

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**SEDE ESMERALDAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y CONTABLES  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**



**TESIS DE GRADO**

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
INTERPRETACIÓN DEL PROCESO TRADICIONAL DE  
ELABORACIÓN DE COCADAS COMO MEDIO DE  
FORTALECER LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA POBLACIÓN  
ESMERALDEÑA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

**AUTORA**

**EVELYN NATHALY ESTRADA VÁSQUEZ**

**ASESOR DE TESIS**

**ING. RAMÓN ANGULO CUELLAR, MSC**

**Esmeraldas – Ecuador**

**Octubre 2014**



## **TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

“Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas”

---

Presidente tribunal de Graduación

---

Lector 1

---

Lector 2

---

Director de Escuela

---

Director de Tesis

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS**

Yo, Evelyn Nathaly Estrada Vásquez, estudiante de la Escuela de Hotelería y Turismo de la PUCESE, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación y elaboración de Tesis, así como las expresiones vertidas en la misma son de autoría de la compareciente, quien la ha realizado en base a recopilación bibliográfica y consultas en internet, teniendo como asesor al Ing. Ramón Angulo Cuellar, Msc

Enmarcada en el actual trabajo de tesis es original, auténtica y personal.

En tal virtud asumo la responsabilidad absolutamente de la originalidad de esta y cuidado respectivo de fuentes bibliografías y los fundamentos de los contenidos expuestos, de igual manera expreso que el patrimonio intelectual de la misma le pertenece a la PUCESE.

Atentamente,

Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

AUTORA

Ing. Ramón Angulo Cuellar, Msc

ASESOR

## DEDICATORIA

**Dedico mi tesis principalmente a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.**

**A mi hijo José Fabiano Racines Estrada, que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, quien en los momentos más difíciles me da su amor, a mi sobrina Fabiana Estrada Tello que la quiero como si fuese mi hija y quiero también dejar una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poder lograrlo**

**Le agradezco a mi mamá Bertha Gladys Vásquez Mendoza y mi papá Juan José Estrada Mendoza, ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día, estoy muy segura que lo han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de los cuales me siento extremadamente orgullosa.**

**Les agradezco a mis hermanos Erick, Juan José, Boris, Melissa, Anahí. Los cuales han estado a mi lado, han compartido todos esos momentos y aventuras que solo se pueden vivir entre hermanos y que han estado siempre cuando los he necesitado, agradezco a mi cuñada Karen Tello que ha sido amiga, hermana y sobretodo la persona que ha estado en todo momento en el transcurso de mi tesis.**

***EVELYN ESTRADA VÁSQUEZ***

## AGRADECIMIENTO

**Agradezco infinitamente a mis padres que han sido un pilar fundamental en mi carrera quienes con su apoyo han logrado que termine exitosamente este periodo de mi vida, sin ellos nada de esto fuera posible.**

**A mi amigo, compañero, esposo Emilio José Racines que con su apoyo incondicional a estado en los momentos en que más lo he necesitado, el que siempre me da su amor, comprensión y dedica calidad de tiempo en mi hogar, familia...,gracias amor.**

**A mi director de tesis Ing. Ramón Angulo Cuellar quién ha compartido su experiencia y conocimientos para poderme realizar como profesional, del cual he recibido el apoyo, ayuda necesaria para lograr mi objetivo.**

**A mi maestra y amiga Lic. Johanna Patricia Rodríguez Estacio por su gran apoyo y motivación para la culminación de mis estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis, finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de mi camino universitario.**

***EVELYN ESTRADA VASQUEZ***

## RESUMEN

### **PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PROCESO TRADICIONAL DE ELABORACIÓN DE COCADAS COMO MEDIO DE FORTALECER LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA POBLACIÓN ESMERALDEÑA.**

La presente investigación fue titulada.- “Propuesta para la Creación de un centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña”, se inició con un estudio sobre el potencial turístico del cantón Esmeraldas, se elaboró el inventario del patrimonio cultural, patrimonio tangible mueble e inmueble, se realizaron fichas para el levantamiento de información de atractivos culturales del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, (INPC) se utilizó una ficha del Ministerio de Turismo (MINTUR) para la evaluación del potencial turístico del cantón Esmeraldas, además se determinó la viabilidad comercial mediante la aplicación de encuestas personales, teniendo la aceptación por parte de los turistas nacionales y extranjeros que visitan Esmeraldas; se elaboró el diseño museológico y museográfico, la distribución de las salas del centro de interpretación del coco comprende la: historia del coco, elaboración de cocadas, sala itinerante de gastronomía y artesanías, Patio de usos múltiples, Caseta del ITUR y venta de artesanías, considerando que esta propuesta tiene impacto en el turismo fue necesario realizar el Plan de marketing. El Estudio legal se elaboró mediante el análisis documental de: Constitución de la República del Ecuador, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), Ley de turismo, Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (INPC) y requisitos legales de constitución, donde se elaboraron los respectivos organigramas estructurales y funcionales; manuales de funciones para el personal que se pretende formar parte de la propuesta, se diseñaron herramientas para el Estudio administrativo así mismo se elaboró el Estudio Económico-Financiero teniendo como resultado que el proyecto es financieramente factible.

## **ABSTRACT**

### **PROPOSAL FOR THE ESTABLISHMENT OF A TRADITIONAL INTERPRETATION CENTRE PROCESS OF COCADAS STRENGTHEN AS A CULTURAL IDENTITY OF THE POPULATION ESMERALDAS.**

This research was titled.- "Proposal for the Creation of an interpretation center of traditional coconut candy making process as a means of strengthening cultural identity esmeraldeña population," began with a study on the tourism potential of the Esmeraldas Canton, inventory of cultural heritage, tangible movable and immovable heritage was drawn cards for the collection of information of cultural attractions of the National Institute of cultural heritage were performed (INPC) A record of the Ministry of Tourism (MINTUR) was used for evaluation of tourism potential of the Esmeraldas canton also commercial viability was determined by applying personal surveys, with the acceptance of domestic and foreign tourists visiting Esmeraldas; the museum and museum design was developed, the distribution of the rooms of the interpretive center includes coconut History of coconut, making coconut candies, traveling and crafts dining room, Patio multipurpose Kennel ITUR and sale of crafts, Whereas the proposed eta has impact on tourism was necessary to make the marketing plan. The legal study was made by the documentary analysis: Constitution of the Republic of Ecuador, Organic Code of Territorial Organization, Autonomy and Decentralization (COOTAD), Tourism Act, National Institute of Cultural Heritage (INPC) and legal requirements of incorporation, where the respective structural and functional organization charts were developed; operating manuals for staff to be trained part of the proposal, the administrative tools to study were designed so does the Economic and Financial Study with the result that the project is financially feasible was developed.

## ÍNDICE GENERAL

CARATULA.....	i
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
3. RESULTADOS.....	6
3.1 Análisis e interpretación de los resultados .....	6
3.2 DISEÑO MUSEOGRÁFICO.....	21
3.2.1 Esquematación de las salas museográficas.....	21
3.2.2 Estructura del guion técnico.....	23
3.3 PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL.....	25
3.3.1 Misión.....	26
3.3.2 Visión.....	27
3.4 OBJETIVOS.....	27
3.5 ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	27
3.6 DESCRIPCIÓN DEL MANUAL DE FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN.....	29
3.7 ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO.....	33
3.7.1 Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD).....	34
3.8 LEY DE TURISMO.....	35
3.8.1 Requisitos legales.....	36
3.9 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	38
3.9.1 Proyección de la demanda potencial .....	38
3.9.2 Proyección de la oferta potencial.....	39
3.9.3 Demanda insatisfecha proyecta para los próximos 5 años.....	40
3.9.4 Demanda objetivo proyectada (cuota objetiva).....	41
3.10 MARKETING MIX.....	42
3.10.1 Producto.....	42
3.10.2 Precio.....	42
3.10.3 Plaza.....	43
3.10.4 Promoción.....	45
3.11 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	47
3.12 DISEÑO ARQUITECTÓNICO – (TÉCNICA).....	49
3.12.1 Análisis de precios unitarios análisis de precio unitario (APU).....	49
3.13 DISEÑO DE LOS MEDIOS INTERPRETATIVOS.....	54
3.14 REQUERIMIENTO DE INSTALACIÓN PARA EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN.....	71
3.14.1 Equipamiento de los medios interpretativos para el centro de interpretación.....	71
3.14.2 Equipamiento para el área de alimentación.....	72
3.14.3 Equipamiento para el área de cocina.....	73
3.14.4 Equipamiento para el área comercial .....	74
3.14.5 Requerimiento de insumos para el área de alimentación.....	74
3.14.6 Requerimiento de materia prima para el área de alimentación.....	75
3.14.7 Servicios básicos.....	75

3.14.8	Requerimiento de talento humano y remuneración económica.....	76
3.15	VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO.....	77
3.15.1	Fuentes de financiamiento del proyecto.....	78
3.15.2	Clasificaciones de la inversión.....	79
3.15.3	Financiamiento del proyecto.....	80
3.15.4	Depreciación de los activos fijos.....	81
3.15.5	Amortizaciones de los activos diferidos.....	82
3.15.6	Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo.....	82
3.15.7	Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	83
3.16	ESTRUCTURA DE INGRESOS.....	84
3.16.1	Estado proforma de resultados.....	86
3.16.2	Cálculo del flujo de caja del proyecto.....	87
3.16.3	Balance general .....	89
3.16.4	Costos y gastos del proyecto.....	90
3.16.5	Resumen costos y gastos.....	91
3.16.6	Cálculo del punto de equilibrio.....	92
3.16.7	Evaluación financiera.....	92
3.16.8	Análisis financiero .....	92
3.17	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	93
3.17.1	Impacto global del proyecto.....	97
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
4.1	Conclusiones.....	98
4.2	Recomendaciones.....	99
5	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	100
5.1	Bibliografía.....	100
5.2	Linkografica.....	102

# 1. INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos del sector turístico son de gran importancia para el desarrollo del país, brindando así la oportunidad a todos los implicados de participar en el desarrollo del sector. El turismo es una de las principales fuentes generadora de divisas a nivel mundial, en especial por factores relacionados con la generación de empleos directos, indirectos, estacionales y permanentes.

El Ecuador es un país con gran potencial turístico, por ser multiétnico, pluricultural, y biodiverso, además posee una infraestructura hotelera que brinda confort a la estadía del turista. La provincia de Esmeraldas tiene atractivos como: reservas naturales de flora y fauna, playas, gastronomía, folklore o las herencias ancestrales que constituyen parte de la oferta turística, lo que la caracteriza como una de las provincias pionera del turismo ecuatoriano.

En la gastronomía la cocada es un producto que se considera emblemático y se asocia directamente con la población nativa esmeraldeña. Es de ahí que se innova la necesidad de la creación del centro de interpretación de la cocada que permita mantener vivas nuestras raíces, además de aportar con el fortalecimiento en la replicación de los saberes ancestrales hacia las nuevas generaciones. A través del centro de interpretación de la cocada, se explicarán los procesos de fabricación y cómo es la cocada en sus diferentes presentaciones.

En este contexto en el cantón Esmeraldas es necesario e importante contar con un espacio físico que ofrezca al turista nacional y extranjero la posibilidad de conocer parte de nuestra cultura en lo que tiene que ver a la elaboración de la cocada y todo lo que se puede realizar con el coco como alimento y artesanías. Esta infraestructura deberá ser creada con una perspectiva social, cultural, sustentable y sostenible, brindando a la población de Esmeraldas una alternativa de desarrollo. Sin embargo, se debe considerar este proyecto como una alternativa y no, como la única salida para incrementar divisas o diversificar fuentes de trabajo, si bien hablamos de desarrollo, debemos considerar al

“turismo” y a cualquiera de sus ramas, como partes integrantes y complementarias para el desarrollo local y nacional.

Basado en este concepto, el cantón Esmeraldas, se encuentra interesado en emprender procesos de desarrollo económico a través del apoyo al mejoramiento de la producción local, implementación de micro y pequeños emprendimientos, procurando que en las propuestas que se desarrollen para el cantón se conserve el sentido de la sostenibilidad, con el fin de conservar su patrimonio cultural, sobre el cual la administración local insiste centrar sus esfuerzos para este tipo de desarrollo.

El centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña, mediante la elaboración del proyecto museográfico se creará las salas interpretativas e interactivas donde se dará a conocer la historia del coco, la preparación de la cocada paso a paso, y una sala itinerante relacionando al coco.

Ecuador cuenta con 22 ciudades declaradas patrimonio cultural de la nación, de las cuales dos de ellas son proclamadas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Quito declarada el 18 de septiembre de 1978 y Cuenca declarada el 1 de diciembre de 1999. Los bienes patrimoniales materiales y espirituales del país han sido valorados como oferta turística, tal es el caso de las rutas turísticas del Tren, Spondylus y Kapak Ñan, las cuales muestran itinerarios de experiencias en las distintas opciones de turismo que van desde el sol y la playa, al turismo cultural-arqueológico, artesanías, folklor, etc.

Según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autónoma y Descentralizada (COOTAD), en el artículo 144: Dice que debemos preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural, esto se lo hace mediante la creación del centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población Esmeraldeña, ya que de esta forma mantenemos vivas nuestras raíces afro-esmeraldeñas y la podemos enseñar a los turistas nacionales y extranjeros.

La interpretación cultural es considerada por Tilden (1957) como una “actividad educativa orientada a revelar significados y relaciones mediante el uso de objetos originales, a través de experiencias de primera mano y medios ilustrativos”.

Por su parte, Garcés (1994) define: “el Inventario de atractivos turísticos es el registro y evaluación de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de una área geográfica determinada”, manifiesta “Atractivo Turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento que cuenta con aptitud turística registrada y evaluada, que motiva al turista a visitarlo y permanecer cierto tiempo en él”

Es importante saber interpretar los recursos de una forma clara, precisa y amena, de esta forma la audiencia podrá captar la mayor información posible y comprender el mensaje que el intérprete desea impartir.

En este contexto y con el reto de potencializar las riquezas que posee el cantón Esmeraldas mejorándolo como destino turístico y que capte más demanda, se hace necesario **Proponer la creación de un Centro de Interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña**, a través del cual será posible conservar el patrimonio inmaterial y renovación de la memoria social e identidad del pueblo esmeraldeño, siendo el objetivo principal de esta propuesta; además se han planteado algunas variables específicas como: Determinar el potencial turístico del cantón Esmeraldas a través de la aplicación de encuestas, entrevistas y análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado; además de definir los diseños comerciales y técnicos los mismos que se utilizó como una herramienta de promoción, estructura empresarial y estudio legal, finalmente se estableció la viabilidad económica y financiera de la propuesta determinando las inversiones, ingresos, costos y gastos esto va a permitir una alternativa de desarrollo, y determinar la rentabilidad de la misma.

Crear un Centro de Interpretación contribuye a confrontar la oferta turística del país, Sus actividades están dirigidas a la población en general, dedicando especial atención a las

visitas de grupos organizados. Un centro de interpretación desarrolla un conjunto de actividades de comunicación con el público visitante cuyo objetivo es revelar y explicar el papel y el significado del patrimonio cultural mediante su interpretación contemporánea, con el fin de aumentar la sensibilización del público y de hacer más eficaz su conservación. Debe disponer, como condición fundamental de funcionamiento, de personal especializado para la realización de los itinerarios didácticos y para la atención al público.

## **2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente estudio se llevó a cabo en el cantón Esmeraldas, desde el 26 de julio del 2012 y la fecha de culminación del mismo fue en noviembre del 2014, durante todo este tiempo de investigación se recolectó información de campo, bibliográfica en relación a los centros de interpretación y cada uno de sus componentes así mismos se obtuvo la información requerida durante el proceso, fue necesario hacer uso de métodos, técnicas e instrumentos de investigación, los mismos que permitieron alcanzar los objetivos proyectados, las encuestas fueron dirigidas específicamente a turistas nacionales y extranjeros; buscando determinar la posible frecuencia de visitas a estos centros.

El método considerado como viable en este trabajo investigativo fue el método deductivo ya que por medio de este se pudo obtener información sobre centros de interpretación establecidos en nuestro país, ayudando a determinar cuál sería el proceso necesario para la elaboración del mismo, ayudando a determinar costos, gastos entre otros parámetro que llevaron a establecer la viabilidad del proyecto.

La investigación fue de tipo descriptivo ya que implicó una investigación muy precisa para determinar la factibilidad de esta implementación; siendo necesaria la recolección de datos, tamaño de la muestra, diseño museográfico del centro, costos de producción y comercialización para crear el centro de interpretación.

De la misma manera el método documental, bibliográfica, hemerográfica y archivista, para obtener mayor información de datos relevantes sobre la actividad turística, el

estudio se apoyó en el método bibliográfico, mediante el uso de libros electrónicos y físicos, documentos relacionados con el centro de interpretación, legislación vigente, páginas web, boletín estadístico del Ministerio de Turismo, catastro del ministerio de turista siendo de mucho aporte para la información obtenida. Se recopiló información a través de folletos, revistas, prensa escrita, además se transcribió la información que brindaron las personas entrevistadas con temas relacionados a la investigación.

Las Técnicas de Recolección de Datos aplicadas en esta investigación fueron: La observación directa al realizar visitas a centros de interpretación, entrevistas a una población determinada y necesaria para la recopilación de información particular del presente estudio, la información primaria o principal se obtuvo mediante encuestas realizadas al segmento objeto de estudio, que se aplicó a través de un cuestionario de 15 preguntas, a una muestra de 88 turistas nacionales y 87 turistas extranjeros en el cantón Esmeraldas.

Para la determinación del universo de turistas nacionales y realizar el análisis de la demanda del presente estudio, se tomó en cuenta la información recaudada del Ministerio de Turismo mediante el boletín de estadísticas turísticas 2006 – 2010, los turistas nacionales que visitaron el cantón Esmeraldas fueron de 60.980 personas, provenientes de la ciudad de Quito 55.119 y de Guayaquil 5.861. De acuerdo a la fórmula aplicada se identifica que el valor de la muestra es de 88 encuestas que se aplicaron para conocer el perfil del turista nacional.

Los datos sobre el ingreso de los turistas extranjeros al cantón Esmeraldas fueron obtenidos del Boletín de Estadísticas Turísticas 2006 - 2010, donde indican que por el transporte aéreo ingresaron 9.126 personas y por el transporte marítimo 689 turistas extranjeros al cantón Esmeraldas. De acuerdo a la fórmula aplicada se identifica que el valor de la muestra es de 87 encuestas que se aplicaron para conocer el perfil del turista extranjero.

El estudio se llevó a cabo en el cantón Esmeraldas, dirigido específicamente a turistas nacionales y extranjeros; buscando determinar la frecuencia de visitas a estos centros y

su viabilidad económica debido a que en este cantón no existe un centro de interpretación.

El trabajo fue desarrollado conforme a los parámetros que establece la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el docente guía y asesor del proyecto que ha tenido como fin común determinar la viabilidad del centro de interpretación.

Los resultados obtenidos en esta investigación dan cuenta de la importancia del tema no solo en el ámbito turístico sino en el educativo, cultural y social que hace posible la viabilidad del proyecto como referente cultural de la provincia y porque no del Ecuador.

### 3. RESULTADOS

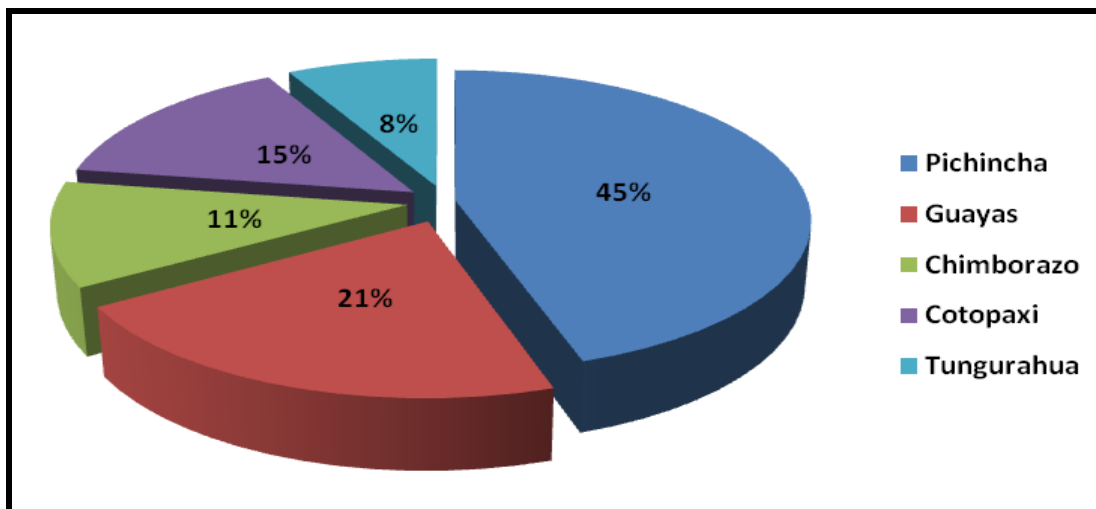
#### 3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

La investigación de campo realizada a través de la técnica de la encuesta a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el cantón Esmeraldas durante el año 2012 arrojaron la información que se representa en los respectivos gráficos y que servirá para el análisis.

##### ➤ TURISTAS NACIONALES

El presente resultado fue obtenido de las encuestas realizadas en los diferentes sectores del cantón Esmeraldas, para conocer la demanda turística mediante la tabulación de las preguntas más relevantes se obtuvo lo siguiente:

**GRAFICO N° 1**  
**LUGAR DE PROCEDENCIA DEL TURISTA NACIONAL QUE VISITA EL CANTÓN**  
**ESMERALDAS**



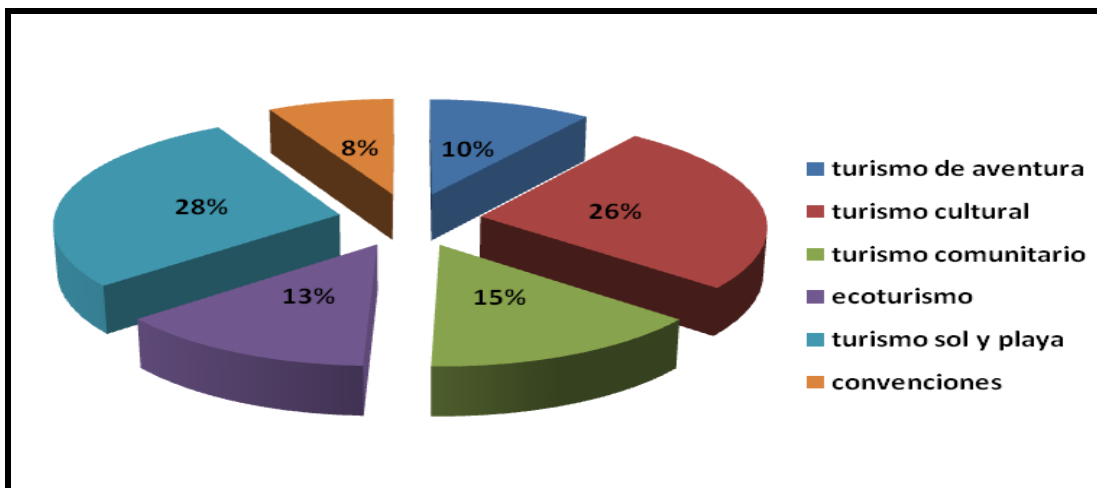
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Estrada Vásquez

**Análisis:**

La mayoría de las encuestas fueron realizadas a los turistas nacionales que visitan el cantón Esmeraldas teniendo un promedio de 88 encuestas, obteniendo como resultado en el estudio del 2012 los visitantes de Pichincha tuvieron el porcentaje más seguido de Guayaquil, lo que significa que el mercado potencial son los turistas de Pichincha considerando que para ellos los elementos culturales son muy importantes por lo cual acudirán con mayor frecuencia al centro de interpretación.

**GRAFICO N° 2**  
**MOTIVO POR EL CUAL EL TURISTA VIAJA A ESTE CANTÓN**



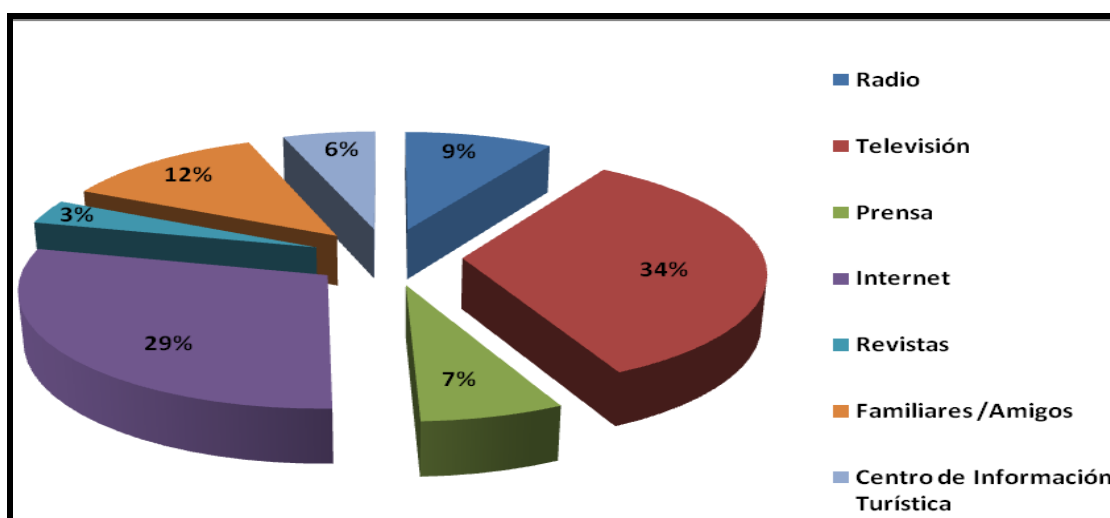
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Estrada Vásquez

**Análisis:**

Se determina que a la mayoría de las personas encuestadas les gustaría realizar el turismo sol y playa con un mayor porcentaje lo cual refleja su necesidad de relax, recreación y diversión, sin embargo el turismo cultural demuestra el gran interés que existe en los consumidores por experimentar una alternativa turística como es el turismo cultural lo cual evidencia la importancia del centro de interpretación como destino turístico y poder ofertar al turista una propuesta que combine las dos alternativas podemos ver que si están interesados, lo que evidencia que aunque el turismo de sol y playa es el principal potencial turístico, se puede vincular en la alternativa cultural diseñando circuitos como sitio complementarios a través de esta oferta cultural.

**GRAFICO N° 3**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE USA EL TURISTA PARA INFORMARSE**



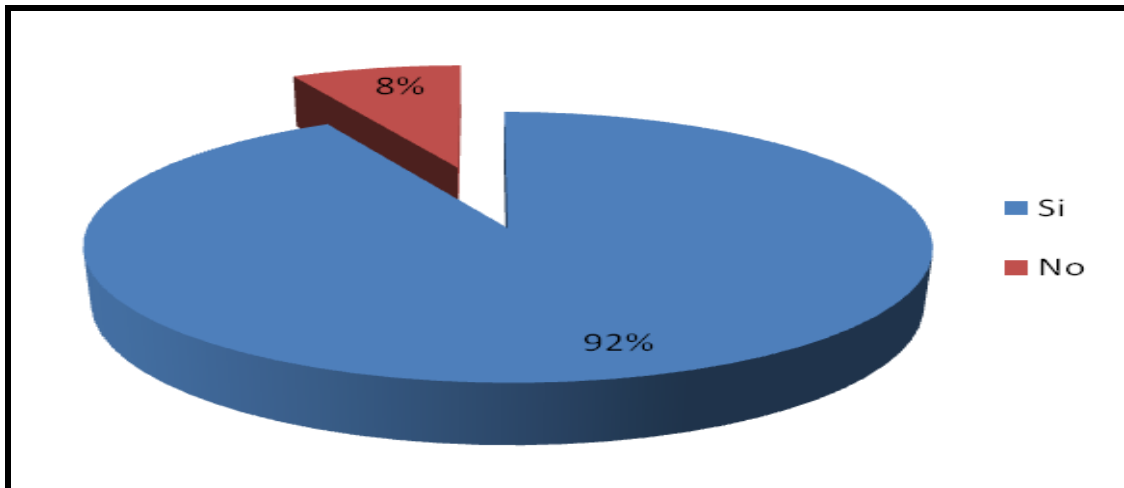
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Estrada Vásquez

**Análisis:**

En el siguiente gráfico se registran los datos sobre los diferentes medios de comunicación que utilizan los turistas para conocer la provincia y posteriormente visitarla, la mayoría de los encuestados tiene preferencia como medio de información a la televisión les gustaría recibir información y/o publicidad del centro de interpretación, de canales locales como: Telemar, Telecosta, Palmas TV, de igual manera canales nacionales entre ellos: Teleamazonas, Gamavisión, Ecuavisa, la televisión es un mejor medio publicitario ya que niños, jóvenes, adultos siempre están atentos al mismo, y de la que se puede recibir una mejor información directa, confiable y visual sobre lo que es un centro de interpretación, por las mismas característica el internet también se constituye en un medio de preferencia ya que los turistas pueden acceder a toda esta información sobre la cocada que es un producto emblemático de la provincia.

**GRAFICO N° 4**  
**GRADO DE INTERÉS DEL TURISTA POR CONOCER EL PROCESO DE**  
**ELABORACIÓN DE LA COCADA**



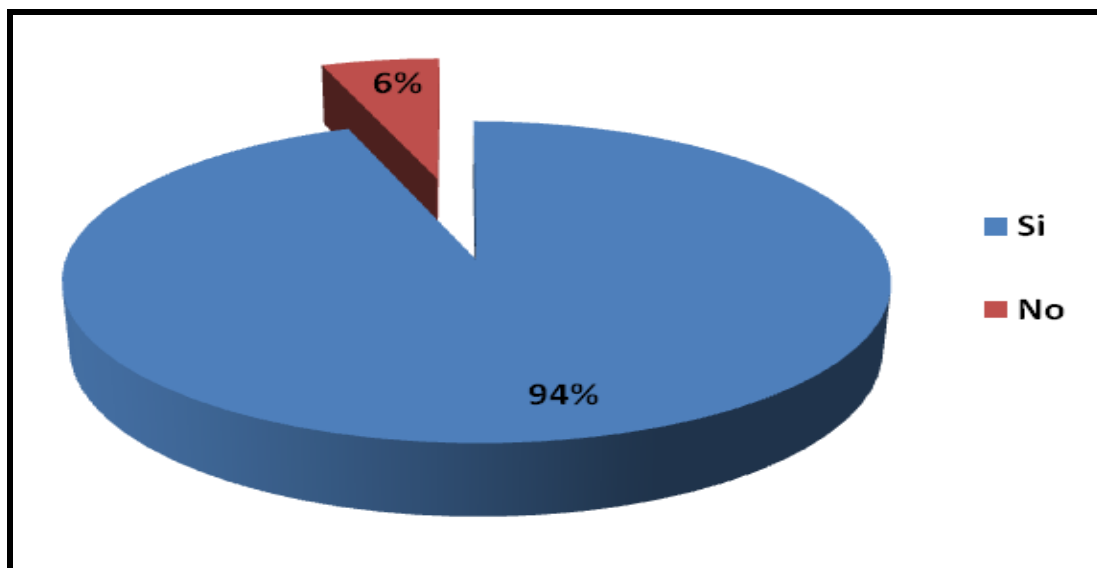
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Estrada Vásquez

**Análisis:**

Analizando las encuestas aplicadas en el 2012, en cuanto a los turistas nacionales que desean conocer la forma tradicional de elaboración de cocadas, tuvo una excelente aceptación lo que nos sirve como una manera de aprendizaje y cultura en las personas, se hace necesario crear un Centro de Interpretación del Coco, para el fortalecimiento de este valor cultural indicando conservar las costumbres y tradiciones ancestrales de elaboración de cocadas.

**GRAFICO N° 5**  
**INTERÉS DEL TURISTA SOBRE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE**  
**INTERPRETACIÓN**



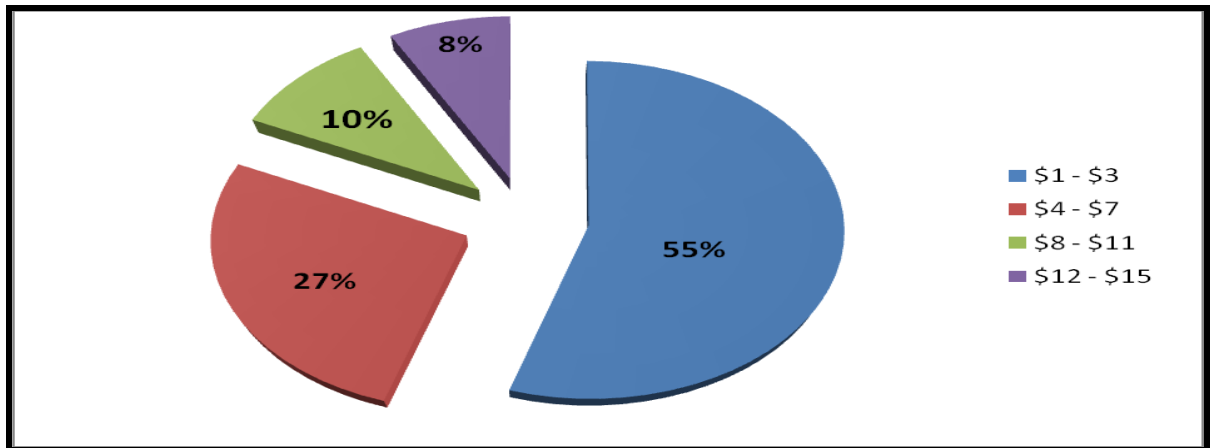
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

**Análisis:**

Los encuestados expresaron una respuesta positiva a la creación de un centro de interpretación, convirtiéndose en una alternativa para la etnoeducación, esto demuestra el gran interés que existe en los potenciales consumidores por experimentar una nueva alternativa como es el turismo cultural, despertando en los turistas un gran interés de conocer y aprender más de la cultura Esmeraldeña.

**GRAFICO N° 6**  
**COSTO QUE EL TURISTA ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR VISITAR EL**  
**CENTRO DE INTERPRETACIÓN**



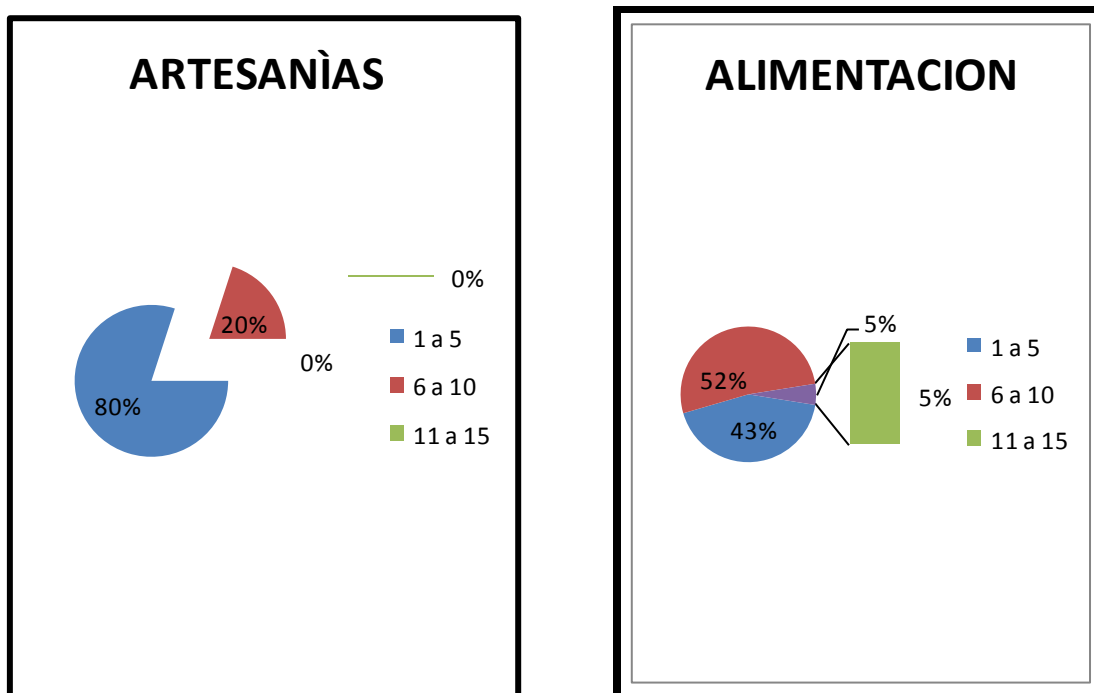
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

**Análisis:**

El mayor porcentaje de los encuestados están dispuestos a pagar por el ingreso al centro de interpretación del coco la cantidad de \$3.00 lo que significa que los turistas buscan lo más asequible para su bolsillo al momento de visitar algún lugar para su distracción, considerando que es una buena oferta y conociendo al mercado esmeraldeño el valor más razonable que se puede considerar es de \$3.00 para el ingreso del Centro de Interpretación.

**GRAFICO N° 7**  
**INGRESO POR VENTAS DE ARTESANÍAS Y ALIMENTACIÓN DE TURISTAS**  
**NACIONALES**



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

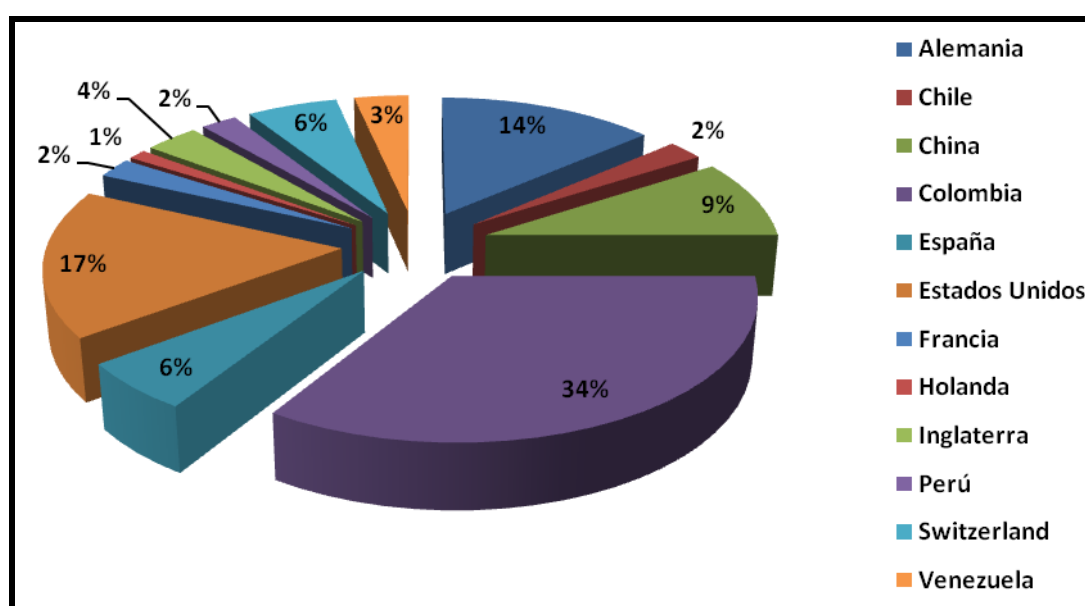
**Análisis:**

Los turistas nacionales encuestados están dispuestos a comprar artesanías en el centro de interpretación del coco la cantidad de \$ 1 a \$ 5 dólares, y en alimentación están dispuestos a consumir de \$6 a \$ 10 dólares se mantienen los valores para mantener un mercado nacional y asegurar el ingreso a esta nueva alternativa generando un valor agregado al Centro de Interpretación.

## ➤ TURISTAS EXTRANJEROS

De la misma manera se realizó un análisis del perfil del visitante extranjero, considerando que la provincia es frecuentemente visitada, siendo una fuente importante para la generación de ingresos dentro de la propuesta.

**GRAFICO N° 8**  
**LUGAR DE PROCEDENCIA DEL TURISTA EXTRANJERO QUE VISITA EL CANTÓN**



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

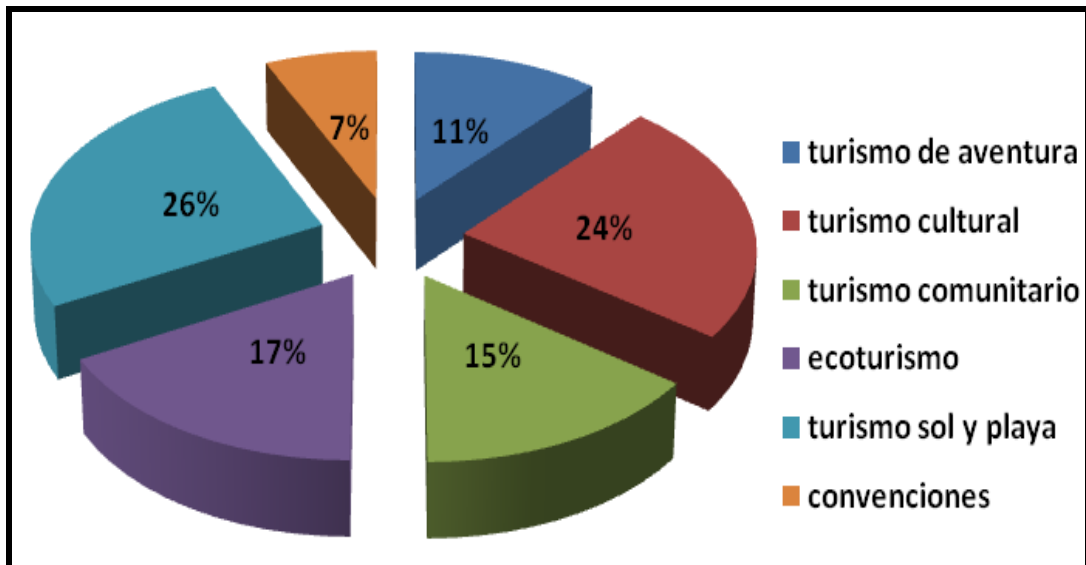
Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

### **Análisis:**

Respecto al número de extranjeros, se registró un 34% de Colombianos, justificándose por la cercanía de Esmeraldas con la frontera, seguido de Estados Unidos con un 17%, y con un 14% Alemania, estos tres países de América representan el sector más atractivo para el mercado turístico receptor del Ecuador, siendo nuestros posibles consumidores, pudiendo considerar una demanda objetiva para el centro de interpretación del coco.

### GRAFICO N° 9

#### MOTIVO POR EL CUAL EL TURISTA EXTRANJERO VIAJA A ESTE CANTÓN



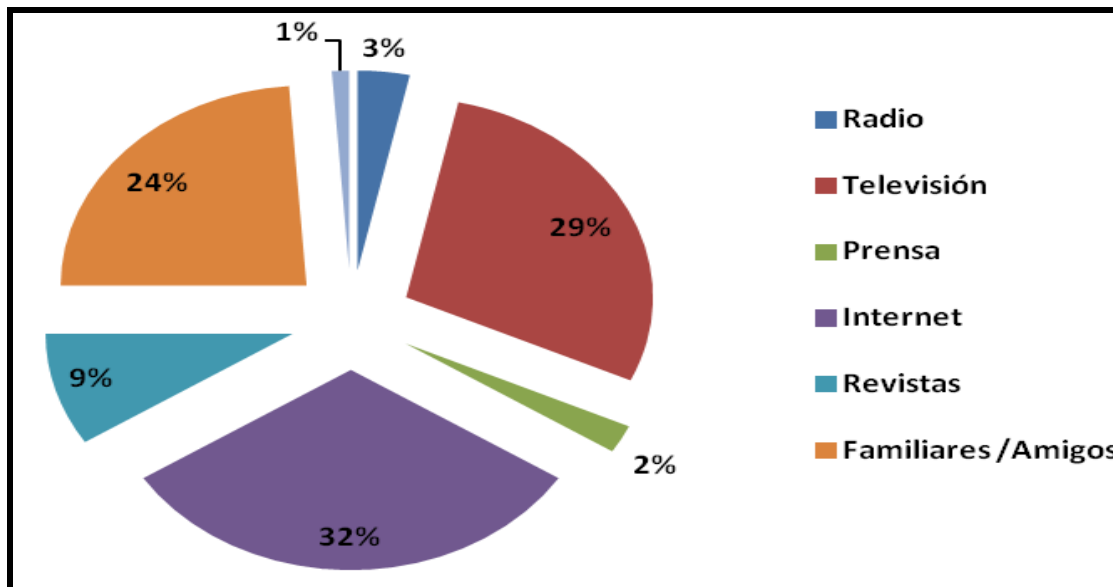
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

#### **Análisis:**

La principal motivación por lo cual visitan Esmeraldas es por realizar turismo de sol y playa ya que Esmeraldas cuenta con hermosas playas visitadas seguido de turismo Cultural tomando en cuenta que es un alto porcentaje para la efectiva realización del Centro de Interpretación del Coco, lo que demuestra que la realización del centro de interpretación atraerá a los turistas extranjeros no como un único destino visitado por sus hermosas playas sino como una alternativa cultural y de aprendizaje para ellos.

**GRAFICO N° 10**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE LOS TURISTAS EXTRANJEROS USAN PARA INFORMARSE**



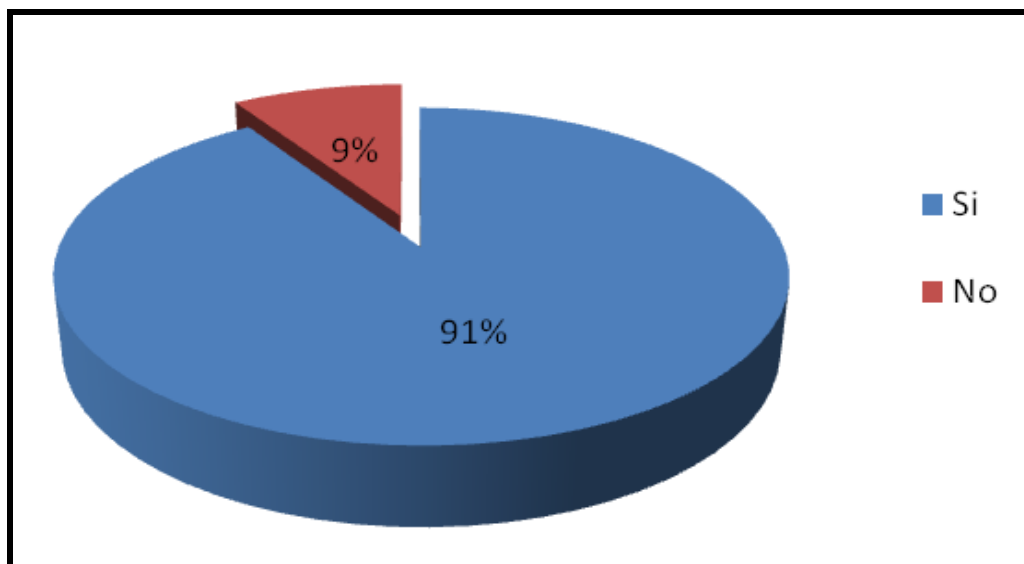
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

**Análisis:**

La mayoría de los turistas encuestados manifiestan que reciben información de manera más rápida por medio del internet, esto se debe a que en Esmeraldas no hay canales que se encuentren enlazados al extranjero, y la manera más objetiva de buscar información de Ecuador y de Esmeraldas es buscando en internet, por este motivo es necesario realizar una página web dando la respectiva publicidad del Centro de Interpretación, Esmeraldas es visitado por mucho turistas extranjeros con una alternativa marcada de turismo de sol y playa, esta propuesta innova que sea visitado aún más por un turismo cultural.

**GRAFICO N° 11**  
**GRADO DE INTERÉS DEL TURISTA POR CONOCER EL PROCESO DE**  
**ELABORACIÓN DE LA**  
**COCADA**



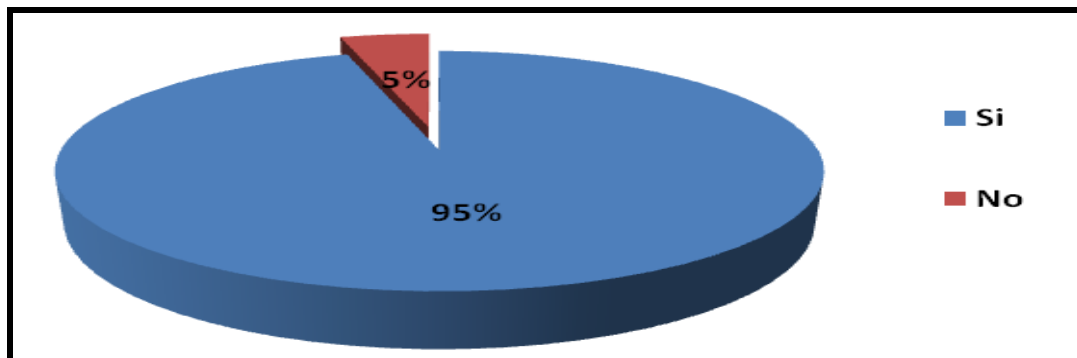
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

**Análisis:**

En cuanto a las respuestas que arrojaron los turistas extranjeros sobre el interés de la elaboración de las cocada fue una aceptación favorable ya que a la mayoría le gustaría conocer sobre el proceso de elaboración de cocadas como una manera de vincularse con la cultura afroesmeraldeña, esto hace necesario la creación del Centro de Interpretación del Coco.

**GRAFICO N° 12**  
**INTERÉS DEL TURISTA SOBRE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE**  
**INTERPRETACIÓN**



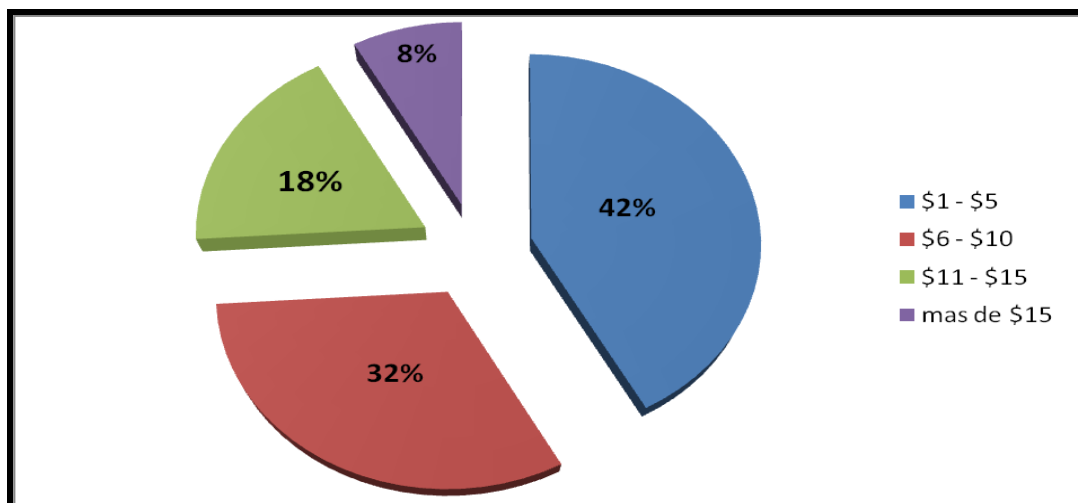
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

**Análisis:**

Los turistas extranjeros encuestados si está interesado en que se cree un Centro de Interpretación del proceso tradicional de la elaboración de las cocadas en la ciudad de Esmeraldas, ya que por medio de guianzas, se dará a conocer más sobre las cocadas siendo un producto emblemático del mismo cantón, por lo que según el gráfico #5 del perfil del visitante local los porcentajes son similares, lo que quiere decir que tanto los turistas nacionales como extranjeros corroboran una respuesta aceptable al proyecto.

**GRAFICO N° 13**  
**COSTO QUE EL TURISTA ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR VISITAR EL**  
**CENTRO DE INTERPRETACIÓN**



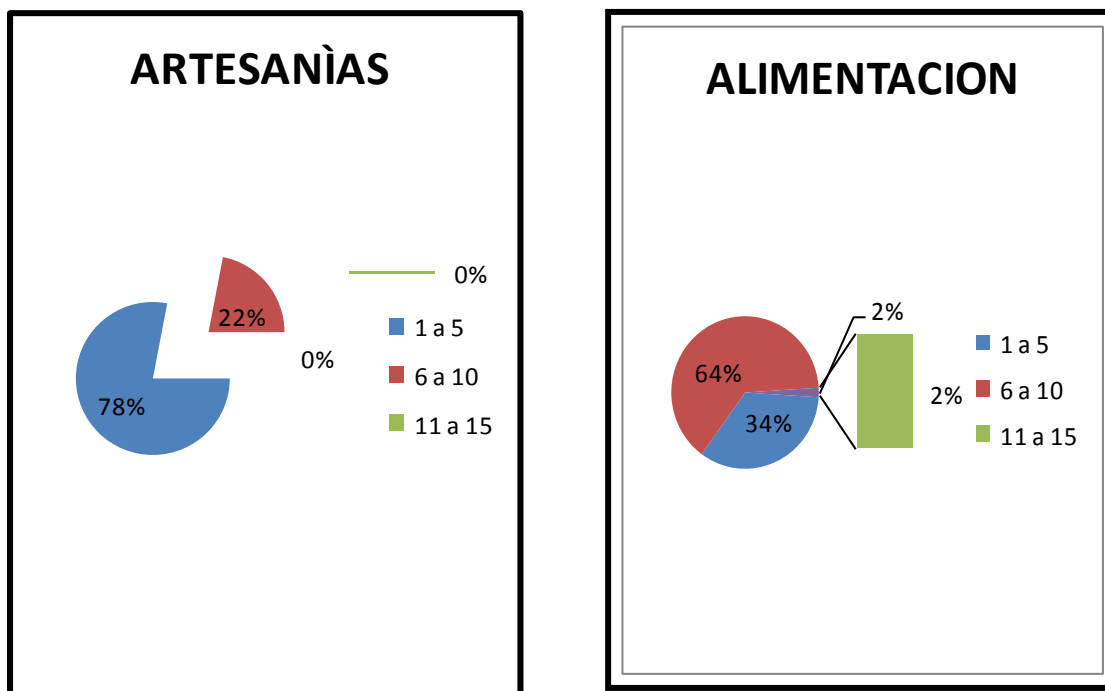
Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

Elaboración: Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

**Análisis:**

Al preguntar sobre cuanto estaría dispuesto a pagar por el ingreso al Centro de Interpretación del Coco, entre \$ 1 - \$ 5 USD, al conocer esta realidad se aplicarían técnicas que permitan captar la atención de la misma con la finalidad de que ellos conozcan más sobre este producto emblemático de Esmeraldas, el 42% de los turistas extranjeros son más las personas adultas con tiempo libre, buena salud, que disfrutan viajando y perciben la visita a ciudades con lugares culturales como una experiencia de aprendizaje, ocio por la que están dispuestos a pagar, realizando un análisis a los visitantes extranjeros se podría considerar un valor de \$5.00 por el ingreso al Centro de Interpretación.

**GRAFICO N° 14**  
**INGRESO POR VENTAS DE ARTESANÍAS Y ALIMENTACIÓN DE TURISTAS**  
**EXTRANJEROS**



**Fuente:** Estudio de mercado, aplicación de encuestas, 2012

**Elaboración:** Evelyn Nathaly Estrada Vásquez

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados que arrojaron las encuestas los ingresos por ventas de artesanías se realizaron considerando que todos los visitantes que ingresan al centro de interpretación del coco adquieran souvenirs, con un promedio de venta de 5,00 dólares por persona y los ingresos por venta de alimentación se realizaron considerando que todos los visitantes que ingresan al centro de interpretación del coco consuman alimentos, con un promedio de venta de 10,00 dólares por personas.

## **3.2 DISEÑO MUSEOGRÁFICO**

### **3.2.1 ESQUEMATIZACIÓN DE LAS SALAS MUSEOGRÁFICAS**

El Centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña va a contar con tres salas, la primera está estructurada para la interpretación de la historia del coco, la segunda sala se fundamentará en la elaboración de la cocada y la tercera será una sala itinerante donde se exhibirá la gastronomía y las artesanías que se pueden realizar con el coco.

A continuación se detalla el contenido museográfico de cada sala:

#### **Sala 1: Historia del coco Sala 1: Origen del coco**

##### **Objetivo:**

Dar la bienvenida y proporcionar información sobre el origen del coco.

##### **Descripción.-**

Es una sala en la cual habrán tres ambientes interpretativos: en el primero se dará la bienvenida y se relatará mediante un panel interpretativo e interactivo el origen del coco; en el segundo ambiente se presentará un panel interpretativo donde se dará a conocer la siembra, riego y fertilización del coco.

En el tercer ambiente se mostrará una exhibición de pared con fotos a full color donde se mostrará la cosecha del coco y en el cuarto ambiente habrá un panel simple donde se hablará de las enfermedades del coco.

#### **Sala 2: Elaboración de las cocadas**

##### **Objetivo:**

Explicar la preparación de las cocadas.

**Descripción.-**

Es una sala que consta de un diorama en el cual estarán cinco ambientes interpretativos: en primer lugar habrá un maniquí que este despeluzando el coco; en el segundo ambiente irá un maniquí partiendo un coco.

En el tercer ambiente irá un maniquí con un rallador raspando el coco, en el cuarto elemento irá un maniquí con una paila de bronce y con una paleta de palo bien largo para mover el coco; el quinto ambiente va un maniquí de una mujer haciendo las formas de las cocadas y colocándolas en las fundas.

**Sala 3: Itinerante de gastronomía y artesanías****Objetivo:**

Explicar cómo se elaboran las bebidas, dulces y platos típicos que se pueden realizar con el coco en el cantón Esmeraldas.

Enseñar los tipos de artesanía que se pueden realizar con todas las partes del coco.

**Descripción.-**

Esta sala constará de tres ambientes interpretativos, en el primero tenemos un panel interpretativo e interactivo que tiene como título ¿Sabes cómo se elaboran los dulces típicos? En el segundo ambiente irá una exhibición de fotografías de los encocaos más representativos del cantón Esmeraldas donde se explicara su preparación.

El tercer ambiente será un panel interpretativo móvil de cuatro niveles en cada nivel se colocarán la fotografía y descripción de las bebidas que se elaboran con el coco.

La sala de artesanías constara de tres ambientes, en el primer ambiente tenemos un panel simple donde se podrá observar todas las artesanías que se pueden realizar con la cascara del coco; el segundo ambiente es un panel armable donde se explicará la elaboración de las artesanías con las hojas de la palma con una secuencia de fotografías

### 3.2.2 ESTRUCTURA DEL GUION TÉCNICO

**CUADRO N° 1  
GUION TÉCNICO MUSEOLÓGICO.**

<b>ENFERMEDADES DEL COCO</b>	
<b>EL COCO</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>GUION TÉCNICO</b>
<b>ORIGEN DEL COCO</b>	<p>No se ha determinado exactamente el lugar de origen de este cultivo, pero los investigadores han llegado a una sola conclusión que es de las zonas tropicales de Asia y del océano pacífico.</p> <p>Unos estudios afirman que es originario del sureste o sur de Asia (zona tropical), exactamente de un archipiélago Malayo.</p> <p>Otros afirman que es originario de las islas del pacífico, de la zona tropical del pacífico y que de ahí se difundieron al mundo, incluido América. Esta última teoría se fundamenta en la capacidad del fruto de coco de flotar en el agua, y que por ayuda de las corrientes marítimas pudo llegar a América y propagarse naturalmente.</p> <p>Otros afirman que fueron los españoles a su llegada a centro América, en el istmo de Panamá para ser más exactos, encontraron este cultivo y también fue encontrado en la región de sur América, en las zonas costeras de las Guayanas Francesas.</p>
<b>ENFERMEDADES DEL COCO</b>	<p>En los papayuelos vivía la gualpa que es la larva del cucarrón llamada <i>Rhyophotus palmeri</i> y conocido como el picudo, es un cucarrón negro que tiene el cuerpo muy fuerte, este animal afecta el cultivo de dos maneras, la picuda hembra pone los huevos en la palma de coco cerca a chombo ósea la inflorescencia en la base del tallo y las larvas que allí nacen los gualpos viven de comerse los tejidos tiernos del tallo del coco, para combatir este mal se toma un galón de agua a la mitad se le echan unos 70 a 100 ajíes enteros y se dejan allí por 15 días aunque es recomendable 1 mes luego se licuan ajos se echan al galón que tenemos con el ají y finalmente exprimimos un limón criollo, quedando lista para la aplicación se echa 50cc de este preparado 5 galones de agua y se aplican con bobas de presión en el cogollo, las axilas de las hojas y el tallo.</p>
<b>SIEMBRA</b>	<p>Los marcos de plantación varían según el tipo de cocotero siendo los más recomendados los siguientes -En variedades gigantes será de 9x9. -En variedades enanas es de 7.5x7.5. -Para los híbridos es de 8.5x8.5. Presentan una densidad de 100 – 120 plantas por hectárea. La semilla debe de cubrirse con sustrato o suelo agrícola hasta los 2/3 de su tamaño Germina de 1 a 2 meses después de su siembra. Y es a partir de los 6 meses donde se puede trasplantar a campo definitivo.</p>
<b>RIEGO</b>	<p>Las necesidades hídricas del cocotero dependen de varios factores como: la edad de la planta, altura y área foliar, el clima local (temperatura, radiación solar, humedad relativa, velocidad del viento), tipo de suelo, método de riego, estado nutricional, humedad del suelo, etc. • El cocotero gigante es más resistente al estrés hídrico que el tipo enano. • Los métodos de riego recomendados para el cocotero son los localizados: micro aspersión, goteo y goteo subterráneo. • Si no existen limitaciones de agua se recomienda riego por inundación parcial.</p>
<b>FERTILIZACIÓN</b>	<p>Las cantidades de fertilizantes requeridas por el cocotero están determinadas por el nivel de producción, la edad de la planta, el contenido de nutrientes del suelo y su disponibilidad, el tipo de cocotero, la densidad de siembra, el tipo de riego y fertilizante, etc. Por tanto, es necesario</p>

	realizar un análisis de suelo o foliar para determinar las necesidades de nutrientes. Los nutrientes más demandados por el cocotero son: nitrógeno, fósforo, potasio, cloro y calcio.
<b>COSECHA</b>	La cosecha del coco varía según el tipo de producción, sobre todo de febrero a julio. Si se comercializa como fruta fresca o se destina a la industria con fines de envasar agua, la cosecha se efectúa cuando el coco tiene entre 5 y 6 meses. En esta época el contenido de azúcar y agua es muy elevado y el sabor es más intenso. De todas formas, el coco seco o coco maduro tiene una capacidad de gran duración mayor sin necesidad de ningún tipo de refrigeración, a diferencia de los cocos frescos, que duran varios días (o un mes), antes de madurarse (o hacerse secos).
<b>PELADA Y DESPELUZADA</b>	El descascarado suele realizarse en el campo, llevándose luego a la fábrica los cocos descascarados. Este procedimiento disminuye notablemente el volumen y el peso que hay que transportar y también reduce la superficie necesaria para el almacenamiento de los cocos. A la llegada a la fábrica, los cocos se inspeccionan detenidamente para asegurar que sólo se traten los mejores, y se aparten todos los que estén dañados o sean de calidad deficiente. Es importante emplear cocos maduros; los inmaduros tendrán menor cantidad de aceite y no darán un producto de buena calidad. Análogamente, no deben utilizarse cocos germinados, ya que se obtendrá un producto de color deficiente. El 35% del peso total corresponde a la cáscara. El despelmado del coco consiste en quitar los restos de la estopa con un machete hasta que la concha quede bien lisa esto se hace para que al momento de partir no se ensucie el agua de coco ni la comida al momento de rasparla
<b>PARTIDA</b>	Se parte el coco golpeándolo fuerte con un machete en la mitad, por la ranura que se abre se le mete la punta del machete para sacar el agua y colocarla en un recipiente se le hace presión se parte. El 25% del peso total corresponde al agua de coco.
<b>RASPADO</b>	Después de que este partido y sacada el agua de coco procedemos a raspar el coco con una concha prieta o con un raspador que es más rápido y depende del tipo de cocada que desee se utiliza la pulpa si apetece cocada blanca utilizamos la pulpa más blanca y si quiere la negra utilizamos lo que va quedando de la pulpa del coco.
<b>REALIZANDO LA COCADA</b>	La elaboración de las Cocadas sigue un proceso artesanal, que va de generación en generación, después de haber raspado el coco procedemos a realizar la cocada típica negra, calentamos la paila de bronce en el fogón, agregamos azúcar hasta que se haga miel, después agregamos el coco raspado y movemos por una hora, añadimos canela, clavo de olor y dejamos enfriar.
<b>EMPAcado</b>	Cuando ya está terminada la cocada procedemos a realizar las bolitas de cocada para ser empacadas en fundas o fuentes.

**Fuente:** Fichas del MITUR, 2013

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.3 PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL

La actividad fundamental del centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña es dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros los dulces típicos que posee el cantón Esmeraldas, en especial la cocada que es un dulce ancestral todo esto se lo explicara a los visitantes mediante los paneles interpretativo e interactivo donde podrán conocer más de nuestra cultura afro-esmeraldeña.

El lema comercial para que el centro de interpretación alcance posicionamiento en la audiencia, debe tener una marca que lo identifique es decir un slogan, esto permitirá establecer una diferencia con la competencia. Por lo tanto el slogan es: **“Cocadas el dulce de los dioses del Ébano”**.

Al igual que el lema comercial es necesario contar con un logotipo que permita diferenciarse de los centros de interpretación que ya se encuentran en el mercado. Los colores y el logotipo son diseñados procurando que al público objetivo que son las personas que prefieren viajar con sus familiares le agrade.



Gráfico N° 15 Logotipo del centro de interpretación.

Elaboración: Evelyn Estrada

### a. Componentes

- **Los cocos.-** son parte de la identidad cultural de los afro-descendientes en la cual nuestros visitantes no pueden dejar de degustar nuestros dulces hechos a base de coco.
- **La palma de coco.-** representa la naturaleza esmeraldeña.

### b. Gama cromática de la empresa

A continuación se detalla la gama cromática a utilizarse en el centro de interpretación, teniendo como base el verde, café, y blanco



**Verde.-** Simboliza la exuberante vegetación esmeraldeña.

**Café claro.-** Representa al producto inocuo, que no transmite enfermedades y del que se puede confiar.

**Café oscuro.-** Representa a la madre tierra.

**Blanco.-** Representa la limpieza de nuestro producto, el agua purificada.

### 3.3.1 MISIÓN

Ofertar al centro de interpretación como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña, que motiven la visita a los turistas nacionales e internacionales a formar parte de esta experiencia, satisfaciendo las necesidades de ocio y recreación, incentivando a la concienciación, cuidado y protección de este producto emblemático de Esmeraldas, a través de una adecuada interpretación.

### **3.3.2 VISIÓN**

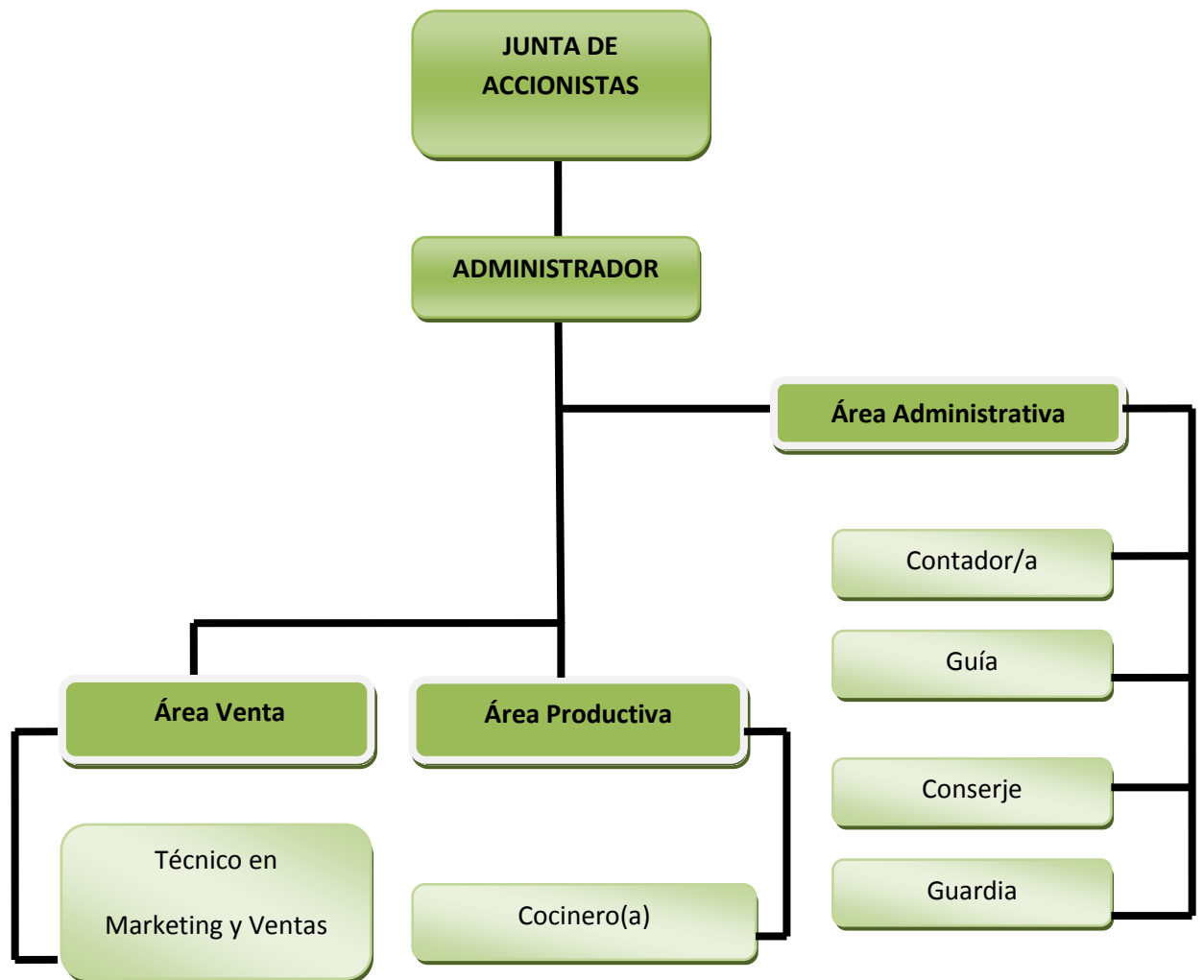
Convertirse en el principal centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña, promoviendo la conservación, protección y difusión del patrimonio cultural material e inmaterial del pueblo afro-ecuatoriano, siendo un punto estratégico de captación de los visitantes.

### **3.4 OBJETIVOS**

- Fortalecer la cultura afro-esmeraldeña y contribuir al desarrollo turístico sostenible de la provincia.
- Efectuar una campaña de marketing agresiva para atraer a turistas nacionales y extranjeros.
- Involucrar a la población local en el centro de interpretación de la cocada permitiendo así el desarrollo social y cultural del cantón Esmeraldas.

### **3.5 ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

En base a la estructura organizativa de la empresa se estableció el personal necesario que se deberá contratar para el funcionamiento de la empresa. El organigrama funcional para el Centro de Interpretación es el siguiente:



**Gráfico N° 16** Organigrama funcional del Centro de Interpretación del coco

**Elaboración:** Evelyn Estrada Vásquez.

### 3.6 DESCRIPCIÓN DEL MANUAL DE FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN

CUADRO N° 2

#### MANUAL DE FUNCIONES PARA LOS EMPLEADOS DEL CIC.

ÁREA	CARGO	RESPONSABILIDAD
<b>1.- ADMINISTRADOR</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir con las labores de programación, dirección, ejecución y control de actividades administrativas, financieras y legales del centro de interpretación.</li> <li>➤ Elaborar plan operativo anual y mensual del centro de interpretación.</li> <li>➤ Se encarga del buen funcionamiento del centro de interpretación.</li> <li>➤ Dar una información amplia de los servicios que presta el centro de interpretación al visitante.</li> <li>➤ Coordinar actividades para lograr la obtención de objetivos del centro de interpretación.</li> <li>➤ Organizar y dirigir las reuniones periódicas de trabajo del personal que conforma el equipo de gestión del centro de interpretación.</li> <li>➤ Coordinar actividades vinculadas a la difusión del centro de interpretación.</li> <li>➤ Seleccionar y aplicar herramientas administrativas necesarias para mejorar la gestión del centro de interpretación.</li> <li>➤ Recibir, registrar, archivar y emitir correspondencia y documentación del centro de interpretación.</li> <li>➤ Hace recorridos periódicos para evaluar la calidad del servicio y la cortesía de los miembros del equipo de gestión del centro de interpretación, con los visitantes.</li> <li>➤ Contratar personal.</li> <li>➤ Orientar el trabajo del personal que conforma el equipo de gestión del centro de interpretación.</li> <li>➤ Elaborar la nómina y archivos personales de los integrantes del equipo de gestión del centro de interpretación.</li> <li>➤ Conceder, certificar y justificar permisos, faltas, atrasos y enfermedades de los integrantes del equipo de gestión del centro de interpretación.</li> <li>➤ Atender las inquietudes del personal administrativo y operativo</li> </ul>
<b>2.- ÁREA ADMINISTRATIVA</b>	2.1 CONTADOR/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Llevar un inventario actualizado de todos los bienes muebles del Centro de Interpretación.</li> <li>➤ Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de ventas y todo comprobante que justifique un pago.</li> <li>➤ Llevar un proceso contable que le ayudará para el manejo económico del Centro de Interpretación, este deberá contener: plan de cuentas, estado de situación inicial, libro diario, balance de comprobación, estados financieros y análisis financieros.</li> <li>➤ Presentar al administrador informes mensuales sobre las actividades y movimientos financieros del centro de interpretación.</li> <li>➤ Elaborar mensualmente los estados financieros del</li> </ul>

	centro de interpretación
2.2 GUÍA	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Atender directamente a los turistas que llegan al centro de interpretación, darles la bienvenida.</li> <li>➤ Vender los tiquetes de entrada al centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña.</li> <li>➤ Llevar el libro de actas de las reuniones realizadas en el centro de interpretación.</li> <li>➤ Se encarga de archivar toda la información y de las reuniones que se lleven a cabo en el centro de interpretación.</li> <li>➤ Conducir a los turistas por todas las salas de exhibición del centro de interpretación.</li> <li>➤ Complementar la información proporcionada por los medios interpretativos.</li> <li>➤ El guía tendrá prohibido utilizar drogas o alcohol.</li> <li>➤ El guía no debe relacionarse sentimentalmente con los turistas durante la exhibición.</li> <li>➤ Tener predisposición para el trabajo.</li> <li>➤ El guía debe tener lista la explicación acerca del centro de interpretación para poder exponer los medios interpretativos y estar presto a responder las incógnitas de los turistas.</li> <li>➤ No debe votar basura, ni decir malas palabras, debe educar con el ejemplo.</li> <li>➤ El guía también estará encargado de la sala del ITUR.</li> </ul>
2.3 CONSERJE	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplirá con las funciones de mantenimiento y limpieza del centro de interpretación.</li> <li>➤ Se encargará del mantenimiento de las instalaciones, decoraciones y mobiliarios del Centro de Interpretación.</li> <li>➤ Limpiará cuidadosamente y dará mantenimiento a los medios interpretativos de las salas de exhibiciones.</li> <li>➤ Velará por mantener en las mejores condiciones de uso las instalaciones, equipo de oficina, mobiliario y en general los bienes destinados a utilizarse por distintas áreas de operación.</li> <li>➤ Se encargará de comprar los materiales, herramientas y productos para el aseo del centro de interpretación.</li> <li>➤ Limpiará los patios, el parqueadero y dará mantenimiento al jardín.</li> <li>➤ Sacará la basura para que lo acopien los carros recolectores de basura en el horario establecido.</li> </ul>

	.4 GUARDIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener el orden y la seguridad del Centro de Interpretación del coco.</li> <li>➤ Registrar a las personas que ingresen al centro de interpretación.</li> <li>➤ Cuidar e inspeccionar cuidadosamente los vehículos motorizados que ingresen al parqueadero del Centro de Interpretación.</li> <li>➤ Estar siempre alerta por cualquier eventualidad que pueda atentar en contra del bienestar de las personas que se encuentran en el centro de interpretación.</li> <li>➤ Instalar un sistema de seguridad (alarmas y radios de comunicación) en el Centro de Interpretación del Coco, para obtener ayuda rápida en caso de tener un caso de emergencia.</li> <li>➤ Tener un botiquín para proporcionar primeros auxilios en caso de que alguna persona que se encuentre en el Centro de Interpretación lo necesite.</li> <li>➤ Velará por el bienestar y la seguridad de las personas del centro de interpretación.</li> </ul>
<b>3.- ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>	3.1 COCINERO/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar comidas y bebidas.</li> <li>➤ Definir y elaborar recetas de alimentos, bebidas.</li> <li>➤ Deberá saber prepara jugos.</li> <li>➤ Cumplir con las normas de sanidad en la manipulación de alimentos, bebidas y dulces.</li> <li>➤ Mantener limpia la cocina.</li> <li>➤ Realizar un inventario de los utensilios de la cocina.</li> <li>➤ En coordinación con el administrador deberán fijar los precios de venta de los alimentos, bebidas y dulces.</li> <li>➤ Inspeccionará y aplicará métodos de conservación en los alimentos para que estos se encuentren en buen estado.</li> <li>➤ Recogerá las órdenes de los visitantes.</li> <li>➤ Se encargará de servirle los alimentos, bebidas y cocadas.</li> <li>➤ Estará pendiente de mantener la mesa con azúcar, servilletas, salsas, etc.</li> <li>➤ Cuidara que las mesas tengan manteles y les dará limpieza cuando sea necesario</li> <li>➤ Lavará la vajilla.</li> <li>➤ Velará por la limpieza de toda la zona de restaurante del centro de interpretación del Coco.</li> </ul>
<b>4. ÁREA DE VENTA</b>	4.1 TÉCNICO EN MARKETING Y VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promocionar al centro de interpretación.</li> <li>➤ Comercializar</li> </ul>

**Fuente:** Manejo de personal administrativo, 2010

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.7 ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO

#### 1) Sustento legal

##### a) Constitución de la República del Ecuador

Considerando la Constitución Política vigente, aprobada el 28 de Septiembre del 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico cultural:

Art. 377.- “El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales”.

De esta manera el centro de interpretación se encuentra dentro del marco legal del mencionado artículo, ya que el pretende difundir y salvaguardar las expresiones culturales de la cultura afro-esmeraldeña.

Según el Art. 378.- Establece “El sistema nacional de cultura estará integrado por todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema. Las entidades culturales que reciban fondos públicos estarán sujetas a control y rendición de cuentas.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través del órgano competente, con respeto a la libertad de creación y expresión, a la interculturalidad y a la diversidad; será responsable de la gestión y promoción de la cultura, así como de la formulación e implementación de la política nacional en este campo”.

Por tal motivo él, **centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña**, formará parte del sistema nacional de cultura con respecto a la libertad de creación y expresión de la interculturalidad.

En el Art. 379.- Manifiesta “Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros.

### **3.7.1 CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD)**

Según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en su Art. 144.- Dice “El ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural permite formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines.

La preservación abarcará el conjunto de acciones que permitan su conservación garantizará su sostenimiento integral en el tiempo; y la difusión procurará la propagación permanente en la sociedad de los valores que representa en las parroquias rurales y urbanas.

Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales podrán hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia”.

El Art. 55, literal h.- Menciona “Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.”

Por tal motivo el COOTAD y el municipio tienen la competencia de evaluar y aprobar los proyectos destinados a la preservación y difusión del patrimonio cultural y la construcción de espacios públicos como es el caso del Centro de Interpretación del Coco.

### **3.8 LEY DE TURISMO**

Considerando la Ley de Turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico cultural.

De acuerdo a la Ley de turismo en el Art. 9.- Menciona: “El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda”.

El Art. 10.- Establece: “El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento”.

El Art. 33.- Indica: Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno, rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

De acuerdo a la Ley de Turismo los centros de interpretación no están contemplados como establecimientos turísticos, sin embargo los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos para el rescate de bienes culturales.

## **b) Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (INPC)**

La Ley de Patrimonio Cultural en el artículo 4, literal A manifiesta que es una función y atribución Instituto Nacional del Patrimonio Cultural: Investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el patrimonio cultural en el Ecuador; así como regular de acuerdo a la Ley, todas las actividades que se realicen en el País; por lo tanto el proyecto del **centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña** deberá ser evaluado por una comisión técnica del INPC, que avalará según parámetros técnicos y elevará un informe.

Además del apoyo del INPC al centro de interpretación está amparado en la ley de Patrimonio Cultural en los artículos 33 y 34: “Las expresiones folklóricas, musicales, coreográficas, religiosas, literarias o lingüísticas que correspondan a grupos étnicos culturales homogéneos.....”. Artículo 34 “El Instituto de Patrimonio Cultural velará para que no se distorsione la realidad cultural del país, expresada en todas las manifestaciones de su pluralismo cultural, mediante la supervisión y control.....”.

Está claro por lo tanto que el INPC según la ley, es el organismo estatal llamado a apoyar y regular todas las actividades del centro de interpretación. De esta manera el proyecto debe de regirse a las políticas que norme esta institución pública.

### **3.8.1 REQUISITOS LEGALES**

Para poder constituir la empresa se necesita realizar los siguientes trámites:

**a) Registro Único de Contribuyentes.-** Para obtener el RUC de personas jurídicas se requiere:

- i.** Formulario RUC lleno con los datos de la empresa.
- ii.** Original y copia de la estructura de constitución de la empresa.
- iii.** Original y copia del nombramiento del representante legal.
- iv.** Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- v.** Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC.

- b) Concesión del Terreno por 20 años.-** Para concesionar un terreno del municipio los requisitos son los siguientes:
- i.** Solicitud en una especie valorada dirigida al Señor Alcalde y a los Señores Concejales. \$1,00
  - ii.** Copia de la cédula de ciudadanía y original de la persona interesada.
  - iii.** Certificado de votación.
  - iv.** Certificación de datos del terreno.
  - v.** Ficha catastral del terreno.
  - vi.** Certificado de avalúo del terreno. \$1,00
  - vii.** Resolución del Consejo.
  - viii.** Elaboración de la escritura de concesión
  - ix.** Firmas de la escritura de concesión.
- c) Aseguramiento del talento humano IESS.-** Los requisitos para afiliados con RUC son los siguientes:
- i.** Copia del RUC.
  - ii.** Copia de la cédula de ciudadanía a color.
  - iii.** Copia del certificado de votación a color.
  - iv.** Planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono).

Después nos entregan la clave para poder registrar a los empleados de la empresa en la página del IESS, para lo cual se necesita la cédula de ciudadanía de cada uno.

## **3.9 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **3.9.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL**

Se le llama demanda potencial a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

El 94% de los turistas nacionales encuestados se manifestaron positivamente con respecto a la creación del centro de interpretación del proceso de la elaboración de la cocada, es decir:

Turista nacionales que ingresaron al catón Esmeraldas según el boletín estadístico del 2006 – 2010 del ministerio de turismo provenientes de las ciudades de Quito y Guayaquil que son los 60 980 \* 0,94 aceptación del proyecto = **57 321** turistas nacionales que es la proyección de la demanda potencial.

En cambio los turistas extranjeros encuestados manifestaron su aceptación con respecto a la creación del centro de interpretación del proceso de la elaboración de la cocada en un 95%, es decir:

Turistas extranjeros que ingresaron al catón Esmeraldas según el boletín estadístico del 2006 – 2010 del ministerio de turismo donde indican que por el transporte aéreo ingresaron 9126 personas y por el transporte marítimo 689 turistas al cantón Esmeraldas que al sumar nos da 9815 \* 0,95 aceptación del proyecto = **9324** turistas extranjeros

Para la proyección de la demanda potencial se utilizó el método del incremento compuesto, agrupando los valores de turistas nacionales y extranjeros tomando como base los resultados de aceptación en las encuestas. El índice de crecimiento para el turismo es 6% (MITUR 2011).

$$Cn = Co (1 + i)^n$$

Cn = años

Co = demanda

i = índice de crecimiento

n = tiempo 1-5 años

➤ **Aplicación de la fórmula:**

$$Cn \text{ 2013} = 66645(1+0.06)^1$$

$$Cn \text{ 2013} = 70644$$

**CUADRO N° 3**

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>
2013	66.645
2014	70.644
2015	74.883
2016	79.376
2017	84.138
2018	89.186

**Fuente:** Estudio de la demanda para el proyecto, 2013

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### **3.9.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POTENCIAL**

Para la proyección de la oferta potencial se utilizó el método del incremento compuesto, el cual se calculó teniendo como base el número de visitantes anuales del año 2013 que han visitado los museos ofertados por los competidores que son el museo y centro cultural Esmeraldas con 22.791 visitantes y el museo de la casa de la cultura ecuatoriana “Carlos Mercado Ortiz” con 1.925 visitantes este valor equivale a 24.716 personas anuales y este valor fue obtenido del análisis de la oferta.

**CUADRO N° 4**

<b>Año</b>	<b>Oferta potencial</b>
2013	24.716
2014	26.199
2015	27.771
2016	29.437
2017	31.203
2018	33.076

**Fuente:** Estudio de la oferta para el proyecto, 2013

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### **3.9.3 DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA PARA LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS**

Los resultados obtenidos de la demanda insatisfecha se obtuvieron al realizar el cálculo de la resta entre la demanda potencial con la oferta potencial para cada año.

**CUADRO N° 5**

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2014	70.644	26.199	44.445
2015	74.883	27.771	47.112
2016	79.376	29.437	49.939
2017	84.138	31.203	52.935
2018	89.186	33.076	56.110

**Fuente:** Estudio de la demanda y oferta para el proyecto, 2013

**Elaboración:** Evelyn Estrada

Según los resultados obtenidos se establece que para el año 2014 se tendrá una demanda insatisfecha de 44.445 turistas, mientras que para el año 2018 se tendrá una demanda insatisfecha de 56.110 turistas.

### 3.9.4 DEMANDA OBJETIVO PROYECTADA (CUOTA OBJETIVA)

Se tomó como demanda objetivo el 12% tasa de crecimiento con respecto al sector turístico ya que el cantón Esmeraldas es un destino turístico en crecimiento, este dato fue investigado en el Ministerio de Turismo de la demanda insatisfecha ya que esa es la expectativa del proyecto turístico cultural para iniciar con su funcionamiento.

**CUADRO N° 6**

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetivo (12%)</b>
2014	44445	5333
2015	47112	5653
2016	49939	5993
2017	52935	6352
2018	56110	6733

**Fuente:** Estudio de la demanda y oferta para el proyecto, 2013

**Elaboración:** Evelyn Estrada

El mercado objetivo del proyecto para el presente año es de 5.333 turistas entre nacionales y extranjeros y para el 2018 será de 6.733 turistas.

#### 1) Identificación de los competidores

Para realizar el análisis de los competidores se tomó como referencia los sitios que tengan o posean actividades culturales relacionadas con la propuesta.

Por lo tanto la competencia identificada son el museo y centro cultural Esmeraldas y el museo de la casa de la cultura ecuatoriana "Carlos Mercado Ortiz" que forman parte de la oferta sustitutiva y complementaria.

#### Visitantes anuales del año 2013 de la oferta sustitutiva y complementaria.

**CUADRO N° 7**

Museo y centro cultural Esmeraldas	22.791
Museo de la casa de la cultura ecuatoriana "Carlos Mercado Ortiz"	1.925
<b>TOTAL</b>	24.716

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** Evelyn Estrada, 2013

### 3.10 MARKETING MIX

#### 3.10.1 PRODUCTO

El presente centro de interpretación, cuenta con características particulares que marcan diferencias importantes:

- Única muestra permanente del patrimonio inmaterial del pueblo afro-ecuatoriano.
- Representar el proceso de siembra, cosecha, elaboración y producto terminado de la cocada.

#### 3.10.2 PRECIO

Se estableció los precios en relación a la competencia, de modo que la entrada al Centro de Interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña, sea accesible y competitiva con el mercado, debido a que es una muestra permanente habrá un solo precio durante toda su permanencia, diferenciando a los turistas nacionales y extranjeros.

TABLA N° 1

PRECIO PARA EL INGRESO AL CENTRO DE INTERPRETACIÓN

Productos	Especificaciones	Precio		Incluye
		Nacionales	Extranjeros	
Centro de Interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña.	Ingreso al Centro de Interpretación.	\$ 3,00	\$ 5,00	- Ticket de ingreso al Centro de Interpretación. -Acceso a las 3 salas con sus respectivas sub-salas de las muestras permanentes. -Muestras vivas -Artesanías. -Guías (no incluye propinas).

## **Análisis**

Se determinó el precio de la entrada al centro de interpretación del coco mediante los resultados obtenidos del estudio de mercado tanto de los turistas nacionales e internacionales que están dispuestos a gastar de 1 – 5 dólares. Al indagar en los centro de interpretación de Riobamba, Ambato y Cuenca el valor de la entrada varían desde los 3-5 dólares.

### **3.10.3 PLAZA**

Basándonos en el estudio de mercado se seleccionó los siguientes canales de comercialización

#### **a) Canal de comercialización**

Con el objetivo de captar una cuota de mercado representativa para lograr la sostenibilidad financiera del proyecto se realizó:

**TABLA N° 2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN**

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN							
Target	Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Medio Publicitario	Precio de la publicidad		
					Cantidad	Precio Unit.	Precio Total
Turistas nacionales de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Cotopaxi.	D I R E C T O	Venta directa de las entradas del centro de interpretación a turistas nacionales y extranjeros a través de medios publicitarios	Promocionar información veraz y oportuna del centro de Interpretación en material publicitario como el internet.  Se contratará SPOT publicitario en 3 radios de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Cotopaxi ya que son las de mayor afluencia de turistas hacia el Cantón Esmeraldas.  Promocionar información veraz y oportuna del centro de Interpretación en la Revista Dinner club	Multimedia web side. Redes sociales: Facebook Twitter	1	\$ 300,00	\$ 300,00
				Radios	3	\$ 180,00	\$ 540,00
				Revista.	4	\$ 973,00	\$ 3.890,00
Turistas extranjeros de los países: Estados Unidos, Alemania y Colombia.				Multimedia web site Redes sociales: Facebook Twitter Guías turísticas.	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Público en general	D E T A L L I S T A	Peajes cercanos al cantón Esmeraldas	Promocionar información veraz y oportuna del Centro de interpretación.	➤ Flyers A4	\$ 2000	\$ 0,32	\$ 640,00
				➤ Trípticos	\$ 1000	\$ 0,18	\$ 180,00
<b>TOTAL</b>							<b>6.000,00</b>

**Fuente:** Investigación primaria, estudio de mercado del proyecto para la implementación de un proyecto turístico cultural.

**Elaboración:** Evelyn Estrada Vásquez

En cuanto a los canales de distribución del centro de interpretación del coco para los turistas nacionales e internacionales es de forma directa al momento de la compra de la entrada, al momento de utilizar las redes sociales, al escuchar en la radio el spot publicitario y al observar en las revistas es una forma indirecta de promocionar el centro de interpretación del coco.

Y el canal detallista es el que se aplica a todo público al entregar los flyers, trípticos en los lugares de mayor afluencia de los turistas.

### **3.10.4 PROMOCIÓN**

#### **3.10.4.1 HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD**

Para la determinación de los medios publicitarios se basó en el estudio de mercado en el cual los turistas nacionales utilizan principalmente los siguientes medios: internet (29%), familiares y amigos (12%), y por su parte los turistas extranjeros se informan a través del internet (46%), revistas el (18%) y por medio del centro de información turística (10%).

Los medios publicitarios deben estar mínimo en 2 idiomas: Español e Inglés por la procedencia de los turistas de los siguientes países: Estados Unidos, Alemania y China principalmente. Por tal motivo se identificaron y diseñaron los siguientes medios publicitarios: multimedia para web site, spots publicitario en radios, publicación en revistas flyers y trípticos.

#### **a) Multimedia Para web side.**

El centro de interpretación ofertará sus servicios en multimedia en el siguiente web site <https://www.cenintelcoco.com>.

Su diseño tuvo un costo de \$180,00 USD y para su activación con opción a un año y dominio de la página \$220,00 USD.



**Gráfico N° 17** Diseño de la página web

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### **b) Spots publicitario en radios.**

En la ciudad de Esmeraldas se encuentra un Centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña donde podrás vivir y sentir, degustar de las tradiciones culturales del cantón Esmeralda.

Ven para que aprendas a realizar las cocadas esmeraldeñas y mucho cosas más. Lo mejor de todo es que contamos con un excelente personal que te hará sentir como en casa, no dudes en visitarnos.

El Centro de interpretación del COCO se encuentra ubicado en la Avenida J.F. Kennedy y calle H.

Horarios de atención de Lunes a Sábado 09:00 am a 17:00 pm.

Para más información llámenos al número 2461-115 y si es fuera de la Provincia de Esmeraldas le antepone el código provincial (06).

Correo: <https://www.cenintelcoco.com>.

TE ESPERAMOS, TU VISITA SERÁ INOLVIDABLE!

### **3.11 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

#### **1) Macrolocalización**

La presente propuesta para la creación de un centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población Esmeraldeña es: Ecuador, provincia: Esmeraldas, cantón: Esmeraldas.

#### **2) Microlocalización**

El Centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población Esmeraldeña se desarrollará en el cantón Esmeraldas en el terrero que es de propiedad del Ilustre Municipio de Esmeraldas que está ubicado en la avenida Kennedy y la calle Costa Rica, en las coordenadas (UTM17) 79°43'20 de longitud Este, (UTM17) 00°58'10 de latitud Norte y 7 m.s.n.m. de altitud.

## b. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se enfocó en la demanda objetiva, la cual se calculó con el 12% de la demanda insatisfecha; ya que esa es la expectativa del centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población Esmeraldeña, para iniciar con su funcionamiento.

A la cual se proyectó para los 5 años posteriores a la operación; obteniendo proyecciones anuales, semestrales, mensuales, quincenal, semanales y diarias.

**CUADRO N° 8**  
**NÚMERO DE CLIENTES PROYECTADOS**

<b>Año</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Quincenal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Semestral</b>	<b>Anual</b>
2014	15	111	222	444	2667	5333
2015	16	118	235	471	2827	5653
2016	17	125	250	499	2997	5993
2017	18	132	265	529	3176	6352
2018	19	140	281	561	3367	6733

**Fuente:** Investigación de campo, 2013

**Elaboración:** Evelyn Estrada

Con estos resultados se tiene una idea general de cuantas personas acuden por día al Centro de Interpretación del Coco, para el primer año de funcionamiento se tuviera que prever para una capacidad mínima de 15 personas diarias.

### **3.12 DISEÑO ARQUITECTÓNICO**

La fase del diseño arquitectónico lo constituyen los diferentes planos, en los cuales se indica la distribución del centro de interpretación con todos sus componentes.

A continuación se detalla las siguientes láminas:

- a. Lámina 1: Planta arquitectónica.
- b. Lámina 2: Fachadas y cortes.
- c. Lámina 3: Planta implantación.
- d. Lámina 4: Planta de instalaciones eléctricas.
- e. Lámina 5: Planta de instalaciones de agua.

El Centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña, es una construcción de dos plantas, en la primera planta hay dos salas de exhibiciones, en la parte de atrás se encuentra el patio de usos múltiples, una caseta para venta de artesanías, las baterías sanitarias. En la segunda planta el bar cafetería donde se puede degustar de las bebidas y dulces típicos como la cocada.

#### **3.12.1 ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS ANÁLISIS DE PRECIO UNITARIO (APU)**

Se realizó el análisis de precios unitarios (APU) de cada rubro involucrado en el proceso de la construcción; para este presupuesto se tomó como referencia el documento de Rubros referenciales del año 2013 editado por la Cámara de Construcción de Quito, en el cual se guarda una matriz establecida del costo directo de cada rubro por unidad de construcción.

**CUADRO N° 9**

**PRESUPUESTO PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN**

<b>Rubro</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio total</b>
<b>CENTRO DE INTERPRETACIÓN</b>				<b>83.653,67</b>
Limpieza y nivelación	m3	41,83	5,20	217,52
Replanteo	m2	278,87	1,80	501,97
Excavación de plintos	m3	40,14	5,20	208,73
Excavación de cimientos	m3	14,53	5,20	75,56
Desalojo	m3	106,15	4,00	424,60
Acero de refuerzo f'y = 4200 kg/cm2	Kg	502,52	2,80	1.407,06
Replanteo hormigón f'c= 210 kg/cm2	m3	1,16	245,00	284,20
Plintos de hormigón f'c = 210 kg/cm2	m3	21,60	245,00	5.292,00
Columnas de madera C1 10 x 10 cm	Ml	152,00	14,40	2.188,80
Columnas de madera C2 14 x 14 cm	Ml	22,80	16,50	376,20
Columnas de madera C3 34 x 14 cm	Ml	87,40	28,60	2.499,64
Cimiento de hormigón ciclópeo f'c = 180 kg/cm2	m3	29,89	141,00	4.214,49
Relleno compactado material seleccionado	m3	43,76	5,00	218,80
Contrapiso hormigón F'c = 210kg/cm2 + piedra bola	m2	240,66	15,60	3.754,30
Cadena Horm. Simple f'c = 210 kg/cm2	m3	3,48	245,00	852,60
Viga de piso de madera de 10 x 10 cm n + 0,56	Ml	64,20	12,60	808,92
Mampostería de madera y malla n + 0,56	m2	219,90	36,50	8.026,35
Enlucido malla n + 0,56		219,90	8,60	1.891,14
Entablado caminerías	m2	36,24	24,00	869,76
Viga superior de madera 10 x 10 cm n + 3,08	Ml	89,68	12,60	1.129,97
Viga superior de madera de 14 x 14 cm n + 3,08	Ml	143,30	16,50	2.364,45
Sobreviga de madera 10 x 6 cm n + 3,08	Ml	216,40	12,60	2.726,64
Entablado, tabla 15 cm n + 3,08	m2	203,92	24,00	4.894,08
Mampostería de madera y malla n + 3,08	m2	95,39	36,50	3.481,74
Viga superior de madera 14 x 14 cm n + 5,60	Ml	71,50	16,50	1.179,75
Cubierta de madera caña picada y Cade		40,48	32,00	13.103,36
Piso entablado, tabla de 15 x 2 cm n + 3,06	m2	94,56	24,50	2.316,72
Enlucido malla n + 3,08	m2	90,36	8,60	777,10
Cerámica de pared		90,36	18,50	1.671,66
Piso de gres	m2	240,66	28,50	6.858,81
Puertas tamboradas	U	7,00	140,00	980,00
Cerradura llave seguro	U	7,00	28,40	198,80
Ventanas de madera y vidrio 3 mm	m2	31,44	52,00	1.634,88
Pasamano	Ml	19,30	16,00	308,80
Mueble recepción	U	1,00	550,00	550,00
Mueble bar	U	1,00	320,00	320,00

Muebles de cocina	MI	16,20	125,00	2.025,00
Muebles despensa	MI	2,90	65,00	188,50
Grada de entrepiso 13 escalones	U	1,00	546,00	546,00
Grada de madera de acceso	U	1,00	120,00	120,00
Tratamiento de la madera	m2	0,00	2,80	0,00
<b>Instalaciones sanitarias</b>				<b>336,70</b>
Punto de agua potable	Pto	2,00	15,00	30,00
Llave de paso 1/2"	U	1,00	7,80	7,80
tubería p.v.c. roscable 1/2"	MI	21,00	7,50	157,50
Punto de desagüe p.v.c. 50 mm	Pto	2,00	13,10	26,20
Tubería p.v.c. 50 mm	MI	12,00	9,60	115,20
<b>Aparatos sanitarios</b>				<b>240,00</b>
Fregadero cocina	U	2,00	120,00	240,00
<b>Instalaciones eléctricas</b>				<b>1588,10</b>
Punto de iluminación	Pto	27,00	2750	742,50
Punto de tomacorriente	Pto	24,00	28,90	693,60
Tablero Bifásico de 4 puntos - 8 breakers	U	1,00	110,00	110,00
Conexión a tierra	U	1,00	42,00	42,00
<b>ESCENARIO - PATIO DE USOS MÚLTIPLES</b>				<b>15.456,81</b>
Limpieza y nivelación	m2	48,93	5,20	254,44
Replanteo	m2	326,24	1,80	587,23
Desalojo material de excavación	m3	53,82	5,00	269,10
Compactación del suelo	m2	326,24	3,60	1,174.46
Bordillo de hormigón	MI	46,28	24,15	1,117.66
Adorionado color	m2	326,24	27,40	8,938.98
Muro de hormigón ciclópeo	m3	7,26	154,00	1,118.04
Enlucido	m3	18,36	8,60	157.90
Piso de hormigón simple contrapiso + piedra bola	m2	18,00	15,60	280.80
Masillado	m2	18,00	8,60	154.80
Piso de gres escenario	m2	24,00	28,50	684.00
Pintura muro	m2	18,36	2,80	51.41
<b>Instalaciones eléctricas</b>				<b>668,00</b>
Puntos de iluminación	Pto	4,00	27,50	110,00
Faroles ornamentales	U	4,00	45,00	180,00
Acometida sólido 12	MI	45,00	8,40	378,00
<b>CASETA PARA EL ITUR Y VENTAS DE ARTESANÍAS</b>				<b>8,402.09</b>
Limpieza y nivelación	m2	6,16	5,20	32,03
Replanteo	m2	30,81	1,80	55,46
Excavación de plintos	m2	0,90	5,20	4,68
Desalojo material de excavación	m3	0,99	5,00	4,95
Acero de refuerzo $f_y = 4.200 \text{ kg/cm}^2$	Kg	486,00	2,20	1.069,20

Cadena de hormogón f'c = 210 kg/cm2	m3	0,73	198,20	144,69
Columnas de madera 10 x 10 cm	MI	35,00	16,00	560,00
Contrapiso piedra bola hor. Simple f'c= 210 kg/cm2	m2	30,81	17,50	539,18
Masillado	m2	30,81	7,50	231,08
Mampostería de madera (duela de 10 cm)	MI	17,32	36,60	633,91
Viga superior de madera de 10 x 10 cm n = + 2.70 m	MI	30,60	16,00	489,60
Cubierta de madera aña y duratecho	MI	50,39	32,00	1.612,48
Pasamano de madera	MI	6,90	42,00	289,80
Canales y bajantes	m2	49,00	28,00	1.372,00
Piso de gres	m2	27,48	25,00	687,00
Ventanas madera y malla	m2	0,72	42,00	30,24
Puerta de madera tamborada	U	1,00	145,00	145,00
Cerraduras llave seguro	U	1,00	38,00	38,00
Tratamiento de la madera	m2	45,00	3,00	135,00
<b>Instalaciones eléctricas:</b>				<b>282,80</b>
Puntos de iluminación	Pto	4,00	27,60	110,40
Punto de tomacorriente	U	4,00	25,60	102,40
Tablero de control 2 breaquers	U	1,00	70,00	70,00
<b>BATERIAS SANITARIAS</b>				<b>14,397.45</b>
Replanteo	m2	31,85	1,80	57,33
Excavación de plintos	m2	0,43	5,20	2,24
Desalojo material de excavación	m3	0,47	5,00	2,35
Replanteo hormigón f'c = 180 kg/cm2	m3	0,03	145,00	4,35
Columnas de madera 10 x 10 cm	MI	20,40	16,00	326,40
Acero de refuerzo	Kg	240,00	2,20	528,00
Cadena de hormigón f'c = 210 kg/cm2	m3	0,51	198,20	101,08
Contrapiso piedra bola hor. Simple f'c= 210 kg/cm2	m2	31,99	17,50	559,83
Masillado	m2	31,99	7,50	239,93
Mampostería de bloque de 10 cm	MI	105,99	10,20	1.081,10
Viga superior n = + 2.70 m hormigón f'c = 210 kg/cm2	m2	0,43	240,50	103,42
Enlucido vertical esponjeado	m2	211,98	7,50	1.589,85
Cubierta de madera caña y duratecho	MI	53,80	45,00	2.421,00
Canales y bajantes	m2	27,80	28,00	778,40
Piso de cerámica antideslizante	m2	28,78	19,00	546,82
Cerámica de pared	m2	82,80	18,50	1.531,80
Ventanas madera y malla	m2	2,16	42,00	90,72
Puerta principal de madera	U	2,00	155,00	310,00
Puerta de madera tamborada	U	6,00	145,00	870,00
Cerraduras llave	U	2,00	42,00	84,00
Cerraduras de baño	U	6,00	32,00	192,00
Tratamiento de la madera	m2	28,00	3,00	84,00

Pintura	m2	129,18	3,60	465,05
<b>Instalaciones eléctricas:</b>				<b>168,20</b>
Punto de iluminación	U	1,00	27,60	27,60
Punto de tomacorriente		1,00	25,60	25,60
Tablero de control 2 breakers	U	1,00	70,00	70,00
Conexión a tierra	U	1,00	45,00	45,00
<b>Aparatos sanitarios:</b>				<b>910,00</b>
Inodoros	U	6,00	85,00	510,00
Lavabos (incluye grifería)	U	6,00	48,00	288,00
Urinaros	U	2,00	56,00	112,00
<b>CASETA DEL GUARDIA</b>				<b>450,00</b>
Caseta del guardia	U	1,00	450,00	450,00
<b>TOTAL</b>				<b>122.360,02</b>

**Fuente:** Investigación primaria y secundaria, láminas del diseño arquitectónico.

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.13 DISEÑO DE LOS MEDIOS INTERPRETATIVOS

#### a. Sala 1: Origen del coco

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Panel interpretativo e interactivo.	<b>Ficha 01.</b>
<b>Función:</b> Dar a conocer el origen del coco.	<b>Ubicación:</b> El panel se ubicará a 1,00m de la entrada de la sala de exhibición en la parte superior

**Tema:** Origen del coco.



#### **Leyenda:**

**Origen del coco.** No se ha determinado exactamente el lugar de origen de este cultivo, pero los investigadores han llegado a una sola conclusiones que es de las zonas tropicales de Asia y del océano pacífico.

Unos estudios afirman que es originario del sureste o sur de Asia (zona tropical), exactamente de un archipiélago Malayo.

Otros afirman que es originario de las islas del pacífico, de la zona tropical del pacífico y que de

#### **Dimensiones:**

**Horizontal:** 2,50m

**Vertical:** 2,00m

<p>ahí se difundieron al mundo, incluido hacia América. Esta última teoría se fundamenta en la capacidad del fruto de coco de flotar en el agua, y que por ayuda de las corrientes marítimas pudo llegar a América y propagarse naturalmente.</p> <p>Otros afirman que fueron los españoles a su llegada a centro América, en el istmo de Panamá para ser más exactos, encontraron este cultivo y también fue encontrado en la región de sur América, en las zonas costeras de las Guayanas Francesas.</p>											
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Panel de MDF (<i>Medium Density Fiberboard</i>).</li> <li>➤ Impresiones adhesivas a full color.</li> <li>➤ Piezas de rompecabezas.</li> <li>➤ Sistema de audio.</li> <li>➤ Producción de audio</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <table border="0"> <tr> <td>➤ Panel</td> <td style="text-align: right;">\$450,00</td> </tr> <tr> <td>➤ Impresiones adhesivas a full color</td> <td style="text-align: right;">\$ 36,00</td> </tr> <tr> <td>➤ Piezas de madera</td> <td style="text-align: right;">\$ 45,00</td> </tr> <tr> <td>➤ Sistema de audio</td> <td style="text-align: right;">\$ 200,00</td> </tr> <tr> <td>➤ Producción de audio</td> <td style="text-align: right;">\$ 150,00</td> </tr> </table>	➤ Panel	\$450,00	➤ Impresiones adhesivas a full color	\$ 36,00	➤ Piezas de madera	\$ 45,00	➤ Sistema de audio	\$ 200,00	➤ Producción de audio	\$ 150,00
➤ Panel	\$450,00										
➤ Impresiones adhesivas a full color	\$ 36,00										
➤ Piezas de madera	\$ 45,00										
➤ Sistema de audio	\$ 200,00										
➤ Producción de audio	\$ 150,00										
<p><b>Mantenimiento:</b> Anual o de acuerdo al deterioro.</p>	<p><b>Observaciones:</b> Diseñadora Narcisa Ortiz</p>										
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED</p>											

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## b. SALA 1: SIEMBRA, RIEGO Y FERTILIZACIÓN DEL COCO

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Panel de interpretativo.	<b>Ficha 02.</b>
<b>Función:</b> Dar a conocer es la técnica de siembra, riego y fertilización del coco.	<b>Ubicación:</b> Este panel se ubicara en la pared del lado derecho de la sala.

**Tema:** Siembra, riego y fertilización del coco.



### Leyenda:

#### Siembra, riego y fertilización del coco.

**Siembra.-** Los marcos de plantación varían según el tipo de cocotero siendo los más recomendados los siguientes: -En variedades gigantes será de 9x9. -En variedades enanas es de 7.5x7.5. -Para los híbridos es de 8.5x8.5. Presentan una densidad de 100 – 120 plantas por hectárea. La semilla debe de cubrirse con sustrato o suelo agrícola hasta los 2/3 de su tamaño. Germina de 1 a 2 meses después de su siembra. Y es a partir de los 6 meses donde se puede trasplantar a campo definitivo.

**Riego.-** Las necesidades hídricas del cocotero dependen de varios factores como: la edad de la

### Dimensiones:

**Horizontal:** 2,50m

**Vertical:** 2,00m

<p>planta, altura y área foliar, el clima local (temperatura, radiación solar, humedad relativa, velocidad del viento), tipo de suelo, método de riego, estado nutricional, humedad del suelo, etc. • El cocotero gigante es más resistente al estrés hídrico que el tipo enano. • Los métodos de riego recomendados para el cocotero son los localizados: micro aspersión, goteo y goteo subterráneo. • Si no existen limitaciones de agua se recomienda riego por inundación parcial.</p> <p><b>Fertilización.-</b> Las cantidades de fertilizantes requeridas por el cocotero están determinadas por el nivel de producción, la edad de la planta, el contenido de nutrientes del suelo y su disponibilidad, el tipo de cocotero, la densidad de siembra, el tipo de riego y fertilizante, etc. Por tanto, es necesario realizar un análisis de suelo o foliar para determinar las necesidades de nutrientes. Los nutrientes más demandados por el cocotero son: nitrógeno, fósforo, potasio, cloro y calcio.</p>	
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Soporte.</li> <li>➤ Maqueta calada 2D/MDF.</li> <li>➤ Vinil adhesivo.</li> <li>➤ MDF - vinil.</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Soporte \$ 50,00</li> <li>➤ 4 Maquetas caladas 2D/MDF \$ 48,00</li> <li>➤ 4 Vinil adhesivo \$ 10,00</li> <li>➤ 2 MDF - vinil \$ 15,00</li> </ul>
<p><b>Mantenimiento:</b> Mensual o de acuerdo al deterioro.</p>	<p><b>Observaciones:</b> Para las representaciones de la siembra, riego y fertilización se utilizaron muestras vivas</p>
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED</p>	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### c. SALA 1: COSECHA

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Exhibición de pared.	<b>Ficha 03</b>
<b>Función:</b> Dar a conocer los dulces típicos de la cultura afro-esmeraldeña.	<b>Ubicación:</b> Se lo ubicará en la parte inferior de la sala de exhibición a 2m del panel.
<b>Tema:</b> Cosecha del coco	
	
<p><b>Leyenda:</b></p> <p><b>COSECHA.-</b></p> <p>La cosecha del coco varía según el tipo de producción, sobre todo de febrero a julio. Si se comercializa como fruta fresca o se destina a la industria con fines de envasar agua, la cosecha se efectúa cuando el coco tiene entre 5 y 6 meses. En esta época el contenido de azúcar y agua es muy elevado y el sabor es más intenso. De todas formas, es coco seco o coco maduro tiene una capacidad de gran duración mayor sin necesidad de ningún tipo de refrigeración, a diferencia de los cocos frescos, que duran varios días (o un mes), antes de madurarse (o hacerse secos).</p> <p><b>PELADA,</b></p> <p>El descascarado suele realizarse en el campo, llevándose luego a la fábrica los cocos descascarados. Este procedimiento disminuye notablemente el volumen y el peso que hay que transportar y también reduce la superficie</p>	<p><b>Dimensiones:</b></p> <p><b>Horizontal:</b> 0,5m</p> <p><b>Vertical:</b> 0,7m</p>

<p>necesaria para el almacenamiento de los cocos. A la llegada a la fábrica, los cocos se inspeccionan detenidamente para asegurar que sólo se traten los mejores, y se aparten todos los que estén dañados o sean de calidad deficiente. Es importante emplear cocos maduros; los inmaduros tendrán menor cantidad de aceite y no darán un producto de buena calidad. Análogamente, no deben utilizarse cocos germinados, ya que se obtendrá un producto de color deficiente. El 35% del peso total corresponde a la cáscara.</p> <p><b>PARTIDA</b></p> <p>Se parte el coco con un machete para recobrar el agua de coco.</p> <p>Los cocos se lavan bien en agua para quitar toda el agua de coco adherida y otros residuos.</p> <p>El 25% del peso total corresponde al agua de coco.</p>	
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías.</li> <li>➤ Marco de madera</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo.</li> <li>➤ Madera para texto.</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías \$ 75,00</li> <li>➤ Marco de madera \$ 40,00</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo \$ 15,00</li> <li>➤ Madera para texto \$ 25,00</li> </ul>
<p><b>Mantenimiento:</b> Seis meses.</p>	<p><b>Observaciones:</b> El nombre de cada dulce ira en la parte superior de las fotografías.</p>
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.</p>	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

**d. SALA 1. ENFERMEDADES DEL COCO**

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Panel simple	<b>Ficha 04.</b>
<b>Función.</b> Dar a conocer las enfermedades del coco a los turistas visitantes	<b>Ubicación:</b> 1,50m de la entrada al lado izquierdo de la sala

**Tema:** Enfermedad del coco



**Leyenda:**

En los papayuelos vivía la gualpa que es la larva del cucarrón llamada rhyophotus palmerun y conocido como el picudo, es un cucarrón negro que tiene el cuerpo muy fuerte, este animal afecta el cultivo de dos maneras, la picuda hembra pone los huevos en la palma de coco cerca a chombo ósea la inflorescencia en la base del tallo y las larvas que allí nacen los gualpos viven de comerse los tejidos tiernos del tallo del coco, para combatir este mal se toma un galón de agua a la

**Dimensiones:**

**Horizontal:** 0,5m

**Vertical:** 0,7m

<p>mitad s ele echan unos 70 a 100 ajíes entero y se dejan allí por 15 días aunque es recomendable 1mes luego se licuan ajos se echan al galón que tenemos con el ají y finalmente exprimimos un limón criollo, quedando lista para la aplicación se echa 50cc de este preparado 5 galones de agua y se aplican con bobas de presión en el cogollo, las axilas de las hojas y el tallo .</p>	
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Panel de MDF</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo.</li> <li>➤ Impresiones adhesivo blanco y negro.</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Panel de MDF \$ 150,00</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo \$ 15,00</li> <li>➤ Impresiones adhesivo b/n \$ 10,00</li> </ul>
<p><b>Mantenimiento:</b> Seis meses.</p>	<p><b>Observaciones:</b></p>
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.</p>	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

**a. SALA 2: ELABORACIÓN DE LAS COCADAS**

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Diorama de la pelada y despeluzada del coco	<b>Ficha : 05</b>
<b>Función:</b> Dar a conocer a los turistas la forma de despeluzar el coco	<b>Ubicación:</b> 1,50m de la entrada al lado derecho de la sala

**Tema:** Despeluzada del coco



**Leyenda:**

➤ **PELADA**

El descascarado suele realizarse en el campo, llevándose luego a la fábrica los cocos descascarados. Este procedimiento disminuye notablemente el volumen y el peso que hay que transportar y también reduce la superficie necesaria para el almacenamiento de los cocos. A la llegada a la fábrica, los cocos se inspeccionan detenidamente para asegurar que sólo se traten los mejores, y se aparten todos los que estén dañados o sean de calidad deficiente. Es importante emplear cocos maduros; los inmaduros tendrán menor

**Dimensiones:**

El maniquí tendrá 1,70m de alto x 0,50m de ancho.

La mesa tendrá 0,80cm de alto x 0,40cm ancho.

<p>cantidad de aceite y no darán un producto de buena calidad. Análogamente, no deben utilizarse cocos germinados, ya que se obtendrá un producto de color deficiente. El 35% del peso total corresponde a la cáscara.</p> <p>➤ <b>DESPELUZADA</b></p> <p>El despeluzado del coco consiste en quitar los restos de la estopa con un machete hasta que la concha quede bien lisita esto se hace para que al momento de partir no se ensucie el agua de coco ni la comida al momento de rasparla</p>	
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado</li> <li>➤ Pedestal</li> <li>➤ Impresiones Blanco y negro adhesives</li> <li>➤ Machete</li> <li>➤ Coco modelado</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado \$150,00</li> <li>➤ Pedestal \$25,00</li> <li>➤ Impresiones b/n \$10,00</li> <li>➤ Machete \$8,00</li> <li>➤ Coco modelado \$5,00</li> </ul>
<p><b>Mantenimiento:</b> 6 meses.</p>	<p><b>Observaciones:</b> Diseñadora Narcisa Ortiz</p>
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.</p>	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## SALA 2: PARTIDA DEL COCO

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Diorama de la partida del coco	<b>Ficha 06</b>
<b>Función:</b> Dar a conocer a los turistas la forma de partir el coco	<b>Ubicación:</b> 1,50m del primer maniquí de la sala de exhibiciones
<b>Tema: despeluzada y partida del coco</b>	
	
<b>Leyenda:</b> <b>PARTIDA</b> Se parte el coco golpeándolo fuerte con un machete en la mitad, por la ranura que se abre se le mete la punta del machete para sacar el agua y colocarla en un recipiente se le hace presión se parte. El 25% del peso total corresponde al agua de coco.	<b>Dimensiones:</b> El maniquí tendrá 1,70m de alto x 0,50m de ancho. La mesa tendrá 0,80cm de alto x 0,40cm ancho.
<b>Materiales / Requerimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado</li> <li>➤ Pedestal</li> <li>➤ Impresiones Blanco y negro adhesives</li> <li>➤ Machete</li> <li>➤ Coco modelado</li> </ul>	<b>Costos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado \$150,00</li> <li>➤ Pedestal \$25,00</li> <li>➤ Impresiones b/n \$10,00</li> <li>➤ Machete \$8,00</li> <li>➤ Coco modelado \$5,00</li> </ul>
<b>Mantenimiento:</b> 6 meses.	<b>Observaciones:</b>
<b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## SALA 2. RASPADA DEL COCO

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Diorama de la raspada del coco	<b>Ficha 07</b>
<b>Función:</b> Dar a conocer a los turistas la forma de raspar el coco	<b>Ubicación:</b> 1,50m del segundo maniquí de la sala de exhibiciones
<b>Tema:</b> Raspada del coco	
	
<b>Leyenda:</b> ➤ <b>RASPADO</b> Después de que este partido y sacada el agua de coco procedemos a raspar el coco con una concha prieta o con un raspador que es de madera y en la punta de acero con puntas con la que es más rápida la raspada y depende del tipo de cocada que desee se utiliza la pulpa si apetece cocada blanca utilizamos la pulpa más	<b>Dimensiones:</b> El maniquí tendrá 1,70m de alto x 0,50m de ancho.

blanca y si quiere la negra utilizamos lo que va quedando de la pulpa del coco.	
<b>Materiales / Requerimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado</li> <li>➤ Pedestal</li> <li>➤ Impresiones Blanco y negro adhesives</li> <li>➤ Coco modelado</li> <li>➤ Silla</li> <li>➤ Raspador</li> </ul>	<b>Costos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado \$150,00</li> <li>➤ Pedestal \$25,00</li> <li>➤ Impresiones \$10,00</li> <li>➤ Cocos modelados \$12,00</li> <li>➤ Silla \$6,00</li> <li>➤ Raspador \$12,00</li> </ul>
<b>Mantenimiento:</b> 6 meses.	<b>Observaciones:</b>
<b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## SALA 2. PREPARACIÓN DE LA COCADA

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Diorama de cómo se elaboran las cocadas	<b>Ficha 08</b>
<b>Función :</b> Informar a los turistas sobre la preparación de las cocadas	<b>Ubicación:</b> 1,50m del tercer maniquí de la sala de exhibiciones
<b>Tema:</b> Preparación de la cocada	



### Leyenda:

#### ➤ PROCESO

Para la preparación de las Cocadas sigue un proceso artesanal, que va de generación en generación, después de haber raspado el coco procedemos a realizar la cocada típica negra, calentamos la paila de bronce en

### Dimensiones:

El maniquí tendrá 1,70m de alto x 0,50m de ancho.

Paila de bronce tendrá 0,30 de alto x 0,50 de ancho

<p>el fogón, agregamos azúcar hasta que se haga miel, después agregamos el coco raspado y movemos por una hora, añadimos canela, clavo de olor y dejamos enfriar.</p>	
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado</li> <li>➤ Pedestal</li> <li>➤ Impresiones blanco y negro adhesive</li> <li>➤ Paila de bronce</li> <li>➤ Palo</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniqui modelado \$150,00</li> <li>➤ Pedestal \$25,00</li> <li>➤ Impresiones b/n \$10,00</li> <li>➤ Paila de bronce \$180,00</li> <li>➤ Palo \$25,00</li> </ul>
<p><b>Mantenimiento:</b> 6 meses.</p>	<p><b>Observaciones:</b></p>
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.</p>	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## SALA 2. EMPACADO DE LAS COCADAS

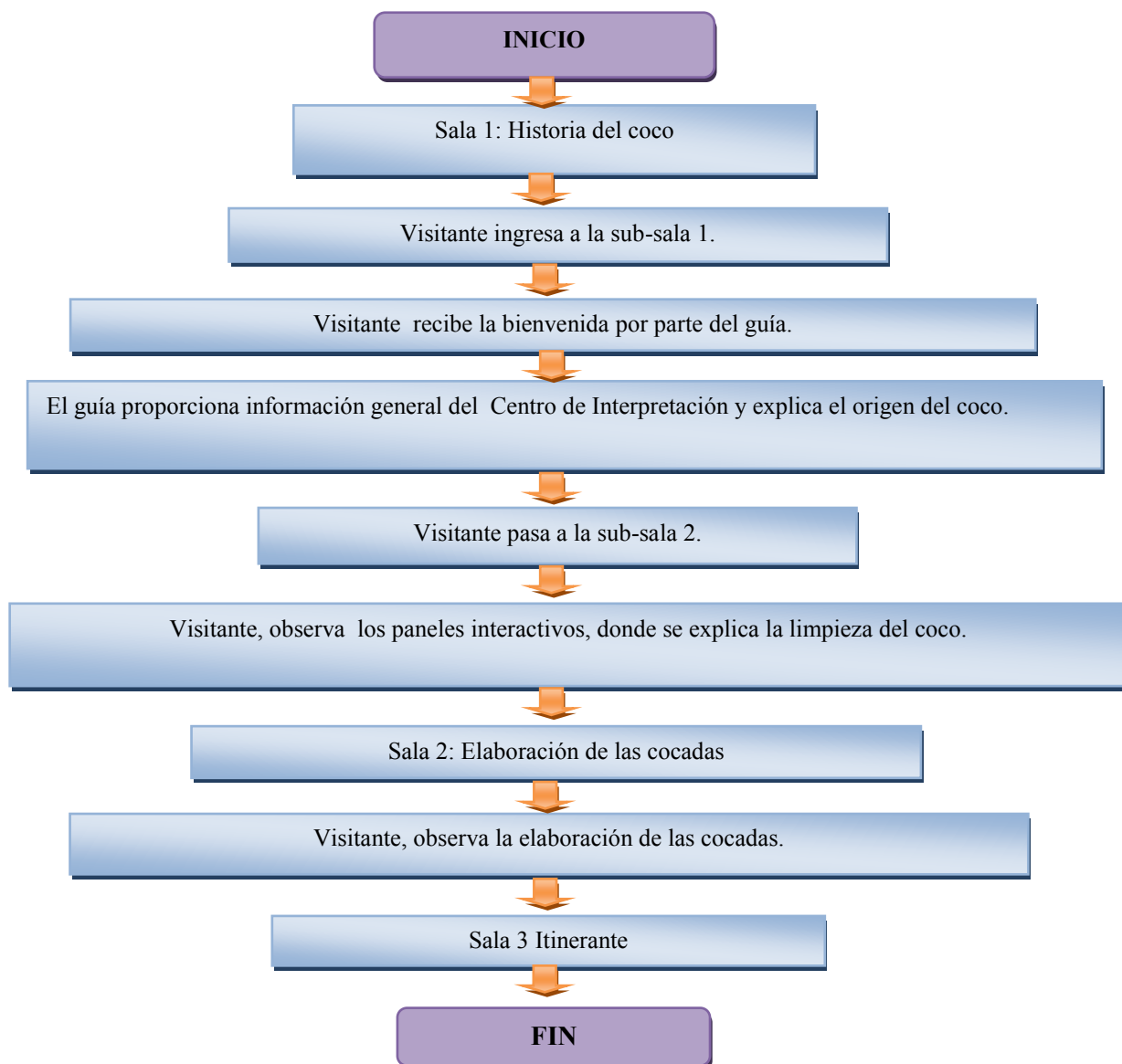
<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Diorama del empacado de la cocada	<b>Ficha 09</b>
<b>Función</b> Dar a conocer a los turistas el empacado de la cocada	<b>Ubicación:</b> 1,50m del cuarto maniquí de la sala de exhibiciones
<b>Tema:</b> Empacado	
	
<b>Leyenda:</b> Cuando ya está terminada la cocada esperamos que enfríen un poco y luego procedemos a realizar las bolitas de cocada para ser empacadas en fundas o fuentes	<b>Dimensiones:</b> El maniquí tendrá 1,70m de alto x 0,50m de ancho. La mesa tendrá 0,80cm de alto x 0,40cm ancho
<b>Materiales / Requerimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniquí modelado</li> <li>➤ Pedestal</li> <li>➤ Impresiones blanco y negro adhesivo</li> <li>➤ Plásticos</li> <li>➤ Mesa</li> <li>➤ Silla</li> </ul>	<b>Costos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maniquí modelado \$150,00</li> <li>➤ Pedestal \$25,00</li> <li>➤ Impresiones b/n \$10,00</li> <li>➤ Plásticos \$20,00</li> <li>➤ Mesa \$6,00</li> <li>➤ Silla \$15,00</li> </ul>
<b>Mantenimiento:</b> Seis meses.	<b>Observaciones:</b>
<b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## DEFINICIÓN DEL PROCESO INTERPRETATIVO

### a. Flujograma del proceso interpretativo

A continuación se define de manera gráfica y ordenada los procesos productivos para los futuros clientes:



**Gráfico N° 18** Flujograma para la guianza  
**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.14 REQUERIMIENTO DE INSTALACIÓN PARA EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN

El centro de interpretación estará dividido en las siguientes salas:

La primera sala historia del coco está distribuida en 2 sub-salas en las cuales se interpretarán los siguientes temas: Origen del coco, el proceso de la limpieza del coco; en la segunda la elaboración de las cocadas; la tercera sala es itinerante que se cambia cada seis meses donde se exhibirá la gastronomía y artesanías.

#### 3.14.1 EQUIPAMIENTO DE LOS MEDIOS INTERPRETATIVOS PARA EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN

CUADRO N° 10

Tipo	Cantidad	Precio total
<b>Muebles y enseres</b>		
Panel interpretativo e interactivo	1	\$881,00
Panel de exhibición	1	\$123,00
Exhibición de pared	1	\$ 155,00
Panel interpretativo	1	\$ 175,00
Diorama de la elaboración del coco	4	\$ 1.218,00
Exhibición de pared interactiva	1	\$ 210,00
Panel interpretativo	1	\$ 175,00
Exhibición de pared	1	\$ 155,00
Panel interpretativo móvil de cuatro niveles	1	\$ 255,00
Panel armable	1	\$ 335,00
Exhibición de pared	1	\$ 175,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.857,00</b>

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.14.2 EQUIPAMIENTO PARA EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN.

A continuación se detalla los materiales y equipos necesarios para el bar-cafetería.

#### a) Equipamiento para el área del bar-cafetería.

CUADRO N° 11

Ítem	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Muebles y enseres</b>			<b>568,00</b>
Mesas de madera	4	50,00	200,00
Sillas	16	8,00	128,00
Taburetes	4	10,00	40,00
Estanterías	1	200,00	200,00
<b>Menaje</b>			<b>96,00</b>
Mantelería	8	12,00	96,00
<b>TOTAL</b>			<b>664,00</b>

**Fuente:** Investigación primaria.

**Elaboración:** Evelyn Estrada

#### **Análisis:**

De acuerdo al cuadro del equipamiento para el área del bar-cafetería, se necesitara 4 mesas de madera, 16 sillas, 4 taburetes y 1 estanterías para colocar los productos, 8 manteles para la decoración de las mesas para brindar un servicio de calidad a los turistas

### 3.14.3 EQUIPAMIENTO PARA EL ÁREA DE COCINA

CUADRO N° 12

Ítem	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Equipos</b>			<b>1495</b>
Cocina industrial	1	300,00	300,00
Tanque de gas	2	50,00	100,00
Refrigerador	1	650,00	650,00
Microondas	1	150,00	150,00
Licuadaora	1	75,00	75,00
Extractor de jugo	1	80,00	80,00
Extintor	2	70,00	140,00
<b>Menaje – Utensilios</b>			<b>462,50</b>
Juego de Ollas	1	140,00	140,00
Juego de sartenes	1	65,00	65,00
Juego de cuchillos	1	20,00	20,00
Tabla para picar	1	2,50	2,50
Juego de cedazos	1	6,00	6,00
Juego de baldes	1	25,00	25,00
Cestos para frutas	1	5,00	5,00
Recipiente para especias	5	1,00	5,00
Recipientes para sal /azúcar	2	8,00	16,00
Charoles	3	8,00	24,00
Cucharones de madera	2	2,00	4,00
Jarra jugos	2	3,00	6,00
Docena de plato base	2	12,00	24,00
Docena de platos/café	2	15,00	30,00
Docena de cucharitas	3	10,00	30,00
Docena de vasos de jugo	3	12,00	36,00
Saleros	6	2,00	12,00
Servilleteros	6	2,00	12,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.957,50</b>

**Fuente:** Investigación primaria.

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.14.4 EQUIPAMIENTO PARA EL ÁREA COMERCIAL

CUADRO N° 13

Ítem	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Equipos de oficina</b>			<b>258,00</b>
Teléfono	1	60,00	60,00
Fax	1	170,00	170,00
Calculadora / Sumadora	1	28,00	28,00
<b>Equipos de computación</b>			<b>880,00</b>
Computadora	1	800,00	800,00
Impresora	1	80,00	80,00
<b>Muebles y enseres</b>			<b>1.300,00</b>
Counter de recepción	1	350,00	350,00
Silla giratoria	2	50,00	100,00
Archivador	1	150,00	150,00
Juego de sala	1	520,00	520,00
Decoraciones	1	60,00	60,00
Útiles de oficina	1	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.438,00</b>

**Fuente:** Información primaria.

**Elaboración:** Evelyn Estrada Vásquez.

### 3.14.5 REQUERIMIENTO DE INSUMOS PARA EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN

CUADRO N° 15

Insumos	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Servilletas	1	1,50	1,50
Sorbetes	1	1,80	1,70
Palillos	1	0,80	0,80
Carta menú	16	2,00	32,00
<b>TOTAL</b>			<b>36,00</b>

**Fuente:** Investigación primaria.

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.14.6 REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA PARA EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN

Para el requerimiento de la materia prima para el área de alimentación, nuestro proveedor directo de las cocadas blancas, negras y el manjar de cocada serán los cocaderos del barrio Isla Piedad llamados chacareros de esta manera vinculamos a la comunidad con el centro de interpretación del coco dándole trabajo a la comunidad.

CUADRO N° 16

Producto	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cocada negra	Ciento	100	0,20	20,00
Cocada blanca	Ciento	100	0,50	50,00
Cocada de manjar	½ Ciento	50	1,00	50,00
Coco	Unidad	30	1,00	30,00
Azúcar	Libras	50	0,50	25,00
Pan	Paquete	3	1,10	3,30
Queso	Libra	1	2,20	2,20
Jamón	Libra	1	2,30	2,30
Mantequilla	Libra	1	1,23	1,43
<b>TOTAL</b>				<b>184,23</b>

**Fuente:** Investigación primaria.

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.14.7 SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO N° 17

Rubro	Proveedor	Cantidad Kwh/m <sup>3</sup> /min	Costo por Kwh/m <sup>3</sup> /min	Costo mensual	Costo anual
Luz	CNEL	1000	0,15	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Agua	EAPA SAN MATEO	100	0,07	\$ 7,00	\$ 84,00
Teléfono	CNT	300	0,06	\$ 18,00	\$ 216,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 175,00</b>	<b>\$ 2.100,00</b>

**Fuente:** Investigación primaria

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.14.8 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO Y REMUNERACIÓN ECONÓMICA.

A continuación se detalla el personal que laborará directamente en el centro de interpretación con sus respectivos salarios con los beneficios de ley.

**CUADRO N° 18**

BENEFICIOS DE LEY								
CARGO	#	SALARIO MENSUAL	SALARIO TOTAL	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE AL IESS	REMUNERACIÓN
				Isbu <sup>14</sup>		9,35%	11,15%	ANUAL TOTAL
Administrador/a	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 897,60	\$ 1.070,40	\$ 11.986,00
Contador/a	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 673,20	\$ 802,80	\$ 9.094,00
Técnico en Marketing y ventas	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 673,20	\$ 802,80	\$ 9.094,00
Guía	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 504,90	\$ 602,10	\$ 6.925,00
Cocinero/a	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 356,80	\$ 425,48	\$ 5.016,28
Conserje	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 356,80	\$ 425,48	\$ 5.016,28
Guardia de seguridad	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 100,00	\$ 356,80	\$ 425,48	\$ 5.016,28
<b>TOTAL ANUAL</b>								<b>\$ 52.147,84</b>

**Fuente:** Investigación secundaria, Salarios Mínimos Sectoriales, Ministerio de Relaciones Laborales.

**Elaboración:** Evelyn Estrada

**Análisis.** Este cuadro indica la remuneración de cada uno de los empleados a contratarse durante el primer año de vida de constitución de la empresa con los que contara el proyecto, reflejando los rubros a pagarse tanto mensual como anual.

### 3.15 VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

#### INVERSIONES DEL PROYECTO

A continuación se detallan todos los aspectos necesarios para la inversión del proyecto, los cuales determinaron la factibilidad del mismo, partiendo de la inversión inicial.

CUADRO N° 19

RUBROS	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL INVERSIÓN
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>191.478,00</b>	<b>191.478,00</b>
Terreno	62.000,00	62.000,00
Edificaciones y construcciones	122.400,00	122.400,00
Maquinaria y equipo	1.753,00	1.753,00
Equipo de computación	600,00	600,00
Muebles y enseres	4.725,00	4.725,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>19.000,00</b>	<b>19.000,00</b>
Gastos funcionamiento	2.000,00	
Gastos de instalación	1.000,00	
Gastos de promoción	6.000,00	
Intereses durante la construcción	10.000,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>9.600,16</b>	<b>9.600,16</b>
Materia prima (víveres-otros)	456,16	
Mano de obra directa	1.536,00	
Mano de obra indirecta	5.272,00	
Materiales de oficina	240,00	
Materiales de aseo	96,00	
Contingencia	2.000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>220.078,16</b>	<b>220.078,16</b>

**Elaboración:** Evelyn Estrada

El capital de trabajo se calculó para los 2 meses del proyecto

### 3.15.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

CUADRO N° 20

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		REC. PROP.	BANCO
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>191.478,00</b>	<b>91.478,00</b>	<b>100.000,00</b>
Terreno	62.000,00	62.000,00	
Edificaciones y construcciones	122.400,00	22.400,00	100.000,00
Máquinas y equipos	1.753,00	1.753,00	
Equipo de computación	600,00	600,00	
Muebles y enseres	4.725,00	4.725,00	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>19.000,00</b>	<b>19.000,00</b>	<b>0,00</b>
Gastos de constitución	2.000,00	2.000,00	
Gastos de instalación	1.000,00	1.000,00	
Gastos de promoción	6.000,00	6.000,00	
Intereses durante la construcción	10.000,00	10.000,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>9.600,16</b>	<b>9.600,16</b>	<b>0,00</b>
Materia prima (víveres-otros)	456,16	456,16	
Mano de obra directa	1.536,00	1.536,00	
Mano de obra indirecta	5.272,00	5.272,00	
Materiales de oficina	240,00	240,00	
Materiales de aseo	96,00	96,00	
Contingencias	2.000,00	2.000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>220.078,16</b>	<b>120.078,16</b>	<b>100.000,00</b>

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.15.2 CLASIFICACIONES DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 21

<b>INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	62.000,00
Edificaciones y construcciones	122.400,00
Máquinas y equipos	1.753,00
Equipo de computación	600,00
Muebles y enseres	4.725,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>191.478,00</b>
<b>INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de funcionamiento	2.000,00
Gastos de instalación y seguridad	1.000,00
Gastos de promoción	6.000,00
Intereses durante la construcción	10.000,00
<b>TOTAL CARGOS DIFERIDOS</b>	<b>19.000,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Materia prima (víveres-otros)	456,16
Mano de obra directa	1.536,00
Mano de obra indirecta	5.272,00
Útiles de oficina	240,00
Útiles de aseo	96,00
Contingencias	2.000,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>9.600,16</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
ACTIVOS FIJOS	<b>191478,00</b>
ACTIVOS DIFERIDOS	<b>19.000,00</b>
CAPITAL DE TRABAJO	<b>9.600,16</b>
<b>TOTAL</b>	<b>220.078,16</b>

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.15.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El proyecto será financiado con un préstamo que se lo va hacer con el programa del Ministerio de Turismo de “Negocios Turísticos Productivos” con el Banco Nacional de Fomento; el cual facilita un crédito desde \$ 7.001 hasta \$ 300.000 con un plazo de pago máximo en 5 años y a una tasa de interés del 10%, con la participación de dos socios que aportaran con el proyecto.

CUADRO N° 22

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
<b>PRÉSTAMO</b>	100.000,00
APORTACIÓN SOCIO A	60.039,08
APORTACIÓN SOCIO B	60.039,08
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>220.078,16</b>
<b>TOTAL APORTE DE LOS SOCIOS</b>	120.078,16

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.15.4 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

CUADRO N° 23

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPR. ANUAL	VALOR SALVAMEN.	VALOR DEPRECIA.	% DEPR.	DURACIÓN DEL PROY.	AÑOS POR LEY
Construcciones y edificaciones	122.360,02	6.118,001	91.770,02	30.590,01	25	5	20
Maquinaria y equipos	1.753,00	175,10	876,50	876,50	50	5	10
Muebles y enseres	4.725,00	472,50	2.362,50	2.362,50	5	50	10
Equipos de computación	600,00	200,00	0,00	600,00	100	5	3
<b>TOTAL</b>		<b>6.965,80</b>	<b>95.009,02</b>	<b>34.429,005</b>			

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.15.5 AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N° 24

DIFERIDO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TOTAL</b>	<b>19.000,00</b>	<b>3.800,00</b>	<b>3.800,00</b>	<b>3.800,00</b>	<b>3.800,00</b>	<b>3.800,00</b>
Gastos de funcionamiento	2.000,00					
Gastos de instalación y seguridad	1.000,00					
Gastos de promoción	6.000,00					
Intereses durante la construcción	10.000,00					

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.15.6 CÁLCULO DEL PAGO DE LA DEUDA O AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- Prestamo: 100.000
- Plazo: 5 años
- Capitalizable anualmente
- Interés: 10%

CUADRO N° 25

PERIODO	CAPITAL PRESTADO	INTERÉS	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	100.000,00	10.000,00	20.000,00	30.000,00	80.000,00
2	80.000,00	8.000,00	20.000,00	28.000,00	60.000,00
3	60.000,00	6.000,00	20.000,00	26.000,00	40.000,00
4	40.000,00	4.000,00	20.000,00	24.000,00	20.000,00
5	20.000,00	2.000,00	20.000,00	22000,00	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>30.000,00</b>	<b>100.000,00</b>	<b>130.000,00</b>	

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.15.7 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

CUADRO N° 26

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>1. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia prima	1.368,48	1.450,59	1.537,62	1.629,88	1.727,67
Mano de obra directa	6.600,00	6.996,00	7.415,76	7.860,71	8.332,35
Mano de obra indirecta	15.600,00	16.536,00	17.528,16	18.579,85	19.694,64
Depreciación de edificación y const.	6.118,00	6.118,00	6.118,00	6.118,00	6.118,00
Útiles de aseo	288,00	305,28	323,60	343,01	363,59
	<b>29.974,48</b>	<b>31.405,87</b>	<b>32.923,14</b>	<b>34.531,45</b>	<b>36.236,26</b>
<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
Sueldos y salarios	12.000,00	12.720,00	13.483,20	14.292,19	15.149,72
Servicios básicos	2.100,00	2.226,00	2.359,56	2.501,13	2.651,20
Gastos de funcionamiento	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Depreciación muebles y enseres	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50
Depreciación de maquinaria y equipo	175,30	175,30	175,30	175,30	175,30
Depreciación de equipos de computación	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Útiles de oficina	120,00	127,20	134,83	142,92	151,50
	<b>17.067,80</b>	<b>17.921,00</b>	<b>18.690,56</b>	<b>19.641,13</b>	<b>20.648,73</b>
<b>3. COSTOS DE VENTAS</b>					
Gastos de promoción	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>
<b>4. COSTOS FINANCIEROS</b>					
Interés bancario	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00	0,00
	<b>8.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61.042,28</b>	<b>61.326,87</b>	<b>61.613,70</b>	<b>62.172,58</b>	<b>62.884,98</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.16 ESTRUCTURA DE INGRESOS

#### a. Ingreso por venta de entradas

Para la estructura de los ingresos se procedió a realizar el siguiente cálculo: el total de la demanda objetiva por el costo de la entrada al centro de interpretación del Coco es de 3,00 dólares para turistas nacionales y 5,00 dólares para turistas extranjeros.

CUADRO N° 27

Años	Demanda Objetivo	Precio Nacionales	Subtotal
2013	5333	3.00	16000
2014	5653	3.00	16960
2015	5993	3.00	17978
2016	6352	3.00	19056
2017	6733	3.00	20200
<b>TOTAL</b>			<b>90194</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

CUADRO N° 28

Años	Demanda Objetivo	Precio Extranjeros	Subtotal
2013	5333	5,00	26667
2014	5653	5,00	28267
2015	5993	5,00	29963
2016	6352	5,00	31761
2017	6733	5,00	33666
<b>TOTAL</b>			<b>153640</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

**b. Ingreso por venta de artesanías por los turistas nacionales y extranjeros**

Las proyecciones de los ingresos por ventas de artesanías se realizaron considerando que todos los visitantes que ingresan al centro de interpretación del coco adquieran souvenirs, con un promedio de venta de 5,00 dólares por persona.

**CUADRO N° 29**

<b>Años</b>	<b>Demanda Objetivo</b>	<b>Ventas de artesanías</b>	<b>Total</b>
2013	5333	5,00	26667
2014	5653	5,00	28267
2015	5993	5,00	29963
2016	6352	5,00	31761
2017	6733	5,00	33666

**Elaboración:** Evelyn Estrada

**c. Ingreso por venta de alimentación por los turistas nacionales y extranjeros**

Las proyecciones de los ingresos por venta de alimentación se realizaron considerando que todos los visitantes que ingresan al centro de interpretación del coco consuman alimentos, con un promedio de venta de 10,00 dólares por personas

**CUADRO N° 30**

<b>Años</b>	<b>Demanda Objetivo</b>	<b>Compra alimentación</b>	<b>Total</b>
2013	5333	10,00	53334
2014	5653	10,00	56534
2015	5993	10,00	59926
2016	6352	10,00	63521
2017	6733	10,00	67333
<b>TOTAL</b>			<b>300647</b>

**Elaboración:** Evelyn Estrada

#### d. Resumen de ingresos

CUADRO N° 31

RESUMEN DE INGRESOS					
Ingresos	Años				
	1	2	3	4	5
Entradas	42.667	45.227	47.941	50.817	53.866
Venta de artesanías	26.667	28.267	29.963	31.761	33.666
Alimentación	53.334	56.534	59.926	63.521	67.333
<b>Total de ingresos</b>	<b>122.667</b>	<b>130.028</b>	<b>137.829</b>	<b>146.099</b>	<b>154.865</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.16.1 ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS

CUADRO N° 32

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	122.667.48	130.027.53	137.829.18	146.098.93	154.864.87
Terreno					62.000.00
- Costos de producción	29.974.48	31.405.87	32.923.14	34.531.45	36.236.26
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>92.693.00</b>	<b>98.621.66</b>	<b>104.906.04</b>	<b>111.567.48</b>	<b>180.628.61</b>
-Costos de administración	17.067.80	17.921.00	18.690.56	19.641.13	20.648.73
-Costos de ventas	6.000.00	6.000.00	6.000.00	6.000.00	6.000.00
<b>Utilidad operativa</b>	<b>69.625.20</b>	<b>74.700.66</b>	<b>80.215.48</b>	<b>85.926.36</b>	<b>153.979.89</b>
-Costo financiero	8.000.00	6.000.00	4.000.00	2.000.00	0.00
<b>Utilidad neta antes de rep de utilidades</b>	<b>61.625.20</b>	<b>68.700.66</b>	<b>76.215.48</b>	<b>83.926.36</b>	<b>153.979.89</b>
- Reparto de utilidades 15%	9.243.78	10.305.10	11.432.32	12.588.95	23.096.98
<b>Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>52.381.42</b>	<b>58.395.56</b>	<b>64.783.16</b>	<b>71.337.40</b>	<b>130.882.90</b>
Impuestos 25%	13.095.36	14.598.89	16.195.79	17.834.35	32.720.73
<b>Utilidad neta</b>	<b>39.286.07</b>	<b>43.796.67</b>	<b>48.587.37</b>	<b>53.503.05</b>	<b>98.162.18</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.16.2 CÁLCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

CUADRO N°33

	RUBROS	0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		122667.48	130027.53	137829.18	146098.93	154864.87
+	VALOR SALVAMENTO						95009.02
-	COSTO DE. PRODUCCIÓN		29974.48	31405.87	32923.14	34531.45	36236.26
-	COSTOS. ADMINISTRATIVO		17067.80	17921.00	18690.56	19641.13	20648.73
-	COSTOS VENTAS		6000.00	6000.00	6000.00	6000.00	6000.00
-	COSTOS FINANCIEROS		8000.00	6000.00	4000.00	2000.00	0.00
-	AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS .(5 AÑOS)		3800.00	3800.00	3800.00	3800.00	3800.00
=	UTILIDAD ANTES DE REPARTO DE UTILIDADES E IMPUESTOS		57825.20	64900.66	72415.48	80126.36	186988.90
-	REPARTO UTILIDADES		9243.78	10305.10	11432.32	12588.95	23096.98
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		48581.42	54595.56	60983.16	67537.40	163891.92
-	IMPUESTO		13095.355	14598.891	16195.790	17834.351	32720.726
=	UTILIDAD NETA		35486.07	39996.67	44787.37	49703.05	131171.19
+	DEPRECIACIONES		6965.80	6965.80	6965.80	6965.80	6965.80
+	AMORT. ACT. NOMINAL		3800.00	3800.00	3800.00	3800.00	3800.00
-	INVERSIÓN EN MAQ. Y EQ.	1753.00					

-	INV. TERRENO Y OBRA FISICA	184400.00					
-	INVERSIÓN OTROS (muebles y enseres y equipo de computación)	12241.00					
-	INV. ACT. NOMINAL	19000.00					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO		9600.16				
+	RECUP. CAPITAL TRABAJO						9600.16
+	PRÉSTAMO	100000.00					
-	AMORT. PRÉSTAMO		20000.00	20000.00	20000.00	20000.00	20000.00
	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-117394.00</b>	<b>26251.87</b>	<b>30762.47</b>	<b>35553.17</b>	<b>40468.85</b>	<b>131537.15</b>

**Fuente:** Información secundaria.

**Elaboración:** Evelyn Estrada

### 3.16.3 BALANCE GENERAL

CUADRO N° 34

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (capital de trabajo)	9.600,16	47.652,03	40.928,43	34.484,93	28.166,41	61.591,34
Activo fijo	191.478,00	191.478,00	191.478,00	191.478,00	191.478,00	191.478,00
- Depreciación acumulada		- 6.965,80	- 13.931,6	- 20.897,40	- 27.863,2	- 34.829
Activo diferi (valor anual de amortización)	19.000,00	15.200,00	11.400,00	7.600,00	3.800,00	0,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>220.078,16</b>	<b>247.364,23</b>	<b>229.874,83</b>	<b>212.665,53</b>	<b>195.581,21</b>	<b>218.240,34</b>
Pasivo corriente (intereses)	0,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00	0,00
Pasivo Largo plazo (préstamo)	100.000,00	80.000,00	60.000,00	40.000,00	20.000,00	0,00
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>100.000,00</b>	<b>88.000,00</b>	<b>66.000,00</b>	<b>44.000,00</b>	<b>22.000,00</b>	<b>0,00</b>
Patrimonio	120.078,16	120.078,16	120.078,16	120.078,16	120.078,16	120.078,16
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		39286,07	43796,67	48587,37	53503,05	98162,18
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>120.078,16</b>	<b>159.364,23</b>	<b>163.874,83</b>	<b>168.665,53</b>	<b>173.581,21</b>	<b>218.240,34</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>220.078,16</b>	<b>247.364,23</b>	<b>229.874,83</b>	<b>212.665,53</b>	<b>195.581,21</b>	<b>218.240,34</b>

Fuente: Información secundaria.

Elaboración: Evelyn Estrada

Activo corriente= Total de pasivo + Patrimonio - Activo fijo + Depreciación – Activos diferidos

### 3.16.4 COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

CUADRO N° 35

RUBROS	1			2			3			4			5		
	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT
Mano de obra directa	0.00	6600.00	6600.00	0.00	6996.00	6996.00	0.00	7415.76	7415.76	0.00	7860.71	7860.71	0.00	8332.35	8332.35
Mano de obra indirecta	0.00	15600.00	15600.00	0.00	16536.00	16536.00	0.00	17528.16	17528.16	0.00	18579.85	18579.85	0.00	19694.64	19694.64
Deprec de construc. y edificio	0.00	6118.00	6118.00	0.00	6118.00	6118.00	0.00	6118.00	6118.00	0.00	6118.00	6118.00	0.00	6118.00	6118.00
Útiles de aseo	288.00	0.00	288.00	305.28	0.00	305.28	323.60	0.00	323.60	343.01	0.00	343.01	363.59	0.00	363.59
Materia prima	1368.48	0.00	1368.48	1450.59	0.00	1450.59	1537.62	0.00	1537.62	1629.88	0.00	1629.88	1727.67	0.00	1727.67
<b>TOTAL</b>	<b>1656.48</b>	<b>28318.00</b>	<b>29974.48</b>	<b>1755.87</b>	<b>29650.00</b>	<b>31405.87</b>	<b>1861.22</b>	<b>31061.92</b>	<b>32923.14</b>	<b>1972.89</b>	<b>32558.56</b>	<b>34531.45</b>	<b>2091.27</b>	<b>34144.99</b>	<b>36236.26</b>
<b>COSTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>
Sueldos y salarios	0.00	12000.00	12000.00	0.00	12720.00	12720.00	0.00	13483.20	13483.20	0.00	14292.19	14292.19	0.00	15149.72	15149.72
Servicios básicos	2100.00	0.00	2100.00	2226.00	0.00	2226.00	2359.56	0.00	2359.56	2501.13	0.00	2501.13	2651.20	0.00	2651.20
Útiles de oficina	120.00		120.00	127,20		127,20	134,83		134,83	142,92		142,92	151,50		151,50
Gastos de constitución	0.00	2000.00	2000.00	0.00	2000.00	2000.00	0.00	3000.00	3000.00	0.00	3000.00	3000.00	0.00	3000.00	3000.00
Dep muebles y enseres	0.00	472.50	472.50	0.00	472.50	472.50	0.00	472.50	472.50	0.00	472.50	472.50	0.00	472.50	472.50
Dep maquinaria y equipos		175.3	175.3		175.3	175.3		175.3	175.3		175.3	175.3		175.3	175.3
Dep equipos de computación	0.00	200.00	200.00	0.00	200.00	200.00	0.00	200.00	200.00	0.00	200.00	200.00	0.00	200.00	200.00
<b>TOTAL</b>	<b>2220.00</b>	<b>14847.80</b>	<b>17067.80</b>	<b>2226.00</b>	<b>15567.80</b>	<b>17793.80</b>	<b>2359.56</b>	<b>17331.00</b>	<b>19690.56</b>	<b>2501.13</b>	<b>18139.99</b>	<b>20641.13</b>	<b>2651.20</b>	<b>18997.52</b>	<b>21648.73</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>
Propaganda	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00
<b>TOTAL</b>	<b>0.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6000.00</b>	<b>6000.00</b>
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>	<b>CV</b>	<b>CF</b>	<b>CT</b>
Intereses bancarios	0.00	8.000,00	8.000,00	0,00	6.000,00	6.000,00	0,00	4.000,00	4.000,00	0,00	2.000,00	2.000,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>0,00</b>	<b>8.000,00</b>	<b>8.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTALES</b>	<b>3876.48</b>	<b>57165.80</b>	<b>61042.28</b>	<b>3981.87</b>	<b>57217.80</b>	<b>61199.67</b>	<b>4220.78</b>	<b>58392.92</b>	<b>62613.70</b>	<b>4474.03</b>	<b>58698.55</b>	<b>63172.58</b>	<b>4742.47</b>	<b>59142.51</b>	<b>63884.98</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.16.5 RESUMEN COSTOS Y GASTOS

CUADRO N° 36

RUBROS	AÑOS														
	2013			2014			2015			2016			2017		
	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT
1. Costos de producción	1656.48	28318.00	29974.48	1755.87	29650.00	31405.87	1861.22	31061.92	32923.14	1972.89	32558.56	34531.45	2091.27	34144.99	36236.26
2. Costos administ.	2220.00	14847.80	17067.80	2226.00	15567.80	17793.80	2359.56	17331.00	19690.56	2501.13	18139.99	20641.13	2651.20	18997.52	21648.73
3. Costos de ventas	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00	0.00	6000.00	6000.00
4. Costos financieros	0,00	8.000,00	8.000,00	0,00	6.000,00	6.000,00	0,00	4.000,00	4.000,00	0,00	2.000,00	2.000,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>3876.48</b>	<b>57165.80</b>	<b>61042.28</b>	<b>3981.87</b>	<b>57217.80</b>	<b>61199.67</b>	<b>4220.78</b>	<b>58392.92</b>	<b>62613.70</b>	<b>4474.03</b>	<b>58698.55</b>	<b>63172.58</b>	<b>4742.47</b>	<b>59142.51</b>	<b>63884.98</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.16.6 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO N° 37

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos totales	57165.80	57217.80	58392.92	58698.55	59142.51
Costos variables totales	3876.48	3981.87	4220.78	4474.03	4742.47
Unidades a producir (personas)	5333.37	5653.37	5992.57	6352.13	6733.26
Precio de mercado	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
CVU= Costo variable unitario.	1.38	1.42	1.42	1.42	1.42
QE = Punto de equilibrio para las unidades a producir	<b>15773.48</b>	<b>15981.64</b>	<b>16309.86</b>	<b>16395.23</b>	<b>16519.23</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.16.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

CUADRO N° 38

<b>VAN</b>	<b>\$ 11.782,89</b>
<b>TIR</b>	<b>8%</b>
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>	<b>4.47</b>
<b>RELACIÓN COSTO/BENEFICIO</b>	<b>\$ 1,20</b>

Elaboración: Evelyn Estrada

### 3.16.8 ANÁLISIS FINANCIERO

El valor actual neto se calculó con la tasa pasiva del 6%, obteniendo un VAN positivo de \$11.782,89; cual es favorable puesto que se genera ganancias. La tasa interna de retorno es del 8% en relación con el 6% que es la tasa pasiva de los bancos, es decir, que si se invierte en el proyecto tendríamos ganancias. Se determinó que el período en el cual se recuperará el capital invertido en el proyecto será 4 años y 47 días. La relación costo/beneficio es \$1,20 centavos, es decir que por cada dólar que se invierta en el proyecto se tendrá como beneficio \$1,20 centavos.

### 3.17 ANÁLISIS DE IMPACTOS

El presente proyecto investigativo, se realizó un análisis de los impactos que se generarían inicialmente los ambientes que se encuentran directa o indirectamente relacionados con el proyecto, se realizó una matriz de impactos con indicadores de alto a bajo ya sea positivo o negativo con sus respectivas valoraciones, luego se realiza la sumatoria total de los niveles de impacto que será dividida para el número de indicadores y que permitirá determinar el nivel de impacto promedio en cada área o ámbito.

CUADRO N° 39

<b>Niveles de Impacto</b>	<b>Interpretación</b>
<b>-3</b>	<b>Alto Negativo</b>
<b>-2</b>	<b>Medio Negativo</b>
<b>-1</b>	<b>Bajo Negativo</b>
<b>0</b>	<b>No Hay Impacto</b>
<b>1</b>	<b>Bajo Positivo</b>
<b>2</b>	<b>Medio Positivo</b>
<b>3</b>	<b>Alto Positivo</b>

Los resultados de la investigación se desarrollaron de la siguiente manera, mediante una operación matemática en la que se aplica una división a la suma de los niveles de impacto, aplicada en cada indicador por el número de los mismos.

➤ **Impacto socio-cultural**

**La creación del centro de interpretación del proceso tradicional de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña**, va a tener un impacto alto positivo ya que favorecerá a la comunidad Esmeraldeña al crear fuentes de trabajo y al proveernos de las cocadas y las artesanías típicas, por esta razón es factible la construcción de un centro de interpretación donde se permita conocer el origen del coco, la fabricación tradicional de la cocada, su gastronomía y artesanías. La elaboración tradicional de la cocada, en la parte cultural va a permitir que los turistas tanto nacionales como extranjeros conozcan la expresión cultural la provincia de esmeraldas, a través de este producto que es parte de la gastronomía esmeraldeña, también podrán observar, el proceso de la realización de las cocadas y todo lo que se puede elaborar con el coco, ya que este es un producto muy versátil, y a un más fortalecer el conocimiento cultural de la provincia de Esmeraldas.

**CUADRO N° 40**

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTOS							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Aumento de turismo								2
Fuentes de trabajo								3
Educación								3
Identidad								3
Intercambio cultural								3
<b>TOTAL</b>						2	12	14
<p>Nivel de Impacto Cultural = <math display="block">\frac{\text{SUMATORIA ( } \square \text{ )}}{\text{Número de Indicadores}}</math></p> <p>Nivel de Impacto Cultural = <math display="block">\frac{14}{5}</math></p> <p>Nivel de Impacto Cultural = <b>2,8</b></p>								

➤ **Impacto económico**

Genera un impacto alto positivo ya que promueve el mejoramiento de la economía de las personas involucradas en la compra y venta de cocadas, artesanías y también se pretende su financiamiento con dinero de la banca pública o privada nos permitirá brindar a la ciudadanía esmeraldeña fuentes de trabajo, que les permita a las personas beneficios económicos y brinde un mejor estilo de vida a las familias del cantón y provincia de Esmeraldas.

**CUADRO N° 41**

<b>NIVELES DE IMPACTO</b>		-3	-2	-1	0	1	2	3	□
<b>INDICADOR</b>									
<b>Ingresos financiados</b>									3
<b>Fuentes de Empleo</b>									2
<b>Dinámica en la economía</b>									3
<b>TOTAL</b>							2	6	8
<b>Nivel de Impacto Económico =</b>	$\frac{\text{SUMATORIA ( □ )}}{\text{Número de Indicadores}}$								
<b>Nivel de Impacto Económico=</b>	$\frac{8}{3}$								
<b>Nivel de Impacto Económico=</b>	2,6								
<b>Nivel de Impacto Económico=</b>	<b>Alto Positivo</b>								

➤ **Impacto ambiental**

Promueve el impacto ambiental condiciones de trabajo adecuadas para comprar el producto de las cocadas, este proyecto incentivará la siembra de palma de coco en abundancia, lo cual permitirá al ecosistema beneficios muy importantes, a través de estas plantaciones.

**CUADRO N° 42**

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Condiciones de trabajo								3
Contaminación ambiental controlada								3
Purificación del aire								3
Manejo de Desechos (Orgánicos e Inorgánicos )								3
<b>TOTAL</b>							<b>12</b>	<b>12</b>
Nivel de Impacto Ambiental =	$\frac{\text{SUMATORIA ( } \square \text{ )}}{\text{Número de Indicadores}}$							
Nivel de Impacto Ambiental =	$\frac{12}{4}$							
Nivel de Impacto Ambiental =	3							
Nivel de Impacto Ambiental =	<b>Alto Positivo</b>							

### 3.17.1 IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO

CUADRO N° 43

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
INDICADOR								
Impacto Cultural							3	3
Impacto Económico							3	3
Impacto ambiental							3	3
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>	<b>9</b>
<p><b>Nivel de Impacto Global =</b> <math display="block">\frac{\text{SUMATORIA ( } \square \text{ )}}{\text{Número de Indicadores}}</math></p> <p><b>Nivel de Impacto Global =</b> <math display="block">\frac{9}{3}</math></p> <p><b>Nivel de Impacto Global =</b> <math display="block">3</math></p> <p><b>Nivel de Impacto Global =</b> <b>Alto Positivo</b></p>								

#### Análisis:

En el impacto global que presenta el proyecto, se muestra un impacto alto positivo que el proyecto significa en cuanto al aporte del desarrollo del sector turístico de la provincia de Esmeraldas se refiere, el mismo que promueve una buena alternativa de turismo responsable.

#### ➤ Impacto negativo

Se considera que el impacto negativo al ecosistema de este proyecto es muy mínimo ya que su objetivo es proyectar al individuo en el campo laboral y que se desarrolle en la sociedad, cumpliendo las normas de preservación del medio ambiente y el ecosistema, en beneficio de la provincia de Esmeraldas y el país.

## 4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez concluido el proceso de investigación para la ejecución del proyecto titulado **Creación del centro de interpretación del proceso tradicional de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña** se plantean las siguientes conclusiones y recomendaciones.

### 4.1 CONCLUSIONES

- En el cantón Esmeraldas los jóvenes van perdiendo poco a poco sus costumbres y tradiciones por lo que por medio del Centro de Interpretación del Coco se desea perpetuar el patrimonio cultural de los esmeraldeños.
- El Centro de Interpretación del Coco está enfocado a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Esmeraldas para llenar las expectativas que poseen acerca de la cocada.
- El diseño del Centro de Interpretación del Coco, será de importante aporte para el turismo cultural del cantón Esmeraldas, ya que mediante este se hará conocer más a fondo la tradición ancestral de la cocada e incentivar a que el turista sienta el deseo de quedarse y elija a Esmeraldas como destino turístico.
- Las salas de exhibición del Centro enfocan su interpretación a la cocada, este Centro contara con el personal necesario para su funcionamiento, el personal ira acorde a las dependencias con las que cuente.

## 4.2 RECOMENDACIONES

- En el Ecuador se debería incrementar más proyectos turísticos enfocados en la conservación.
- Entidades como el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Cultura deberían ejecutar las propuestas realizadas por los estudiantes, tomando en cuenta de que ayudará a un mejor desarrollo en estas aéreas como generará mayor empleo para las comunidades locales.
- Es recomendable aprovechar el espacio del Centro de Interpretación para recopilar más información acerca del proceso tradicional de elaboración de cocada e implementar actividades que llamen la atención al visitante.
- La evaluación financiera arrojó un resultado positivo, se recomienda ejecutar el proyecto por medio del cual se demostraras que la cultura es parte fundamental de la identidad del pueblo y por lo tanto relevante para el turismo.

## 5 FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

### 5.1 BIBLIOGRAFÍA

1. **ABRAHAM GUTIÉRREZ M**, metodología y técnica de investigación, tercera edición, quito- ecuador.
2. **AGUILAR, M. (2009)**. Tejiendo la vida. Los sombreros de paja toquilla en el ecuador. Ecuador: centro interamericano de artesanías y artes populares.
3. **ARÉVALO RIVERA, M. (2004)**. Un sistema de turismo para la promoción y difusión de los procesos y la producción de las principales artesanías del estado de Puebla. Tesis licenciatura.
4. **AGUSTÍN REYES PONCE, 1992** administración de empresas, editorial Limusa.
5. **ALMEIDA REYES EDUARDO. 2000**. “culturas prehispánicas del ecuador”, (edufuturo) quito Ecuador.
6. **BAUM, MARCO, 1970** formulación y evaluación de proyectos, finanzas y desarrollo.
7. **CARVAJAL, LIZARDO. 1998** metodología de la investigación científica. Curso general y aplicado. 12º- ed. Cali: F.A.I.D.
8. **CONAMA, 1994** (comisión nacional de medioambiente). Evaluación de impacto ambiental. Chile.
9. Enciclopedia encarta 2008.
10. **GÓMEZ ROQUE. (2012)**. Patrimonio: una mirada integradora. Cátedra de turismo cultural de la UNESCO.
11. **GARCÉS, F.1994**. Diagnóstico.
12. **GRATEROL, MARÍA.1997** proyectos de inversión. Venezuela.
13. **HERNÁNDEZ SAMPIERI**, metodología de la investigación, editorial decisión Explorer, tercera edición, México.

14. **LÓPEZ BARBOSA, 1993**, Fernando. Manual de montaje de exposiciones. Museo nacional de Colombia, instituto colombiano de cultura Bogotá.
15. **LÓPEZ, A. (2009)**. Introducción al estilo apa, 6ta. Ed. Citas, referencias y formato de documentos.
16. **LEIVA ZEA, FRANCISCO 2002** -nociones de metodología de investigación científica-editorial tipoffset Ortiz, quito-ecuador.
17. **MUÑOZ, EDUARDO. 2004**. “guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de negocios relacionados con el turismo”. Espoch Riobamba-ecuador.
18. **MINTUR. 2004**. “metodología para inventarios de atractivos turísticas” 2, 31p.
19. **MÉNDEZ A, CARLOS E**, metodología diseño y desarrollo del proyecto de investigación, editorial nomos s.a., tercera edición, bogotá-colombia.
20. **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT)**. Entender el turismo: glosario básico. NEW YORK, UNIDOS.
21. **RODRÍGUEZ, 2001 FERNANDO**. Estudio técnico (proyecto inversión). México.
22. **RICAUARTE, C.2006**. “marketing turístico” Riobamba-ecuador. 49-69pp
23. Código orgánico de organización territorial, autónoma y descentralizada **COOTAD** artículo 144.
24. **SIERRA, RODRIGO. 1999**. “propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el ecuador continental”. Quito-ecuador
25. **UNESCO, 1980** museología y patrimonio cultural: críticas y perspectivas.

## 5.2 LINKOGRAFICA

1. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/arroyo\\_a\\_l/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/arroyo_a_l/capitulo2.pdf)
2. [http://www. Turismo-cultural-patrimonio-del-ecuador](http://www.Turismo-cultural-patrimonio-del-ecuador) 419507.html
3. <Http://www.culturaenecuador.org/quienes-somos/mision-y-vision.html>.
4. <Http://www.mmrree.gob.ec/afrodescendientes/orgullo.htm>  
<http://www.slideshare.net/eflores/introduccion-apa-6ta-edicion>
5. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldg/arevalo\\_r\\_my/capitulo\\_1.html#](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/arevalo_r_my/capitulo_1.html#)
6. <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>.
7. <http://smeraldastierraverde.jimdo.com/esmeraldas-y-su-gente/esmeraldas-provincia/>
8. <http://www.municipiosmeraldas.gob.ec/portal/index.php/the-news/413-esmeraldas-vivio-los-carnavales-2012>
9. <http://www.eluniverso.com/2012/02/10/1/1447/festival-afro-iman-esmeraldas.html>
10. <http://www.eluniverso.com/2012/02/19/1/1447/festival-afro-premia-marimba-oro.html>
11. <http://culturayturismoesmeraldas.blogspot.com/2011/01/marimba.html>
12. <http://afros.wordpress.com/historia/personajes-afroecuatorianos-historicos/>
13. <http://conacoco.com.mx/comite/documentos/manualcspcoco.pdf>
14. <http://recetaecuatoriana.com/2009/08/cocadas-esmeraldenas/>
15. <http://terraverde4x4.blogspot.com/2010/10/artesantias-esmeraldenas-para-el-mundo.html>
16. <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Esmeraldas.html>
17. <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Esmeraldas.html>
18. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-cocada-quiere-viajar-por-el-mundo-320232.html>
19. [http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec\\_codificacion\\_27\\_ley\\_de\\_patrimonio\\_cultural\\_spaorof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec_codificacion_27_ley_de_patrimonio_cultural_spaorof.pdf)
20. [http://www.infoagro.com/frutas/frutas\\_tropicales/coco.htm](http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/coco.htm)
21. <http://es.wikipedia.org/wiki/Museolog%C3%ADa>
22. <http://es.wikipedia.org/wiki/Museograf%C3%ADa>.

**ANEXOS**

## ANEXO 1

### GLOSARIO

**El diseño museográfico:** “La exposición es un texto, es decir, un mensaje que se expresa en términos visuales. El montaje de una exposición puede, a través de recursos museográficos tales como el color, la disposición de paneles, la iluminación y la escenografía museal, generar un clima que condicione y comunique la muestra”.

El diseño museográfico se refiere específicamente a la exhibición de colecciones, objetos y conocimiento, y tiene como fin la difusión artística - cultural y la comunicación visual. Parte de la elaboración de una propuesta para el montaje de una exposición que interprete la visión que el curador ha plasmado en el guion.

**Museografía:** El diseño museográfico se refiere específicamente a la exhibición de colecciones, objetos y conocimiento, y tiene como fin la difusión artística - cultural y la comunicación visual. Parte de la elaboración de una propuesta para el montaje de una exposición que interprete la visión que el curador ha plasmado en el guion.

**Centro de interpretación:** Es un equipamiento cultural, cuya función principal es la de promover un ambiente para el aprendizaje creativo, buscando revelar al público el significado del legado cultural o histórico de los bienes que expone. Está orientado a cubrir cuatro funciones básicas: investigación, conservación, divulgación y puesta en valor del objeto que lo constituye. Se interpreta para revelar significados. Actividades y destinatarios sus actividades están dirigidas a la población en general, dedicando especial atención a las visitas de grupos organizados. Un centro de interpretación desarrolla un conjunto de actividades de comunicación con el público visitante cuyo objetivo es revelar y explicar el papel y el significado del patrimonio histórico y cultural mediante su interpretación contemporánea, con el fin de aumentar la sensibilización del público y de hacer más eficaz su conservación. Debe disponer, como condición fundamental de funcionamiento, de personal especializado para la realización de los itinerarios didácticos y para la atención al público.

**Turismo cultural:** El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Este artículo argumenta que los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas formas de interpretar la autenticidad y expresan el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda.

**Proyecto turístico:** Un proyecto es la expresión escrita de un “plan” para producir o prestar un bien o un servicio, en este caso en el ámbito turístico. Como tal necesita una planificación previa que enmarcará la puesta en marcha del mismo. Es el primer paso antes de iniciar un emprendimiento.

**Evaluación del potencial turístico:** La evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

**Patrimonio cultural:** Es el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad.

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha llegado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras. El patrimonio cultural se divide en dos tipos, tangible e intangible.

**Evaluación del potencial turístico:** La evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de

desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

**Inventario turístico:** Mintur (2004) manifiesta que el inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Por su parte, Garcés (1994) define: “el inventario de atractivos turísticos es el registro y evaluación de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área geográfica determinada”

**Estudio de mercado:** Es un conjunto compuesto principalmente por dos elementos: la oferta (vendedores) y la demanda (compradores). Ambos se constituyen en dos fuerzas que mueven el mercado.

**Oferta turística:** Oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

**Demanda:** La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo.

**Demanda turística:** La demanda turística es la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el precio, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque: los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio.

**Estudio de mercadotecnia:** Es la capacidad de escoger y combinar los diferentes instrumentos o medios de que dispone la empresa, en función de la información existente y con el fin de conseguir los objetivos establecidos. Está constituido por las variables: producto, precio, distribución y promoción.

**Producto:** Un producto es una serie de atributos conjuntados de forma identificable. Todo producto se designa con un nombre descriptivo (o genérico) que entienda la gente, como entretenimiento.

En el marketing se necesita una definición más amplia para indicar que el público en realidad no está comprando un conjunto de atributos sino más bien beneficios que satisfacen sus necesidades.

El producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que influye entre otras cosas color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor.

**Precio:** Es la cantidad de dinero y/o artículos con la utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se quiere para adquirir un producto.

**Plaza:** La distribución es una parte de la mezcla de marketing que abarca diversos aspectos generales como:

- Estrategias para señalar y operar los canales de distribución.
- El mercado al detalle y las principales instituciones detallistas que intervienen en la distribución y.
- El mercado al mayoreo y las principales instituciones mayoristas que se utilizan en la distribución de los productos terminados.

**Promoción:** La promoción es básicamente un intento de influir en el público. Más exactamente la promoción es el elemento de la mezcla del marketing de una organización que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamientos del receptor o destinatario.

**Estudio técnico:** Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

**Estudio legal administrativo:** Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada. Es decir en esta etapa se definirá como o quien ejecutará el proyecto. Es el tipo de organización que tendrá para su funcionamiento.

**Estudio económico financiero:** En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos.

**Misión:** es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la actividad del negocio.

**Visión:** representación de lo que creemos que el futuro debe ser para nuestra empresa a los ojos de nuestros clientes, trabajadores, proveedores, etc.

**Objetivos:** situación deseada que la empresa intenta lograr.

**Inversión:** incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción.

**Inversión fija:** salida de dinero, que se efectúa en elementos tangibles que no son sujetos de transacciones corrientes o usuales, durante la vida útil del proyecto.

**Capital de trabajo:** monto de recursos económicos que la empresa tiene destinado a cubrir las salidas de dinero necesarias para su operación.

**Costos variables:** son aquellos que aumentan o disminuyen proporcionalmente al volumen de la producción (materia prima).

**Valor actual neto (van):** es el conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial.

**Tasa interna de retorno (tir):** iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

**Costo beneficio (b/c):** es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos.

**Periodo de recuperación (p/r):** estima el tiempo en que tardaría el proyecto en recuperar la inversión inicial, a través de los flujos de cajas esperados por el mismo.

**Depreciación:** disminución del valor de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

**Amortización:** anotación contable que permite imputar el monto de una inversión como gasto durante varios años.

**Punto de equilibrio:** punto en donde el número de unidades producidas y vendidas genera ingresos para cubrir los costos y gastos en que se han incurrido para la producción y venta de la misma.

**Balance general proyectado:** estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

**Flujo de caja proyectado:** estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos futuros.

## ANEXO 2

### Inventario del potencial turístico

Ficha para el levantamiento de información de atractivos culturales INPC

	<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b>	<b>INVENTARIO DE BIENES CULTURALES</b>		<b>A4</b> Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
	<b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO</b>	<b>PATRIMONIO INMATERIAL</b>		<b>CÓDIGO</b> IM 01010100413000002
	<b>DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>			
<b>Provincia</b>	ESMERALDAS	<b>Cantón</b>	ESMERALDAS	
<b>Parroquia</b>	ESMERALDAS	Urbana	Rural	
<b>Localidad</b>	ESMERALDAS			
<b>Coordenadas</b>	X: °39'10 O	Y: 00°58'00 N	<b>Altitud</b>	0-50
<b>FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>				
				
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>				
<b>Denominación</b>		<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
Cocadas- Esmeraldas		<b>D1</b>	Cocadas	
		<b>D2</b>		
<b>Comunidad</b>		<b>Lengua (s)</b>		
		<b>L1</b>	Español	
		<b>L2</b>		
<b>Subámbito</b>		<b>Detalle Subámbito</b>		
Gastronomía		Productos alimenticios artesanales		

### Breve reseña

La cocada ha sentado sus reales en la provincia de Esmeraldas; bien se ve que es la vertiente dulce del coco que compete con la vertiente de sal de los encocaos.

La Cocada negra se hace con azúcar media quemada y derretida. Primero se raspa el coco seco con una concha prieta, que lo deja bien ralladito; luego se pone la paila de bronce al fogón con el azúcar (más o menos se calcula una libra de azúcar por cada coco mediano) que poco a poco se va derritiendo hasta quedar como miel; pero no hay que dejarla quemar mucho porque coge un sabor amargo. Ya con el azúcar hecha miel, ponemos el coco y mezclamos hasta obtener una sola coloración, es decir sin partes de coco blancas; luego ponemos un poco de agua para que ayude a cocinar la mezcla.

Esta mezcla la movemos constantemente con el propósito de que no se pegue en el fondo de la paila. Después de una hora más o menos, le ponemos la canela, el clavo de olor y un poco de leche; seguimos moviendo y cuando toda la masa empieza a hacerse una sola bola, bien guascosa, es porque ya está lista para ser bajada del fogón, momento en el que le ponemos el maní tostado.

Vaciamos la cocada en una mesa, previamente humedecida con agua de coco, en la que vamos aplanándola para posteriormente partirla en los tamaños y las formas que deseemos. Lo que no es recomendable, es poner la cocada en fundas plásticas como lo hacen los vendedores, porque empieza a sudar y se humedece, restándole su exquisito sabor.

La Cocada blanca o Cocadilla se la prepara con azúcar derretida en agua fría. Se derrite el azúcar, se le añade canela y, posteriormente, se pone el coco rallado. Se la pone a cocinar y se la mueve y se la mueve constantemente durante toda la cocción para que no se pegue en la paila; pero hay que tener cuidado porque chutea (salpica) bastante y puede quemar la cara o cualquier parte del cuerpo del que la mueve.

Cuando notamos que ya va a llegar a su punto de cocción, se le pone clavo de olor, pimienta dulce y un poco de leche, y se la sigue moviendo hasta que ya esté en punto, momento en el que debemos bajar la paila, de lo contrario la chocadilla nos queda harinoso. La cocada blanca no lleva maní como la negra.

### VALORACIÓN

#### Importancia para la comunidad

Las cocadas, aparte de ser una actividad productiva y sustento de muchas familias esmeraldeña es también una identidad cultural en Esmeraldas.

#### Sensibilidad al cambio

x	Alta
	Media
	Baja

### INTERLOCUTORES

	Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo
1	Alina	Tonsupa	094151848	Femenino
2	Vinicio Santillán	24 mayo	2461149	Masculino

### ELEMENTOS RELACIONADOS

	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito	Código /Nombre
1	Conocimiento y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Productos alimenticios artesanales	IM010101004130002

### OBSERVACIONES

### DATOS DE REGISTRO

Registrado por:	f)	Revisado por:	f)
	Evelyn Estrada		Ramón Angulo

**Fuente:** Investigación primaria.

**Elaboración:** Evelyn Estrada Vásquez

## ANEXO 3

### MODELO DE ENCUESTA



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE  
ESMERALDAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

La presente encuesta tiene como objetivo elaborar una propuesta para la creación de un centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población esmeraldeña, para promocionarlo a nivel nacional e internacional. Le solicitamos por favor seleccione una opción de cada pregunta y conteste con la mayor seriedad.

#### INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad: ( ) años
2. Género: M ( ) F ( )
3. Lugar de procedencia (Provincia): .....
4. Ocupación: Profesional ( ) Estudiante ( ) Otros ( )
5. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Esmeraldas?
  - a. Una vez por semana
  - b. Cada 15 días
  - c. Una vez por mes
  - d. Feriados
  - e. Vacaciones
  - f. Otros
6. Usted viaja a través de: Agencias u operadoras de viaje.....  
Independiente.....
7. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

Turismo de aventura	( )	Ecoturismo	( )
Turismo cultural	( )	Turismo sol y playa	( )
Turismo comunitario	( )	Convenciones	( )

8. ¿Con quién realiza estas actividades?

Familia ( ) Amigos ( ) Pareja ( ) Otros ( )

9. ¿Cuándo usted viaja, ¿con cuántas personas suele hacerlo?

a. Uno a tres ( )

b. Cuatro a seis ( )

c. Más de siete ( )

10. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente?

a. Radio ( ) b. Prensa ( )

c. Televisión ( ) d. Familiares/Amigos ( )

e. Internet ( ) f. Revistas ( )

g. Centros de información turística ( )

11. ¿Le interesaría conocer cuál es el proceso de la elaboración de la cocada?

a. Si ( )

b. No ( )

12. ¿Le gustaría que se cree un Centro de interpretación del proceso tradicional de la elaboración de las cocadas?

a. Si ( )

b. No ( )

13. ¿Con qué frecuencia visitaría este sitio?

a. Una vez por semana... b. Una vez por mes.....c. De vez en cuando.....

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por el ingreso al centro de interpretación?

a. \$1,00 - \$ 3,00 ( )

b. \$4,00 - \$7,00 ( )

c. \$8,00 o más ( )

15 ¿Cuánto está dispuesto a pagar en?

1. Artesanías

a. \$1,00 - \$ 5,00 ( )

b. \$6,00 - \$10,00 ( )

c. \$11,00 - \$15,00 ( )

2. Alimentación

a. \$1,00 - \$ 5,00 ( )

b. \$6,00 - \$10,00 ( )

c. \$11,00 - \$15,00 ( )

¡Gracias por su cooperación!



## MODELO DE ENCUESTA EN INGLES

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE  
ESMERALDAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

This survey aims to develop a proposal for the creation of an interpretation center of traditional coconut candy making process as a means of strengthening cultural identity esmeraldeña population, to promote it nationally and internationally. We ask please select an option for each question and answer with the utmost seriousness.

### General information

1 Age: ( ) years

2 Gender: M ( ) F ( )

3 Place of origin (Province): .....

4 Occupation: Professional ( ) Student ( ) Other ( )

5 How often do you visit the Esmeraldas Canton?

a. Once a week d. holidays

b. Every 15 days e. Holidays

c. Once a month f. other

6 You travel through: Travel Agencies or operators .....

Independent .....

7 What is the main reason for your trip?

Tourism of adventure ( ) Ecotourism ( )

Cultural tourism ( ) Tourism sun and beach ( )

Community Tourism ( ) Conventions ( )

8 Who performs these tasks?

Family ( ) Friends ( ) Couple ( ) Other ( )

9 When you travel, how many people usually do?

a. One to three ( )

b. Four to six ( )

c. Over seven ( )

10 What media usually used?

- a. Radio () b. Press ()
- c. Television () d. Family / Friends ()
- e. Internet () f. Magazines ()
- g. Tourist Information Centres ()

11 Would you be interested to know what the process of drafting the cocada?

- a. Yes ()
- b. No ()

12 ¿Le like an interpretive center traditional process of making coconut candies believed?

- a. Yes ()
- b. No ()

13 ¿Con how often visit this site?

- a. Once a week ... b. Once a month ..... c. From time to time ... ..

14 ¿would be willing to spend for admission to the interpretation center?

- a. \$ 1.00 - \$ 3.00 ()
- b. \$ 4.00 - \$ 7.00 ()
- c. \$ 8.00 or more ()

15 is willing to pay?

1 Crafts

- a. \$ 1.00 - \$ 5.00 ()
- b. \$ 6.00 - \$ 10.00 ()
- c. \$ 11.00 - \$ 15.00 ()

2 Food

- a. \$ 1.00 - \$ 5.00 ()
- b. \$ 6.00 - \$ 10.00 ()
- c. \$ 11.00 - \$ 15.00 ()

Thanks for your cooperation!

## ANEXO 4

### FLYERS

Los flyers servirán para ser repartidos en el peaje más cercano al cantón Esmeraldas. Su diseño tuvo un costo de \$ 25,00 dólares americanos.



Elaboración: Evelyn Estrada

### TRÍPTICOS

Los trípticos servirán para ser repartidos en el peaje más cercano al cantón Esmeraldas. Su diseño obtuvo un costo de \$20,00 dólares americanos.

**La gastronomía Afro como jamás la viviste**





**Costo**

Nacionales	\$ 2,00
Extranjeros	\$ 5,00

**UBICACIÓN Y ACCESO**



Teléfono: 593-06-246-1115.  
Fax: 062-461-115.  
Correo: [www.centrococon.com](mailto:www.centrococon.com)

**COCO**

CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL  
Los cocados el dulce de los dioses del Ébano




"Vive y siente las raíces de los dioses del Ébano".

**SALAS DE EXHIBICIÓN**

El Centro de interpretación del proceso tradicional de elaboración de cocadas como medio de fortalecer la identidad cultural de la población Esmeraldeña esta dividido en las siguientes salas:

La primera sala es del historia del coco



La segunda sala es la elaboración de las cocadas



La tercera sala es la gastronomía típica elaborada con coco





La cuarta sala es la de artesanías típicas del coco




**SERVICIOS**

**Guianza**  
El guía es el encargado de conducir a los turistas por todas las salas de exhibición del centro de interpretación.



**Sala de Audiovisuales**  
Aquí se presentará un video promocional de los atractivos naturales y culturales que posee el cantón y provincia de Esmeraldas, esta sala tiene capacidad para 30 personas.



**Sala de Exposiciones Temporales**  
En esta sala se brindará el servicio de bar-cafetería y se realizarán exposiciones temporales con todo lo que este relacionado a las actividades culturales.




**Elaboración:** Evelyn Estrada

# ANEXO 5

## DISEÑO ARQUITECTÓNICO

Lámina 1: Planta arquitectónica.

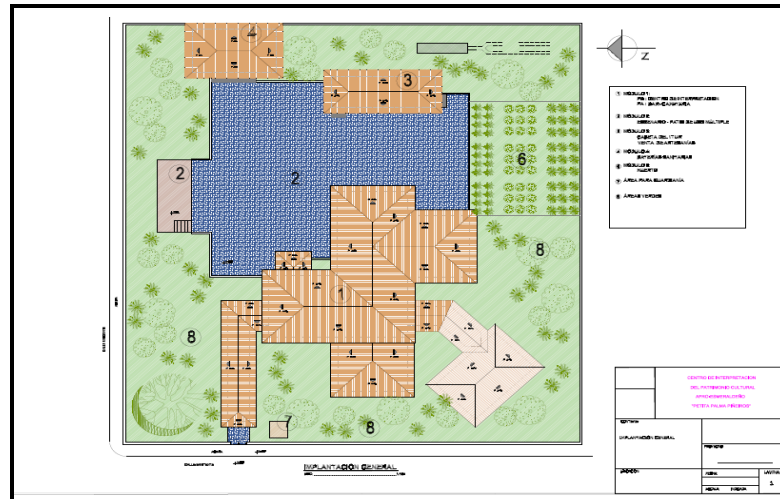


Lámina 2: Fachadas y cortes.

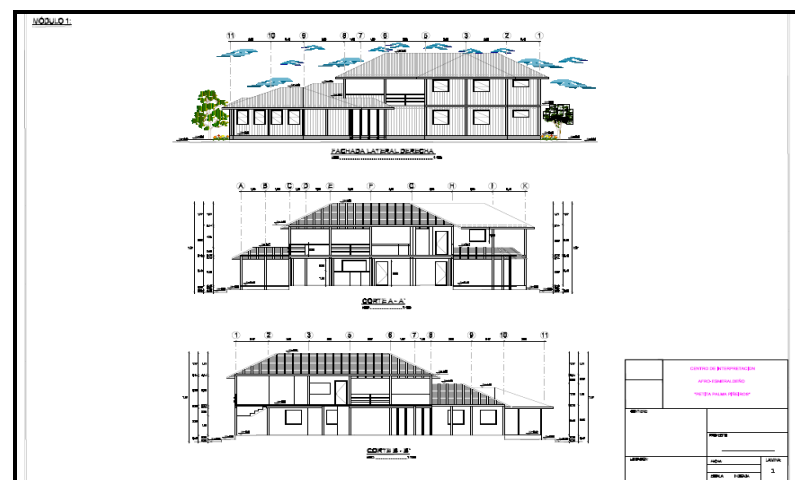
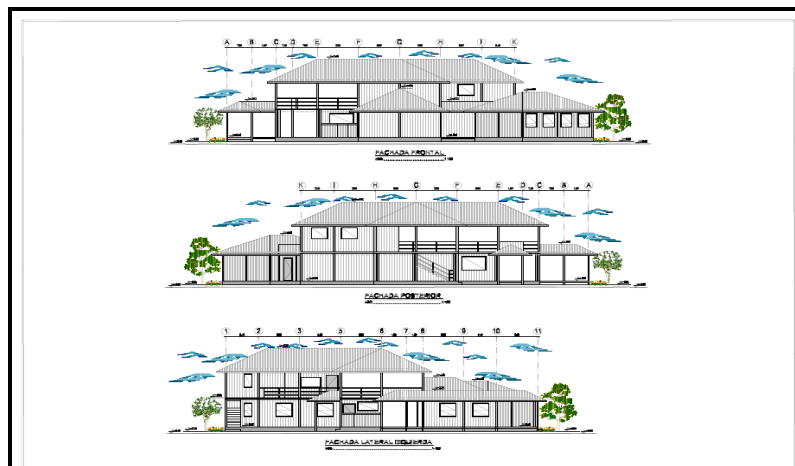




Lámina 4: Caseta para ventas de artesanías y dulces típicos como la cocada

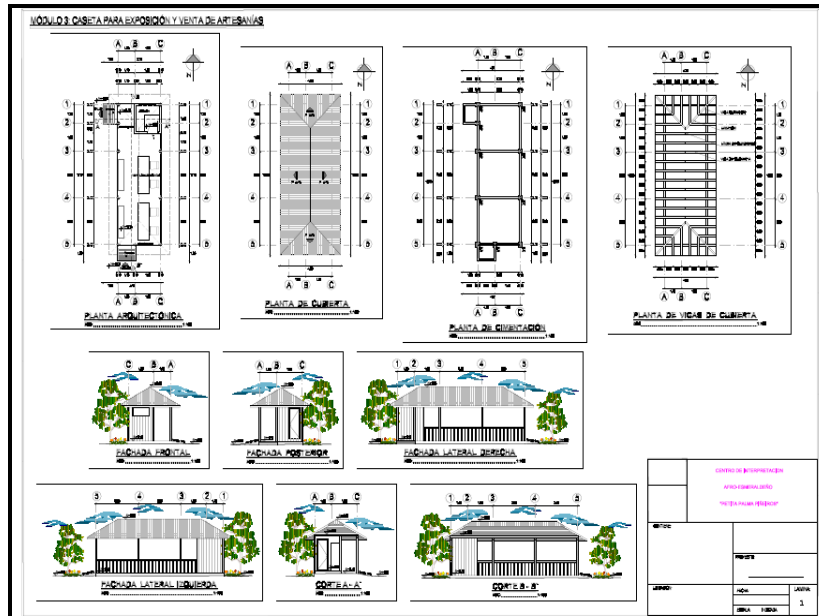


Lámina 5: Planta de instalaciones eléctricas

Panta Baja

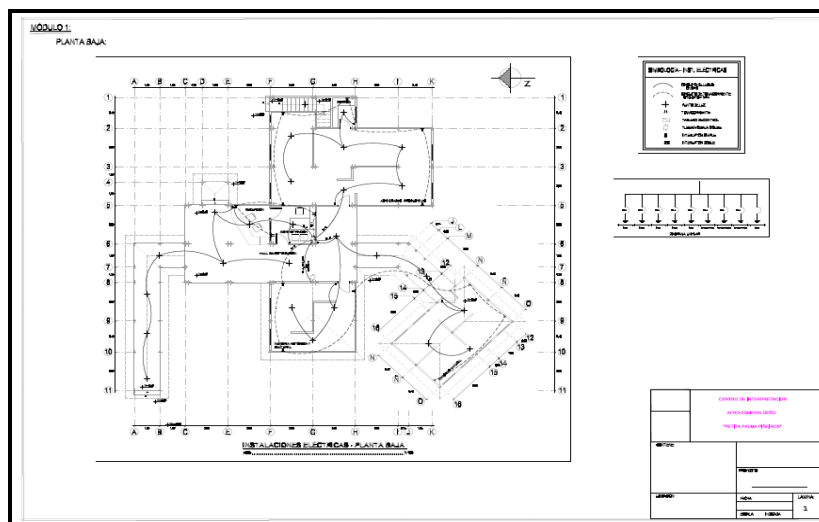
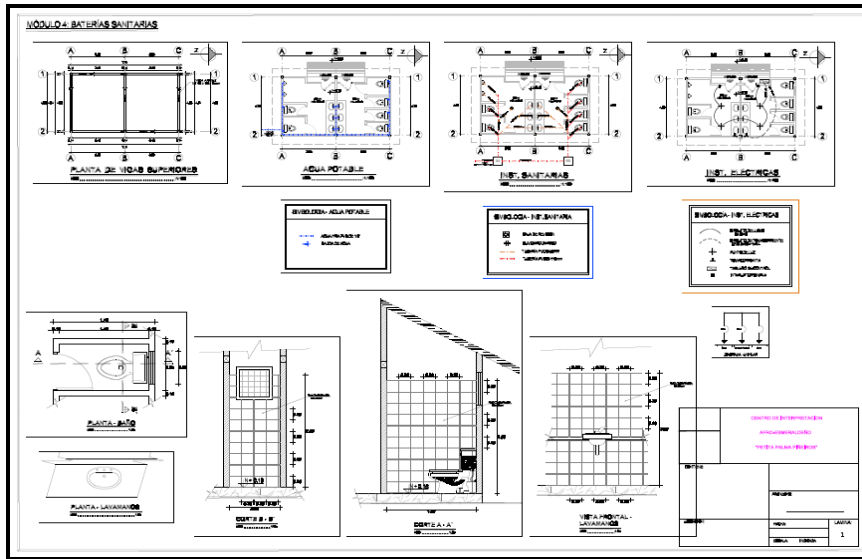




Lámina 7: Baterías sanitarias, instalaciones y corte.



ANEXO 6

SALAS ITINERANTES

DULCES TÍPICOS

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Panel interpretativo e interactivo	<b>Ficha 10</b>
<b>Función:</b> Dar a conocer a los turistas como se elaboran los dulces típicos	<b>Ubicación:</b> 1,50m de la entrada al lado izquierdo de la sala

**Tema:** ¿Sabes cómo se elaboran los dulces típicos?



**Leyenda:**

- **COQUITOS**  
Se parte el coco se le saca el agua y picas en cuadritos el coco se coloca el coco picado, con agua o leche, canela y azúcar lo mueves y listo.
- **MANJAR DE COCO**  
En una olla batir a mano la leche junto con la maicena, llevar a fuego medio y agregar la leche de coco y el coco rallado, batiendo a mano constantemente hasta que hierva y se vuelva una crema espesa. Retira del fuego y remover unos minutos más. En un molde pasado por agua fría verter la mezcla tapar y dejar en la nevera durante 3 horas
- **COCADA MANJAR**  
Agregar la leche en la paila por una hora aproximadamente, colocamos canela y clavo de olor, azúcar depende de la cantidad de cocadas

**Dimensiones:**  
**Horizontal:** 0,5m  
**Vertical:** 0,7m

<p>a realizar, agregamos el coco raspado a la paila y movemos hasta que cocine todo y por ultimo ponemos la leche condensada, dejamos enfriar y empacamos.</p> <p>➤ <b>COCADA BLANCA</b></p> <p>Agregamos azúcar en la paila de bronce, y el coco movemos hasta que este combinado los dos ingrediente y dejamos enfriar y empacamos.</p>	
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías.</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo.</li> <li>➤ Ventanas de madera</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías \$ 80,00</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo \$ 30,00</li> <li>➤ Ventanas de madera \$ 100,00</li> </ul>
<p><b>Mantenimiento:</b> Seis meses.</p>	<p><b>Observaciones:</b></p>
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.</p>	

**Elaboración:** Evelyn Estrada


### TIPOS DE COMIDAS A BASE DE COCO

<p><b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Exhibición de fotos</p>	<p><b>Ficha 11</b></p>
<p><b>Función:</b> Dar a conocer a los turistas las comidas típicas a base del coco</p>	<p><b>Ubicación:</b> 1,50m de la entrada al lado izquierdo de la sala</p>
<p><b>Tema:</b> Encocao</p>	
	
<p><b>Leyenda:</b></p> <p><b>ARROZ CON COCO</b></p> <p>Se toma la pulpa de coco y se ralla o se licúa con un poco de agua. Luego se prensa para obtener la leche de coco y se cuele. Se desecha el bagazo y la leche se pone a cocinar a fuego alto hasta que salga el aceite. A este aceite se le agrega 1 1/2 medidas de agua por medida de arroz y sal al gusto. Se pone a cocinar a fuego alto hasta que el agua seque. Posteriormente se tapa y se baja el fuego al mínimo durante media hora.</p> <p><b>ENCOCAO DE PESCADO, CAMARÓN CONCHA Y CANGREJO</b></p> <p>Ponga el jugo de limón, el jugo de naranja, el ajo machacado, el comino molido, el pimentón, las pepitas de cilantro molidas, y la sal en un tazón</p>	<p><b>Dimensiones:</b></p> <p><b>Horizontal:</b> 0,5m</p> <p><b>Vertical:</b> 0,7m</p>

<p>pequeño. Mezcle bien para preparar el aliño del pescado.</p> <p>Ponga los trozos de pescado en un recipiente y cúbralos con el aliño, déjelo reposar en la refrigeradora durante 1 – 2 horas.</p> <p>Caliente el aceite para preparar un refrito o sofrito, agregue las cebollas picadas, tomates, pimientos y sal, cocine a fuego medio durante 5 minutos.</p> <p>Agregue la leche de coco, fresca o enlatada, al refrito. Mezcle bien y cocine durante 10 minutos, si quiere que su salsa quede bien espesa puede agregar ½ cucharadita de maicena o almidón de yuca (tapioca).</p>	
<p><b>Materiales / Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías.</li> <li>➤ Marco de madera</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo.</li> <li>➤ Madera para texto.</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías \$ 75,00</li> <li>➤ Marco de madera \$ 40,00</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo \$ 15,00</li> <li>➤ Madera para texto \$ 25,00</li> </ul>
<p><b>Mantenimiento:</b> Seis meses.</p>	<p><b>Observaciones:</b></p>
<p><b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.</p>	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## BEBIDAS TÍPICAS

<p><b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Panel interpretativo móvil de cuatro niveles.</p>	<p><b>Ficha 12</b></p>
<p><b>Función</b> Dar a conocer los tipos de bebidas consumidos en Esmeraldas</p>	<p><b>Ubicación:</b> 1,50m de la entrada al lado izquierdo de la sala</p>
<p><b>Tema:</b> Bebidas típicas</p>	
	
<p><b>Leyenda:</b></p> <p><b>PIPA</b> Se obtiene de los cocos aún verdes. Se come con una cuchara, una vez abierto el coco. Contiene los mismos nutrientes que el coco maduro pero en menor concentración.</p> <p><b>AGUA DE COCO</b> El agua de coco se encuentra en la cavidad central y posee un sabor más peculiar y único que la leche de coco.</p> <p><b>JUGOS Y BATIDOS</b> La leche se obtiene exprimiendo la pulpa del coco una vez triturada. Se le puede agregar agua o leche y se toma como refresco o se añade a batidos de frutas u otros platos.</p>	<p><b>Dimensiones:</b></p> <p><b>Horizontal: 1,70m</b></p> <p><b>Vertical: 1,20m</b></p>

<b>Materiales / Requerimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Panel de MDF móviles de cuatro niveles en forma de cruz.</li> <li>➤ Eje central en tubo de aluminio.</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesiva</li> </ul>	<b>Costos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Panel de MDF móviles de cuatro niveles en forma de cruz. \$ 120,00</li> <li>➤ Eje central en tubo de aluminio. \$ 35,00</li> <li>➤ Impresiones a full color adhesivo \$ 60,00</li> </ul>
<b>Mantenimiento:</b> Seis meses.	<b>Observaciones:</b>
<b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## . ARTESANÍAS

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b> Artesanías	<b>Ficha.13</b>
<b>Función</b> Dar a conocer a los turistas los tipos de artesanías	<b>Ubicación:</b> 1,50m de la entrada al lado izquierdo de la sala

**Tema:** Artesanías



**Leyenda.**

En la producción de artesanías, la parte más apetecida del coco es su cáscara. De ella se elaboran vasijas, salseras, cucharas, collares, aretes, anillos, pulseras, ganchos de cabello, tarjeteros, cinturones, bandejas, portavasos, copas, azucareras, lámparas y muchos productos más.

Pero para que la corteza de coco se convierta en una pieza artesanal, es indispensable preparar la cáscara de coco. Para esto, se dejan las cáscaras en un recipiente con agua por unos 10 - 15 minutos hasta que el agua las penetre bien. Luego, con un cuchillo o con una cuchara, se limpia la parte externa de la cáscara. Más adelante, empieza el proceso de lijado manual para llegar a una cáscara absolutamente lisa y brillante.

Cuando la cáscara ya esté preparada, de cartón cartulina se recortan los moldes de piezas y con ellos se marca el coco. Finalmente, se corta la cáscara y allí inicia el diseño de la artesanía.

Los habitantes del cantón Esmeraldas, son unos verdaderos magos en la elaboración de accesorios en coco. No solamente cada día sorprenden con nuevos diseños, sino cada vez tratan de combinar el coco con otros materiales naturales y ecológicos propios de Colombia, tales como madera,

**Dimensiones:**

**Horizontal: 1,50m**

**Vertical: 2,40m**

**Ancho: 0,30**

cuero, cerámica, semillas, tagua, plata, etc., dándole, con esto, una nueva dimensión artesanal a sus productos.	
<b>Materiales / Requerimientos:</b> > Panel de MDF > Impresiones a full color adhesivo. > Impresiones adhesivo blanco y negro	<b>Costos:</b> > Panel de MDF \$ 150,00 > Impresiones a full color \$ 15,00 > Impresiones adhesivo b/n \$ 10,00
<b>Mantenimiento:</b> Seis meses.	<b>Observaciones:</b>
<b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

## CESTERÍAS

<b>Nombre del Medio Interpretativo:</b>	<b>Ficha.14</b>
<b>Función</b> Dar a conocer a los turistas las cestas q se elaboran con la palma del coco	<b>Ubicación:</b> 1,50m de la entrada al lado de la sala

**Tema:** Cestería



### Leyenda.

De sus ramas se producen sombreros y canastos; de la fibra que recubre la nuez, llamada popularmente bonete, se fabrican cuerdas, esteras, tapices y tapetes.

Los habitantes del cantón Esmeraldas, son unos verdaderos magos en la elaboración de accesorios en coco. No solamente cada día sorprenden con nuevos diseños, sino cada vez tratan de combinar el coco con otros materiales naturales y ecológicos propios de

### Dimensiones:

**Horizontal: 1,50m**

**Vertical: 2,40m**

**Ancho: 0,30**

Colombia, tales como madera, cuero, cerámica, semillas, tagua, plata, etc., dándole, con esto, una nueva dimensión artesanal a sus productos.	
<b>Materiales / Requerimientos:</b> ➤ Panel de MDF ➤ Impresiones a full color adhesivo. ➤ Impresiones adhesivo blanco y negro	<b>Costos:</b> ➤ Panel de MDF \$ 150,00 ➤ Impresiones a full color adhs. \$ 15,00 ➤ Impresiones adhesivo b/n \$ 10,00
<b>Mantenimiento:</b> Seis meses.	<b>Observaciones:</b>
<b>Iluminación:</b> Se utilizarán focos tipo reflectores LED.	

**Elaboración:** Evelyn Estrada

**ANEXO 7**

**IMÁGENES**





