ 98.519,75	4,41%	\$ 4.344,72	\$ 102.864,47
2026	\$ 102.864,47	4,41%	\$ 4.536,32	\$ 107.400,79
2027	\$ 107.400,79	4,41%	\$ 4.736,38	\$ 112.137,17
2028	\$ 112.137,17	4,41%	\$ 4.945,25	\$ 117.082,42
2029	\$ 117.082,42	4,41%	\$ 5.163,33	\$ 122.245,75
TOTAL GANANCIA			\$ 63.548,45	

<http://www.bancodelpacifico.com/Utility/Calculator.aspx#>

TABLAS PARA EL CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSION

MEJORA EN LAS CABAÑAS

PRI	TOTAL	FLUJO ACUMULADO	PRI
2013	\$ 2.162,48		
2014	\$ 10.733,72		
2015	\$ 15.066,35		
2016	\$ 20.766,95	\$ 48.729,50	4,35
2017	\$ 28.245,35		
TOTAL	\$ 76.974,84		

DEPÓSITOS A PLAZO FIJO

PRI	TOTAL	FLUJO ACUMULADO	PRI
2013	\$ 2.588,55	\$ 61.285,85	
2014	\$ 2.702,71	\$ 63.988,56	
2015	\$ 2.821,90	\$ 66.810,46	
2016	\$ 2.946,34	\$ 69.756,80	
2017	\$ 3.076,27	\$ 72.833,07	
2018	\$ 3.211,94	\$ 76.045,01	
2019	\$ 3.353,58	\$ 79.398,60	
2020	\$ 3.501,48	\$ 82.900,07	
2021	\$ 3.655,89	\$ 86.555,97	
2022	\$ 3.817,12	\$ 90.373,09	
2023	\$ 3.985,45	\$ 94.358,54	
2024	\$ 4.161,21	\$ 98.519,75	
2025	\$ 4.344,72	\$ 102.864,47	
2026	\$ 4.536,32	\$ 107.400,79	
2027	\$ 4.736,38	\$ 112.137,17	
2028	\$ 4.945,25	\$ 117.082,42	
2029	\$ 5.163,33	\$ 122.245,75	16,44
TOTAL	\$ 63.548,45		

CALCULO DEL VAN Y EL TIR

AÑO	FLUJOS	
	DEPOSITOS A PLAZO	MEJORAS DE LAS CABAÑAS
2012	(58.697,30)	(58.697,30)
2013	2.588,55	2.162,48
2014	2.702,71	10.733,72
2015	2.821,90	15.066,35
2016	2.946,34	20.766,95
2017	3.076,27	28.245,35
2018	3.211,94	
2019	3.353,58	
2020	3.501,48	
2021	3.655,89	
2022	3.817,12	
2023	3.985,45	
2024	4.161,21	
2025	4.344,72	
2026	4.536,32	
2027	4.736,38	
2028	4.945,25	
2029	5.163,33	
PRI	16,44	4,35
TIR	0,8027%	7,4779%
VAN	1.768,99	979,13
TASA DEL INVERSIONISTA	0,50%	7,00%

De esta manera practica y sencilla con esta proyección podemos confirmar que la inversión del empresario la ha recuperado en menos tiempo en las mejoras de las cabañas que si invirtiese el mismo valor en el banco del pacifico en depósitos a plazo.

La relevancia de este caso practico consiste en demostrar de manera practica y sencilla con esta proyección que la inversión del empresario en este sitio con una alta demanda turística que se da año a año, la ha recuperado en menos tiempo en las mejoras de las cabañas que si invirtiese el mismo valor en el banco del pacifico en depósitos a plazo.

Anexo 15 - Fotos realizadas durante la investigación de campo

Las fotos de la encuesta en la Comuna Montañita

