

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE LA CONSTRUCCIÓN,  
II PROMOCIÓN**

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA  
CONSTRUCCIÓN DE REEF HOTEL UBICADO EN LA VÍA A DATA KM  
5.5 EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS”**

**AUTOR:**

**Escalante Amaiquema, Mario Francisco Ing.**

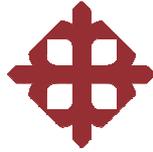
**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención  
del título de MAGISTER EN INGENIERÍA DE LA CONSTRUCCIÓN**

**TUTOR**

**Murillo Bustamante, Roberto Ing. MDI, MBA**

**Guayaquil, Ecuador**

**30 de Enero del 2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE LA CONSTRUCCIÓN, II PROMOCIÓN**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Escalante Amaquema, Mario Francisco**, como requerimiento para la obtención del título de **Magister en Ingeniería de la Construcción**.

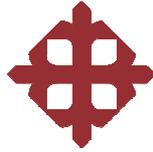
**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_  
**Murillo Bustamante, Roberto Ing. MDI, MBA**

**DIRECTOR DE LA MAESTRÍA**

f. \_\_\_\_\_  
**Beltrán Velásquez, Mercedes Ing. M.I.**

**Guayaquil, a los 30 días del mes de Enero del año 2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE LA CONSTRUCCIÓN, II PROMOCIÓN**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Escalante Amaiquema, Mario Francisco**

**DECLARO QUE:**

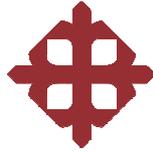
El componente práctico del examen complejo, **PROYECTO DE VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE REEF HOTEL UBICADO EN LA VÍA A DATA KM 5.5 EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS**, previo a la obtención del título de **Magister en Ingeniería de la Construcción**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de Enero del año 2019**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_  
**Escalante Amaiquema, Mario Francisco**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE LA CONSTRUCCIÓN, II PROMOCIÓN

**AUTORIZACIÓN**

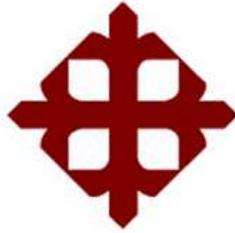
Yo, **Escalante Amaiquema, Mario Francisco**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo PROYECTO DE VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE REEF HOTEL UBICADO EN LA VÍA A DATA KM 5.5 EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de Enero del año 2019**

**EL AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_  
**Escalante Amaiquema, Mario Francisco**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
(SISTEMA DE POSGRADO)  
(MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE LA CONSTRUCCIÓN, II PROMOCIÓN)

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**ING. MERCEDES BELTRAN VELÁSQUEZ, M.I.**  
DIRECTOR DE LA MAESTRÍA

f. \_\_\_\_\_

**(ING. STEFANY ALCÍVAR BASTIDAS MSc)**  
LECTOR METODOLÓGICO

f. \_\_\_\_\_

**(ING. JORGE VERA ARMIJO MBA.)**  
LECTOR DE CONTENIDO

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCION</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
1.1 Hecho Científico .....	3
1.2 Evidencia del Hecho Científico .....	3
1.3 Problema de Investigación .....	3
1.4 Justificación .....	4
1.5 Objetivos .....	5
1.5.1 Objetivo General .....	5
1.5.2 Objetivos Específicos .....	6
1.6 Hipótesis .....	6
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Estado de Arte .....	7
2.2 Bases Teóricas .....	11
2.2.1 Breve Reseña del Turismo del Cantón General Villamil (Playas).11	
2.2.2 Administración de Hotel .....	12
2.2.3 Necesidades del Huésped o Turista .....	12
2.2.4 Gestión de Calidad en el Sistema Hotelero .....	13
2.2.5 Estudio de Factibilidad .....	13
2.2.6 Marco Referencial .....	14
2.3 Marco Legal .....	16

## **CAPÍTULO 3**

### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1 Enfoque y Método .....	20
3.1.1 Enfoque Mixto .....	20
3.1.2 Método Exploratorio .....	21
3.1.3 Definición del Método .....	22
3.1.4 Justificación del Método .....	22
3.2 Métodos de Recolección de Datos .....	22
3.3 Métodos de Análisis de Datos .....	23

## **CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE MERCADO**

4.1 Generalidades del Sector Hotelero .....	25
4.1.1 Estadísticas de demanda Hotelera .....	25
4.1.2 Tamaño de la muestra .....	27
4.2 La Encuesta al Sector Hotelero .....	29
4.2.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados .....	29
4.2.2 Análisis de las Encuestas .....	44
4.3 Segmentación del Mercado .....	44
4.4 Conclusión de los Resultados Obtenidos.....	46

## **CAPÍTULO 5**

### **DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO, ESTUDIO OPERATIVO Y FINANCIERO**

5.1 Ubicación del Proyecto .....	47
5.2 Nombre de la Empresa .....	48
5.2.1 Descripción del Negocio .....	49

5.2.2 Misión, Visión y Objetivos .....	49
5.2.3 Estructura Organizativa .....	50
5.2.4 Funciones .....	51
5.3 Estudio Financiero: Viabilidad Económica .....	53
5.3.1 Financiamiento .....	54
5.3.2 Flujo de Ingreso .....	55
5.3.3 Proyección de Gastos Generales .....	56
5.3.4 Estado de resultados .....	56
5.3.5 Flujo de caja .....	56
5.3.6 Evaluación financiera .....	56
5.3.7 Punto de Equilibrio .....	57
5.3.8 Ratios financieros.....	57
5.3.9 Escenarios .....	58
 <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
Conclusiones .....	60
Recomendaciones .....	61
Referencias.....	62
Anexos .....	65
Cuadro 19.....	65
Cuadro 20 .....	66
Cuadro 21 .....	67
Cuadro 22 .....	68
Cuadro 23 .....	69

Cuadro 24 .....	70
Cuadro 25 .....	71

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo realizar la factibilidad económica y financiera para la construcción del “REFF HOTEL”, en la población de General Villamil Playas, como una oferta para generar el desarrollo tanto turístico, financiero, económico y principalmente para generar fuentes de ingresos para la población, así como generar fuentes de empleo ya sea directas e indirectas. Nuestro objetivo, es llegar a ser uno de las opciones hotelera más visitados en la región, considerando el lugar y como espacio potencial para nuestra visión son las extensas y exuberantes playas que cuenta la zona, contando también con los diferentes lugares de atracción que hace que esta población tenga lugares de esparcimientos para los turistas nacionales y extranjeros, los cuales estamos seguros se llevaran un grato recuerdo que lo harán repetir estadias pasadas. No nos olvidamos también los ejecutivos y trabajadores que necesitan descanso, ya que un buen clima laboral trae mayor productividad De acuerdo a la parte económica financiera, nuestro proyecto se realizó con un serio estudio de mercado, aplicando los cálculos y estadísticas responsables que nos demuestran que este proyecto es viable en su estudio y construcción. Para esto se consideró el gran aporte de los accionistas como capital propio y un crédito bancario importante, desde donde arranco nuestro estudio, considerando que la factibilidad del mismo es muy interesante y obteniendo una rentabilidad muy importante.

***Palabras Claves: Factibilidad, financiamiento, viabilidad económica, demanda hotelera, valoración financiera, punto de equilibrio.***

## **ABSTRACT**

The present work has as objective to realize the economic and financial feasibility for the construction of the "REFF HOTEL", in the population of General Villamil Playas, as an offer to generate the tourist, financial, economic development and mainly to generate sources of income for population, as well as generating sources of employment, whether direct or indirect. Our goal is to become one of the most visited hotel options in the region, considering the place and as a potential space for our vision are the extensive and lush beaches that the area has, also counting on the different places of attraction that makes this population has places of entertainment for national and foreign tourists, which we are sure will take a pleasant memory that will make repeat past stays. We do not forget also the executives and workers who need rest, since a good work climate brings greater productivity According to the economic financial part, our project was carried out with a serious market study, applying calculations and responsible statistics that show us that This project is viable in its study and construction. For this, we considered the great contribution of the shareholders as their own capital and an important bank loan, from where we started our study, considering that the feasibility of it is very interesting and obtaining a very important profitability.

***KEYWORDS: Feasibility, Financing, Economic viability, Hotel demand, Break-even point***

# INTRODUCCIÓN

En mis años de trabajo que he realizado en el Cantón General Villamil Playas ubicado en la Provincia del Guayas, Ecuador, he podido observar que este lugar cuenta con un sinnúmero de atractivos y lugares que pueden ser explotados como destino turístico en la costa ecuatoriana. Este cantón cuenta con un terreno plano, pero también se encuentran pequeños cerros, es un balneario al sur de la provincia con costas extensas, donde se encuentra un panorama radiante, con sorprendentes olas, exquisita gastronomía y un espectacular clima considerado el segundo mejor clima del mundo por su brisa. Además, con la provincialización de Santa Elena en el año 2007, la provincia del Guayas cuenta con un solo balneario como es General Villamil Playas, que posee 14 km de exuberantes playas a disposición de todos.

Por encontrarse a 97 km de la ciudad de Guayaquil, se convierte en la primera opción para los turistas nacionales y extranjeros, que en su mayoría acuden a este balneario para disfrutar de sus playas placenteras, así como también de sus atractivos turísticos como son la infraestructura hotelera que hoy en día ha crecido notablemente, lo que hacen de este balneario más atractivo al turismo nacional e internacional. En los últimos años hemos podido apreciar el crecimiento de la infraestructura como es la remodelación y construcción del malecón, y el nuevo Puerto de Aguas Profundas de Posorja, lo que hará un punto estratégico para la captación de inversión en el sector turístico.

Este trabajo versa precisamente sobre un proyecto de construcción de Reef Hotel en el balneario General Villamil Playas, cuya ubicación será en un lugar estratégico para que los turistas tengan una vía de acceso rápida y cómoda a las playas; con infraestructura y acabados modernos que convertirán al hotel en uno de los requeridos por los turistas nacionales e internacionales para su estancia.

Con la recolección de información de los turistas en cuanto a gustos y preferencias, se preparó el análisis y exploración necesarias para plantear y valorar la propuesta en las áreas operativas, técnicas, administrativas y financieras de este proyecto.

## **CAPÍTULO 1**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 HECHO CIENTÍFICO**

Como un cantón con una exquisita cocina nacional cuya especialidad son los mariscos, así se considera a General Villamil Playas; con una valiosa cultura constituida por la diversidad de artesanías y sus extensas playas (compuesta de 14 km), siendo éste su primordial encanto turístico. No obstante, este balneario con un adecuado impulso en el sector turístico, revalorizará su sociedad y entorno social; considerando este sector como un medio más para el desarrollo de los pueblos que nos permitirá robustecer a esta importante playa turística del perfil costero ecuatoriano.

#### **1.2 EVIDENCIA DEL HECHO CIENTIFICO**

En mi experiencia profesional, he podido realizar trabajos en el Cantón General Villamil (Playas) ubicado en la Provincia del Guayas; logrando observar que este lugar cuenta con terrenos planos y también pequeños cerros, los cuales con el pasar de los años han ido urbanizándose mediante la construcción de centros turísticos, hoteles, hostales y lugares para hospedarse.

#### **1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Analizando las infraestructuras hoteleras existentes, los inversionistas no sólo consideran la demanda actual sino la futura por lo que hay proyectos en desarrollo tales como Karibao, Ocean Towers, entre otros; donde se considera los lineamientos de arquitectura y tecnología más estrictos. El objetivo es ofertar y estar al nivel competitivo de las construcciones hoteleras

modernas. Hoy en día, las personas buscan encontrar lugares donde poder relajarse, salir de la rutina de la ciudad y de distraerse con la familia; y es por esto que muchos eligen la playa como su lugar preferido para realizarlo. Cada día son más las familias que acuden a este balneario y se hace necesario contar con más opciones de hospedaje. Es importante también mencionar que muchos ejecutivos buscan nuevas opciones en hoteles para realizar reuniones de negocios y convenciones empresariales.

#### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

En el Ecuador, una de las importantes actividades económicas es el turismo, generando una significativa renta económica (según el World Travel & Tourism Council WTTC el PIB directo del sector de Viajes y Turismo creció en un 4.6% en el 2017 el sector vio un crecimiento más alto que éste por última vez en 2011), inversión, empleo, contribución al desarrollo económico y a la mejora social de los países en vías de desarrollo; como es el nuestro. Este sector ayuda a la práctica de actividades que solicitan los turistas como el alojamiento, el esparcimiento, el conocimiento de atractivos y la cultura, atrayendo además inversión nacional y extranjera; promoviendo al desarrollo de nuevas construcciones mediante la edificación de hoteles, hostales y urbanizaciones.

Con la proyección del turismo, en el Cantón General Villamil Playas, se incrementa la ejecución de muchos proyectos inmobiliarios y aún más considerando la cercanía al Nuevo Aeropuerto ubicado en la zona de Daular que muy probablemente se construya en el año 2023 y el Puerto de Aguas Profundas en ejecución; el mismo que se convierte en zona de movilización dinámica en las áreas de influencia, lo cual incrementa e impulsa su potencial turístico considerando las futuras reuniones empresariales provenientes de estos proyectos en construcción y el incremento de la plusvalía a este Cantón; generando de esta manera un mayor ingreso económico a este sector.

Con el pasar de los años la demanda de alojamiento se ha ido incrementado lo que hace que la oferta sea explotada, ya que sus consumidores así lo exigen a tal punto que lleguen a una excelente calidad de servicio. En base a todo lo expuesto se considera la necesidad de ofrecer un producto más al público, que entregue bienestar para el descanso placentero, para la distracción y para la salud; así como también quienes necesiten pasar por actividades comerciales por este lugar y hospedarse cómodamente.

Con el trabajo investigativo Proyecto de Viabilidad Económica para la Construcción de Reef Hotel se busca crear una alternativa de alojamiento (tanto para turistas nacionales y extranjeros, así como para empresarios), contribuyendo con la participación de la comunidad de General Villamil (Playas) en la construcción del mismo; esto es, con el aporte de mano de obra y su posterior empleo en la puesta en marcha del proyecto. La relación empresario - comunidad es una alianza que cada día más se va consolidando, obteniendo buenos resultados para bien de los dos.

De igual manera, con este proyecto de viabilidad económica se espera ayudar a la ciudadanía de general de General Villamil (Playas), especialmente aquellas personas sub-empleadas o que no tienen un trabajo fijo; ya que la mano de obra calificada para el hotel será del lugar en donde estará construido la infraestructura. De este modo, estaremos dinamizando la economía de la colectividad y del país.

## **1.5 OBJETIVOS.**

### **1.5.1 Objetivo General:**

Proponer una opción en servicios de hospedaje y recreación, mediante la ejecución del proyecto de viabilidad económica para la construcción de Reef Hotel ubicado en la vía a Data km 5.5 General Villamil (Playas); para así optimizar el atractivo y el flujo turístico del sector.

### **1.5.2 Objetivos Específicos:**

- a) Analizar el ambiente general y turístico afín al proyecto.
- b) Estudiar el mercado para conocer los elementos que producen la afluencia de turistas (nacionales y extranjeros), sus predilecciones y la calidad de servicio ofrecidos.
- c) Exponer el Proyecto de Viabilidad Económica para la Construcción de Reef Hotel e incluirlo en el sector hotelero, examinando el aporte que pueda lograr en el mercado y así poder apoyar a la ciudadanía de General Villamil (Playas).

### **1.6 HIPÓTESIS**

- ✓ Demostrar la factibilidad de alternativas de hospedaje para que el turista nacional e internacional, así como también los ejecutivos, puedan realizar sus actividades en un ambiente cálido y acogedor.
- ✓ La construcción de un hotel como un nuevo desarrollo inmobiliario en la provincia, generará una fuente de trabajo tanto directo como indirecto y beneficiar la economía del sector.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ESTADO DEL ARTE**

Muchos autores han realizado trabajos de investigación referente a nuevas alternativas de hospedaje y alojamiento, lo cual han servido de guía para el presente trabajo; las mismas que a continuación se las resume por autor.

Medina Jurado, Freya, Mendoza Luna, Joyce (2016):

En este proyecto estudio de pre-factibilidad, se demuestra la factibilidad técnica, económica y financiera de la creación un hotel en, el cual estará enfocado a atender las necesidades de alojamiento de los turistas extranjeros que arriben a dicha localidad Durante el primer, segundo y tercer capítulo, se describió el problema, se formuló el objetivo principal, se desarrolló el marco teórico, se definió el tamaño de la muestra para la encuesta que se realizó y se describió las técnicas e instrumentos para la obtención de información y los criterios con los cuales se procesó los datos obtenidos. En el cuarto capítulo del estudio estratégico, se analizaron los factores del macro entorno y micro entorno. Se definieron la misión, visión y un análisis FODA que delimitó una estrategia genérica de diferenciación. En el quinto capítulo, se segmentó el mercado de turistas y se proyectó la demanda en habitaciones, se delimitaron los parámetros de comercialización que incluyen las cuatro P. En los capítulos sexto y séptimo se definió los activos tangibles e intangibles en los cuales se invertirá y en el último capítulo el estudio económico y financiero, se planteó la inversión total y se seleccionó el financiamiento. Fue calculado el costo de oportunidad de capital ponderado, luego de definir los presupuestos de ingresos y egresos, se realizaron los estados financieros y se analizaron los principales

indicadores económicos y financieros, además se hicieron análisis de sensibilidad con variaciones de escenarios y finalmente se determinó la viabilidad del proyecto.

Vargas, David (2016),

Turismo Ecológico: Proyecto de Inversión Ecoturismo de Playas: En la presente tesis se realizó la investigación referente a la Factibilidad Económica y Financiera de la Construcción de un hotel en la parroquia Engabao del cantón General Villamil Playas. Encontramos la reseña histórica y turística del cantón general Villamil, y el turismo en el cantón General Villamil Playas, descripción de la propuesta, la ingeniería del proyecto, el estudio administrativo del proyecto, el estudio financiero, el financiamiento de la inversión, los ingresos por ventas, los costos de ventas, los estados financieros y los índices de rentabilidad, la evaluación social, los impactos socioeconómicos y la evaluación ambiental.

Chiluiza, De los Ángeles (2015),

Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería Ecológica en Playa Varadero, Cantón Playas, Provincia del Guayas para incrementar el Turismo en la zona: General Villamil Playas es parte de la provincia del Guayas cuenta con lugares turísticos únicos, en donde el cliente puede visitar y disfrutar del mejor clima del mundo y divertirse en un ambiente natural junto a sus amigos y familiares para deleitarse con una extensa y variada gastronomía que brinda esta playa. Se analizaron los datos generales del cantón, sus aspectos geográficos, históricos, poblacionales e infraestructura. El propósito de este proyecto es realizar un estudio de factibilidad para la creación de para el turismo sustentable.

Castillo, Brigitte, Vera, Vanessa (2016),

Implementación de un Hotel para el desarrollo turístico en la playa de la comuna Montañita de la Provincia de Santa Elena, Ecuador. General

Villamil Playas, conocido por los atractivos turísticos y por las espléndidas playas es concurrida por turistas nacionales y extranjeros durante todos los meses del año haciendo de este cantón una de las playas más importantes de este país. Con el fin de mejorar y apoyar al desarrollo de General Villamil Playas se decidió implementar este hotel turístico, fomentando de esta manera el desarrollo turístico y mejorando la vida de los lugareños y a su vez ofreciendo una experiencia memorable para el turista. Se utilizó métodos de investigación científica y se obtuvo información real acerca de la situación del lugar y se conoció de primera mano lo que los turistas esperan conseguir al visitar la playa, se analizaron las respuestas para conocer cuáles son los puntos buenos que tiene este lugar y cuáles son los factores que se deben mejorar.

Santana, Lorena, Medrana, Daniela. (2015),

Estudio y Propuesta de Inversión para el desarrollo y construcción de un hotel en la parroquia Canoa, cantón San Vicente, Provincia de Manabí. El turismo conocido como la mayor fuente de ingresos en muchos de los países del mundo, en donde Ecuador también se beneficia del mismo; su diversidad en flora y fauna conllevan a que los turistas nacionales y extranjeros disfruten de sus paisajes, generando en ellos el deseo de permanecer más tiempo en el país. Para ello es necesaria la existencia de hoteles, lugares de residencia temporal para los visitantes, estos lugares deben contar con infraestructura apropiada para dar el mayor relajamiento y confort a los turistas. Gracias a este pensar, surge el desarrollo del presente trabajo investigativo, el estudio y la propuesta de inversión de un hotel en el cantón General Villamil Playas.

Sacón, Isabel (2014),

Estudio de Factibilidad para la creación de un complejo turístico en la parroquia de Borbón, Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas. El presente proyecto comprende el “Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en el cantón Eloy Alfaro Provincia de Esmeraldas, con enfoque a la

práctica de actividades recreativas y al mejoramiento de las actividades turísticas en la zona. Al realizar el Estudio de Mercado se demuestra la existencia de un mercado potencial insatisfecho que puede ser captado a través de un adecuado esfuerzo de mercadotecnia. Esto conlleva a que a través del estudio técnico se pueda determinar el tamaño del proyecto y la infraestructura requerida para la operación del proyecto, de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades de los clientes. La inversión del proyecto se justifica, así lo demuestran los estudios financieros realizados donde se logró determinar que el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad durante el periodo horizonte que tiene el proyecto. El análisis organizacional permitió determinar ciertos aspectos y estructura organizacional de la empresa donde se detalla las funciones de cada individuo que forme parte de la empresa. Por este y los demás estudios realizados se finaliza con las debidas conclusiones y recomendaciones que ameritan el desarrollo del mismo.

Martinez, Isolieth, Ruz, Ada (2017)

Evaluación financiera del proyecto de inversión Hotel Las Palmeras, perteneciente a Inversiones Caribbean S.A. comprendido en el período 2015-2022. Inversiones Caribbean, S.A. es una compañía desarrolladora de centros comerciales y proyectos habitacionales, en la actualidad desea realizar un proyecto hotelero, el que trata de la construcción de un hotel ubicado en la Isla de Ometepe, por tanto, desea conocer su situación financiera real actual y de igual manera es de importancia para la empresa la evaluación financiera del proyecto Hotel Las Palmeras. Para la realización de la evaluación financiera de la empresa y del proyecto de inversión se tomaron en cuenta una serie de teorías fundamentales que fueron obtenidas de diversas fuentes informativas como, libros, páginas web y aplicación de conocimientos propios, se estudiaron y analizaron los diferentes métodos, herramientas e instrumentos financieros por medio de los cuales se llevó a cabo, el diagnóstico financiero de la empresa Inversiones Caribbean, S.A. donde mostró encontrarse en una situación favorable según los indicadores y el análisis financieros aplicados y la evaluación financiera del proyecto de inversión Hotel las palmeras aplicando una serie de técnicas y métodos

financieros, matemáticos, contables y de mercado. Los estudios aplicados en el caso práctico que se presenta en el trabajo dieron como resultado que el proyecto de inversión Hotel Las Palmeras es viable técnica y financieramente obteniendo rendimientos satisfactorios sobre su inversión inicial con una tasa interna de retorno de 31% y una relación de los beneficios sobre los costos de \$2.36, es decir \$1.36 de rendimiento por tanto el proyecto es viable. Y que la empresa Inversiones Caribbean, S.A tiene una tendencia de mejorar tanto sus niveles de liquidez como de rentabilidad, manteniendo un nivel de endeudamiento razonable.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 Breve Reseña Histórica del Cantón General Villamil Playas.**

La cultura Manteña Huancavilca se asentaron en la costa ecuatoriana entre los años 110 y 1520 n.e, a lo largo de la costa, desde la isla Puna hasta Bahía de Caráquez. Estas culturas construyeron grandes embarcaciones, realizando así grandes rutas comerciales a lo largo de la costa ecuatoriana, realizando el intercambio de los productos ya conocidos como alfarería, textiles y demás bienes producidos por sus manos. Estas culturas formaron grandes alianzas las cuales fueron sobreviviendo hasta los tiempos de la conquista española, para lo cual estas comunidades empezaron a crecer hasta considerarse en la costa ecuatoriano, como un puerto

de importancia para el desarrollo y la pesca.

Por los años 1900, desde la ciudad de Guayaquil, se reunieron personajes importantes de jerarquía y políticos, los cuales procedieron a realizar un recorrido por la zona costera, y pensaban realizar un nuevo proyecto de convertir a este lugar en un balneario, por su excelente ubicación, situación geográfica, exuberantes playas y los recursos existentes que presentaba. El 9 de marzo de 1910 el General Eloy Alfaro con el poder

que le amerita ordena se declare Parroquia Rural General Villamil Playas, perteneciente al Cantón Guayaquil.

### **2.2.2 Administración del Hotel**

La administración del hotel se fundamenta en los siguientes principios básicos. Según la web logismic.software (2018), estos son:

- Relación con los clientes debe de ser excelente
- Nunca mentir al cliente
- Se debe evitar de hablan situaciones que no le competen.
- Hay que brindar el servicio que se ha prometido
- Hay que ser decente con la base de datos de nuestros clientes.
- Las pertenencias de los turistas deben de ser respetadas.
- El principio principal del hotel es de brindar el servicio al cliente.
- Brindar un servicio personalizado.

Para que los clientes puedan quedar satisfechos, la atención es un argumento muy importante; por lo que se requiere una red de personas que tengan la capacidad de generar el ambiente adecuado y brindar comodidad, seguridad y una experiencia memorable. Por lo que se considera contratar personas con habilidades y actitudes que ayuden a lograr los objetivos.

### **2.2.3 Necesidades del Huésped o Turista**

Para el efecto, los empleados deben de tener habilidades y conocimientos precisos, para dar un servicio personalizado a los clientes; además tener una comunicación perfecta y con fluidez para que la estadía de los turistas y ejecutivos sea satisfactoria, además se debe contar con una red de transporte con la comodidad del caso para dar asistencias a los diferentes sitios adonde requieran llegar nuestros clientes.

Estas necesidades pueden variar dependiendo del tipo de turista, pero para esto el hotel deberá solventar todas aquellas que los turistas requieran; ya que todo huésped al llegar al hotel precisa disfrutar rápidamente de sus vacaciones, así como también todo ejecutivo debe integrarse prontamente a sus labores por las cuales nos visita. Además, el hotel deberá de estar preparado para cualquier contingencia.

#### **2.2.4 Gestión de Calidad en el Sistema Hotelero**

Los establecimientos hoteleros a más de entregar un excelente producto a sus clientes deben proporcionar servicios personalizados, para lo cual se deberá contar con normas de calidad que provean seguridad y complacencia durante el tiempo de su estadía en el hotel.

Existen varios sistemas y normas de gestión de calidad que existen y son necesario implantar en los hoteles como:

- ISO 9001 (Gestión de la calidad), mayor control a los servicios, consiguiendo mejora continua de la empresa.
- ISO 14001 (Gestión del medioambiente), reducción de impactos ambientales, generando ahorro y hace más eficientes los recursos.
- ISO 22001 (Gestión alimentaria) sistema de control que garantiza la vigilancia de los peligros de tipo microbiológico, físico o químico.
- Especialización en el servicio. -- Estrategia para enfrentar las temporadas o meses de baja demanda.

Estos sistemas de calidad y estudio dependerán de cada empresa u hotel que requiera su mejora continua.

### **2.2.5 Estudio de Factibilidad**

El estudio de factibilidad de un proyecto es un elemento financiero que nos permite tomar decisiones respecto a la evaluación de un proyecto determinado y se lo utiliza en la última fase pre- operativa, en la que nos sirve para ver las posibilidades de tener éxito o fracaso en este proyecto de inversión y decidir si se lo realiza o no. Para realizar este estudio de factibilidad es necesario:

- a) Efectuar el estudio de mercado que ayudara a obtener el tamaño de nuestro proyecto de inversión.
- b) Para la inversión, será necesario los cálculos para los costos de operación.
- c) Conocer las fuentes de financiamiento y tener claro la participación de socios en el proyecto.
- d) Saber los términos de contratación y procesos de construcción para llevar con buenos términos el proceso de construcción.
- e) Complementar el análisis financiero debiendo incluir también el político, económico, ambiental y social.

De acuerdo con este estudio ya podríamos saber si nuestro proyecto es o no factible para su construcción.

### **2.2.6 Marco Referencial**

#### **Definición de Turismo**

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2007), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas (a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual) por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto.

## **Organización Mundial del Turismo (OMT)**

OMT (2018), es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como organismo internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

## **Características del denominado Producto Hotel.**

El sector hotelero compone un sector esencial en la economía de la mayoría de los países. Según las perspectivas de la Organización Mundial del Turismo a largo plazo, desde el año 2011 hasta el año 2020, anhelan un incremento medio anual en el 4% superior a la media del crecimiento económico mundial de los últimos veinte años.

## **VAN “Valor Actual Neto”**

Es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si medimos los flujos de los ingresos y egresos y descontamos la inversión inicial queda alguna ganancia el proyecto es viable.

## **TIR “Tasa Interna de Retorno”**

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

## **Flujo de Caja “Cash Flow”**

Los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo en un periodo dado. Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, y constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa.

### **Punto de Equilibrio**

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos y gastos totales.

## **2.3 MARCO LEGAL**

Recopilando información difundida por medios informativos obtenida en la web, sabemos que el " Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, el Congreso Nacional declaró "como política prioritaria de Estado el desarrollo del Turismo en el país", la misma que fue actualizada el 29 de Diciembre de 2014. Es así que la actividad económica y operativa se fundamenta en la Ley de Turismo que a continuación se resumen en estos artículos:

### **LEY DE TURISMO**

Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002

Última modificación: 29-dic.-2014

Estado: Vigente

## **Capítulo I**

### **Generalidades**

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
  - La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
  - La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **Capítulo II**

### **De las actividades turísticas y de quienes la ejercen**

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a) Alojamiento;

b) Servicio de alimentos y bebidas;

c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables

## **CAPÍTULO 3**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 ENFOQUE Y METODO**

El tema: “Proyecto de Viabilidad Económica para la Construcción de Reef Hotel”, está encauzado en los lineamientos metodológicos de la investigación documental, la misma que se refiere a que “es aquella que se basa, en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos”, (Arias, 1999, p 21).

El proyecto tiene carácter de cuantitativa, apoyándose en la investigación documental que permiten al realizar la investigación, crear un sentido crítico y el adecuado discernimiento sobre el particular. Se empleará una investigación de campo para el desarrollo del proyecto, recolectando la información y buscando un consentimiento de la sociedad en cuanto a la problemática social y económica del lugar, para una adecuada toma de decisiones. Posterior a ello se analizarán y aplicarán los datos al proyecto; el material magnético y físico se averiguará en medios electrónicos, instituciones académicas, revistas y librerías.

##### **3.1.1 Enfoque Mixto**

Específicamente en este proyecto de inversión, el enfoque al cual se refiere, será el enfoque Mixto, que significa que se lo desarrollará tanto cuantitativamente como cualitativamente. En cuanto al enfoque cuantitativo, se refiere a partir de análisis de datos numéricos, eso quiere decir que se involucrara en el proceso numérico y en los fundamentos estadísticos. A diferencia de la investigación cualitativa que no tiene que ver con el análisis numérico, pero si con el punto de vista tanto inductivo como subjetivo. Considerando que ambos enfoques son totalmente opuestos o diferentes,

son muy necesarios para la evaluación de los planteamientos y problemas, de los cuales nos permitirán realizar propuesta, evaluar informaciones de acuerdo a las investigaciones realizadas.

### **3.1.2 Enfoque Exploratorio**

Al no conocer datos e investigación inicial del proyecto, se necesita investigar, para conocer los objetivos, que permitan explorar la situación y de antemano conocer el panorama en el cual se maneja, y en este sentido, continuar formulando hipótesis del cual se pueda extraer resultados y una conclusión.

La investigación exploratoria tiene como objetivo examinar o explorar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes. Por esa razón, ayuda a entender fenómenos científicamente desconocidos, poco estudiados o nuevos, apoyando en la identificación de conceptos o variables potenciales, identificando relaciones posibles entre ellas (Cazau, 2006).

Para Zikmund (2009) cuando un investigador tiene una cantidad limitada de experiencia o conocimiento sobre un tema de investigación, la investigación exploratoria es un útil paso preliminar.

Ayuda a garantizar que un estudio más riguroso y concluyente en el futuro se iniciará con una comprensión adecuada de la naturaleza del problema de investigación (Abreu, 2012)

### **3.1.3 Definición del Método**

La metodología de la investigación es una norma de conocimiento que se encarga de construir, delimitar y coordinar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos a perseguir en el desarrollo de un proceso de investigación para la obtención de conocimiento. Por tanto, el método definido va en correspondencia con la investigación a realizar.

### **3.1.4 Justificación del Método**

El estudio del método de la investigación, nos permite visualizar y entender a forma como deliberan las personas, en este caso los turistas, acerca de los productos que se están ofreciendo, además también nos permitirán conocer cómo piensan también acerca de los productos de la competencia. Nos lleva también a presentar una serie de sugerencias que nos permitan dar resultados acerca de entorno que se genera. La manera más óptima de saber que opinan los clientes es investigarlo en el campo, siendo esta una herramienta muy necesaria para este objetivo, reconociendo y poder identificar las oportunidades y amenazas que se aproximan.

## **3.2 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

En este punto se va a referir a la encuesta.

Una investigación por encuesta se considera una parte de la investigación social científica, dirigida a evaluaciones de ciudades a través de observaciones de ejemplos tomados de la misma.

Realizar las encuestas a las personas o turistas tiene el propósito de saber cuál es la satisfacción del usuario y recibir las opiniones generadas

por el mismo con respecto a los diferentes servicios ofrecidos referente a la playa, y de esta manera saber y realizar mejoras continuas para asegurar el mejor ambiente y generar eficacia en la organización. Dentro de la diversidad de este estudio podemos conocer no solo el perfil del turista, sino además conocer la percepción, respecto a los servicios y recursos a proporcionales, así como también sus expectativas, usos y consumos, además el grado de satisfacción referente al servicio proporcionado.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que el turista es aquella persona que se desplaza de su hogar de residencia hacia un sitio en donde él requiera un descanso, relajamiento y recreación con la finalidad de estar un tiempo determinado en forma cordial y placentera.

### **3.3 MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS**

El análisis de datos es el precedente para la actividad de interpretación. La interpretación se realiza en términos de los resultados de la investigación.

Esta actividad consiste en establecer inferencias sobre las relaciones entre las variables estudiadas para extraer conclusiones y recomendaciones (Kerlinger, 1982).

Los resultados de una investigación basados en datos muestrales requieren de una aproximación al verdadero valor de la población (Zorrilla, 1994).

Una vez obtenidos los datos de nuestro trabajo, el siguiente paso es analizar los datos dependiendo del método a investigar, tanto cualitativo como cuantitativo. El método cualitativo tiene la característica de ser subjetivo, abarca la realidad, ya que su procedimiento es inductivo y busca conocer los procesos, hechos y personas en su totalidad, a diferencia del

método cuantitativo donde se busca la información sobre los sujetos estudiados, es decir explora datos numéricamente principalmente en el campo de la estadística. Y podremos decir que el análisis cuantitativo nos lleva a la recolección objetiva de datos numéricos orientados a los resultados.

## **CAPÍTULO 4**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

La página web estudiosdemercado.org (2017) nos indica lo siguiente al respecto: Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

Con un buen estudio de mercado nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máxime si su productos o servicio viene a aportar valores añadidos y ventajas competitivas. Lo que puede revolucionar el sector, la oferta, análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas. Con respecto a la competencia, necesitaremos un mínimo de datos, quienes son y por cada uno de ellos volúmenes de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costes de producción, etc. todo lo que podamos recabar.

#### **4.1.1 Estadísticas de demanda hotelera**

Según los datos proporcionados por Cámara de Turismo de Playas la ocupación de los hoteles es de 83.700 PAX por año, entendiéndose que esto si la ocupación es del 100%, pero para nuestro estudio se ha estimado que

la ocupación en temporada alta es del 80% y en temporada baja es del 60%.  
A continuación, lo expresado lo resumo en el cuadro adjunto.

### **TURISTAS POR TEMPORADA**

<b>CLASIFICACION</b>	<b>REGISTRO</b>
TEMPORADA ALTA	75.330
TEMPORADA BAJA	50.220

#### **Cuadro # 1**

**Tomado de: Ministerio de Turismo – (2018)**

### **DISTRIBUCIÓN POR CLASE Y CATEGORÍA**

<b>CLASIFICACION</b>	<b>REGISTRO</b>	<b>HABITACIONES</b>	<b>CAMAS</b>	<b>PLAZA CAMAS</b>
HOSTAL	19	349	643	1067
HOSTERIA	14	239	676	893
HOTEL	9	342	614	948

#### **Cuadro # 2**

**Tomado de: Ministerio de Turismo – (2018)**

## TURISMO EN CIFRAS

CATEGORIA	REGISTRO	HABITACIONES	CAMAS	PLAZA CAMAS
2 ESTRELLAS O TERCERA	15	345	681	975
3 ESTRELLAS O SEGUNDA	22	454	888	1.518
4 ESTRELLAS O PRIMERA	4	83	202	249
5 ESTRELLAS & LUJO	1	48	162	166
Total General	42	930	1.933	2.908

### Cuadro # 3

Tomado de: Ministerio de Turismo – (2018)

#### 4.1.2 Tamaño de la Muestra

Para obtener el tamaño de la muestra, debemos considerar el universo poblacional del balneario de Playas y considerar los visitantes (turistas) al balneario. De acuerdo a los datos proporcionados por INEC, en el último censo realizado en el año 2010 el total de habitantes era de 41.935; de los cuales 20.693 son mujeres y 21.242 son hombres; estimándose que unos 80.000 turistas anuales visitan el lugar. Según Fidias Arias citado por Proyectos Educativos CR (2006) en su web, define muestra como: un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible.

Psyma (2018) nos muestra la fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

Ecuación:

**FORMULA PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

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

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Reemplazando esta fórmula con valores obtenemos:

N = tamaño de la población 80000

Z = nivel de confianza, 94% 1,95

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,60

Q = probabilidad de fracaso 1 - 0,60 = 0,40

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). 5%

$$\frac{80000 \times (1,95)^2 \times 0,60 \times 0,40}{(0,05)^2 \times (80000-1) + (1,95)^2 \times 0,60 \times 0,40}$$

$$\frac{80000 \times (3,6864) \times 0,60 \times 0,40}{(0,0025 \times 79999) + 3,6864 \times 0,60 \times 0,40}$$

$$\frac{90000 \times (3,6864) \times 0,60 \times 0,40}{(199,9975) + 0,884016}$$

$$\frac{79626,24}{200,881516} \boxed{396} \text{ tamaño de la muestra}$$

## 4.2 LA ENCUESTA AL SECTOR HOTELERO

### 4.2.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados

Desarrollada la recolección de los datos a través de las encuestas, éstos se ordenaron, tabularon y analizaron; a continuación, se muestran los resultados obtenidos:

#### Pregunta # 1 Sexo de las personas encuestadas

Se encuestaron a 400 personas, cuyas respuestas fueron:

- 44% correspondieron a hombres y
- 56% correspondieron a mujeres.

#### Cuadro # 4

##### Sexo de las personas encuestadas

DATOS	PORCENTAJE
HOMBRES	44%
MUJERES	56%



Figura # 1

Sexo de las personas encuestadas

## Pregunta # 2 Edad de las personas encuestadas

De las personas encuestadas, a continuación, se anota la tabulación realizada:

- 42% personas entre edades comprendidas de 18 a 30 años,
- 25% personas entre edades comprendidas de 31 a 40 años,
- 15% personas entre edades comprendidas de 41 a 50 años,
- 10% personas entre edades comprendidas de 51 a 60 años, y
- 8% personas entre edades comprendidas de 61 en adelante

### Cuadro # 5

#### Edad de las personas encuestadas

DATOS	TOTAL
DE 18 A 30 AÑOS	42%
DE 31 A 40 AÑOS	25%
DE 41 A 50 AÑOS	15%
DE 51 A 60 AÑOS	10%
DE 61 AÑOS EN ADELANTE	8%



**Figura # 2**

Edad de las personas encuestadas

### Pregunta # 3 Nivel de ingresos de las personas encuestadas

En necesario conocer el nivel de ingresos de la persona, para estar al tanto al grupo al cual nos vamos a dirigir, los resultados fueron los siguientes:

- 25% son personas de nivel bajo de ingresos (Promedio \$ 400),
- 57% son personas de nivel medio de ingresos (Promedio \$ 1.800).
- 18% son personas de nivel alto de ingresos (Promedio \$ 4.500).

#### Cuadro # 6

#### Nivel de ingresos de las personas encuestadas

DATOS	TOTAL
BAJO	25%
MEDIO	57%
ALTO	18%



Figura # 3

Nivel de Ingresos de las personas encuestadas

#### Pregunta # 4 Motivo de viaje

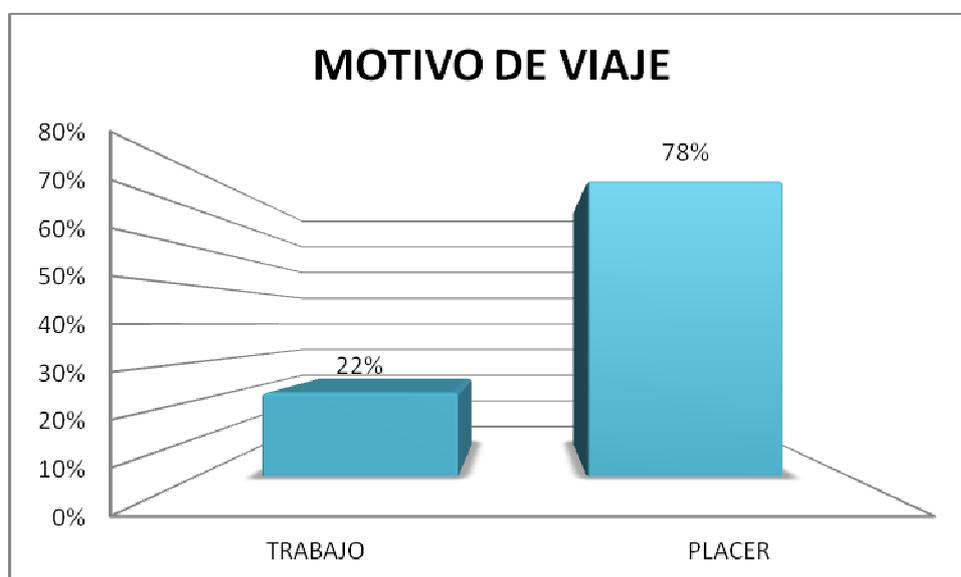
Hay diversos motivos de viaje que realiza una persona, a lo que obtuvimos lo siguiente:

- 22% de personas viajan por trabajo, y
- 78% de personas viajan por placer

#### Cuadro # 7

##### Motivo de viaje

DATOS	TOTAL
TRABAJO	22%
PLACER	78%



#### Figura # 4

##### Motivo de Viaje

## Pregunta # 5 Actividad Económica

Esta pregunta se la realizó para saber en lo económico a qué grupo nos dirigiremos y ofreceremos nuestro producto. Los resultados fueron:

- 42% son empleados públicos,
- 38% son empleados privados, y
- 20% son autónomos (independientes)

### Cuadro # 8

#### Actividad Económica

DATOS	TOTAL
Empleado Público	42%
Empleado Privado	38%
Autónomo	20%



**Figura # 5**

Actividad Económica

### Pregunta # 6 Gusto por viajar

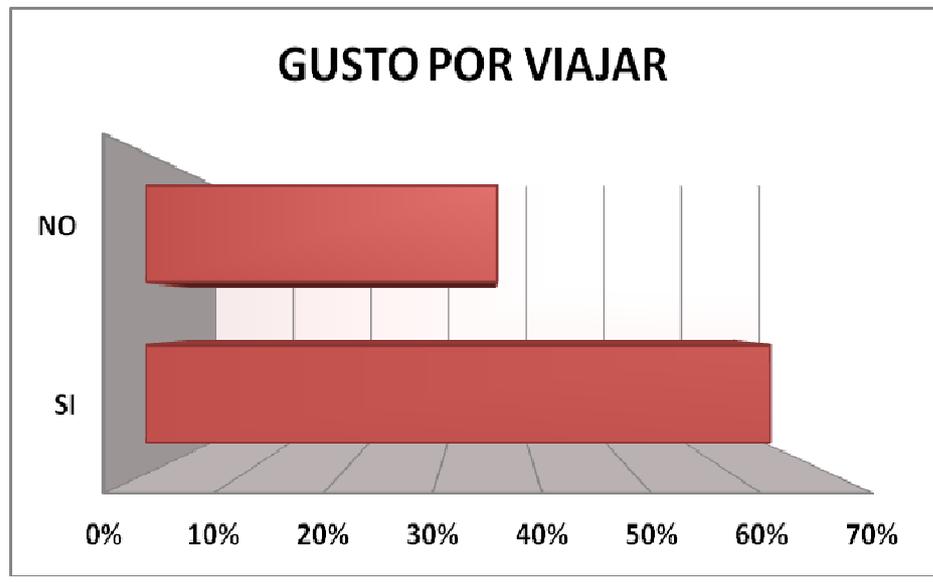
Considerando el deleite del grupo encuestado en relación a sus preferencias, hemos obtenido lo siguiente:

- 64% respondieron que SI, y
- 36% respondieron que NO

**Cuadro # 9**

#### Gusto por viajar

DATOS	TOTAL
SI	64%
NO	36%



**Figura # 6**

#### Gusto por viajar

## Pregunta # 7 Frecuencia de viaje

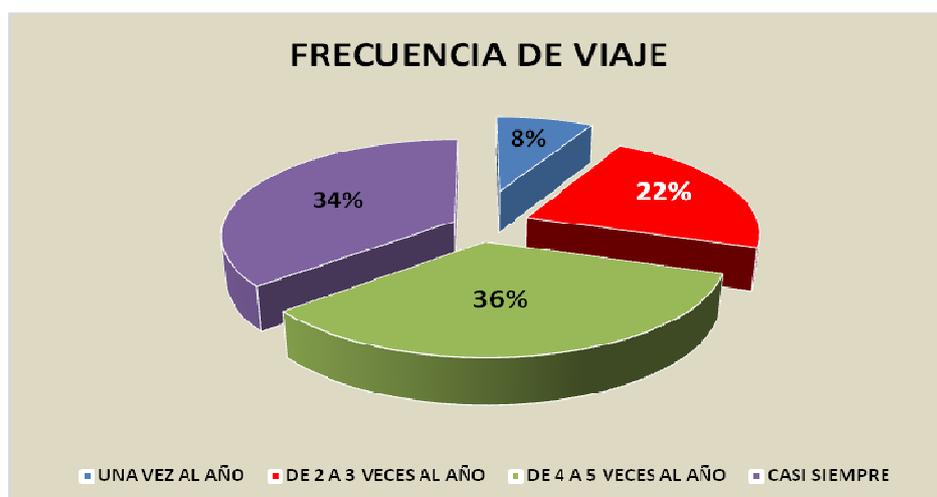
Dado de que existen varios motivos por lo que una persona viaja, tomamos esto como sustento para nuestra pregunta; recibiendo el siguiente resultado:

- 8% una vez al año.
- 22% de 2 a veces al año,
- 34% de 4 a 5 veces en el año, y
- 36% casi siempre

### Cuadro # 10

#### Frecuencia de viaje

DATOS	TOTAL
UNA VEZ AL AÑO	8%
DE 2 A 3 VECES AL AÑO	22%
DE 4 A 5 VECES AL AÑO	34%
CASI SIEMPRE	36%



### Figura # 7

#### Frecuencia de Viaje

## Pregunta # 8 Tiempo que dedica para preparar el viaje

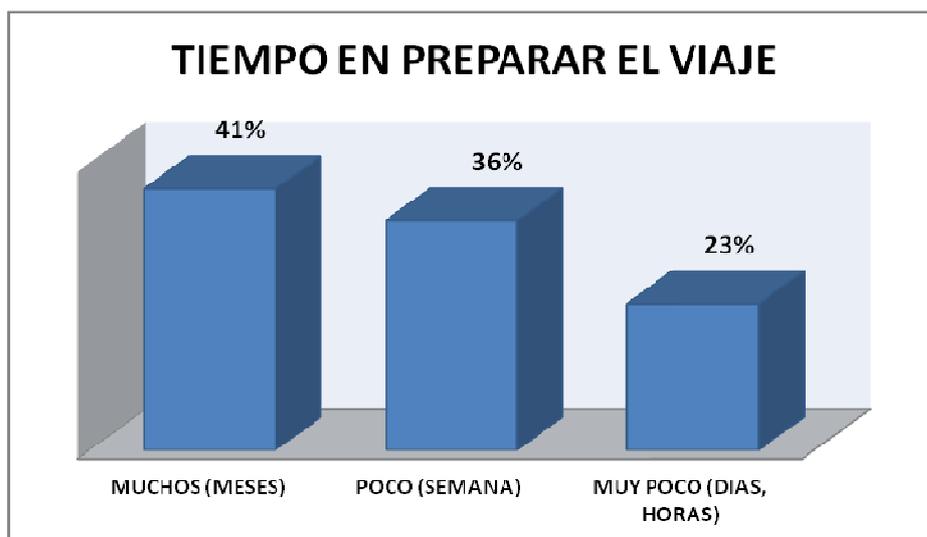
Por lo general, la mayoría de las personas organizan su viaje con anterioridad; por lo que consideramos oportuna la pregunta a los encuestados.

- 41% con muchos meses,
- 36% con pocos meses, y
- 23% con muy pocos días, horas

### Cuadro # 11

#### Tiempo que dedica para preparar el viaje

DATOS	TOTAL
MUCHOS (MESES)	41%
POCO (SEMANA)	36%
MUY POCO (DIAS, HORAS)	23%



### Figura # 8

Tiempo en preparar el viaje

## Pregunta # 9 Destinos favoritos

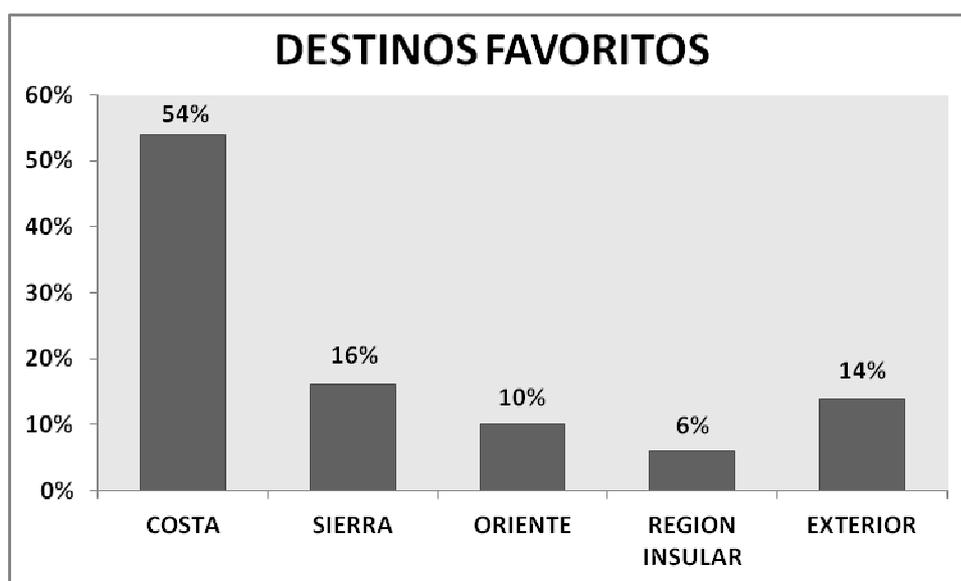
Existen destinos principales para los encuestados, pero se destaca la importancia de ciertos lugares escogidos; los resultados son:

- 54% prefieren la costa ecuatoriana,
- 16% prefieren la sierra ecuatoriana,
- 10% prefieren el oriente ecuatoriano,
- 6% prefieren la región insular, y
- 14% prefieren viajar al exterior

**Cuadro # 12**

**Destinos Favoritos**

DATOS	TOTAL
COSTA	54%
SIERRA	16%
ORIENTE	10%
REGION INSULAR	6%
EXTERIOR	14%



**Figura # 9**

**Destinos Favoritos**

### Pregunta # 10 Sector preferido

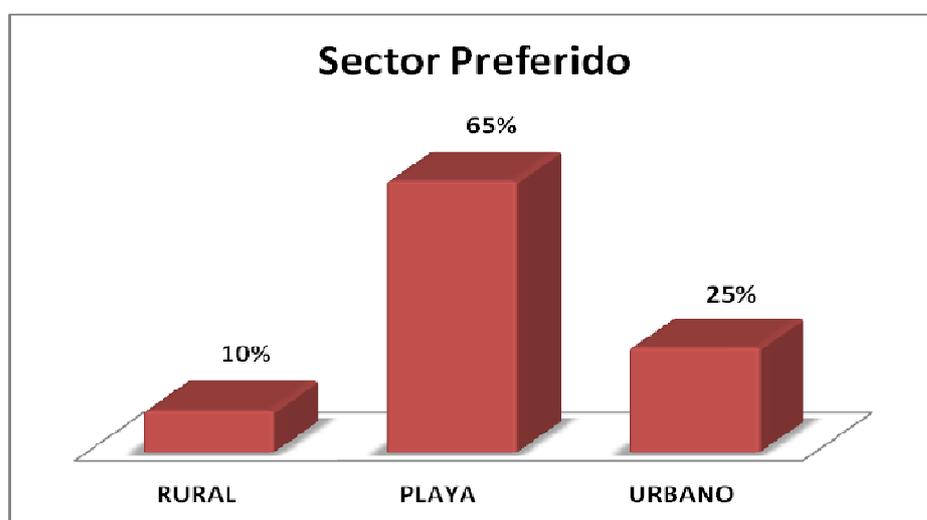
Una vez definido el destino a visitar, conocer trabajar o cualquiera que sea el motivo, los encuestados prefieren un sector determinado; por lo que obtuvimos lo siguiente:

- 10% sector rural,
- 65% sector playa, y
- 25% sector urbano

**Cuadro # 13**

**Sector preferido**

DATOS	TOTAL
RURAL	10%
PLAYA	65%
URBANO	25%



**Figura # 10**

Sector preferido

**Pregunta # 11 Cuando contrata su estancia en el hotel, ¿qué tiene en cuenta?**

Teniendo en cuenta que toda persona busca un lugar en donde sentirse como en casa, es importante saber qué espera un cliente:

- 28% calidad de servicios,
- 12% calidad de productos,
- 10% calidad de instalaciones,
- 24% ubicación, y
- 26% precio

**Cuadro # 14**

**Estancia en hotel**

<b>DATOS</b>	<b>TOTAL</b>
CALIDAD DE SERVICIO RECIBIDOS	28%
CALIDAD DE PRODUCTOS	12%
CALIDAD DE INSTALACIONES	10%
UBICACIÓN	24%
PRECIO	26%



**Figura # 11**

Estancia en el hotel

### Pregunta # 12 ¿Qué le parece el nombre comercial Reef Hotel?

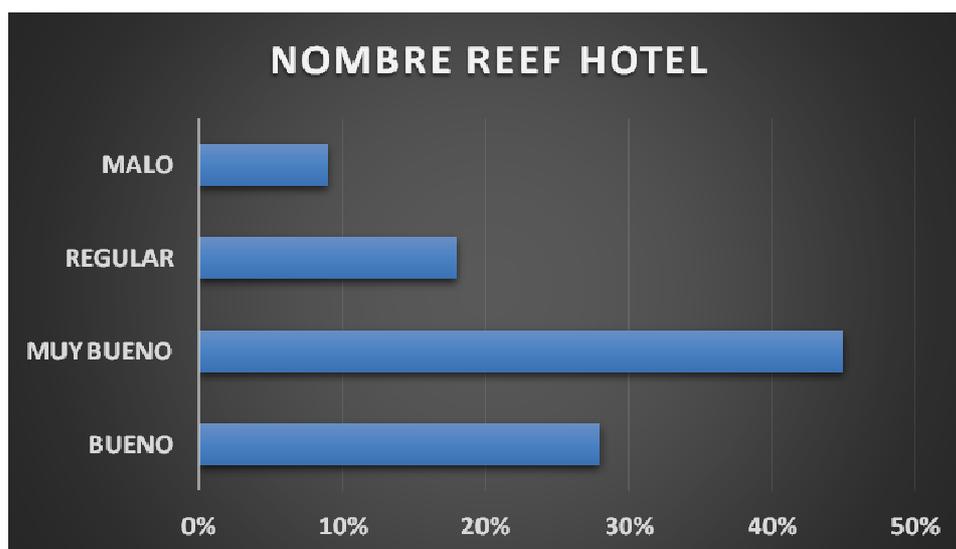
Para poder introducir un nombre que se haga fácil de manejo para las personas, se indagó entre los encuestados que le parecía el nombre del hotel; resultando lo siguiente:

- 28% bueno,
- 45% muy bueno,
- 18% regular, y
- 9% no le gustó

#### Cuadro # 15

##### Nombre comercial Reef Hotel

DATOS	TOTAL
BUENO	28%
MUY BUENO	45%
REGULAR	18%
MALO	9%



**Figura # 12**

Nombre Comercial Reef Hotel

### Pregunta # 13 ¿Celebraría reuniones en la playa?

Para conocer y realizar nuestras actividades de acuerdo a lo programado en nuestro proyecto, procedimos a realizar esta pregunta:

- 82% respondió que SI, y
- 18% respondió que NO

**Cuadro # 16**

#### Celebrar Reuniones en la playa

DATOS	TOTAL
SI	82%
NO	18%



**Figura # 13**

#### Celebrar reuniones en la playa

**Pregunta # 14 Cuando necesita hacer una reserva hotelera, ¿cuál es el medio de comunicación que más consulta?**

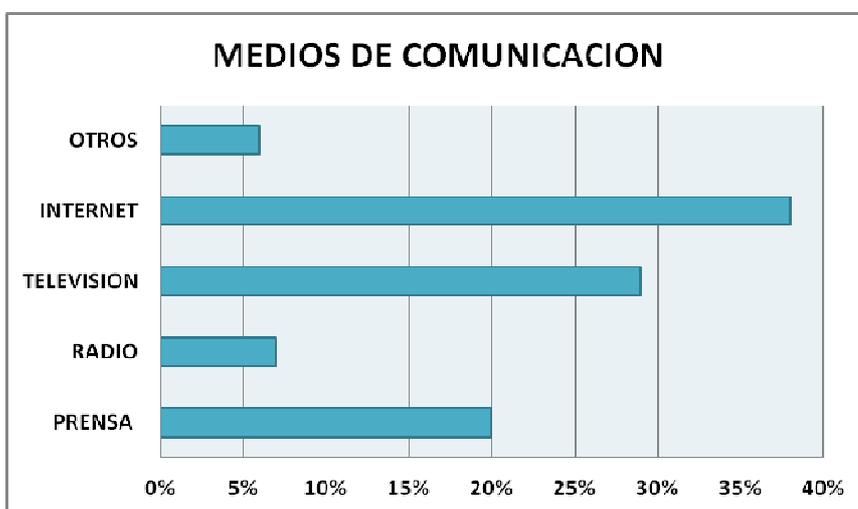
Nuestra pregunta en este tema es para conocer cómo piensan las personas respecto al medio de comunicación y las reservaciones y así poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes:

- 20% respondió prensa,
- 7% respondió radio,
- 29% respondió televisión,
- 38% respondió internet, y
- 6% respondió otros.

**Cuadro # 17**

**Medio de Comunicación que más consulta**

DATOS	TOTAL
PRENSA	20%
RADIO	7%
TELEVISION	29%
INTERNET	38%
OTROS	6%



### Figura # 14

Medios de comunicación que más consulta

### Pregunta # 15 ¿A través de qué medio realiza sus reservaciones hoteleras normalmente?

En los actuales momentos, la globalización conlleva que las empresas busquen la mejor manera de captar clientes en el medio que más consulten los clientes; las respuestas fueron:

- 32% agencias de viajes,
- 48% internet,
- 18% directamente con hotel, y
- 2% otros

### Cuadro # 18

#### Reservaciones Hoteleras

DATOS	TOTAL
AGENCIA DE VIAJE	32%
INTERNET	48%
DIRECTO CON HOTEL	18%
OTROS	2%



### Figura # 15

#### Reservaciones Hoteleras

#### **4.2.2 Análisis de las Encuestas**

Luego de las encuestas realizadas, se puede identificar la gran predilección de los encuestados por acudir a las playas como destino favorito; tanto para vacacionar como para realizar reuniones de trabajos. Además de obtener información de las diversas inquietudes respecto a qué esperan recibir de un hotel al momento de hospedarse, cómo realizan sus reservaciones, cómo se enteran de las opciones hoteleras, entre otros; lo cual ha servido para tomar decisiones sobre presentarle una alternativa al turismo nacional e internacional, así como a los empresarios que desean hacer negocios en un lugar diferente a sus oficinas.

#### **4.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Espinosa R. (2013) nos indica respecto a este tema: Si después de plantearnos la pregunta: ¿a quién intentamos vender?, nuestra respuesta es a todo el mundo, lo más probable es que a largo plazo terminemos por no vender a nadie. Considerar el mercado como una unidad e intentar satisfacer a todos sus integrantes con la misma oferta de producto es poco eficaz. El mercado es demasiado amplio y está formado por clientes diferentes con diversas necesidades de compra. La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing. Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta.

### **Variables de segmentación de mercado:**

- ✓ Geográficas: países, regiones, ciudades o códigos postales.
  
- ✓ Demográficas: género, edad, ingresos, educación, profesión, clase social, religión o nacionalidad.
  
- ✓ Psicográficas: estilo de vida y personalidad.
- ✓ Conductual: frecuencia de uso del producto, búsqueda del beneficio, nivel de fidelidad, actitud hacia el producto.

Sin duda, si queremos trabajar correctamente nuestra estrategia comercial, la segmentación de mercado es uno de los principales aspectos estratégicos que debe definir toda empresa del siglo XXI.

### **4.4 CONCLUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS**

En la realización de esta encuesta se puede observar que existen diversas preferencias de lugares para vacaciones, en especial uno de estos es la playa; ya sea por cercanía a su residencia o porque prefieren aspirar un aire puro y sano como lo es General Villamil Playas, considerado como el lugar que tiene el segundo mejor clima del mundo, (declarado por la UNESCO en 1982). Hay una tendencia actual en cuanto a lugares de preferencia para realizar reuniones de negocios, donde muchos empresarios eligen a la playa para efectuar cierres de negocios o convenciones empresariales.

## CAPÍTULO 5

### DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO, ESTUDIO OPERATIVO Y FINANCIERO

#### 5.1 UBICACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto se encuentra ubicado en el km 5,5 via Playas Data de Posorja a solo 5 minuto de la ciudad de playas, y es una zona utilizada muy frecuentemente por los turistas, de esta manera, el proyecto contara con un alto estatus. Así, se contaría con un buen posicionamiento por la cercanía de lugares comerciales, sitios de ocio y esparcimientos; con lo que la estadía del huésped pueda ser más atractiva.

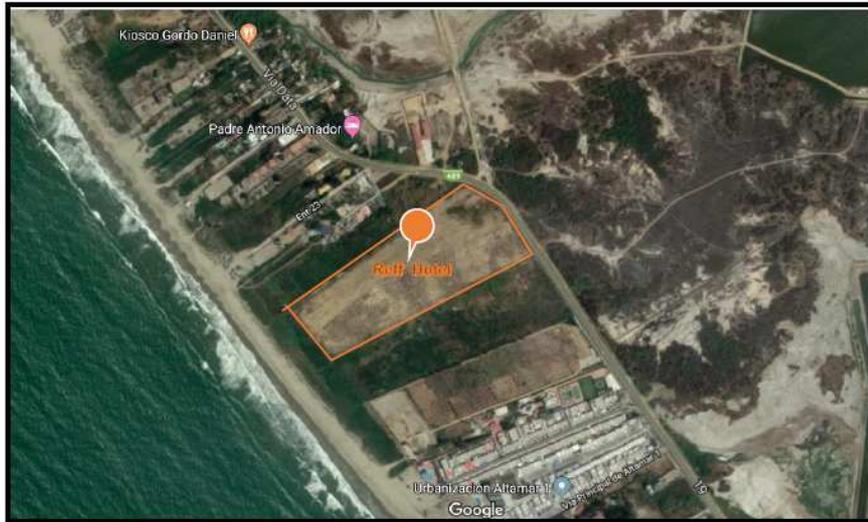
MAPA N°. I: UBICACIÓN DEL CANTON GENERAL VILLAMIL "PLAYAS"



Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa\\_Sageo\\_de\\_Guayas\\_-\\_General\\_Villamil.svg](http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa_Sageo_de_Guayas_-_General_Villamil.svg)  
Elaboración: Tesistas

**Figura # 16**

**Ubicación del Cantón General Villamil Playas**



**Figura # 17**  
**Ubicación del Reef Hotel General Villamil Playas**  
**Tomado de: Google Earth**

## **5.2 NOMBRE DE LA EMPRESA**

Para crear el nombre de la empresa, previamente pensamos en el movimiento donde vamos a generar nuestras actividades, por lo que estamos seguro que, aplicando las normas y estrategias, vamos a posesionarnos en el mercado.

**Nombre Comercial: “REEF HOTEL”**

**Razón Social: Arena y Sol S.A.**

**Nuestro slogan: “Un realismo para compartir”**

### 5.2.1 Descripción del negocio

Cuando hablamos de negocio hotelero, nos referimos a la planificación de los productos y servicios que nos generan una ganancia natural para nuestra empresa y de aquello, lo más importante, la satisfacción que nuestros clientes puedan tener; al brindarles un ambiente adecuado y placentero en el tiempo que ellos requieran.

### 5.2.2 Misión, Visión y Objetivos

- **Misión:** Brindar al turista que se hospeda una estadía placentera y confortable por excelencia, garantizándole una experiencia inolvidable que los harán repetitivos.
  
- **Visión:** Tener la seguridad que para el año 2020 REEF HOTEL, será uno de los principales hoteles atrayentes del turismo de la región ecuatoriana, creando modelos de hospitalidad.
  
- **Objetivos:** Lograr que nuestro hospedaje, sea una experiencia satisfactoria y que nuestros huéspedes sientan que se han llevado una bonita experiencia que los gratifiquen.
  - Mantener el liderazgo a futuro inmediato.
  - Esforzarnos para lograr las expectativas deseadas.
  - Proteger los intereses de nuestros clientes
  - Ofrecer y atender los requerimientos de nuestros huéspedes las 24 horas del día, dentro de esto están los imprevistos como cualquier llamado de emergencia.
  - Renovar, mejorar la atención y el servicio para mantener nuestro destino como uno de los mejores lugares turísticos del Ecuador.

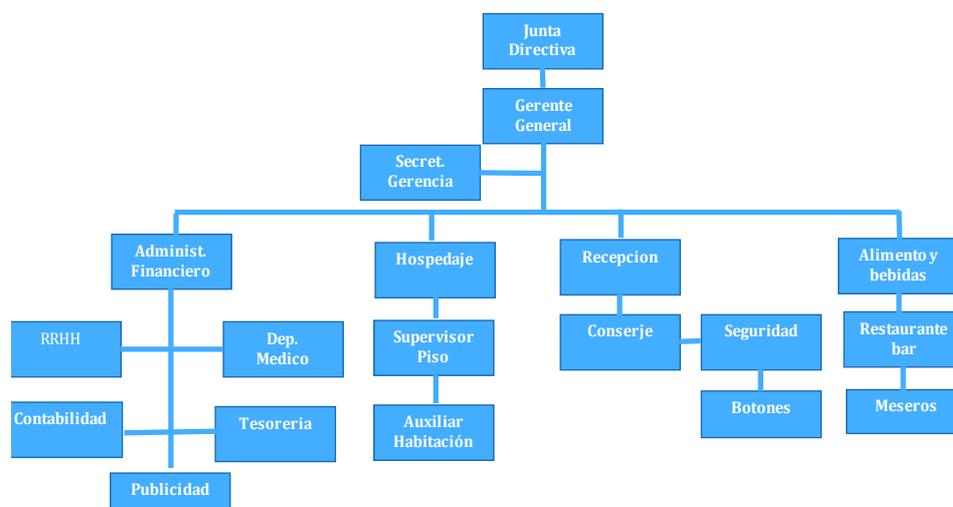
### 5.2.3 Estructura Organizativa

Todo establecimiento de este tipo debe de organizarse o tener un modelo específico organizacional por lo que nosotros hemos implementado de manera eficiente llevar a cabo este modelo:

- ✓ Delegar a las autoridades máximas las responsabilidades como es debido para evitar la burocracia y centralismo de las actividades.
- ✓ Ubicar en los puestos específicos a las personas que entiendan sobre la labor encomendada, por lo tanto, en los puestos específicos serán personas entendedoras del tema.
- ✓ Concentración de los trabajos encomendados y así alcanzaremos nuestros objetivos propuestos.
- ✓ Tener una excelente comunicación entre los diferentes departamentos para realizar un mejor trabajo.
- ✓ Llevar un control exhaustivo de nuestros empleados y terceros.

Normalmente el encargado de realizar el organigrama en una empresa es el director/a de Recursos Humanos. Además del organigrama, tendrá que tener bien definidos los puestos de trabajo en la “descripción del puesto de trabajo” para que las funciones de cada empleado estén bien delimitadas. Esto será esencial para la contratación de nuevos empleados y para que cada uno de ellos conozca qué tiene que realizar. Por otra parte, hay hoteles que tienen externalizadas las funciones de recursos humanos, especialmente los hoteles más pequeños (que no forman parte de cadenas hoteleras).

## ORGANIGRAMA



### 5.2.4 Funciones

Contaremos con grupo de personal eficiente y capacitado para realizar las labores en en nuestro hotel, y estara conformado con los siguientes:

- ✓ Gerente General
- ✓ Administrador
- ✓ Contador
- ✓ Recepcionista
- ✓ Camareros
- ✓ Personal de cocina
- ✓ Meseros
- ✓ Personal de mantenimiento
- ✓ Guardias de seguridad

**Gerente General.** - El Gerente General, será el profesional que tenga que definir estrategia general y específica para alcanzar los objetivos de la empresa, además quien debe velar por formación de todo el personal que lo requiera y esto también incluye a los aprendices, así como también tiene la

obligación de contratar y designar a las personas nuevas que se integran como empleados al hotel.

Respecto a las demás obligaciones que competen para el mejor desenvolvimiento de nuestro hotel, le indicaremos las funciones por áreas o departamentos:

**Área Administrativa.** - Este departamento se encarga de la buena administración del dinero, cancelación de haberes a los empleados, los impuestos, publicidad, salud ocupacional, etc., por medio las divisiones respectivas. Dentro de esta área encontraremos también la división de Talento Humano, Tesorería, Contabilidad, Publicidad, así como también son encargados de realizar las Estadísticas y Presupuestos.

**Área de Alojamiento.** - Este departamento es el encargado de la limpieza del hotel, de las habitaciones, pasillos y áreas comunes, y es el departamento con más recurso humano.

**Área de Recepción.** - Es el encargado de recibir a los turistas, de una manera cordial y gentil, asignar habitaciones, y de estar pendiente del huésped desde que ingresa hasta su salida.

**Área de Alimentos y Bebidas.** - Es el departamento que debe coordinar y administrar diariamente los movimientos del bar, restaurante y la cocina, además de servicio a las habitaciones, etc.

### 5.3 ESTUDIO FINANCIERO – VIABILIDAD ECONOMICA

La Revista América Economía (2018) reproduce la rueda de prensa ofrecida por el Econ. Richard Martínez, Ministro de Economía y Finanzas:

Ecuador proyecta un presupuesto de unos US\$31.318 millones para el 2019, sustentado en un precio del barril de crudo de US\$58,29 y una estimación de expansión de su economía de un 1,4 %, anunció este miércoles el Ministerio de Economía y Finanzas del país. El total de gastos para el próximo año excluye una cuenta para financiamiento por compra de derivados, que significa US\$4.841 millones adicionales -unos US\$1.700 millones más que el presupuesto previsto en el 2018- debido a la proyección de un aumento en el precio de los derivados.

"El Gobierno Nacional ha estructurado una proforma 2019 enfocada en la austeridad, el manejo responsable de los recursos y en el control de gastos excesivos", agregó la entidad en un comunicado, al señalar que el presupuesto planteado para el próximo año es inferior al del 2018 en un 2,8%, añadió el ministro Richard Martínez. La economía del país petrolero crecería un 1,1% en el 2019 por un ajuste fiscal, según previsiones del Banco Central ecuatoriano. El ministerio explicó que el Gobierno tiene que realizar pagos adicionales el próximo año por más de US\$1.500 millones por pensiones y una nueva ley para beneficiar a zonas de la Amazonía, lo que significará un "esfuerzo fiscal importante". Pese a esos desembolsos adicionales Ecuador espera que en el 2019 el déficit fiscal global se ubique en un 3,2%, por debajo del previsto para este año de cerca de un 4%.

El Gobierno igualmente prevé que la inflación se ubique en un 1,07% y la inversión pública represente unos US\$3.314 millones durante el 2019. Además proyecta un volumen de producción de crudo de unos 206 millones de barriles. El plan de gastos del Gobierno apunta a destinar para el pago del servicio de la deuda pública el próximo año unos 3.852 millones de dólares y unos 8.166 millones de dólares en necesidades de financiamiento,

según el comunicado. Martínez dijo que, entre las fuentes de financiamiento identificadas para el próximo año, no descarta salir al mercado de capitales, recurrir a China en mejores condiciones y otras "estructuras financieras de mercado". El presupuesto planteado por el Gobierno fue remitido a la Asamblea Nacional para su aprobación.

Bajo estas condiciones y considerando las expectativas gubernamentales y el comentario del sector empresarial, se preparó el estudio financiero; buscando las condiciones adecuadas para su propuesta de ejecución.

### **5.3.1 Financiamiento**

Para la ejecución del proyecto, los recursos se los obtendrá de la siguiente manera:

**Capital Propio:** La aportación de capital propio estará dada por aportación de los accionistas para la compra del terreno para la construcción del proyecto, el cual está valorado en \$ 120.000,00

**Crédito Bancario:** Se contratará un crédito bancario en un banco de la localidad por \$ 455.000,00 con una tasa de interés del 8,50% anual a 36 meses plazo pagadero a partir del primer año de operación del negocio. Los desembolsos que hará la institución financiera de acuerdo a la planificación realizada. Estos desembolsos serán de la siguiente manera:

Mes # 01 \$ 80.000

Mes # 03 \$ 100.000

Mes # 04 \$ 100.000

Mes # 06 \$ 100.000

Mes # 08 \$ 75.000

Se adjunta cuadro # 19

El presupuesto establecido para el proyecto es el que se adjunta.

Se adjunta cuadro # 20

### 5.3.2 Flujo de Ingreso

Los planes de ventas establecen el Flujo de Ingresos, el cual está determinado en base a investigaciones de mercados previas realizadas; donde la difusión en los medios de comunicación así lo prevén. Se consideraron los siguientes:

- ✚ Número de habitaciones: 50 (25 sencillas, 15 dobles, 10 triples)
- ✚ Precio de hospedaje por noche: \$ 20 sencilla, \$ 35 doble, \$ 55 triple
- ✚ Porcentaje de ocupación por noche: 80% en temporada alta y 60% en temporada baja
- ✚ Número de Pax por día: 68 (temporada alta), 51 (temporada baja)
- ✚ Consumo promedio por Pax día: \$ 20,00
- ✚ Incremento de precios de servicios hospedaje y alimentación: 5% a partir del segundo año de operaciones
- ✚ Se considera Temporada Alta los meses de Enero a Abril y Octubre a Diciembre, y Temporada Baja los meses de Mayo a Septiembre.

Se adjunta cuadro # 21

### 5.3.3 Proyección de Gastos Generales

Los Gastos Generales del proyecto se componen de los Gastos de Administración, de Ventas y Financieros.

Se adjunta cuadro # 22

### 5.3.4 Balance General y Estado de Resultados

De acuerdo a las proyecciones de ingresos y egresos, se presentan los Balances General y Estado de Resultados para los primeros 4 años.

Se adjunta cuadro # 23 y 24

### 5.3.5 Flujo de Caja

Para la preparación del Flujo de Caja, se tomaron inicialmente los valores recibidos del crédito contratado (base económica en las etapas pre operacionales y de desarrollo de la construcción) y de la operación misma del negocio.

Se adjunta cuadro # 25

### 5.3.6 Valoración Financiera

#### TASA DE DESCUENTO

costo de oportunidad de dejar de invertir en otras opciones

**13%**

#### VAN (VALOR ACTUAL NETO)

van mayor a cero, se acepta el proyecto

**\$ 18.755,91**

#### TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

tir mayor que la tasa de descuento, se acepta el proyecto

**14,53%**

#### PRI (PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION)

**3 años, 2 meses, 8 días**

#### B/C (RELACION BENEFICIO / COSTO)

B/C mayor a 1, los beneficios superan a los costos; el proyecto debe ser considerado

**\$ 1,16**

Como podemos observar, la inversión en el presente negocio se la recupera al término del tercer año de funcionamiento; lo que significa que a partir del siguiente año el inversionista podrá recibir la real rentabilidad del negocio.

### 5.3.7 Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio es determinar el nivel de ingresos totales mínimo que requiere un proyecto para cubrir sus costos. A continuación se detallan los puntos de equilibrios para los 4 primeros años del proyecto.

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

	año 1	año 2	año 3	año 4
costos fijos totales	\$ 180.060,19	\$ 174.132,74	\$ 168.411,73	\$ 163.973,40
costos variables	\$ 295.554,91	\$ 306.678,26	\$ 361.266,77	\$ 394.221,54
% costos variables (CV/I)	34,98%	34,57%	38,78%	40,30%
punto de equilibrio por año	\$ 276.930,47	\$ 266.135,93	\$ 275.092,66	\$ 274.662,32

### 5.3.8 Ratios financieros

	año 1	año 2	año 3	año 4
<b>margen bruto</b>				
utilidad bruta / ingresos totales	65,02%	65,43%	61,22%	59,70%
<b>margen neto</b>				
utilidad neta / ingresos totales	28,98%	30,37%	28,60%	28,46%
<b>roa (retorno sobre activos)</b>				
utilidad neta / activos totales	31,64%	29,69%	26,10%	21,42%
<b>roe (retorno sobre capital)</b>				
utilidad neta / capital	\$ 244,87	\$ 269,43	\$ 266,45	\$ 278,42

### **5.3.9 Escenarios**

Los tipos de escenarios preparados en para el presente proyecto fueron: pesimista, conservador y optimista, los cuales se elaboraron bajo los siguientes supuestos:

#### **Escenario Optimista**

- ✓ incremento de precio de venta: 7% a partir del segundo año de operación,
- ✓ ventas de servicio de habitación / comedor (unidades): sin variaciones
- ✓ incremento de gastos: 5% a partir del segundo año de operación.

#### **Escenario Conservador**

- ✓ incremento de precio de venta: 5% a partir del segundo año de operación,
- ✓ ventas de servicio de habitación / comedor (unidades): sin variaciones
- ✓ incremento de gastos: 5% a partir del segundo año de operación.

#### **Escenario Pesimista**

- ✓ incremento de precio de venta: 2% a partir del segundo año de operación,
- ✓ ventas de servicio de habitación / comedor (unidades): sin variaciones
- ✓ incremento de gastos: 5% a partir del segundo año de operación.

## ESCENARIOS

	pesimista	conservador	optimista
tasa de descuento	13%	13%	13%
VAN	\$ (34.279,68)	\$ 18.755,91	\$ 107.415,61
TIR	10,06%	14,53%	21,22%
B/C	\$ 0,74	\$ 1,16	\$ 1,23
periodo de recuperación (años)	3,81	3,19	2,95

Como se puede observar en los escenarios conservador y optimista muestran interesantes proyecciones. Vemos que el VAN (Valor Actual Neto) en estos escenarios son positivos y por tanto son aceptados los proyectos. Sin embargo, el escenario pesimista muestra un VAN negativo; lo cual hace que el proyecto no sea aceptado debido a que se considera un porcentaje inferior de incremento de las ventas, al estimarse que el sector turístico está en crecimiento.

El Escenario Conservador es el indicado para evaluar el proyecto, siendo en este escenario y en el optimista, que la TIR (Tasa Interna de Retorno) presentan porcentajes superiores a la Tasa de Descuento.

## CONCLUSIONES

Después de las investigaciones y estudios de mercado realizados, se establece que, debido a la demanda turística y de acuerdo al análisis financiero realizado, además de considerar los propósitos de los objetivos específicos para lograr el gran objetivo general se afirma que si es factible la ejecución del proyecto de Viabilidad Económica para la Construcción de Reef Hotel ubicado en la vía a Data km 5.5 General Villamil (Playas). El estudio se preparó bajo tres escenarios: Pesimista, Conservador y Optimista, en donde de acuerdo a los cálculos obtenidos el conservador fue el más adecuado, para la evaluación general del proyecto; no así los otros dos escenarios los cuales no cumplían con las expectativas de los inversionistas.

Para su realización es necesario el apoyo del sector financiero a través de un financiamiento económico, ya que se cuenta con una parte de la inversión. Teniendo en cuenta los escenarios previstos para esta obra, podemos determinar que la viabilidad es positiva; por lo tanto, si nos representa una rentabilidad. La factibilidad de este proyecto se sostendrá en que el hotel innovara en infraestructura, servicios, etc., logrando mejorar los servicios de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Villamil Playas, proveyéndoles de confort, amenidad y seguridad en este balneario de la Provincia del Guayas.

Es indudable el cuestionamiento del inicio de todo negocio que es duro, ya que la competencia es fuerte en el sector hotelero del lugar; pero lo innovador que trae la construcción de este proyecto va a beneficiar a la población del Cantón Villamil Playas y sus alrededores y avizora un buen futuro económico para los inversionistas, a pesar de la existencia de los grandes proyectos ya conocidos.

## RECOMENDACIONES

El desarrollo turístico del Cantón General Villamil Playas ha traído muchas inversiones en el lugar, sobre todo en el sector hotelero; el cual vemos que su infraestructura sigue acrecentando debido a la demanda de turistas nacionales y extranjeros, sobre todo en los meses denominados temporada alta. Por ello, las autoridades seccionales y el Gobierno Nacional están impulsando su desarrollo con proyectos que benefician a la comunidad y que sean atractivos para los inversionistas.

Son muchos los comentarios de los turistas y residentes del lugar que sugieren mejoras en la infraestructura hotelera, así como la calidad de vida de su comunidad; entre las que podemos mencionar:

- 🚧 El crecimiento sostenido de la demanda de servicios Hoteleros en el cantón Villamil Playas.
- 🚧 El déficit de oferta de servicios hoteleros de calidad.
- 🚧 Su distribución de habitaciones confortables, ambiente agradable y de excelente calidad.
- 🚧 Fomentar fuentes de trabajo local, a través de personal capacitado.

Entonces se hace necesario contar con opciones de hospedaje para que el turista pueda escoger la que sea más conveniente y esté al alcance de él. Este proyecto pondrá a disposición de los turistas innovaciones que convertirán a uno de sus lugares preferidos cuando visiten General Villamil Playas.

## REFERENCIAS

- AA.VV (2013). *Small Hotels & Rural Hotels*
- Bacile, Mercedes (2013). *Evaluación de un Proyecto de Inversión para la Construcción de un Hotel destinado al Turismo Corporativo en Río Ceballos*
- Banco Central del Ecuador (2018). Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/>
- Bandera Rubio, Antonio; Ballesteros Gómez, Joaquín (2017). *Apuntes de Planificación, gestión y desarrollo de proyectos*
- Castillo, Laura; Saavedra, Luisa (2017). *Análisis de la Estrategia de Construcción de Marca en los Hoteles de Villavicencio Afiliados a Cotelco*
- Castro, Olivo (2010). *Proyecto de factibilidad para la creación de un Hotel “Telembi” en el “Pasaje Comercial Visa Hermanos” ubicado en la ciudad de Esmeraldas*
- Corporación Financiera Nacional (2017). *Ficha Sectorial Sector Turístico*. Recuperado de <https://www.cfn.fin.ec/>
- Dapena Traseira, José Ramón (2017). *Cálculo de Estructuras*, Segunda Edición
- Diario El Universo, Varias Ediciones (2015 – 2018). Recuperado <https://www.eluniverso.com/>
- Diez, Guillermo (2015). *Plan de Negocio para un Hotel de Cuatro Estrellas en el Distrito de San Miguel*.
- Escuela de Turismo (2018). *Definiciones para entender el Turismo*, Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>

- Gestión de calidad para hoteles (www.isq-turistica.com).*
- González, Yara (2003). *Estudio de Pre factibilidad para la Construcción de un Hotel, Restaurante y Parque Recreativo en Jutiapa. Estudio Técnico*
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018). Recuperado de [www.ecuadorencifras.gob.ec/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/)
- Kottas, Dimitris (2014). *Hoteles de Impacto*
- Kretschmar Joehnk, C. (2013). *Hotel. Lobbies, Bar & Resturants*
- M.I. Municipalidad del Cantón Playas (2018). Recuperado de <https://www.municipioplayas.gob.ec/>
- Medina Sánchez, Eduardo (2014). *Construcción de Estructuras de Hormigón Armado en Edificación, Tercera Edición*
- Mejía, Catalina; Jaramillo Andrés (2014). *Evaluación de la viabilidad de un proyecto hotelero en la ciudad de Barranquilla a desarrollar por la firma Hoteles Estelar S.A.*
- Mejía, Olga (2016). *Estudio de Pre factibilidad para la Construcción del Hotel SPA “Santos de Piedra” en el Municipio de los Santos (Santander)*
- Ministerio de Turismo (2018). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/>
- Molina González, A.:(2011). *Experiencia sobre el mantenimiento hotelero, Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2011b/946/](http://www.eumed.net/libros/2011b/946/)*
- Organización Mundial de Turismo (2018). Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Ortega Fernando, Luis (2010). *Etapas Constructivas*
- Riddel C., Rafael (2015). *Fundamentos de Ingeniería estructural para estudiantes de Arquitectura, Tercera Edición*

Santa, Laura; Soledispa, Nelly (2015). *Estudio y propuesta de Inversión para el desarrollo y construcción de un Hotel en la Parroquia Canoa, Cantón San Vicente, Provincia de Manabí*

Segura, Shirley (2014). *Estudio de factibilidad para la construcción del Hostal “El Acantilado” en Playa Varadero, Provincia del Guayas para la mejora del atractivo turístico de la localidad.*

Steinman, David B.; Watson, Sara Ruth (2001). *Puentes y sus Constructores*

Tejada, Mariuxi; Granda, Cinthia (201). *Proyecto de Inversión para la construcción de un Hotel Ecológico Ubicado en el Cantón General Villamil Playas a implementarse a partir del Período 2010 – 2011, con Participación de la Comunidad*

Walton, Denis (2010). *Manual Práctico de Construcción*, Primera Edición, Segunda reimpresión

Web logismic.software: <http://www.logismic.mx>

## ANEXOS

**CUADRO 19**

<b>MONTO DEL PRESTAMO:</b>		<b>\$ 455.000,00</b>			
<b>TASA DE INTERES:</b>		<b>8,50%</b>			
<b>PLAZO VENCIMIENTO:</b>		<b>36 MESES</b>			
<b>FECHA DE INICIO DE PAGO:</b>		<b>A PARTIR DEL 1ER MES DE OPERACIÓN</b>			
<b>#</b>	<b>Interés</b>	<b>K Reducido</b>	<b>Amortiz de K</b>	<b>Intereses</b>	<b>Cuota Mes</b>
			<b>\$ 455.000,00</b>	<b>\$ 62.076,26</b>	<b>\$ 517.076,26</b>
1	8,50%	\$ 455.000,00	\$ 11.140,31	\$ 3.222,92	\$ 14.363,23
2	8,50%	\$ 443.859,69	\$ 11.219,22	\$ 3.144,01	\$ 14.363,23
3	8,50%	\$ 432.640,46	\$ 11.298,69	\$ 3.064,54	\$ 14.363,23
4	8,50%	\$ 421.341,77	\$ 11.378,73	\$ 2.984,50	\$ 14.363,23
5	8,50%	\$ 409.963,05	\$ 11.459,32	\$ 2.903,90	\$ 14.363,23
6	8,50%	\$ 398.503,72	\$ 11.540,49	\$ 2.822,73	\$ 14.363,23
7	8,50%	\$ 386.963,23	\$ 11.622,24	\$ 2.740,99	\$ 14.363,23
8	8,50%	\$ 375.340,99	\$ 11.704,56	\$ 2.658,67	\$ 14.363,23
9	8,50%	\$ 363.636,42	\$ 11.787,47	\$ 2.575,76	\$ 14.363,23
10	8,50%	\$ 351.848,95	\$ 11.870,97	\$ 2.492,26	\$ 14.363,23
11	8,50%	\$ 339.977,98	\$ 11.955,05	\$ 2.408,18	\$ 14.363,23
12	8,50%	\$ 328.022,93	\$ 12.039,73	\$ 2.323,50	\$ 14.363,23
13	8,50%	\$ 315.983,20	\$ 12.125,02	\$ 2.238,21	\$ 14.363,23
14	8,50%	\$ 303.858,18	\$ 12.210,90	\$ 2.152,33	\$ 14.363,23
15	8,50%	\$ 291.647,28	\$ 12.297,39	\$ 2.065,83	\$ 14.363,23
16	8,50%	\$ 279.349,89	\$ 12.384,50	\$ 1.978,73	\$ 14.363,23
17	8,50%	\$ 266.965,39	\$ 12.472,22	\$ 1.891,00	\$ 14.363,23
18	8,50%	\$ 254.493,16	\$ 12.560,57	\$ 1.802,66	\$ 14.363,23
19	8,50%	\$ 241.932,59	\$ 12.649,54	\$ 1.713,69	\$ 14.363,23
20	8,50%	\$ 229.283,05	\$ 12.739,14	\$ 1.624,09	\$ 14.363,23
21	8,50%	\$ 216.543,91	\$ 12.829,38	\$ 1.533,85	\$ 14.363,23
22	8,50%	\$ 203.714,53	\$ 12.920,25	\$ 1.442,98	\$ 14.363,23
23	8,50%	\$ 190.794,28	\$ 13.011,77	\$ 1.351,46	\$ 14.363,23
24	8,50%	\$ 177.782,51	\$ 13.103,94	\$ 1.259,29	\$ 14.363,23
25	8,50%	\$ 164.678,58	\$ 13.196,76	\$ 1.166,47	\$ 14.363,23
26	8,50%	\$ 151.481,82	\$ 13.290,23	\$ 1.073,00	\$ 14.363,23
27	8,50%	\$ 138.191,59	\$ 13.384,37	\$ 978,86	\$ 14.363,23
28	8,50%	\$ 124.807,21	\$ 13.479,18	\$ 884,05	\$ 14.363,23
29	8,50%	\$ 111.328,03	\$ 13.574,66	\$ 788,57	\$ 14.363,23
30	8,50%	\$ 97.753,38	\$ 13.670,81	\$ 692,42	\$ 14.363,23
31	8,50%	\$ 84.082,57	\$ 13.767,64	\$ 595,58	\$ 14.363,23
32	8,50%	\$ 70.314,92	\$ 13.865,17	\$ 498,06	\$ 14.363,23
33	8,50%	\$ 56.449,76	\$ 13.963,38	\$ 399,85	\$ 14.363,23
34	8,50%	\$ 42.486,38	\$ 14.062,28	\$ 300,95	\$ 14.363,23
35	8,50%	\$ 28.424,10	\$ 14.161,89	\$ 201,34	\$ 14.363,23
36	8,50%	\$ 14.262,21	\$ 14.262,21	\$ 101,02	\$ 14.363,23

## CUADRO 20

PROYECTO : REEF HOTEL

TABLA DE DESCRIPCION, CANTIDADES Y PRECIOS

PRESUPUESTO GENERAL					
ITEM	RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MOVIMIENTO DE TIERRA	U	1	\$ 10.238,45	\$ 10.238,45
2	OBRAS HIDRAULICAS	U	1	\$ 6.980,00	\$ 6.980,00
3	INSTALACIONES ELECTRICAS Y TELEFONICAS	U	1	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00
4	CONSTRUCCION DE EDIFICACION	U	1	\$ 285.591,12	\$ 285.591,12
5	OBRAS EXTERIORES DE EDIFICIO, PARQUEOS JARDINERIA	U	1	\$ 14.235,23	\$ 14.235,23
6	PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES	U	1	\$ 12.220,00	\$ 12.220,00
7	SUBESTACION DE BOMBEO	U	1	\$ 10.235,20	\$ 10.235,20
8	COMPRA DE TERRENO	U	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>					<b>\$ 470.000,00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
9	EQUIPOS DE COMPUTACION	U	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
10	EQUIPOS EN GENERAL	U	1	\$ 2.500,00	\$ 25.000,00
11	ENSERES DE HOTELERIA	U	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
12	MUEBLES	U	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
13	VEHICULOS	U	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
14	INSUMOS PREOPERACIONALES	U	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
<b>TOTAL GASTOS</b>					<b>\$ 105.000,00</b>
<b>COSTO DE LA INVERSION</b>					<b>\$ 575.000,00</b>

CUADRO 21

**FLUJO DE INGRESOS PROYECTADO  
POR LOS PRIMEROS 4 AÑOS**

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>AÑO 1</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>
Hospedaje	\$ 37.800,00	\$ 37.800,00	\$ 37.800,00	\$ 37.800,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 37.800,00	\$ 37.800,00	\$ 37.800,00
Alimentación	\$ 40.800,00	\$ 40.800,00	\$ 40.800,00	\$ 40.800,00	\$ 30.600,00	\$ 30.600,00	\$ 30.600,00	\$ 30.600,00	\$ 30.600,00	\$ 40.800,00	\$ 40.800,00	\$ 40.800,00
	<b>\$ 78.600,00</b>	<b>\$ 78.600,00</b>	<b>\$ 78.600,00</b>	<b>\$ 78.600,00</b>	<b>\$ 58.950,00</b>	<b>\$ 78.600,00</b>	<b>\$ 78.600,00</b>	<b>\$ 78.600,00</b>				
<b>AÑO 2</b>	<b>MES 13</b>	<b>MES 14</b>	<b>MES 15</b>	<b>MES 16</b>	<b>MES 17</b>	<b>MES 18</b>	<b>MES 19</b>	<b>MES 20</b>	<b>MES 21</b>	<b>MES 22</b>	<b>MES 23</b>	<b>MES 24</b>
Hospedaje	\$ 39.690,00	\$ 39.690,00	\$ 39.690,00	\$ 39.690,00	\$ 29.767,50	\$ 29.767,50	\$ 29.767,50	\$ 29.767,50	\$ 29.767,50	\$ 39.690,00	\$ 39.690,00	\$ 39.690,00
Alimentación	\$ 42.840,00	\$ 42.840,00	\$ 42.840,00	\$ 42.840,00	\$ 32.130,00	\$ 32.130,00	\$ 32.130,00	\$ 32.130,00	\$ 32.130,00	\$ 42.840,00	\$ 42.840,00	\$ 42.840,00
	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 61.897,50</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 82.530,00</b>				
<b>AÑO 3</b>	<b>MES 25</b>	<b>MES 26</b>	<b>MES 27</b>	<b>MES 28</b>	<b>MES 29</b>	<b>MES 30</b>	<b>MES 31</b>	<b>MES 32</b>	<b>MES 33</b>	<b>MES 34</b>	<b>MES 35</b>	<b>MES 36</b>
Hospedaje	\$ 41.674,50	\$ 41.674,50	\$ 41.674,50	\$ 41.674,50	\$ 31.255,88	\$ 31.255,88	\$ 31.255,88	\$ 31.255,88	\$ 31.255,88	\$ 41.674,50	\$ 41.674,50	\$ 41.674,50
Alimentación	\$ 44.982,00	\$ 44.982,00	\$ 44.982,00	\$ 44.982,00	\$ 33.736,50	\$ 33.736,50	\$ 33.736,50	\$ 33.736,50	\$ 33.736,50	\$ 44.982,00	\$ 44.982,00	\$ 44.982,00
	<b>\$ 86.656,50</b>	<b>\$ 86.656,50</b>	<b>\$ 86.656,50</b>	<b>\$ 86.656,50</b>	<b>\$ 64.992,38</b>	<b>\$ 86.656,50</b>	<b>\$ 86.656,50</b>	<b>\$ 86.656,50</b>				
<b>AÑO 4</b>	<b>MES 37</b>	<b>MES 38</b>	<b>MES 39</b>	<b>MES 40</b>	<b>MES 41</b>	<b>MES 42</b>	<b>MES 43</b>	<b>MES 44</b>	<b>MES 45</b>	<b>MES 46</b>	<b>MES 47</b>	<b>MES 48</b>
Hospedaje	\$ 43.758,23	\$ 43.758,23	\$ 43.758,23	\$ 43.758,23	\$ 32.818,67	\$ 32.818,67	\$ 32.818,67	\$ 32.818,67	\$ 32.818,67	\$ 43.758,23	\$ 43.758,23	\$ 43.758,23
Alimentación	\$ 47.231,10	\$ 47.231,10	\$ 47.231,10	\$ 47.231,10	\$ 35.423,33	\$ 35.423,33	\$ 35.423,33	\$ 35.423,33	\$ 35.423,33	\$ 47.231,10	\$ 47.231,10	\$ 47.231,10
	<b>\$ 90.989,33</b>	<b>\$ 90.989,33</b>	<b>\$ 90.989,33</b>	<b>\$ 90.989,33</b>	<b>\$ 68.241,99</b>	<b>\$ 90.989,33</b>	<b>\$ 90.989,33</b>	<b>\$ 90.989,33</b>				
										<b>GRAN TOTAL</b>		<b>\$ 2.663.704,88</b>

<b>GASTOS GENERALES PROYECTADOS POR LOS PRIMEROS 4 AÑOS</b>				
	<b>TOTAL AÑO 1</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
<b>ADMINISTRACION</b>				
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>				
Sueldo	\$ 35.904,00	\$ 37.200,00	\$ 39.975,00	\$ 41.295,00
Beneficios Sociales	\$ 11.882,34	\$ 12.319,80	\$ 13.239,46	\$ 13.719,84
Uniformes	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 167,08
	<b>\$ 47.930,34</b>	<b>\$ 49.671,00</b>	<b>\$ 53.373,22</b>	<b>\$ 55.181,92</b>
<b>GASTOS DE VIAJE</b>				
Movilización	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 696,20
Combustible	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.480,74
	<b>\$ 3.600,00</b>	<b>\$ 3.780,00</b>	<b>\$ 3.969,00</b>	<b>\$ 4.176,93</b>
<b>SERVICIOS BASICOS</b>				
Agua, Luz, Telefono, Internet	\$ 8.400,00	\$ 8.820,00	\$ 9.261,00	\$ 9.702,00
	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.820,00</b>	<b>\$ 9.261,00</b>	<b>\$ 9.702,00</b>
<b>MANTENIMIENTO</b>				
Mantenimiento Equipos	\$ 1.000,00	\$ 1.050,00	\$ 1.102,50	\$ 1.157,63
Utiles de Limpieza	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,64
	<b>\$ 1.600,00</b>	<b>\$ 1.680,00</b>	<b>\$ 1.764,00</b>	<b>\$ 1.852,26</b>
<b>DEPRECIACION</b>				
Depreciación Edificios	\$ 17.500,00	\$ 17.500,00	\$ 17.500,00	\$ 17.500,00
Depreciación Equipos	\$ 3.833,33	\$ 3.833,33	\$ 3.833,33	\$ 3.833,33
Depreciación Muebles	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Depreciación Enseres	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Depreciación Vehiculos	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
	<b>\$ 28.933,33</b>	<b>\$ 28.933,33</b>	<b>\$ 28.933,33</b>	<b>\$ 28.933,33</b>
<b>IMPUESTOS</b>				
Impuestos Municipales	\$ 910,00	\$ 1.000,00	\$ 1.200,00	\$ 1.350,00
Tasa Bomberos	\$ 350,00	\$ 400,00	\$ 500,00	\$ 650,00
	<b>\$ 1.260,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 1.700,00</b>	<b>\$ 2.000,00</b>
<b>SEGUROS</b>				
Propiedades e Instalaciones	\$ 25.000,00	\$ 26.250,00	\$ 27.562,50	\$ 26.250,00
	<b>\$ 25.000,00</b>	<b>\$ 26.250,00</b>	<b>\$ 27.562,50</b>	<b>\$ 26.250,00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>				
Suministros de Oficina	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,81
Cafeteria	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,26
	<b>\$ 660,00</b>	<b>\$ 693,00</b>	<b>\$ 727,65</b>	<b>\$ 764,06</b>
<b>Total Gastos Administraci</b>	<b>\$ 117.383,67</b>	<b>\$ 121.227,33</b>	<b>\$ 127.290,71</b>	<b>\$ 128.860,51</b>
<b>VENTAS</b>				
Publicidad	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.612,00	\$ 6.942,60
Comisión Tarjeta de Crédito	\$ 24.334,56	\$ 25.551,29	\$ 26.828,85	\$ 28.170,30
<b>Total Gastos Ventas</b>	<b>\$ 30.334,56</b>	<b>\$ 31.851,29</b>	<b>\$ 33.440,85</b>	<b>\$ 35.112,90</b>
<b>FINANCIEROS</b>				
Intereses	\$ 32.341,96	\$ 21.054,12	\$ 7.680,17	\$ -
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$ 32.341,96</b>	<b>\$ 21.054,12</b>	<b>\$ 7.680,17</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL GASTOS ADMINIS</b>	<b>\$ 180.060,19</b>	<b>\$ 174.132,74</b>	<b>\$ 168.411,73</b>	<b>\$ 163.973,40</b>

### Cuadro 23

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
<b>ACTIVOS</b>				
<b>Corriente</b>				
Caja y Bancos	\$ 230.318,10	\$ 389.867,45	\$ 519.048,83	\$ 803.555,95
Cuentas por Cobrar	\$ 15.153,91	\$ 17.970,39	\$ 24.183,65	\$ 46.003,58
Inventario	\$ 7.344,00	\$ 7.598,75	\$ 14.506,70	\$ 15.993,63
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 252.816,01</b>	<b>\$ 415.436,58</b>	<b>\$ 557.739,18</b>	<b>\$ 865.553,16</b>
<b>Fijo</b>				
terreno	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
edificios	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00
equipo computacion	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
equipos en general	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
enseres de hoteleria	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
muebles	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
vehiculo	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (28.933,33)	\$ (57.866,67)	\$ (86.800,00)	\$ (115.733,33)
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$ 521.066,67</b>	<b>\$ 492.133,33</b>	<b>\$ 463.200,00</b>	<b>\$ 434.266,67</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 773.882,67</b>	<b>\$ 907.569,92</b>	<b>\$ 1.020.939,18</b>	<b>\$ 1.299.819,83</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>Corriente</b>				
Cuentas por Pagar	\$ 83.232,00	\$ 86.119,11	\$ 98.645,53	\$ 92.763,06
Obligaciones Bancarias	\$ 151.304,62	\$ 164.678,58	\$ -	\$ -
Beneficios Sociales por Pagar	\$ 4.332,57	\$ 4.516,70	\$ 5.111,49	\$ 5.367,48
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 69.065,63	\$ 75.994,28	\$ 75.151,35	\$ 78.528,84
Participación Empleados	\$ 55.400,23	\$ 60.957,97	\$ 60.281,83	\$ 62.991,05
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 363.335,05</b>	<b>\$ 392.266,64</b>	<b>\$ 239.190,19</b>	<b>\$ 239.650,43</b>
<b>No Corriente</b>				
Obligaciones Bancarias	\$ 164.678,58	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>\$ 164.678,58</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 528.013,63</b>	<b>\$ 392.266,64</b>	<b>\$ 239.190,19</b>	<b>\$ 239.650,43</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital Social	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Utilidades Acumuladas	\$ -	\$ 244.869,04	\$ 514.303,29	\$ 780.748,98
Utilidad del Ejercicio	\$ 244.869,04	\$ 269.434,25	\$ 266.445,70	\$ 278.420,42
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 245.869,04</b>	<b>\$ 515.303,29</b>	<b>\$ 781.748,98</b>	<b>\$ 1.060.169,40</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 773.882,67</b>	<b>\$ 907.569,92</b>	<b>\$ 1.020.939,18</b>	<b>\$ 1.299.819,83</b>

**CUADRO 24**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
<b>INGRESOS</b>				
Ventas	\$ 844.950,00	\$ 887.197,50	\$ 931.557,38	\$ 978.135,24
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 844.950,00</b>	<b>\$ 887.197,50</b>	<b>\$ 931.557,38</b>	<b>\$ 978.135,24</b>
<b>EGRESOS</b>				
Costos Producción	\$ 295.554,91	\$ 306.678,26	\$ 361.266,77	\$ 394.221,54
Gastos Administrac	\$ 117.383,67	\$ 121.227,33	\$ 127.290,71	\$ 128.860,51
Gastos Ventas	\$ 30.334,56	\$ 31.851,29	\$ 33.440,85	\$ 35.112,90
Gastos Financieros	\$ 32.341,96	\$ 21.054,12	\$ 7.680,17	\$ -
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 475.615,10</b>	<b>\$ 480.811,00</b>	<b>\$ 529.678,50</b>	<b>\$ 558.194,94</b>
<b>Utilidad antes Par</b>	<b>\$ 369.334,90</b>	<b>\$ 406.386,50</b>	<b>\$ 401.878,88</b>	<b>\$ 419.940,30</b>
Participación Emple	\$ 55.400,23	\$ 60.957,97	\$ 60.281,83	\$ 62.991,05
Impuesto a la Renta	\$ 69.065,63	\$ 75.994,28	\$ 75.151,35	\$ 78.528,84
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 244.869,04</b>	<b>\$ 269.434,25</b>	<b>\$ 266.445,70</b>	<b>\$ 278.420,42</b>

## CUADRO 25

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Etapa Preoperación		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	Preoperación al (mes 1 al 2)	Construcción (mes 3 al 9)				
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos por Ventas Realizadas	\$ -	\$ -	\$ 844.950,00	\$ 887.197,50	\$ 931.557,38	\$ 978.135,24
Crédito Bancario Recibido	\$ 200.000,00	\$ 375.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 200.000,00</b>	<b>\$ 375.000,00</b>	<b>\$ 844.950,00</b>	<b>\$ 887.197,50</b>	<b>\$ 931.557,38</b>	<b>\$ 978.135,24</b>
<b>EGRESOS</b>						
Costos Producción	\$ -	\$ -	\$ 295.554,91	\$ 306.678,26	\$ 361.266,77	\$ 394.221,54
Gastos Administración	\$ 4.840,33	\$ 19.198,36	\$ 117.383,67	\$ 92.294,00	\$ 98.357,37	\$ 128.860,51
Gastos Ventas	\$ -	\$ -	\$ 30.334,56	\$ 31.851,29	\$ 33.440,85	\$ 35.112,90
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ 32.341,96	\$ 21.054,12	\$ 7.680,17	\$ -
Pago de Crédito Bancario	\$ -	\$ -	\$ 139.016,80	\$ 151.304,62	\$ 164.678,58	\$ -
Compra de Terreno	\$ 120.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcción de Obra	\$ -	\$ 350.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compra de Equipos	\$ -	\$ 55.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compra de Vehículos	\$ -	\$ 25.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación Empleados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.400,23	\$ 60.957,97	\$ 60.281,83
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 69.065,63	\$ 75.994,28	\$ 75.151,35
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 124.840,33</b>	<b>\$ 449.198,36</b>	<b>\$ 614.631,90</b>	<b>\$ 727.648,15</b>	<b>\$ 802.375,99</b>	<b>\$ 693.628,12</b>
<b>Saldo de Caja del Período</b>	<b>\$ 75.159,67</b>	<b>\$ (74.198,36)</b>	<b>\$ 230.318,10</b>	<b>\$ 159.549,35</b>	<b>\$ 129.181,38</b>	<b>\$ 284.507,12</b>
<b>Saldo de Caja Acumulado</b>	<b>\$ 75.159,67</b>	<b>\$ 961,31</b>	<b>\$ 230.318,10</b>	<b>\$ 389.867,45</b>	<b>\$ 519.048,83</b>	<b>\$ 803.555,95</b>



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Escalante Amaiquema, Mario Francisco**, con C.C: # **0909084378** autor del **componente práctico del examen complejo**: PROYECTO DE VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE REEF HOTEL UBICADO EN LA VÍA A DATA KM 5.5 EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS previo a la obtención del título de **Magister en Ingeniería de la Construcción** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 30 de Enero de 2019

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Escalante Amaiquem, Mario Francisco**

C.C: **0909084378**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	PROYECTO DE VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE REEF HOTEL UBICADO EN LA VÍA A DATA KM 5.5 EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS		
AUTOR(ES)	Mario Francisco, Escalante Amaquema		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. MDI, MBA Roberto, Murillo Bustamante		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ingeniería Civil		
CARRERA:	Posgrado		
TITULO OBTENIDO:	Magister en Ingeniería de la Contrucción		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	30 de Enero de 2019	No. DE PÁGINAS:	70 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Análisis Financiero, Cálculo, Diseño		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Factibilidad, financiamiento, viabilidad económica, demanda hotelera, valoración financiera, punto de equilibrio.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El presente trabajo tiene como objetivo realizar la factibilidad económica y financiera para la construcción del "REEF HOTEL", en la población de General Villamil Playas, como una oferta para generar el desarrollo tanto turístico, financiero, económico y principalmente para generar fuentes de ingresos para la población, así como generar fuentes de empleo ya sea directas e indirectas. Nuestro objetivo, es llegar a ser uno de las opciones hotelera más visitados en la región, considerando el lugar y como espacio potencial para nuestra visión son las extensas y exuberantes playas que cuenta la zona, contando también con los diferentes lugares de atracción que hace que esta población tenga lugares de esparcimientos para los turistas nacionales y extranjeros, los cuales estamos seguros se llevaran un grato recuerdo que lo harán repetir estadías pasadas. No nos olvidamos también los ejecutivos y trabajadores que necesitan descanso, ya que un buen clima laboral trae mayor productividad De acuerdo a la parte económica financiera, nuestro proyecto se realizó con un serio estudio de mercado, aplicando los cálculos y estadísticas responsables que nos demuestran que este proyecto es viable en su estudio y construcción. Para esto se consideró el gran aporte de los accionistas como capital propio y un crédito bancario importante, desde donde arranco nuestro estudio, considerando que la factibilidad del mismo es muy interesante y obteniendo una rentabilidad muy importante.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-0999615834	E-mail: mescalante2@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UCSG)::	Nombre: Beltrán Velásquez, Mercedes Ing. M.I.		
	Teléfono: +593-9-9752563		
	E-mail: mercedesbel@yahoo.com		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			