



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TÍTULO:**

**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.**

**AUTORA:**

**CASTILLO LÓPEZMARÍA NICOLE**

**TUTOR:**

**Eco. Shirley Segura Ronquillo, MA.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **María Nicole Castillo López**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de empresas turísticas y hoteleras.

**TUTORA**

---

**Eco. Shirley Segura Ronquillo**

**REVISORES**

---

**Ing. Diego José Romero Oseguera**

---

**Lcda. Catalina Cevallos Lecaro, Mgs**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, María Nicole Castillo López**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **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.** Previa a la obtención del Título de **Ing. En administración de empresas turísticas y hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014**

**AUTORA**

---

**María Nicole Castillo López**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE HOTELERA Y TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, María Nicole Castillo López**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **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**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014**

**LA AUTORA:**

---

**María Nicole Castillo López**

## **AGRADECIMIENTO**

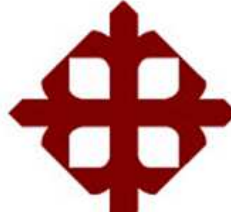
**Agradezco a Dios por darle salud a mi papa y a mi familia que siempre estuvieron apoyándome, es por ellos que el día de hoy puedo demostrarles que valió la pena haber creído en mí y cumplir una de mis metas gracias a ellos.**

**Nicole Castillo López**

## **DEDICATORIA**

**Hay una persona especial que estuvo conmigo en todas las etapas de mi vida y aunque no se encuentra ahora conmigo, en esta la más importante; quiero dedicarle la mejor parte de mi vida a ella y sé que desde el cielo ella está orgullosa de mí, Te amo Abuelita.**

**Nicole Castillo López**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**CALIFICACIÓN**

---

**Eco. Shirley Segura Ronquillo**

# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	16
JUSTIFICACIÓN.....	18
ANTECEDENTES .....	20
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	23
OBJETIVOS.....	24
OBJETIVO GENERAL.....	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	24
MARCO TEÓRICO .....	25
Clasificación De Hoteles .....	25
Administración del Hotel.....	28
Sistemas de Gestión de la Calidad en el Sector Hotelero .....	29
Estudio de Factibilidad .....	30
MARCO REFERENCIAL.....	33
Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 .....	34
PLANDETUR 2020 .....	34
Plan De Ordenamiento Territorial Del Guayas .....	35
Plan Maestro Prefectura del Guayas.....	36
MARCO LEGAL .....	37
METODOLOGÍA .....	43
Alcance de la Investigación.....	43
CAPITULO 1: DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO .....	46
1.1. Análisis PEST.....	46
1.2. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER .....	54
1.3. Análisis FODA .....	56



CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO .....	58
2.1.    Universo de población de la provincia del Guayas .....	59
2.2.    TIPO DE MUESTREO .....	62
2.3.    TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS.....	63
2.4.    TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS .....	64
2.5.    PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	65
2.6.    SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	76
2.7.    MERCADO META .....	77
2.8.    MARKETING MIX .....	77
CAPITULO III: ESTUDIO OPERATIVO Y FINANCIERO .....	81
3.1.    LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	81
3.2.    DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	81
3.3.    ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	84
3.4.    PROCESO PRODUCTIVO O DE ENTREGA DEL SERVICIO .....	88
3.5.    PLANOS DEL HOTEL .....	89
3.6.    Aseguramiento de Calidad en el Sector Hotelero .....	90
3.7.    PLAN FINANCIERO.....	95
3.6.1    Inversión Inicial Requerida .....	95
3.6.2    Financiamiento .....	96
3.6.3    Balance Inicial.....	98
3.6.4    Proyecciones de Ingresos .....	99
3.6.5    Proyección de gastos generales.....	104
3.6.6    Estado de resultados.....	106
3.6.7    Balance General .....	108
3.6.8    Flujo de caja.....	109
3.6.9    Evaluación financiera.....	110

3.6.10	Punto de equilibrio .....	110
3.6.11	Ratios Financieros .....	112
3.6.12	Escenarios .....	112
3.8.	Análisis de impactos .....	106
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		108
ANEXOS .....		113
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....		116

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Amortización .....	97
Tabla 2 Balance Inicial.....	98
Tabla 3 Proyección mensual de ingresos del primer año.....	99
Tabla 4 Precio promedio estimado por paquetes incluido alojamiento. ....	99
Tabla 5 Proyección Anual De cantidades de Precio .....	100
Tabla 6 Depresiones y amortizaciones.....	101
Tabla 7 Sueldos y Beneficios Anuales.....	102
Tabla 8 Proyección mensual y anual del costo de Producción, tasa de inflación 12% .....	103
Tabla 9 Proyección de Gastos Generales .....	104
Tabla 10 Proyección Anual de Gastos .....	105
Tabla 11 Estado Resultado.....	106
Tabla 12 Estado de Perdidas y Ganancias.....	107
Tabla 13 Balance General .....	108
Tabla 14 Proyección Anual del Flujo de caja .....	109
Tabla 15 Análisis de Rentabilidad del Proyecto .....	112
Tabla 16 Resultados de Escenarios .....	112

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Riesgo País.....	47
Gráfico 2 Tasa de Desempleo .....	49
Gráfico 3 Tasa del PIB.....	49
Gráfico 4 Demografía .....	50
Gráfico 5 Número de Consumidores.....	51
Gráfico 6 Uso de la tecnología en la zona.....	53
Gráfico 7 Fuente de tecnología en los hogares .....	53
Gráfico 8 Universo de Población .....	59
Gráfico 9 Número de Habitantes.....	60
Gráfico 10 Supuestos para la Proyección.....	95
Gráfico 11 Estructura de los activos .....	95
Gráfico 12 Evaluación Financiera.....	110
Gráfico 13 Punto de Equilibrio .....	110

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta.....	113
Anexo 2 Tabulación .....	116

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to analyze the development of accommodation, the opportunity to create employment and promoting Varadero's beach to be one of the most visited touristic places in the province of Guayas.

The tourist potential of the Guayas's Province allows carrying out a detailed research in order to propose the creation of the HS "El Acantilado" in this non-overcrowded beach.

The research demonstrated the existence of a market need due to Varadero doesn't have an accommodation place to satisfy the tourists and allow them to go away from the polluted and saturated destinations, and also the constant growth and the importance of the tourism to the country.

In this project, the social-economic environment and market were realized, and the financial evaluation to determine the viability and feasibility of this proposal, which has considered an initial investment of \$135.336, 11, and its Payback period was estimated at the third year-operation; the Net Value Added is \$ \$67.931, 98 (NVA) and the Internal Rate of Return is 28% (IRR).

All this information gives as a result the feasibility of this project for its future implementation.

**Key Words:** Hostal, Accommodation, tourist attraction, feasibility, Quality of employment

## RESUMEN

El objetivo de este proyecto es analizar el desarrollo de alojamiento, la posibilidad de crear empleo y promover la playa Varadero como uno de los lugares turísticos más visitados de la provincia del Guayas.

El potencial turístico de la Provincia del Guayas permite realizar una investigación más detallada con el fin de proponer la creación del Hostal “El Acantilado” en esta playa virgen.

La investigación dio como resultado la existencia de una necesidad de mercado, ya que Varadero no cuenta con un sitio de alojamiento para satisfacer a los turistas y les que permita dejar a un lado los destinos contaminados y saturados, y también un crecimiento constante y de la importancia del turismo en el país.

En este proyecto se realizó el análisis del entorno socioeconómico y de mercado y la evaluación financiera para determinar la viabilidad y factibilidad de esta propuesta, que ha considerado una inversión inicial de \$135.336,11, y se estima que su retorno de la inversión se calculó en el tercer año de funcionamiento, el valor añadido neto es de \$ \$67931.98 (NVA) y la tasa interna de retorno es de un 28% (TIR).

Esta información da como resultado la viabilidad de este proyecto y su futura realización.

**Palabras Claves:** Hostal, Hospedaje, Atractivo Turístico, Factibilidad, Calidad de empleo.

## INTRODUCCIÓN

El deseo de vacacionar a los lugares pocos visitados y de moda hacen que el turismo sea la fuente económica más fuerte e importante en sitios como Playa Varadero que aunque es un lugar poco conocido, tiene mucho potencial para ofrecer; No solo su paisaje y sus comidas, sino también su acogedor clima y más aún, llegar a un hostel novedoso sin dejar a un lado el medio ambiente. Es por eso que en el presente proyecto se desarrolla la propuesta del Hostel El Acantilado En Playa Varadero.

Playa Varadero se encuentra en el Km 17 Vía Data Posorja que pertenece al Cantón Guayaquil como un recinto de la Parroquia Rural Posorja, tiene a El Morro, Puerto El Morro y Posorja como poblaciones cercanas, cuenta con una población de 2.000 habitantes aproximadamente teniendo como atractivo turístico unas encantadoras playas con una extensión aproximada de 2,5 Km. convirtiéndose en un lugar apacible destinado para el descanso.

El nombre del Hostel “El Acantilado” se define porque estará ubicado justo en el rompeolas donde está el acantilado donde se ubicará la piscina con vista al horizonte, tendrá un muelle donde se podrá subir a los botes para dar un paseo x todo el borde de vía data. El hostel será construido en una propiedad privada en venta la cual cuenta con una casa que será reconstruida respetando su diseño original ya quees una reliquia de la zona y será favorable para la propuesta de negocio que se presenta. La propuesta para construir el hostel justo en el rompeolas hará que este sea muy codiciado por los turistas de Villamil playas.



De acuerdo a la información que se presenta en este documento, si se realiza la construcción del hostel se logrará una alta demanda de visitantes que será muy importante para los residentes del lugar logrando que todo el sector se beneficie social y económicamente, el punto es crear una unión de lo típico a lo moderno.

Por ello, en este proyecto se plantea todo el diagnóstico e investigación requerido para poder diseñar las propuestas a nivel operativo, técnico, administrativo y financiero para evaluar la factibilidad de la creación de este negocio.

## JUSTIFICACIÓN

La calidad en el servicio hoy en día constituye uno de los elementos esenciales que toda organización debe tomar en cuenta y, por consiguiente, los responsables de los servicios tienen que determinar qué es lo que sus clientes desean para buscar satisfacerlos. Por ello, es importante poner a disposición de los turistas un lugar donde puedan tener una cómoda y placentera estadía para así disfrutar de los paisajes que rodean al cantón y su variada gastronomía.

Es así que surge el presente proyecto de investigación que se enfoca en el desarrollo de la actividad turística en General Villamil Playas, brindando como propuesta la construcción de un hostel en Playa Varadero, con el fin de beneficiar a los turistas brindándoles un mejor servicio.

Este sitio turístico cuenta con una vista maravillosa y el segundo mejor clima del mundo. También cuenta con un área de comida típica con 14 locales, área de servicio de baños y duchas y parqueadero, sin embargo, no cuenta con instalaciones para brindar el servicio de hospedaje el cual es muy requerido por los turistas.

El desarrollo de este proyecto plantea que Playa Varadero cuente con un hostel que brinde todas las facilidades como un hostel de calidad, además, de que involucrará a la población como parte del personal quienes se encargarán de guiar al turista para que puedan conocer los mejores paisajes.

La posible apertura de dicho hostel traerá consigo crecimiento económico para los inversionistas y generará plazas de empleo a los comuneros de la zona,

también incrementará la concurrencia de comerciantes y turistas que pueden disfrutar por más tiempo de la playa y sus alrededores, podrán conocer más la cultura de esta parte del Guayas y así quedarse con una experiencia maravillosa e inolvidabley del parqueo no hay que preocuparse tiene muy buenas vías de acceso y hay suficiente espacio.

## ANTECEDENTES

Posorja tiene una larga historia debido su ubicación estratégica. Se levanta sobre antiguos asentamientos indígenas que existían mucho antes de la llegada de los españoles. Su nombre se deriva de una princesa aborígen llamada Posorja, que lideraba una tribu asentada en esa zona. Dicho nombre en lengua nativa significaba “Espuma de Mar”. (Gabriel Pino Roca en sus “Leyendas, Tradiciones y Páginas de la Historia de Guayaquil”, 1998). Posorja a lo largo de los años ha guardado el secreto de poseer grandes atractivos turísticos y especialmente naturales tales como: manglares, aves animales extraordinarios como los delfines y reservas naturales. (Lopez, 2008).

Para finales del año 2007, la Dirección de Turismo Municipal amplió su intervención hacia las áreas rurales, realizando las inspecciones encontrando a Data Posorja y a su sector turístico en un estado de descuido, suciedad y desorganización. El cambio comenzó desde el 2008 con el proyecto de convertir a Posorja en un nuevo “Boom” turístico convirtiendo una de sus playas de vía data Posorja en la más importante de Guayaquil. Las playas entraron a un proceso de desarrollo e interrelación con los comuneros de la zona, este programa duró hasta el 2012 e intervinieron la fundación Malecón 2000, Siglo XXI, la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registros, Salud, Aseo Urbano y Mercados. Ya para finales del 2012 Playa Varadero, que es parte de la ruta del pescador, cambió su estilo de vida para brindar mejores servicios a sus turistas. En el 2009 sufrió este gran cambio; en el mismo año se empezó a construir y convertir a Posorja en un puerto de aguas profundas para facilitar el tráfico marítimo internacional. El objetivo de todos estos cambios es contar con nuevos malecones, reconstrucciones de vías, muelles artesanales y turísticos, un mercado de artículos varios para los turistas, un centro de acopio de mariscos y una red de infraestructura de servicios básicos, muelles.

La comunidad se encuentra en una zona tradicionalmente dedicada al turismo de sol y playa, los "atractivos" con los que cuenta en su jurisdicción son de baja calidad y carentes de infraestructura, como Playa Rosada, situada cerca del faro es

considerado como un sitio apacible para los bañistas y especial para excursiones, también está el Santuario de la Virgen de la Roca caracterizada por sus poderes milagrosos y Punta el Pelado en la vía al recinto Engabao, lo que la pone en desventaja con respecto a los demás destinos del cantón. El turismo es una actividad que puede fortalecer económicamente un lugar, el cual debe ser tratado de una manera objetiva, la comunidad de Data de Villamil está en los primeros pasos con respecto a la implementación de un modelo de desarrollo sostenible. Siendo una población joven son más dúctiles al cambio, tienen el poder de tomar decisiones y elegir, con la orientación y acompañamiento apropiados, cuáles son las propuestas que consideran pertinentes y oportunas para su desarrollo.

El apoyo del gobierno local y de la empresa privada ha sido importante para el cambio que ha sufrido este balneario, ya que han logrado el acercamiento con otros grupos poblacionales que así mismo en iguales circunstancias lograron cambios importantes que permitieron mejorar su calidad de vida. Los microempresarios especialmente turísticos también registran ganancias gracias al nuevo cambio que recibió General Villamil Playas, según la presidenta de la Cámara de Turismo de Playas, Esperanza López actualmente el 80% de la capacidad hotelera está cubierta con miras a los próximos feriados de Navidad y fin de año. Cree ella que esto se debe al crecimiento urbanístico que ha tenido el cantón este año. El desarrollo ha llegado al 70% desde que General Villamil Playas empezó a cambiar, antes nadie tomaba en cuenta este balneario tenía que separarse Santa Elena para que surjan los cambios ya que se convirtió en el único balneario del Guayas.

Playa varadero que es el nombre del nuevo balneario con que cuenta la ciudad de Guayaquil. A 115 km del Puerto Principal, en un viaje promedio de una hora y 15 minutos, ha sido reconstruido desde el año 2007 por el Municipio de Guayaquil. Varadero siempre existió, solo que era muy poco visitado ya que solo existían 24 cabañas donde los comuneros ofrecían comida a los visitantes. Gracias al municipio en menos de un año la transformó en una playa con servicios e instalaciones de primera, los cuales atraen a los turistas nacionales y extranjeros.

Esta playa siempre ha recibido turistas de manera esporádica debido a que no ha sido promocionada y no cuenta con los servicios turísticos adecuados de alojamiento. Se estima que llegaron unos 120.000 visitantes en el año 2012 mejorando con la apertura de la nueva autopista las visitas de interés a nuevos lugares como Puerto Engabao, Data de Villamil, El Morro y Puerto El Morro. Sin embargo, Playa Varadero es de fácil acceso y tiene un gran estacionamiento. La construcción de los locales del patio de comidas tiene una ligera forma de conchas gigantes, usan materiales de la zona como el muyuyo para complementarlos. Hacia un costado de la playa existe un acantilado, que es el lugar donde se va a construir el hostel, la playa es muy limpia y ordenada. Se pueden realizar caminatas solo hasta las 12 am por que empieza a subir la marea y no se puede cruzar de un extremo a otro.

Cuando la marea está baja se forman piscinas naturales que son disfrutadas por los más pequeños y se puede cruzar de un extremo al otro formándose una playa muy extensa. Cuando sube la marea, el agua suele llegar hasta el borde de un muro construido en la primera fase, en la actualidad se está construyendo el primer puerto de aguas profundas donde se construirán y levantarán instalaciones industriales.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Desde su regeneración, Playa Varadero se ha convertido en un lugar turístico muy visitado y escogido por quienes aman el turismo de sol y playa, más aun en épocas de vacaciones donde el nivel de demanda de los amantes al surf aumenta. Los hostales de la zona son muchos pero no están cerca de este punto estratégico de vía Data, por eso recibe visitantes “de ida y vuelta” y no tienen la oportunidad de disfrutar del clima y de la vida nocturna. Existen grupos familiares que suelen viajar desde Guayaquil solo para servirse los platos típicos de mariscos y quedarse por varias horas disfrutando de la brisa del mar. Otros organizan sus viajes para aprovechar el sol y el mar durante todo el día, sin embargo, en Playa Varadero no se ha provisto la creación de infraestructura hotelera para aquellos turistas que desearían pernoctar en la localidad y que debido a la inexistente oferta hotelera, buscan otras playas de la ruta de la Spondylus donde pasar la noche.

En resumen, el problema es que no hay un servicio de alojamiento dentro de la comuna de Playa Varadero.

## **HIPÓTESIS**

La implementación del hostel mejora el atractivo turístico de playa Varadero, incrementa el flujo de turistas y genera empleo local.

Variable Independiente: Implementación del hostel El Acantilado.

Variable Dependiente: Mejora del atractivo turístico de Playa Varadero.

Variables Independiente: Nivel socioeconómico, promoción.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Proponer un estudio de factibilidad para la construcción del hostel “El Acantilado” que brinde servicios de hospedaje y recreación en playa Varadero para mejorar el atractivo turístico de General Villamil y aumentar el flujo turístico.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Examinar el entorno general y turístico relacionado al proyecto.
- Analizar el mercado para conocer los factores que motivan la afluencia de turistas, sus preferencias y la calidad de servicio.
- Desarrollar el estudio operativo y financiero para determinar la factibilidad para la construcción del hostel El Acantilado.



## MARCO TEÓRICO

### Clasificación De Hoteles

La clasificación de los hoteles es muy más larga y con un mayor número de subcategorías dentro de la industria hotelera por tanto no hay una forma específica en la cual clasificar los tipos de hoteles, así que se realizará una clasificación de acuerdo al precio, a la localización, a la configuración de sus habitaciones y otros.(Dupre, Lane, 1997)

#### POR PRECIO

- **Lujo:** Las propiedades de lujo presumen de sus opulentos servicios, extensas instalaciones y amenidades las cuales proveen. Spá's, restaurantes gourmet, salones, servicios de limosina y más puede ser encontrado en hoteles de lujo. Los hoteles de lujo tienen un gran número de empleados por huésped. Estos hoteles generalmente cuentan con entre 100 y 400 habitaciones cada uno y la mayoría se encuentran localizados en grandes ciudades y resorts.
- **Boutique:** Los hoteles boutique se distinguen por sus diseños. Cada hotel cuenta con un diferente estilo y esencia. Estos cuentan con restaurantes gourmet y generalmente están ubicados en zonas urbanas. La mayoría de los hoteles boutique son relativamente pequeños, menos de 150 habitaciones y cuentan con un segmento de mercado muy específico.
- **Servicios Completos:** Los hoteles comerciales de alta categoría se adaptan muy bien a las necesidades de los viajeros de negocios, convenciones y turistas. Los hoteles upscale proveen de un servicio completo de amenidades e instalaciones, así como diferentes opciones de servicios de alimentos y bebidas, centro de negocios, salones y club atlético.
- **Servicios Limitados:** Estos hoteles se encuentran generalmente ubicados en el centro de las ciudades y son para aquellos viajeros los cuales son sensibles al precio. Tiene una gran calidad en su servicio, pero cuentan con instalaciones y amenidades más limitadas.

- Económicos: Son aquellos hoteles que no son caros, pero cuentan con un número limitado de servicios. Los hoteles económicos son hoteles pequeños, entre 50 y 150 habitaciones. Cuentan con huéspedes de corta estancia generalmente.

### **POR LOCALIZACIÓN**

- Hoteles de Aeropuerto: Son aquellos que se encuentran cerca del aeropuerto o dentro del mismo.
- Motor Hotel: Se encuentran ubicados en lugares con mucho tráfico vehicular, cerca de atracciones turísticas y en los suburbios de las ciudades.
- Downtown: Son aquellos hoteles que se encuentran ubicados en el centro de la ciudad, en zonas urbanas, cerca de las principales atracciones y en el centro de zonas financieras o de negocios.
- Suburban: Estos hoteles se encuentran localizados en los alrededores de grandes ciudades, cerca de parques industriales y de negocios.
- Boatels: Hoteles flotantes los cuales permanecen anclados. Se encuentran ubicados en ciudades con problemas de espacios y en las cuales los terrenos son excesivamente caro.

## **POR LA CONFIGURACIÓN DE SUS HABITACIONES**

- **All-Suites:** En un all-suite hotel, cada habitación es una suite, con todos sus servicios y amenities.
- **Estancias Prolongadas:** Estos hoteles cuentan con instalaciones con todas las comodidades para la estancia prolongada de sus huéspedes, estas estancias generalmente se encuentran entre los 8 y 14 días.
- **Hoteles Cápsula:** Estos hoteles son un concepto popular en Japón y consiste en grandes cuartos, que contienen múltiples cápsulas con camas. El hotel cuenta con minibar y duchas.
- **Bed and Breakfast:** Hoteles pequeños los cuales ofrecen servicios de cama y desayuno.

## **OTROS**

- **Conference and Convention Centers:** Hoteles los cuales cuentan con todos los servicios e instalaciones para grandes y convenciones. Los convention center se diferencian de los conference center debido a su gran número de habitaciones, ya que estos hoteles cuentan con más de 1000 habitaciones.
- **Hoteles Casino:** Hoteles los cuales además de contar con todos los servicios y facilidades de un hotel de lujo, también cuentan con casinos dentro de sus instalaciones.
- **Resorts:** Hoteles que ofrecen una extensa variedad de servicios de alimentos y bebidas, atracciones para niños y adultos. Estos hoteles se localizan en playas exóticas o montañas.

## **Administración del Hotel**

Aparte de si el hotel es una simple pensión o encierra en sus cuatro paredes, ciertamente se trata de un negocio de gente, únicamente los seres humanos pueden proporcionar los servicios necesarios para el bienestar de los huéspedes.

El buen servicio es un muy buen complemento para los hoteles todos cumplen la misma función administrativa de rentar habitaciones y la mayoría ofrecen alimentos y bebidas

Lo que se encarga la administración es de definir las responsabilidades del gerente general, trazar el diagrama de mando, describirá la interdependencia del personal y la cooperación necesaria para la operación eficiente y exitosa del hotel las labores específicas y las áreas de responsabilidad de cada jefe de departamento.

La administración de cada uno debe determinar los departamentos y el número de empleados que serán necesarios para su propia operación. Posiblemente hasta los años treinta, el gerente del hotel era primordialmente un anfitrión genial que saludaba personalmente a los huéspedes y se encargaba de que no les faltara nada

Es muy importante para este proyecto tener claro los conceptos que lo respaldan y para ello se han escogido algunas fuentes bibliográficas como libros o documentos en línea. El objetivo de este proyecto es lograr que el lector entienda las bases conceptuales que sustentan el problema, las propuestas y demás temas vinculados a este proyecto.

Dentro de los establecimientos hoteleros también cabe mencionar algunas particularidades y características más destacables para poder continuar con las prácticas que han sido desarrolladas para este tipo de empresas.

El sector hotelero tiene una gran diversidad de categorías hoteleras para ofrecer a sus innumerables segmentos de mercado ya que la hotelería busca satisfacer las necesidades del cliente. A continuación se hará planteamiento de varios conceptos de tipo de hoteles.

## **Sistemas de Gestión de la Calidad en el Sector Hotelero**

La implementación de sistemas de gestión permite conseguir calidad consistentemente en los productos y servicios de las empresas, la calidad total es una forma de gestión de las organizaciones que pretende su mejora interna y como consecuencia busca la mejora de sus resultados.(Duran, 2006)

Para conseguir una gestión excelente se debe seguir los siguientes elementos como la planificación, organización, dirección, personal y control.

La planificación es el proceso por el cual una empresa define su razón de ser de en el mercado que proporciona un enfoque sistemático para fijar objetivos de calidad y poder orientar toda la organización.

Toda organización tiene una personalidad, estructura, apoyo, identidad, recompensa y tolerancia. Así mismo una organización debe aprender a escuchar a sus clientes y ayudarlos a identificar y articular sus necesidades esto ayuda a que la organización vaya hacia el futuro.

Para tener un buen desarrollo organizacional es necesario tener una recopilación de datos, un diagnostico organizacional y una intervención.

Las características de la calidad emprende el tratamiento de la calidad de servicio, cuya valoración se puede medir el grado de satisfacción de clientes y usuarios con el servicio que perciben.

Los modelos de gestión de la calidad propugnados por los estándares internacionales definen la estructura de los mismos.

La gestión de la calidad total surge a partir del enfoque estratégico de la calidad y se plasma en los modelos para la gestión de la calidad total que establece los requisitos para la prestación del servicio en hoteles y apartamentos turísticos y cuyo conocimiento es imprescindible a la hora de realizar cualquier investigación relacionada con la calidad en dichos establecimientos.

## **Estudio de Factibilidad**

Un estudio de Factibilidad sirve para recopilar datos sobre el desarrollo de un proyecto y en base a esto tomar una decisión, si proceder con su implementación, descubrir cuáles son los objetivos de la creación y luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles y los que la empresa puede proporcionar, es importante que no se definan con recursos que la empresa no pueda brindar.(Vallejo, 2003)

Presentar este estudio es fundamental para buscar financiamiento de los socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

Teniendo en claro los objetivos del estudio de factibilidad se podrán conocer los datos que ayudaran a la reducción de los márgenes de error para poder obtener una mayor precisión en los procesos y reducir los costos mediante la optimización o eliminación de recursos que no son necesarios para el proyecto.

Al Integrar todas las áreas de la empresa se obtendrá el mejoramiento del servicio al cliente y usuarios y así se reducirá el tiempo en procedimientos y ejecuciones de tareas.

### **Principales Objetivos Del Estudio De Factibilidad**

Teniendo en cuenta los objetivos del estudio de factibilidad se podrá cubrir las metas con los recursos actuales de las áreas técnicas, económicas y sociales.

Con la factibilidad técnica se mejorara el sistema actual de tecnología que satisfaga las necesidades de la empresa y los usuarios.

Al realizar el estudio de factibilidad económica se analizara el costo exacto del estudio, tiempo y del desarrollo del proyecto.

Además del análisis económico de la rentabilidad también es necesario el estudio denominado “balance social” o estudio de factibilidad social para evaluar el cumplimiento de las normas comunitarias y definir los actores sociales es decir las

personas interesadas en el proyecto, definir sus exigencias y la calidad de servicio a recibir. Determinar los indicadores sociales que corresponden a ellos para medir el grado de cumplimiento antes, durante y después del proyecto.

## **MARCO CONCEPTUAL**

A continuación se detallan los conceptos de las siguientes palabras turísticas que el glosario de turismo y hostelería relacionan al proyecto con las siguientes definiciones(Quesada, Navarro et all, 2008):

### **Alojamiento Turístico**

Según Renato Quesada (2008), el alojamiento turístico es una empresa mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso. Toda instalación que regular (u ocasionalmente) disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche.

### **Hostales**

Antonio Navarro dice que los hostales también conocidos como “cheap hotel”, son un tipo de alojamiento turístico típico en comunidades autónomas, tiene los mismos servicios que el hotel pero más baratos, su símbolo son las letras HS.

### **Hospedaje**

También dice que el hospedaje es un lugar donde tienen los servicios básicos para un visitante en un sitio turístico.

## **Regeneración Turística**

Fernando Vera Rebollo opina que la regeneración turística está dirigida a la recuperación de destinos turísticos maduros.

## **Actividad Turística**

Así mismo es específica que la actividad turística es un conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta que se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.

## **Flujo Turístico**

Según Isabel Rodríguez (2008), el flujo turístico son las corrientes de turista que se desplazan en el sitio turístico.

## **Acantilado**

Renato Quezada también opina que un acantilado es un accidente geográfico que consiste en una pendiente o vertical, Normalmente se alude a acantilado cuando está sobre la costa, también pueden ser considerados como tales los que existen en montañas y orillas de los ríos.



## MARCO REFERENCIAL

Proyectos similares han sido satisfactorios en los últimos años. El desarrollo turístico en playas olvidadas está incrementando la llegada de los turistas al Ecuador. Muchos inversionistas disponen de su dinero para abrir nuevas puertas en sitios turísticos de primera en Ecuador.

Por ejemplo, el proyecto de inversión “Royal DeCameron Mompiche” que se realizó en la playa de Mompiche convirtió a esa playa en el lugar más visitado de la provincia de Esmeraldas. Este relajado y olvidado pueblo del sur de Esmeraldas incrementó su carácter de destino de playa con la llegada de un flamante complejo turístico, Decameron que no es su primera vez en Ecuador lleva 4 años en este mercado con vuelos charters y llevando pasajeros a sus complejos hoteleros fuera del país.

Otro proyecto que ha evolucionado un balneario es OceanTowers, un proyecto ubicado a 5km de playas, el cual ha hecho cambiar la imagen de General Villamil Playas abriendo sus puertas al OCEAN BEACH CLUB HOTEL & RESORT. Un proyecto de la constructora M2. El mismo que quiso contribuir con el crecimiento turístico y comercial de General Villamil Playas, generó más de 350 plazas de trabajo satisfaciendo no solo económicamente si no turísticamente al balneario.

Por esta razón se sabe que este proyecto será una buena inversión para Playa Varadero la infraestructura permitirá que las comunidades trabajen de manera ordenada, lo que redundará en una adecuada atención de los bañistas, *“La inversión es cuantiosa pero en términos de negocios es perfectamente abordable para el sector privado de carácter turístico”*, por ende se dará paso a oportunidad para la incursión de inversionistas privados, remarcó (Apolinario, 2008) la presidenta de los comuneros que son parte de la Asociación Turística El Varadero, para una entrevista acerca de la regeneración de Playa Varadero.

Playa Varaderoal impulso turístico de la región, *“se convierte en un destino de primer orden e ingresa al mapa de los sitios más visitados del país”* Sostuvo que Posorja será en adelante un polo de servicios y de desarrollo *“Estamos listos para recibir al turismo nacional e internacional”*.(Nebot, 2008)

### **Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014**

Con los cambios estratégicos que ha tenido Playa Varadero lo que se desea lograr es que el PIMTE 2014 se complemente con los cambios y haga que aumente las cifras turísticas nacionalmente es decir incrementar los flujos turístico de Playa Varadero. Este programa desarrollado por el Ministerio de Turismo del Ecuador ayudará a que el hostel no solo promocióne Playa Varadero sino también aumentar el flujo de turistas de la ruta del pescador incrementando el número de turistas nacionales, aumentar la oferta del turismo de calidad brindando un buen servicio. Consolidar la promoción internacional en mercados claves, tener un segmento muy establecido al cual dirigimos aprovechando condiciones favorables para detectar mercados de oportunidad. Mejorar los niveles de competitividad turística con playas aledañas y por qué no mencionar también otros balnearios que forman parte de la ruta de la Spondylus y finalmente Posicionar a Ecuador como un destino turístico comprometido en la sostenibilidad.

### **PLANDETUR 2020**

Según el plan de tur 2020 el desarrollo sostenible del turismo requiere la participación informada de todos los agentes involucrados, un liderazgo político, seguimiento constante de impactos y alto grado de satisfacción de los turistas, como principios guía que se deben considerar en el diseño del PLANDETUR 2020.

Los objetivos del turismo sostenible son los siguientes:

- La viabilidad económica
- Prosperidad local
- Calidad de empleo

- Equidad social
- Satisfacción del visitante
- Control local
- Riqueza cultural
- Integridad física
- Diversidad biológica
- Eficiencia en uso de los recursos

#### Declaración de Políticas para el Turismo Sostenible

El PLANDETUR impulsa políticas para un desarrollo armonioso, equilibrado y sostenible de las actividades turísticas, logrando incrementar nivel de empleo, un crecimiento sostenible y no inflacionario, un alto grado de competitividad y de tendencia de los resultados económicos, un alto nivel de protección y mejora de la calidad del ambiente, la elevación del nivel y la calidad debida y la unión económica y social.

La teoría turística plantea dos grandes tendencias especializadas para categorizar al turismo sobre la base de la motivación del viajero y de la evolución de la actividad turística porque están en constante cambio el turismo de sol y playa se lo considera como turismo de recreación.

#### **Plan De Ordenamiento Territorial Del Guayas**

Cabe mencionar que es importante conocer el plan de ordenamiento territorial que tiene como objetivos ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas del desarrollo para dar una estructura territorial fundada especialmente en la equidad, para así mismo tener equidad económica social. Los cuales sirven como instrumento o herramienta para poder realizar la gestión en la provincia, siempre enmarcados en el Plan Nacional del Buen Vivir y así obtener buenos beneficios del mismo.

Se dice que el Código Territorial es centralista porque está implantado a sostener la metropolización bipolar con Quito y Guayaquil y convertirla en tripolar con Cuenca.

### **Plan Maestro Prefectura del Guayas**

El Plan Maestro de Turismo enfrenta el reto de definir una visión para el desarrollo del sector turístico de la Provincia del Guayas utilizando estrategias que vayan de acuerdo con una serie de objetivos específicos que suplementen la misma. El desarrollo de un plan maestro es inminente para satisfacer dichas necesidades.

La premisa principal del Plan Maestro es proveer al sector turístico una base de desarrollo competitiva y sustentable. Este plan habla sobre el Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional que se convierte en el punto de partida para fortalecer el proyecto de 'Turismo Sin Fronteras' que quiere implementar la Prefectura con la Dirección de Turismo, su meta es desarrollar productos turísticos enmarcados en la oferta de ambos territorios, para dinamizar la economía local mediante la generación y aumento de un 8% de empleos turísticos directos e indirectos, aumento de la economía en un 8% y las ventas de paquetes turísticos en un 8%, según las directrices del Plan Maestro de Turismo del Guayas.

## MARCO LEGAL

De acuerdo a información obtenida de la web de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico en la ciudad de Quito, el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 del 19 de abril del 2001, el congreso nacional declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país, y en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales expidió la Ley de Turismo que en su capítulo 1, generalidades resalta en sus artículos objeto de la ley y principios de actividad turística según se detalla,(Riera, 2008):

### 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 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 descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana 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 con 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 de 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.

Así mismo se encuentra vigente el reglamento general de actividades turísticas que en su título I de las actividades turísticas de los alojamientos sección 1 establece las diferentes categorías de dichos establecimientos, según se detalla las disposiciones generales:

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas). Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas). Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

#### 1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Art. 5.- Placas distintivas.- Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría. El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6.- Uso de denominaciones.- Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Art. 7.- Modificaciones en los establecimientos.- Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.

En la sección 5 de esta misma ley también aclara las empresas que son hostales y pensiones lo siguiente:

Art. 17.- Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Art. 18.- Pensión.- Es pensión todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor de seis.

Art. 19.- Hostales y pensiones de tres estrellas.- Los hostales y pensiones de tres estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, permanente atendido por personal capacitado. El recepcionista, además de conocer el idioma español, tendrá



conocimientos básicos de inglés. Los botones y mensajeros dependerán de la recepción;

- b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciséis habitaciones, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;
- c) De comedor. El menú deberá permitir al cliente la elección entre tres o más especialidades dentro de cada grupo de platos;
- d) Telefónico, a través de una central atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este servicio el personal de recepción;
- e) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado; y,
- f) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 22.- Hostales residencia.- Es hostel residencia todo establecimiento que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer los servicios de comedor y tendrá un máximo de veintinueve habitaciones y un mínimo de doce.

Los hostales residencia deberán reunir las mismas condiciones exigidas para los hostales de su categoría, excepto en lo referente a los servicios de comedor y cocina.

Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

## **METODOLOGÍA**

El enfoque de la presente investigación será mixto ya que la investigación aborda tanto lo cualitativo como lo cuantitativo por medio de información primaria y secundaria. A través del enfoque cualitativo se sabrá el comportamiento del consumidor y sus exigencias del servicio a recibir, la misma permitirá conocer e identificar los gustos de los turistas, lo cual se considera muy importante para satisfacer las necesidades de los segmentos de mercado y con la investigación cuantitativa, se conocerán datos específicos de la zona turística de Playa Varadero, su población, disposición a pagar, etc.

### **Alcance de la Investigación**

Los tipos de investigación que se utilizarán en el proyecto serán la descriptiva y explicativa.

La investigación descriptiva se la considera como un nivel básico en la investigación, pero a su misma vez sirve como base para los otros tipos de investigación basadas en preguntas con hipótesis, encuestas, entrevistas y especialmente estudios de mercado se podrá definir el mercado meta. (Torres, César Augusto Bernal, 2006)

Con la investigación explicativa se encontrará el problema de la zona turística para poder determinar las causas del mismo, con cuatro elementos que se usarán como puntos para esta investigación. El sujeto, que es el investigador el que desarrolla la actividad, el objeto que es en si el tema del proyecto y su problema, y por último las actividades que se van a llevar a cabo para el mismo.

La recolección de información se hará por medio de investigación de fuentes primarias tales como encuestas, y también se basará en la investigación secundaria, obteniendo información y hechos extraídos de libros, revistas o páginas web y

elementos de otra índole. Es un proceso muy importante para expandir los conocimientos, profundizar en la comprensión del contexto del proyecto y realizar las propuestas adecuadas.

A nivel descriptivo, se utilizará el método de investigación cuantitativo. Se realizarán las encuestas a las personas que se encuentran en la terminal de Guayaquil con destino a las distintas playas del Ecuador para conocer los gustos y preferencias del turista, y así descubrir el número de turistas que prefieren como destino el cantón Villamil. Esta investigación se trasladará en lugares estratégicos, en los cuales se podrá obtener una muy valiosa e importante información para el proyecto. Las encuestas serán aplicadas sobre un grupo de personas al azar ya que el mercado meta son personas de todas las edades, desde los jóvenes hasta las personas mayores de edad, turistas nacionales y extranjeros especialmente familias. Se tratará de incluir en las encuestas a todos estos tipos de personas para que el resultado de las encuestas sea más variado.

La encuesta se aplicará preguntándole directamente a los encuestados para abordar el problema de la investigación. Se realizarán 200 encuestas. Las edades de las personas encuestadas irán desde los 16 hasta los 60 años. Al momento de la elaboración de la encuesta se consideraron varios puntos de mucha importancia como:

- No efectuar un cuestionario muy largo ya que se corre el riesgo de que el porcentaje de las respuestas de la encuesta disminuya.
- permitir que las preguntas puedan libremente escogerse, es decir que las preguntas no los influyeran a lo que se quiere llegar.
- Las preguntas tienen que ser redactadas de forma fácil y sencilla sin palabras técnicas para que el lector comprenda.

Lo que se pretende descubrir es el propósito de por qué visitan el cantón General Villamil Playas y la cantidad de personas que concurren en un tiempo

determinado, así mismo, se podrá investigar a la competencia y las actividades de recreación que los clientes prefieren más al momento de visitar un hostel. Es importante que las personas encuestadas muestren sinceridad al momento de realizar la encuesta ya que los datos que se recopilen en las mismas se considerarán únicos para cumplir el objetivo del proyecto para conocer lo que se quiere investigar sobre las necesidades, los gustos, preferencias, sugerencias y requerimientos de nuestro mercado objetivo y potencial.

Una vez obtenido los resultados, se aclararán y destacarán los descubrimientos importantes que vinculen el desarrollo del Marketing Mix, es decir si el lugar donde se proyecta construir el hostel es adecuado, si la idea de implementar este proyecto resulta atractiva a los encuestados.

El rango de precios es otro punto que se estudiará lo que estarían dispuestos a pagar y a los clientes potenciales a los cuales se quiere llegar en un futuro.

# CAPITULO 1: DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

## 1.1. Análisis PEST

El análisis PEST dará una perspectiva del pronóstico económico, político, socio-cultural y tecnológico de la empresa que se creara, los mismos que tienen una probabilidad de ocurrencia, con esta herramienta de gran utilidad se puede comprender el crecimiento o declive del mercado e este caso hotelero y la dirección de un negocio. (Chapman, 2008)

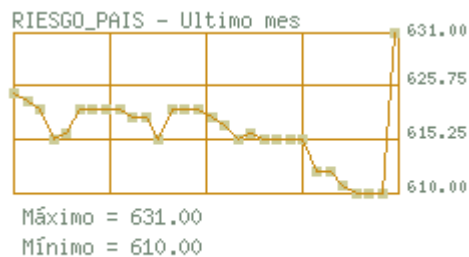
Existen otros factores que también intervienen en el análisis Pest que son los Ecológicos, Legislativos y de las Industrias, muchos piensan que esta extensión es muy innecesaria ya que todos estos puntos intervienen en lo básico del análisis Pest solo en caso que parezca faltar algo en los cuatro primeros factores se utilizaran, con mayor razón se enfocara este proyecto al punto ecológico y armonía con el medio ambiente.

El mercado hotelero es muy definido y exigente por lo tanto implementar un hostel de esa categoría en este sitio turístico ayudara no solo al mercado interno si no también externo. Se involucrara no solo los comuneros también los turistas, sería una buena oportunidad de inversión dándole lo que no tiene este balneario a sus clientes potenciales lanzando nuevos planes estratégicos, nuevas tendencias en el turismo de sol y playa.

## POLÍTICOS

El riesgo país es un indicador que muestra el movimiento de precios en negocios frente a la moneda extranjera. El riesgo país del mes de agosto del 2013 cambio positivamente.(BCE, 2013)

Gráfico1 Riesgo País



Fuente: Banco Central del Ecuador

Actualmente el mercado local en el Ecuador es un problema debido a que no existe una inversión a largo plazo esto se debe a la falta de instrumentos, información y sanciones, no tener bien organizado la estructura de jerárquica de la empresa también la falta de estabilidad macroeconómica de nuestro país, Esto ocasiona una falta de confianza por parte de inversionistas tanto nacionales como extranjeros para poder invertir en nuestro país.

Los convenios internacionales son muy importantes en la creación de nuevas empresas especialmente si abarca lo que es el turismo y sitios patrimoniales del Ecuador.

Es necesario tener en cuenta los procesos y entidades regulatorias que darán inicio para emprender la empresa, las políticas gubernamentales necesarias y que se tenga que seguir para el correcto proceso de este proyecto; tener en cuenta los periodos gubernamentales y todas las políticas vigentes ya que están pueden variar, se deberá ajustar el proyecto al año político en curso.

## ECONÓMICOS

Como se puede observar a nivel nacional la tasa IPC en alojamiento, restaurantes y hoteles es bueno es mayor a cero y los ingresos económicos a nivel nacional se han elevado lo últimos años en la siguiente tabla se puede ver que el porcentaje negativo es mínimo.

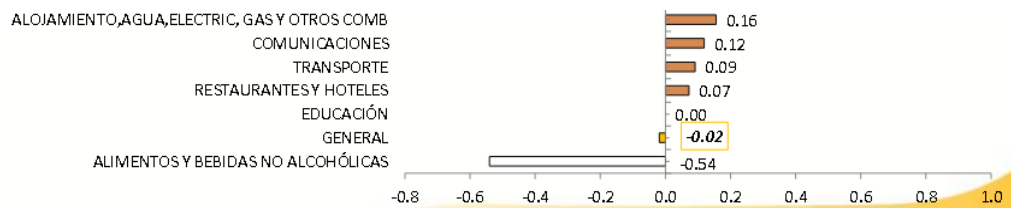


Imagen 1 Inflación mensual del IPC y por divisiones de consumo.

Fuente: Banco Central del Ecuador

El PIB del Ecuador tuvo un muy buen desempeño y está en el grupo de países de mayor crecimiento de América del Sur (3.7%), registrando una tasa de 5.1%.



Imagen 2 PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador



Así mismo la tasa de inflación que se calcula a partir de una canasta de bienes y servicios que consumen los estratos medios y bajos está en 2.39% hasta julio del 2013 y brindar el sueldo básico y el salario digno para los trabajadores.

Gráfico 2 Tasa de Desempleo



Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico 3 Tasa del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

## SOCIAL

Demografía nacional, las 10 ciudades más pobladas del Ecuador las cuales las más importantes son las que visitan las playas.

Gráfico 4 Demografía

Las 10 ciudades más pobladas del Ecuador				
Orden	Ciudad	Población		Relación Censos
		2001	2010	
1	<b>Guayaquil</b>	<b>1.994.518</b>	<b>2.291.158</b>	<b>Igual</b>
2	Quito	1.413.179	1.619.146	Igual
3	Cuenca	278.995	331.888	Igual
4	Santo Domingo	234.227	305.632	Igual
5	Machala	213.850	241.606	Igual
6	<b>Eloy Alfaro (Durán)</b>	<b>178.714</b>	<b>235.769</b>	<b>Sube (2)</b>
7	Portoviejo	187.760	223.086	Igual
8	Manta	188.401	221.122	Baja (2)
9	Loja	142.271	180.617	Sube (1)
10	Ambato	163.926	178.538	Baja (1)

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Las nuevas tendencias de estilo de vida hacen que se desarrolle mejor un sitio turístico, innovando, cambiando, mejorando un atractivo turístico. Sabiendo que en el Cantón Playas tiene 41935 habitantes y en Playa Varadero tiene 2000 habitantes por datos del INEC.

La actividad económica en alojamiento y servicios del cantón Guayas refleja 11549 establecimientos y 37553 personal ocupado.(INEC, 2013)

El verde urbano es el patrimonio de zonas terrestres o áreas verdes. El cantón Guayaquil entra por debajo con 1.12%;Tener unas buenas prácticas ambientales también es importante para el nivel social de un lugar, saber exactamente cómo utilizar los recursos naturales.

El INEC también indica que el índice de precios al consumidor se ubicó en 142.94 eso equivale a un declive negativo del -0.02. La inflación mensual en relación a restaurantes y hoteles fue del 0.07%, la recreación y cultura fue del 0.92%.

Gráfico 5 Número de Consumidores

**Tabla IV**  
**Número de hogares y tamaño de muestra de cada cantón de la provincia del Guayas**

Cantones	N: Número de hogares en cada cantón	n: Tamaño de la muestra de cada cantón
1.- Guayaquil	365659	363
2.- Alfredo Baquerizo Moreno	3473	119
3.- Balao	2832	252
4.- Balzar	9571	147
5.- Colimes	4274	121
6.- Daule	19874	125
7.- Durán	21114	95
8.- El Empalme	11759	149
9.- El Triunfo	5946	118
10.- Milagro	29360	126
11.- Naranjal	9378	134
12.- Naranjito	5671	103
13.- Palestina	2489	116
14.- Pedro Carbo	7595	118
15.- Salinas	22812	174
16.- Samborondón	7193	118
17.- Sta. Elena	18462	211
18.- Sta. Lucía	5852	110
19.- Urbina Jado	9325	120
20.- Yaguachi	14920	114
21.- Playas	6985	155

Fuente: INEC

Los datos que se muestran en el caso de Gral. Villamil cuenta con más servicios básicos que el resto del cantón por tanto este es considerado como el área urbana.(INEC, 2011)

El agua potable abastece al promedio de población de un 85% a través de la red pública el porcentaje restante, se abastece de agua, por medio de carros repartidores o tanqueros.

En telefonía este servicio no es inestable tampoco es nuevo en la población. La mayoría de la población (98%) cuenta con este servicio.

General Villamil Playas se encuentra entre los 10 mejores cantones atendidos en todo el país, en cobertura del servicio eléctrico. Cuenta con el 100% de abastecimiento de energía.

## **TECNOLÓGICOS**

La provincia del Guayas tiene un porcentaje del 34.8% del uso de internet; Los mayores usuarios son los jóvenes de 16 a 24 años. El uso de computadoras a nivel nacional es del 24.7% y el 9.8% para las portátiles. (INEC, 2013)

El uso de telefonía hoy en día es muy complejo, la tendencia de las personas ha cambiado, así como las preferencias y estilos de vida. De este modo, el porcentaje en la Provincia del Guayas es del 50.6%, de las cuales el uso de celulares corresponde al 78.8% y para el fijo, el 39.9%. A nivel nacional 800 mil personas tienen un teléfono inteligente del cual, el 80.5% lo usan para acceder a redes sociales.

El acceso a la tecnología ha cambiado. Las últimas estadísticas del 2011 muestran que ha aumentado en un 4.1% el número de personas que usan internet, teniendo el 53.5% de ellos, acceso a través de un modem o telefonía fija.

El 36% de la población utiliza google como fuente de información y el 28.2% como una vía de comunicación. En el cantón Playas existe la cobertura de internet y telefonía por varias operadoras pero no todo el sector cuenta con el servicio de internet.

Gráfico 6 Uso de la tecnología en la zona

<i>Uso de Internet: Rural</i>			
<b>Razón de Uso</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<i>Educación y aprendizaje</i>	58,6%	58,5%	63,6%
<i>Obtener información</i>	18,8%	22,3%	14,2%
<i>Comunicación en general</i>	15,8%	13,4%	15,4%
<i>Por razones de trabajo</i>	3,0%	2,6%	2,6%
<i>Otro</i>	3,9%	3,2%	4,2%

Fuente: INEC

El 23,2 % de los hogares en la provincia de Guayas disponen de computador y el 79,4 % dispone de teléfono celular. A nivel nacional el 26,3% y el 76,3%, respectivamente.

Gráfico 7 Fuente de tecnología en los hogares

Provincias con mayor número de hogares que disponen de computador		Disponibilidad de Teléfono Celular	Provincias con menor número de hogares que disponen de computador		Disponibilidad de Teléfono Celular
Pichincha	48,1%	87,2%	Los Ríos	10,5%	73,3%
Galápagos	46,4%	92,1%	Bolívar	11,7%	57,9%
Azuay	35,6%	71,2%	Santa Elena	13,5%	72,1%

Fuente: INEC

## 1.2. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Este análisis corresponde al entorno de la industria turística hotelera. Según el libro “Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors”, se utiliza este análisis para formular estrategias dentro de las empresas. Estas 5 fuerzas que determinan la rentabilidad a largo plazo y la competencia entre empresas dentro de la industria hotelera. (Porter, 1999)

A continuación se determinara estas 5 fuerzas dentro del campo hotelero en el sector de Playa Varadero.

### Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores

El mercado hotelero es muy competitivo, porque es un negocio rentable. Los nuevos competidores que puedan llegar tendrán nuevos recursos y tendencias para apoderarse de este mercado estas se pueden dar mediante inversiones privadas o cadenas internacionales, sabiendo que es un mercado pequeño para este sitio turístico que no cuenta con servicio de alojamiento. Adicionalmente, las barreras de entrada son bajas porque no hay restricciones legales para este tipo de negocio, además la inversión, aunque en muchos casos pueda ser alta, el sistema crediticio del país, fomenta la apertura de negocios turísticos. Por ende la amenaza potencial de nuevos competidores a futuro puede ser alta.

### La Rivalidad Entre Los Competidores

Actualmente no existe competencia directa para el Hostal ya que Playa Varadero no cuenta con servicios de alojamiento y no existe ningún otro proyecto de inversión. Por lo tanto es poco probable que existan por el momento competencias de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entradas de nuevos productos de alojamiento, El sector sufre un crecimiento lento dentro del sector a un futuro la implementación de este proyecto hará que aumente la intensidad de la demanda para conseguir cupo dentro del mercado a costa de otras empresas asociadas

a la hotelería. La única competencia más cercana es el OceanTowers que siendo Hotel de 5 estrellas, resort ofrece los mismos servicios con costos elevados para los visitantes.

#### Poder De Negociación De Los Proveedores

En el caso del sector hotelero, es muy difícil ofrecer un servicio de estas características ya que satisfacer un cliente hoy en día es de mucho esfuerzo tratar de convencerlo, con lo que los proveedores tienen poco poder de negociación. Lo tendría en caso de ser un producto innovador en este caso tendría que convertirse de proveedor a brindar servicios hoteleros. Como no es un producto si no un servicio se debe mejorar su calidad, se puede decir que en este sector, la dependencia de los proveedores es alta y no se considera una amenaza la integración de los mismos hacia adelante por los altos costos que con lleva brindar el servicio de alojamiento.

#### Poder De Negociación De Los Compradores

Los clientes del sector hotelero son muy exigentes, siempre el turista buscará un servicio accesible, especialmente si es de buena calidad y llena sus expectativas, algo que sea innovador jamás antes visto y que sea codiciado por las masas ya que el mercado ecuatoriano es muy “novelero”, buscan que la comodidad, satisfacción y los recursos para facilitar su trabajo se encuentren en un solo lugar. Por lo tanto el poder de negociación es alto ya que si tiene un lugar de alojamiento se quedaran y aumentaran el flujo turístico, así mismo ellos son los encargados y dan la última palabra de los beneficios y características del hotel y ayudaran a su mejora.

#### Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos

Al implementar este servicio de alojamiento se mejorara la zona turística incrementando su economía y flujos de turistas. Los productos sustitutos trataran de posesionarse del mercado de servicio de alojamiento como son las casas rurales,

pensiones alojamiento comunitario, alquiler de habitaciones particulares, también se pueden destacar los departamentos o casas de alquiler, ellos aprovecharan el incremento de turistas para brindar estos servicios porque de igual manera son otra forma de turismo que compite con el mercado hotelero dado que también se ofrece alojamiento y posibilidad de alimentación.

### **1.3. Análisis FODA**

#### **OPORTUNIDADES:**

Las oportunidades ayudan a tener ventajas competitivas en torno al proyecto.

- Consta de señalización.
- Ayuda económica del gobierno a la población.
- No existe ningún servicio de alojamiento.
- La intervención del municipio de Guayaquil apoyando a la actividad turística, contribuyen al fortalecimiento de la imagen de Playa Varadero y así se promueve las inversiones de nuevos mercados estimulando el turismo receptivo.
- Implementación de estrategias entre comuneros e Instituciones públicas para mejorar la imagen de Playa Varadero.



## AMENAZAS

- Vías de acceso en mal estado
- La Posible aparición de nuevos competidores empezará al ver que Playa Varadero se convierta en otra parada de la ruta de la Spondylus.
- Daño de las instalaciones.

## FORTALEZAS

- Se tiene una fortaleza muy grande y primordial que es la ubicación geográfica del hostel, ya que se encuentra en Playas el segundo mejor clima del mundo.
- Diferenciación del producto único en su categoría Hostal de 3 estrellas, innovador, una posición de falla geográfica llamada acantilado y con una vista inolvidable del horizonte.

## DEBILIDADES

- La única debilidad sería al ser un proyecto nuevo, la falta de reconocimiento o posicionamiento de marca.

## **CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

En nuestro país es muy tradicional el turismo de sol y playa porque el turista puede disfrutar de kilómetros de playa y su fabuloso clima. Actualmente los ingresos por el turismo son los gastos efectuados del mismo dentro de un sitio turístico. Los principales factores determinantes de la evolución de la demanda del turismo de un país son la población, renta, precio, precio de bienes sustitutivos a mayor número de residentes de un país mayor es el número de personas que viajen al extranjero. El mayor determinante de la demanda turística es el precio. El mismo puede incrementar sus precios y crear mayor demanda en un destino alternativo.

### **¿Por qué quiero encuestar?**

Debido al proyecto que se quiere implementar un hostel en el balneario Playa Varadero, se ha llegado a una conclusión de realizar una encuesta con la muestra interna de los propios habitantes y personas aledañas del cantón y ciudades cercanas, moradores y turistas clase media y familias para saber las preferencias, lo que quieren, lo que necesitan los turistas de sol y playa y así brindar un buen servicio al consumidor.

## 2.1. Universo de población de la provincia del Guayas

La población es un conjunto de elementos que presentan una característica común, el concepto de población en estadística va más allá de lo que comúnmente se conoce como tal. Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes. Cuando el número de elementos que integra la población es muy grande, se puede considerar a esta como una población infinita. (Rubin, Levin, 1996)

Una población finita es aquella que está formada por un limitado número de elementos, cuando la población es grande la observación de todos los elementos se multiplica en cuanto al trabajo, tiempo y costos necesarios para hacerlo.

Gráfico 8 Universo de Población



Fuente: INEC

Enfoque en la población del cantón Playas perteneciente a la provincia del Guayas:

Gráfico 9 Número de Habitantes

Cantones	Aporte al provincial 2001	Aporte al provincial 2010	Cambios	Total
GUAYAQUIL	66,5	64,5	Igual	2350915
DURAN	5,8	6,5	Igual	235769
MILAGRO	4,6	4,6	Igual	166.634
DAULE	2,8	3,3	Igual	120.326
EL EMPALME	2,1	2,0	Igual	74451
NARANJAL	1,7	1,9	Igual	69012
SAMBORONDON	1,5	1,9	Sube 3	67.590
YAGUACHI	1,6	1,7	Sube 1	60.958
URBINA JADO	1,6	1,6	Baja 2	57402
BALZAR	1,6	1,5	Baja 2	53937
EL TRIUNFO	1,1	1,2	Sube 1	44.778
PEDRO CARBO	1,2	1,2	Baja 1	43.436
PLAYAS	1,0	1,2	Sube 2	41935
SANTA LUCIA	1,1	1,1	Baja 1	38523
NARANJITO	1,0	1,0	Baja 1	37.186
SIMON BOLIVAR	0,7	0,7	Sube 1	25.483
ALFREDO BAQUERIZO MORENO	0,7	0,7	Sube 1	25179
COLIMES	0,7	0,6	Baja 2	23423
BALAO	0,6	0,6	Igual	20.523
NOBOL	0,5	0,5	Igual	19.600
LOMAS DE SARGENTILLO	0,5	0,5	Igual	18413
PALESTINA	0,5	0,4	Igual	16065
CORONEL MARCELINO MARIDUE	0,4	0,3	Igual	12.033
ISIDRO AYORA	0,3	0,3	Sube 1	10.870
GENERAL ANTONIO ELIZALDE	0,3	0,3	Baja 1	10642

Fuente: INEC

De la población urbana y rural del cantón Playas tiene un total de 41935 habitantes según datos del último censo realizado en el 2010 la cual se divide en 20.693 corresponde a mujeres y 21.242 a hombres surge este nuevo concepto. Según Martínez (2009) la Muestra se define como la pequeña cantidad obtenida mediante un proceso matemático en relación con el universo. Es imposible analizar toda la población o universo ya que es grande para estudiarla en su totalidad. La Muestra, es la cantidad que mediante un proceso analítico, sirve para obtener los resultados estadísticos.

A continuación se detalla la fórmula para calcular el tamaño de la muestra con una población finita de 100.000 turistas por año, se considera así ya que la cantidad es menor a 500.000. La fórmula finita para calcular el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 * U * p * q}{e^2 (U - 1) + Z^2 * p * q}$$

Por ende se mostrará el significado de cada término de la fórmula de la muestra:

- **n**: tamaño de la muestra, es la cantidad que se quiere averiguar mediante la resolución de la fórmula.
- **Z**: grado de confianza que adopta los siguientes valores:

Nivel de confianza	Valor de Z
95%	1.96

- **U**: Universo
- **p**: Probabilidad de éxito
- **q**: Probabilidad de fracaso (1- p)
- **e**: Error muestral (entre el 1% y 5%)

Para resolver la fórmula del cálculo de la muestra se tomará en cuenta el valor de la población o Universo ya determinada que es de 100.000 turistas al año. Se representará el margen de error (**e**) como 0.05 que significa un 5% de error, el valor de (**Z**) será de 1.96, que representa un 95% de nivel de confianza de acuerdo a los valores de la tabla de distribución **Z** utilizada en los estudios de estadística. La probabilidad de éxito será de 0.5 que significa un 50% y la probabilidad de fracaso, será la diferencia de 1 – probabilidad de éxito 0.5, igual a 0.5 que representa el 50%. Reemplazando los valores tenemos la siguiente resolución:

$$n = \frac{(1.96)^2(100000)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(100000 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{96040}{500.9104}$$

$$n = 191$$

Como conclusión, redondeando, la muestra que se tomará para aplicar las encuestas será de **200** personas.

## **2.2. TIPO DE MUESTREO**

*“Una muestra aleatoria simple es la que resulta de aplicar un método por el cual todas las muestras posibles de un determinado tamaño tengan la misma probabilidad de ser elegidas.”* (Webster, 1998)(p. 324).

Se consideró este método ya que es la forma más simple y rápida de obtener una muestra que puede ser representativa por medio de la selección aleatoria, considerando que es ilimitada la actividad turística en General Villamil Playas y por ende se espera mayor dispersión en las características de la población de turistas, de entre la cual se escogerán los 200 encuestados que prefieran otro tipo de balneario para persuadir sus preferencias.

## 2.3. TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS

### LA ENCUESTA

*“La investigación por encuesta es considerada como una rama de la investigación social científica orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas de la misma”.*  
(Kerlinger, 1983)

Para poder realizar las encuestas se seleccionaran 200 personas al azar, de la población objetivo que son los turistas que llegan al cantón Playas.

Como ya se mencionó anteriormente el objetivo de la encuesta es identificar a los clientes potenciales y sus preferencias obteniendo una información detallada para implementar un lugar de hospedaje.

El cuestionario de la encuesta está estructurado de tal manera que el número de individuos entrevistados respondan las preguntas específicas. Las preguntas serán concretas y orientadoras, adecuadas para cumplir el objetivo antes mencionado que es la implementación del hostel. El tipo de preguntas que se encontrarán en la encuesta serán cerradas, ya sea con opciones múltiples o específicas y concluyentes donde se le brinda la opción de seleccionar entre las respuestas que son de interés para el presente proyecto.

Las encuestas se aplicarán al azar a los turistas que viajan a diferentes playas del Ecuador; el lugar a elegir es la terminal terrestre de Guayaquil, centro de la ciudad, lugares específicos de población clase media, y el balneario. En el anexo #1 se presentará el formato de la encuesta que será impresa para realizar la investigación.

## **2.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS**

El análisis de los datos se dará una vez concluido el proceso de recogida de información, es decir, una vez que se tengan las encuestas aplicadas a los turistas que llegan al Cantón General Villamil Playas.

Para realizar el análisis primeramente se procederá a la organización de las encuestas, se las revisará para verificar que estén completas y contestadas a cabalidad, se dividirán en nacionales que si conocen y que no conocen el balneario y así mismo extranjeros que sí y que no conocen. Después se realizará la tabulación de los resultados de cada pregunta usando como herramienta Microsoft Excel que podrán ser visualizados en el anexo.

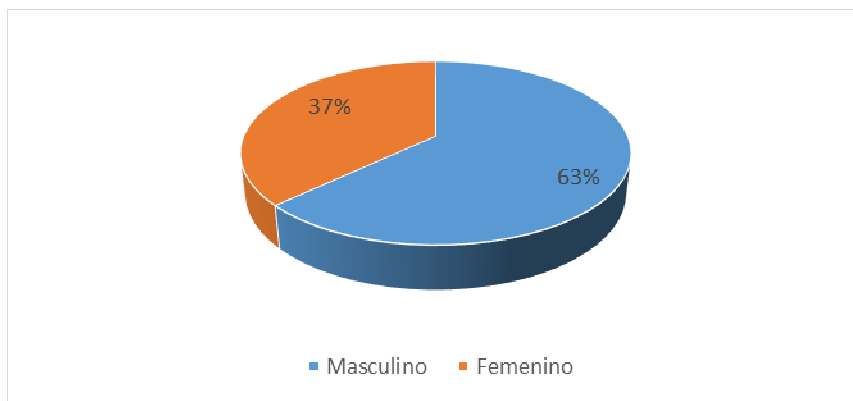
La presentación de resultados se realizará por medio de gráficas y cuadros. Al realizar las encuestas tipo personal, se pretende obtener información estadística y conociendo las necesidades y costumbres de los turistas con respecto a la realización del proyecto. Es importante conocer la opinión del entrevistado sobre el desempeño del servicio que se ofrecerá dentro del hostel.

Con base a las respuestas obtenidas, se valorarán los resultados mediante porcentajes e indicadores para establecer las necesidades del mercado objetivo y diseñar la propuesta para atender dichas necesidades y poder emprender el proyecto.



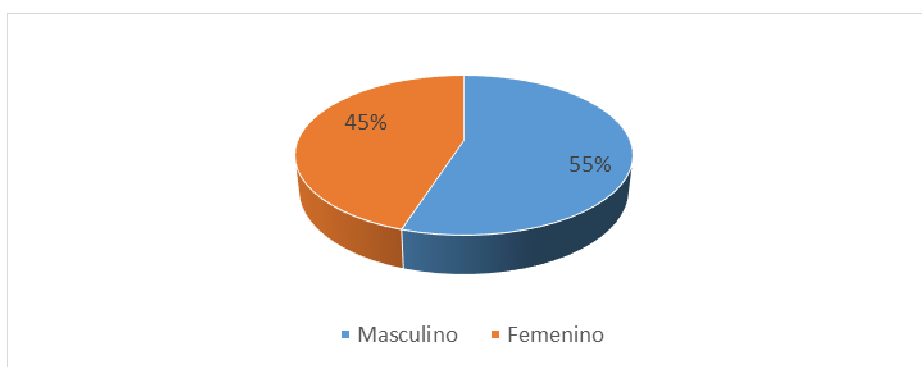
## 2.5. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Sexo: en estos dos gráficos podrán observar el número de personas encuestadas (200) tanto lo que han visitado como no han visitado.



**Gráfico 1:** en esta pregunta se puede observar el flujo de personas que han visitado el lugar, Nacionales que conocen Playa Varadero.

**Elaboración del Autor.**



**Gráfico 2:** en esta pregunta se puede observar el flujo de personas que no han visitado el lugar, Nacionales que conocen Playa Varadero.

**Elaboración del autor**

Sexo: en estos dos gráficos podrán observar el número de personas encuestadas (200) tanto lo que han visitado como no han visitado que no son ecuatorianos.

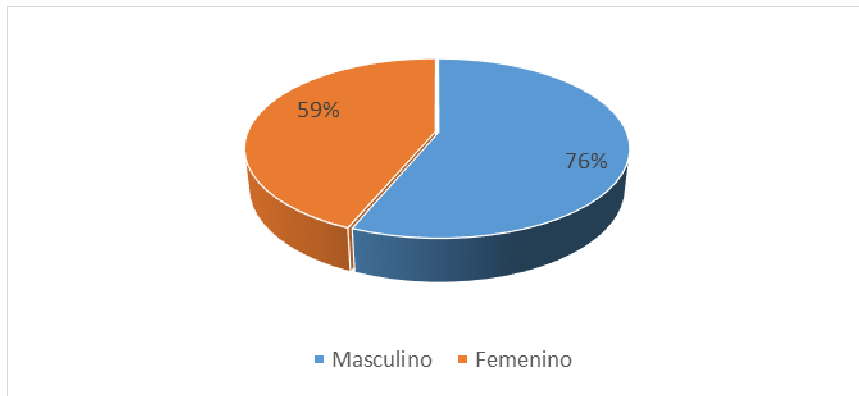


Gráfico 3: Extranjeros que han visitado el lugar, **Extranjeros que si conocen Playa Varadero**

Elaboración del autor

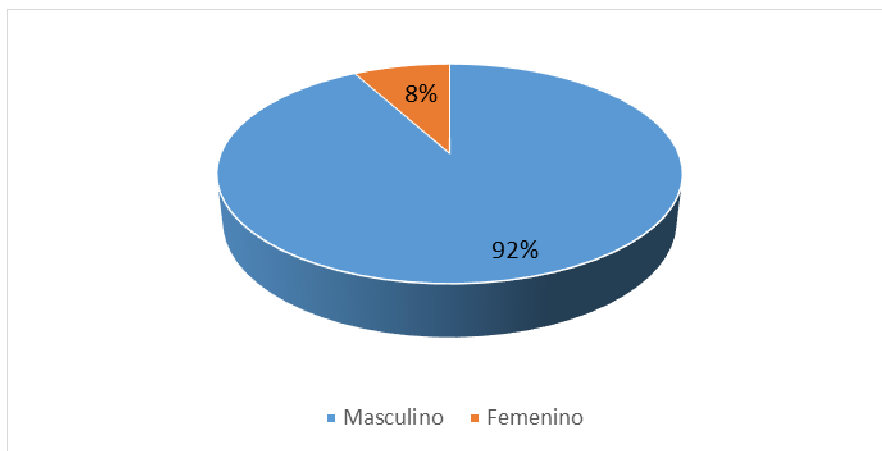


Gráfico 4: extranjeros que no han visitado el lugar

Elaboración del autor

**¿Con que frecuencia usted visita el balneario General Villamil Playas?**

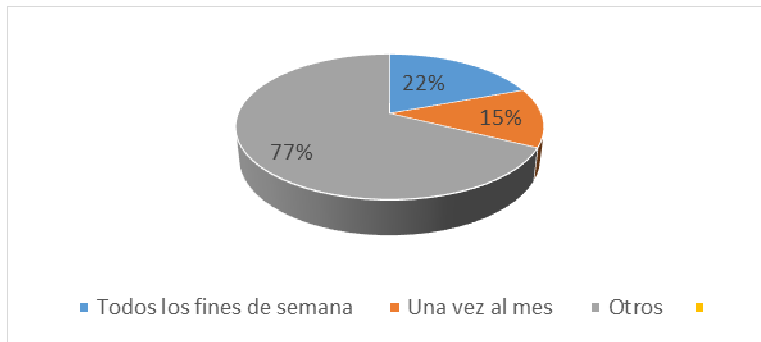


Gráfico 5: visitas al balneario Nacionales

Elaboración del autor

Según gráfico 5 el 100% de los encuestados el 77% de turistas nacionales visita con frecuencia el balneario de General Villamil Playas.

**¿Con que frecuencia usted visita el balneario General Villamil Playas?**

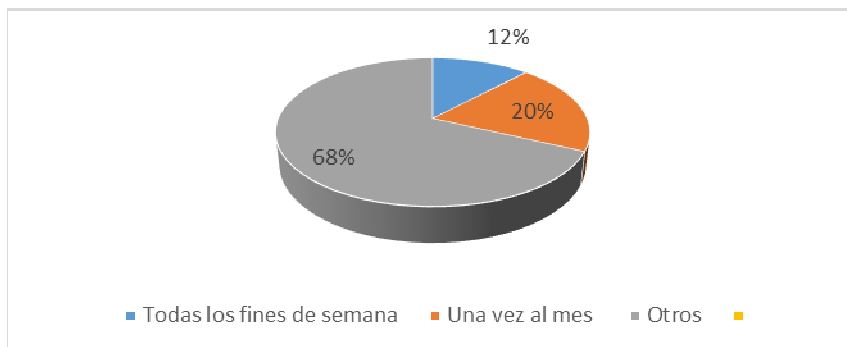


Gráfico 6: Visitas al Balneario Internacionales

Elaboración del autor

Según el gráfico 6, del 100% de los encuestados, el 68% de turistas extranjeros visita con frecuencia el balneario General Villamil Playas.

### ¿Quién lo suele acompañar a sus viajes?

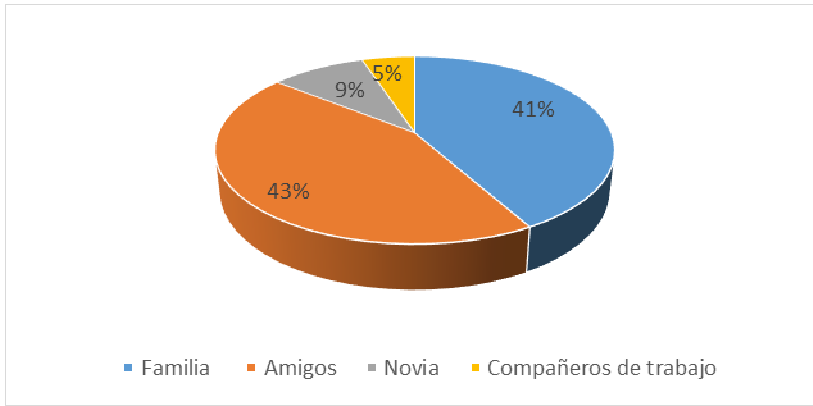


Gráfico 7: Acompañantes de extranjeros

Elaboración del autor

Según gráfico 7 el 100% de los visitantes extranjeros viaja a este balneario por motivos de trabajo.

### ¿Quién lo suele acompañar a sus viajes?

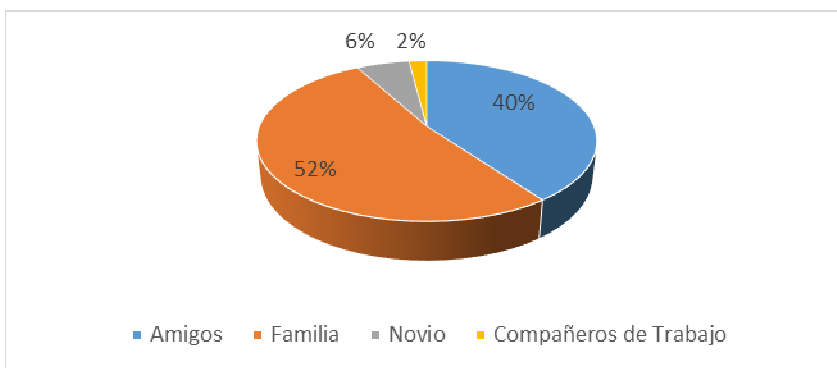


Gráfico 8: Acompañantes Nacionales

Elaboración del autor

Según gráfico 8 de 100 % de los encuestados el 52% de visitantes nacionales viaja a este balneario con su familia por motivos de recreación.

**¿Cuánto es su gasto promedio diario por persona cuando visita Playas?**

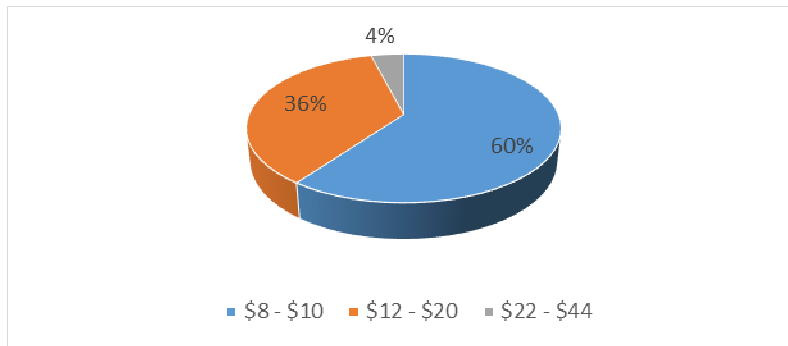


Grafico 9: Gasto promedio Nacional

Elaboración del autor

Según el grafico 9 del 100% de los encuestados el 60% de los visitantes nacionales gasta un promedio entre \$8 y \$10 dólares por persona al visitar este balneario.

**¿Cuánto es su gasto promedio diario por persona cuando visita Playas?**

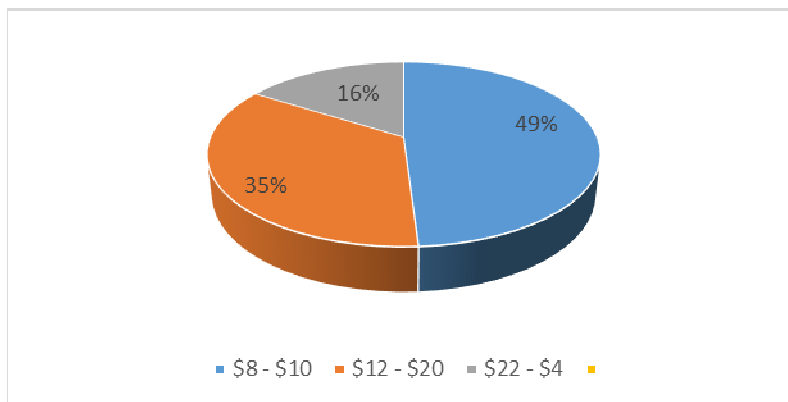


Grafico 10: Gasto promedio Internacional

Según grafico 10 de los encuestados el 49% de los visitantes extranjeros gastan un promedio de \$8 y \$10 dólares por persona al visitar este balneario.

### ¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir durante su estadía?

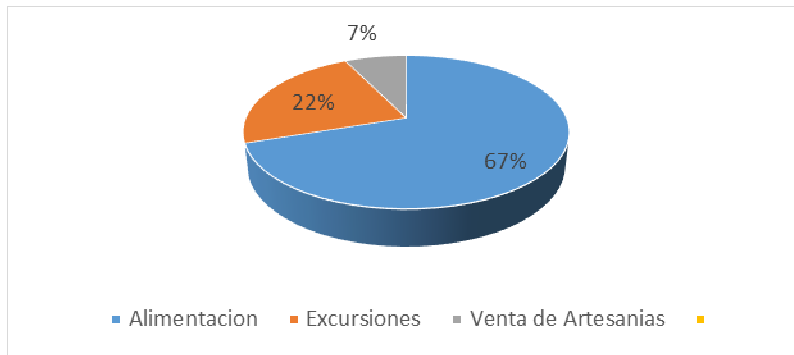


Gráfico 11: Preferencias Nacionales

Elaboración del autor

Según gráfico 11 el 67% de los encuestados de visitantes nacionales prefieren recibir de servicios adicionales en el hostel la alimentación.

### ¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir durante su estadía?

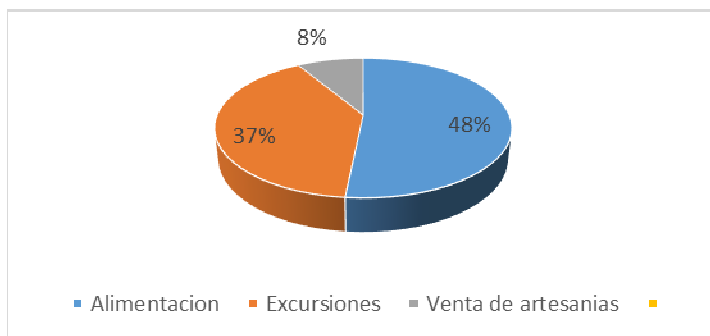


Gráfico 12: Preferencias Extranjeros

Elaboración del autor

Según gráfico 12 el 48% de los encuestados de visitantes extranjeros prefieren recibir la alimentación como servicios adicionales en el hostel.

**¿Desearía usted que se incluyan actividades para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores?**

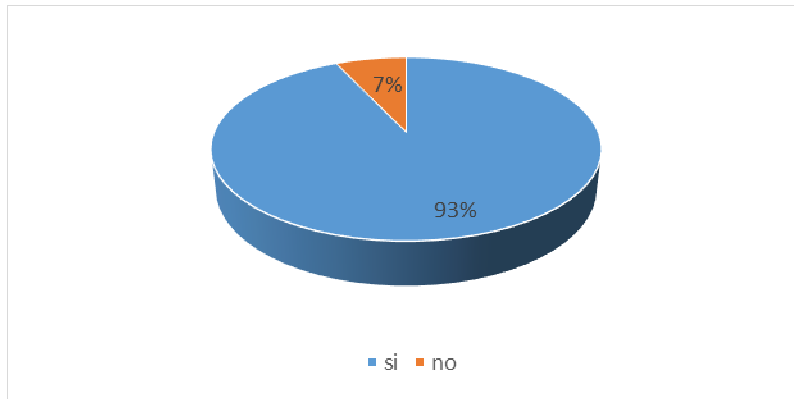


Gráfico 13: Actividades adicionales familiares

Elaboración del autor

Según gráfico 13 de los encuestados el 93% de los visitantes nacionales prefiere actividades de recreación para toda la familia.

**¿Desearía usted que se incluyan actividades para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores?**

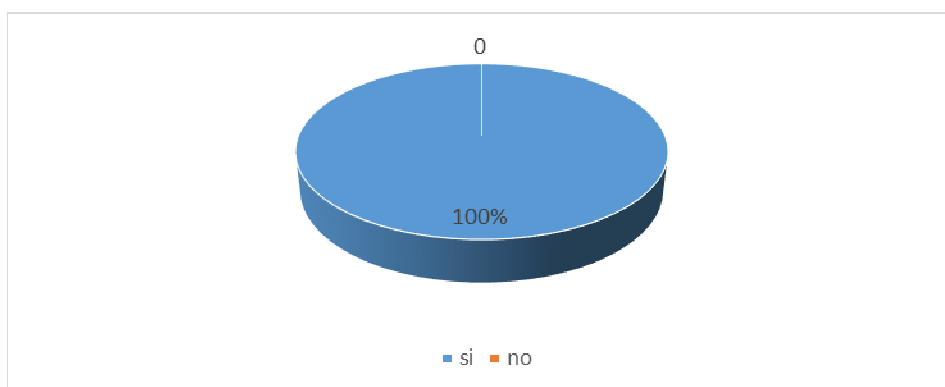


Gráfico 14: Actividades adicionales familiares

Según gráfico 14 el 100 % de los encuestados de visitantes extranjeros prefieren actividades de recreación para toda la familia.

### ¿Qué actividades de recreación desearía q ofreciera el hostel?

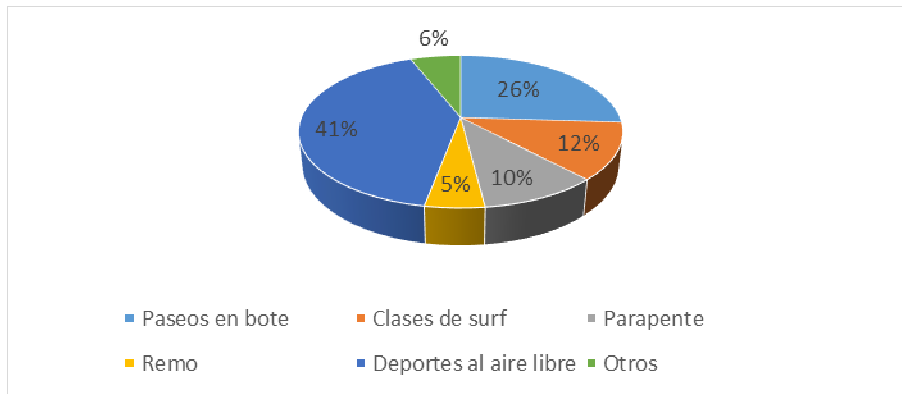


Gráfico 15: Actividades de preferencia

Elaboración del autor

De acuerdo con el gráfico 15 el 41% de los encuestados visitantes nacionales del balneario prefieren incluir los deportes al aire libre.

### ¿Qué actividades de recreación desearía que ofreciera el hostel?

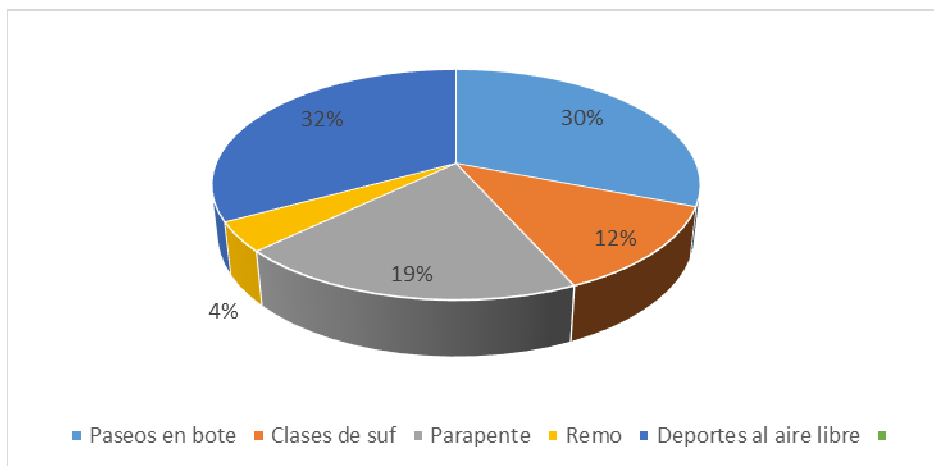


Gráfico 16: Actividades de preferencia

Elaboración del autor

Según gráfico 16 los visitantes extranjeros del balneario prefieren que se incluyan los deportes al aire libre.



**A su criterio, ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un paquete dentro del hostel, incluyendo los paseos, el surf y excursiones dentro del balneario?**

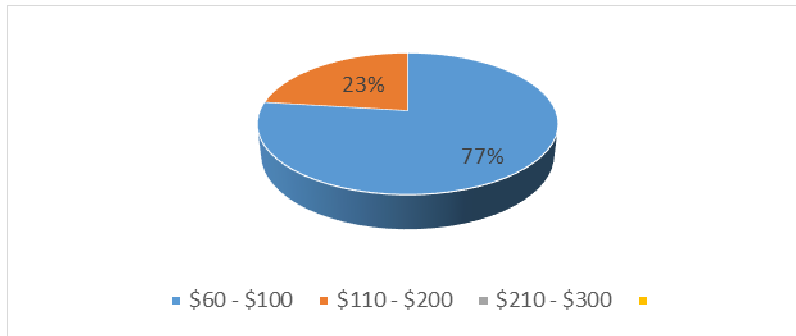


Grafico 17: Gastos en actividades de recreación

Elaboración del autor

De acuerdo con el grafico 17 el 77% de los visitantes nacionales prefieren pagar por estos paquetes un promedio de entre \$60 y \$100 dólares.

**A su criterio, ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un paquete dentro del hostel, incluyendo los paseos, el surf y excursiones dentro del balneario?**

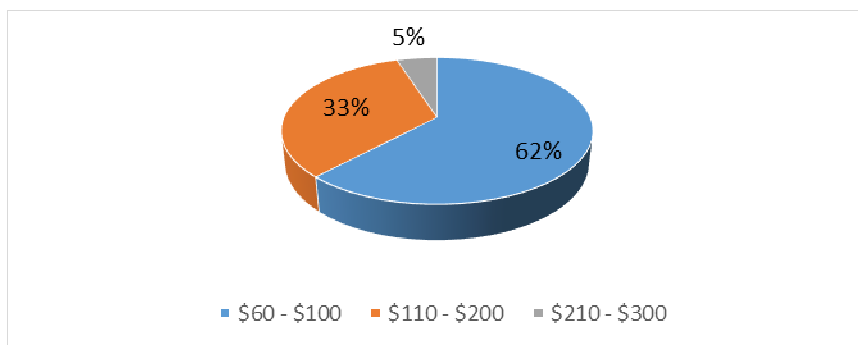


Grafico 18: Gastos de Extranjeros en actividades de recreación

Según el grafico 18 el 62% de los visitantes extranjeros prefieren pagar por estos paquetes entre \$60 y \$100 dólares.

**¿Está usted de acuerdo con que se implementen los servicios de alimentos y bebidas dentro del hostel?**

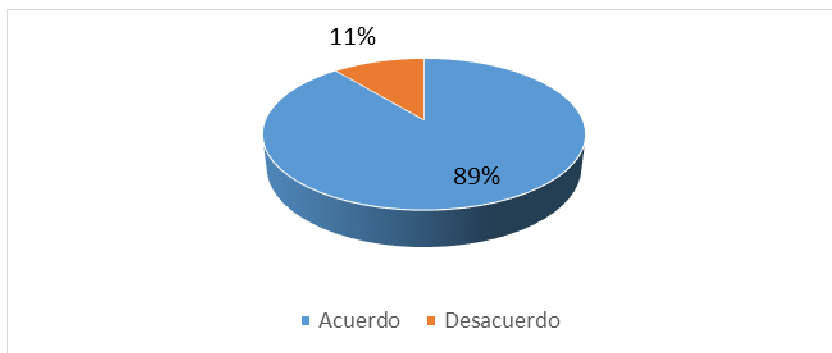


Gráfico 19: servicios de Alimentos y bebidas

Elaboración del autor

Según gráfico 19 el 89% de los encuestados visitantes nacionales desean que se implementen los servicios de alimentos y bebidas dentro del hostel.

**¿Está usted de acuerdo con que se implementen los servicios de alimentos y bebidas dentro del hostel?**

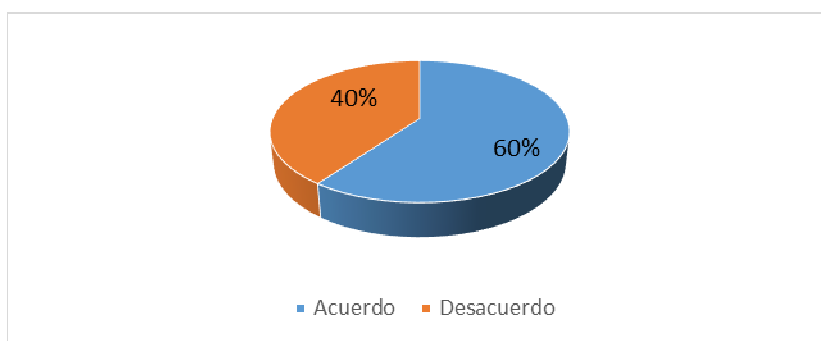


Gráfico 20: Servicios de alimentos y bebidas

Elaboración del autor

Según gráfico 20 el 60% de los visitantes extranjeros desea incluir el servicio de alimentos y bebidas dentro del hostel.

**¿Prefiere degustar la comida de la zona en el patio de restaurantes?**

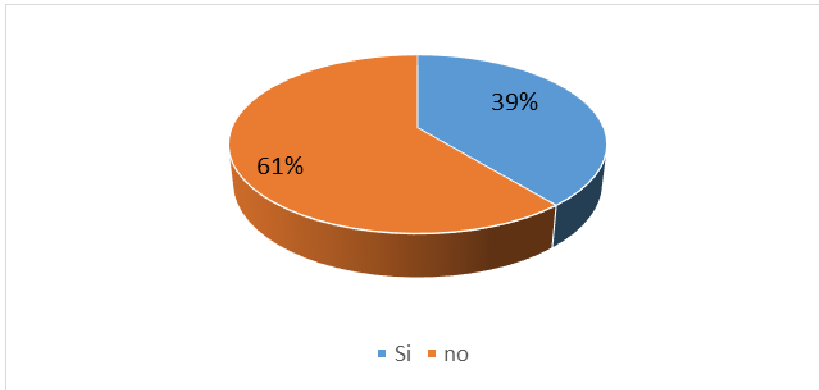


Gráfico 21: Preferencia de nacionales en el uso de patio de comidas

Elaboración del autor

Según gráfico 21 el 61% de los visitantes nacionales prefieren no consumir los platos en el patio de comidas.

**¿Prefiere degustar la comida de la zona en el patio de restaurantes?**

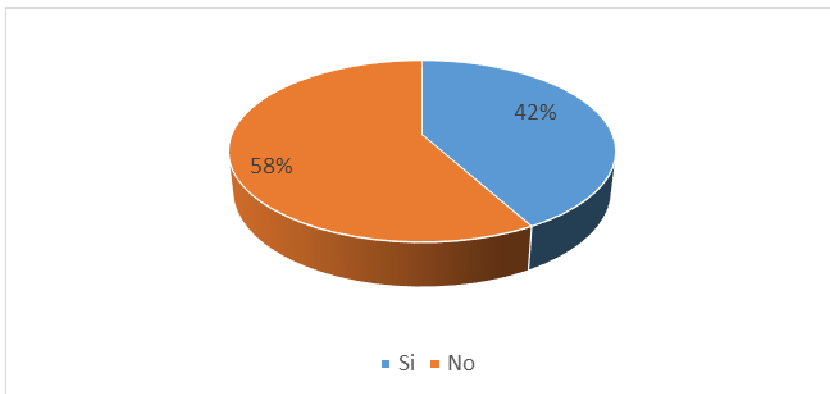


Gráfico 22: preferencia de extranjeros en el uso de patio de comidas

Elaboración del autor

Según gráfico 22 el 58% de los visitantes extranjeros prefieren no consumir los platos en el patio de comidas.

### **Conclusión de los resultados generales de la encuesta**

Como resultado de las encuestas se podrá observar que el 80% de los visitantes necesitan un lugar donde hospedarse dentro de este balneario por lo tanto la implementación del hostel es necesario debido al gran flujo de turistas que lo visita y no pueda quedarse más tiempo en Varadero, como no existe esto los turistas escogen otros balnearios del país que si cuentan con todos los servicios necesario que ellos necesitan así mismo satisfacer todas las necesidades que piden los turistas. El entretenimiento y las actividades al aire libre, como se puede observar, el 63% de los visitantes de playa Varadero son nacionales y que los visitantes extranjeros con el 73% prefiere disfrutar de Playa Varadero que otros balnearios.

### **2.6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

La segmentación del mercado es una serie de grupos, a base de una o varias variables mediante procedimientos estadísticos que en el mercado siempre debe ser conocido por su tamaño o naturaleza. (Cabarcos, 2007).

Para realizar la misma debemos tener la facilidad de la medida, la accesibilidad a los destinos seleccionados y la dimensión adecuada de dichos segmentos. Debe tener en cuenta tres partes importantes que son definir el mercado, elegir los criterios de segmentación y determinar el segmento de mercado que le interesa a mi proyecto.

Como es turismo de sol y playa no tiene temporada alta ni baja según estadísticas del INEC porque en los meses de Diciembre – Abril los turistas de la región costa viajan hacia las diferentes playas del Ecuador y así mismo de los meses Mayo a Noviembre los turistas de la región sierra visitan las playas.

## **2.7. MERCADO META**

El mercado meta serán las personas de la ciudad, que deseandescansar y quitarse el estrés en un hostel que ofrezca actividades dentro de un ambiente que brinde confort y tranquilidad. Así mismo los turistas extranjeros que visitan el país para conocer nuevos climas.

## **2.8. MARKETING MIX**

Para poder tener un buen marketing se deben tomar decisiones estratégicas que ayudan a la selección de atributos para poder satisfacer las necesidades del cliente; determinando un precio ideal para atraer a la demanda y lograr cumplir con los objetivos de la rentabilidad; hacer llegar la oferta disponible a los canales de publicidad más eficaces con el objetivo de llegar al cliente potencial informando al mercado de las características de la oferta y de las actividades promovidas por la empresa turística como tal. (Valdez, 1996)

Para el hostel El Acantilado se ha decidido utilizar estas herramientas del marketing, conocidas como las 4Ps, para poder cumplir con el objetivo de llegar a conquistar el mercado meta.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

## **PRODUCTO**

El Hostel está ubicado en la parte norte de Playa Varadero justo encima de un acantilado, tiene una capacidad para 120 personas está comprendido por 50

habitaciones; 15 sencillas, 23 dobles, 10 cuádruples y 2 suites en un área de 4000 m<sup>2</sup>. La cual servirá para satisfacer las necesidades de los turistas nacionales e internacionales.

El hostel contará con una recepción, una sala de estar con mini-bar, muebles y un gran televisor que servirá como karaoke para el entretenimiento nocturno de los huéspedes.

Las habitaciones del hostel cuentan con un ambiente rustico y acogedor, y con todas las comodidades, televisión con canales nacionales e internacionales, aire acondicionado, ventilador, armarios y cómodas camas o literas.

## **PRECIO**

El precio es primordial en el momento de definir estrategias de venta de nuestro servicio. También muy importante ofertar un servicio de calidad e igualmente definir precios que puedan compensar completamente las necesidades del posible cliente del hostel y que también alcance a cubrir todos los costos, de tal manera que los clientes potenciales puedan acceder a todos los servicios que brinda el mismo.

**Fijación de precios:** El precio se calculará en función de los costos fijos y variables del Hostel “El Acantilado”. La proyección se refleja más adelante en la parte financiera del proyecto.

**Descuentos:** se realizará el 15% de descuento sobre el valor del costo del paquete del hostel “El Acantilado” a los grupos de más de 15 personas.

**Periodo de pago:** Para la reservación el cliente necesitará cancelar el 10% del valor total ya sea por tarjeta de crédito o mediante un depósito en el Banco. Los

futuros clientes tendrán la opción de pagar en efectivo o también con tarjeta de crédito.

**Todos los paquetes incluyen:**

- Desayuno
- Coctel de bienvenida.
- Uso de todas las instalaciones
- Guianza Turística

**Ningún paquete incluye:**

- Bebidas Alcohólicas
- Servicio de telefonía

**PLAZA**

Directamente se trabajará con el Municipio de Playas y la Asociación de Comuneros de Playa Varadero, También se utilizará el internet, gracias al cual se podrá crear una página Web que brinde facilidades a los clientes para poder realizar inscripciones directas, cotizaciones, visitas virtuales y otros servicios que brindará la página del hostel.

Se realizarán convenios con operadoras de turismo que trabajen directamente con los nuevos productos turísticos a ofrecer de la Provincia del Guayas.

## PROMOCIÓN



Para la promoción de este hostel se utilizará muchos recursos en especial las redes sociales, no solo porque son gratis, sino porque son accesibles para todo el mundo y así se informan y motivan a conocer más acerca del sitio turístico y su entorno.

Como el municipio se ha encargado de la regeneración de Playa Varadero se podrá vincular con la promoción del Hostel.



## **CAPITULO III: ESTUDIO OPERATIVO Y FINANCIERO**

### **3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

El hostel se ubicara en el km 17.5 víaData Posorja, en el balneario playa Varadero que en estos dos últimos años el municipio de Guayaquil lo ha estado remodelando para que pueda convertirse en uno de los destinos más visitado de la provincia del Guayas, tiene un patio de comidas donde los turistas pueden degustar la comida típica y deliciosos cocteles con una vista hermosa al mar.

### **3.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

**RAZÓN SOCIAL:** CastHotel S.A

**NOMBRE COMERCIAL:** Hostel El Acantilado

**SLOGAN:**La ventana al mar

**LOGO**



*Grafico 10 Logo de la empresa.*

Elaboración del Autor

## **MISIÓN**

Brindar al huésped una experiencia única de un lugar turístico y hermoso de nuestra costa ecuatoriana para que degusten la gastronomía, con la excelencia de atención de personas que cuidan cada detalle para hacer de ésta, una experiencia inolvidable.

## **VISIÓN**

Liderar la industria hotelera en General Villamil Playas, ser el pionero en innovar en la sostenibilidad, energías renovables y medio ambiente, contribuyendo con el sector turístico y mejora del cantón.

## **VALORES**

- Honestidad
- Amabilidad: Excelente servicio y respeto al cliente.
- Integridad
- Higiene y pulcritud
- Conciencia ambiental
- Responsabilidad social

## **SERVICIOS A OFRECER**

- El Hostal El Acantilado ofrecerá a su clientela alojamiento acompañado de servicio de desayuno buffet en el comedor, tickets de almuerzos y meriendas a elección del restaurante en el patio de comidas acompañados de jugos naturales y bebidas nacionales e internacionales y actividades diurnas y nocturnas.
- Mesa de Pingpong.
- Paseo en botes
- Surf
- Cocktails en la piscina

**Facilidades para minusválidos:** EL hostel contará con rampas de acceso al área de recepción y los baños estarán completamente equipados con facilidades para discapacitados.

**Visitas a lugares naturales:** se podrá trasladar al turista a balnearios cercanos sea por vía terrestre o por mar.

**Entretenimiento nocturno:** En la noche los turistas podrán disfrutar de un mini bar lounge que ofrece karaoke o canciones para bailar (opcional). Se ofrecerán cocteles o si prefieren se prepara una fogata para que puedan disfrutar del calor que ella les brinda junto con la luz de la luna y la hermosa vista de las estrellas.

### **SERVICIOS OPCIONALES**

**Lavandería:** Servicio diario previo aviso.

**Tienda:** Se encuentra ubicada en el Lobby del hostel.

**Internet:** Servicio de internet inalámbrico.

**Servicio de Fax y Teléfono:** Servicio las 24 horas en la recepción.

### **SEGMENTO OBJETIVO (TARGET)**

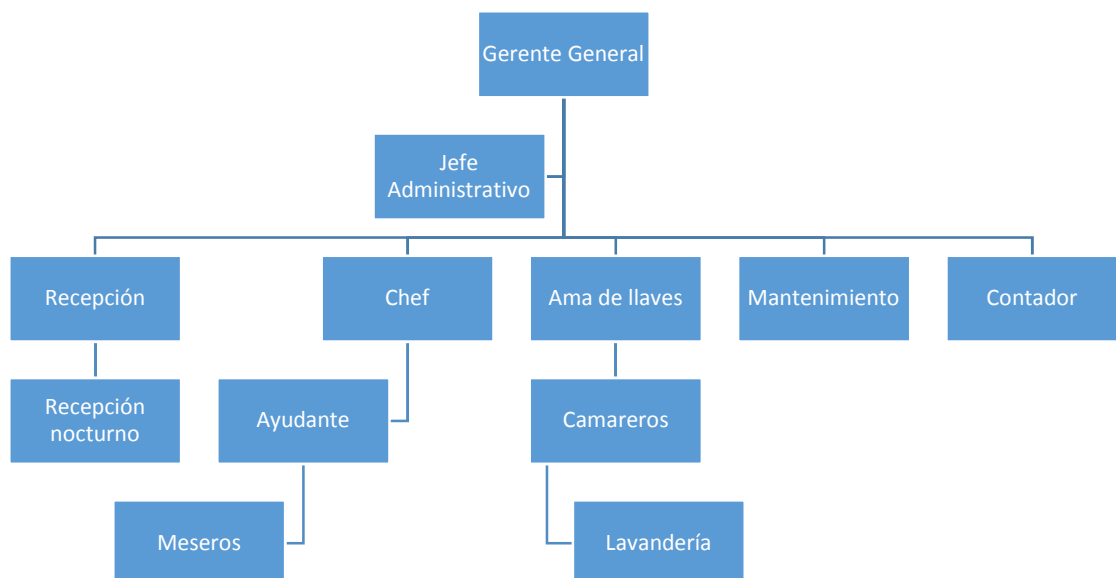
El mercado meta son los turistas nacionales y extranjeros de entre los 15 y 60 años, que generalmente viven con su familia. De estrato socioeconómico, medio, medio-alto y alto que les guste experimentar nuevas formas de recreación deportes extremos etc. Personas que les guste compartir momentos de calma con su familia o amigos dentro de un ambiente natural y privado.

### 3.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### ORGANIGRAMA

El siguiente organigrama explica la jerarquía de la empresa:

#### Hostal El Acantilado CastHotel S.A



## **PERFILES Y MANUAL DE FUNCIONES DE EMPLEADOS**

### **GERENTE GENERAL**

Se encargará del análisis del presupuesto general de la compañía como una herramienta fundamental para la toma de decisiones de la empresa.

- Representar y defender la posición de la Compañía en Cámaras hoteleras, operadoras turísticas y otros organismos de institución.
  
- Análisis y elección de proveedores.
  
- Firma de cheques para la autorización de compra de algún producto que se necesite.
  
- Realización de análisis de la competencia, creará nuevas metodologías de prestación de servicios y atención de clientes.
  
- Entre otras a nivel gerencial

### **CONTABILIDAD**

- Llevar los registros contables de compras, ventas, cobros y pagos de la empresa.
  
- Realizar la gestión financiera de la empresa.
  
- Examinar y evaluar los resultados financieros expresando una opinión acerca de los estados financieros conservando la

honestidad y la ética profesional en cada una de sus acciones.

- Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.

### **RECEPCIONISTA**

- Mantener la perfecta organización de la estancia de los clientes.
- Se encargará de recibir personas, realizar el respectivo Check in y la entrega de las llaves de las habitaciones que deberá asignar.
- Recibir correspondencia y documentación, sellando y firmando el recibido.
- Entregar documentos a quienes lleguen a retirarlos personalmente, enviar la correspondencia de salida, recibir faxes, mensajes por teléfono u otras vías de comunicación y algunas tareas similares.
- Se encargará de la cobranza y el respectivo checkout de los clientes.

### **MANTENIMIENTO**

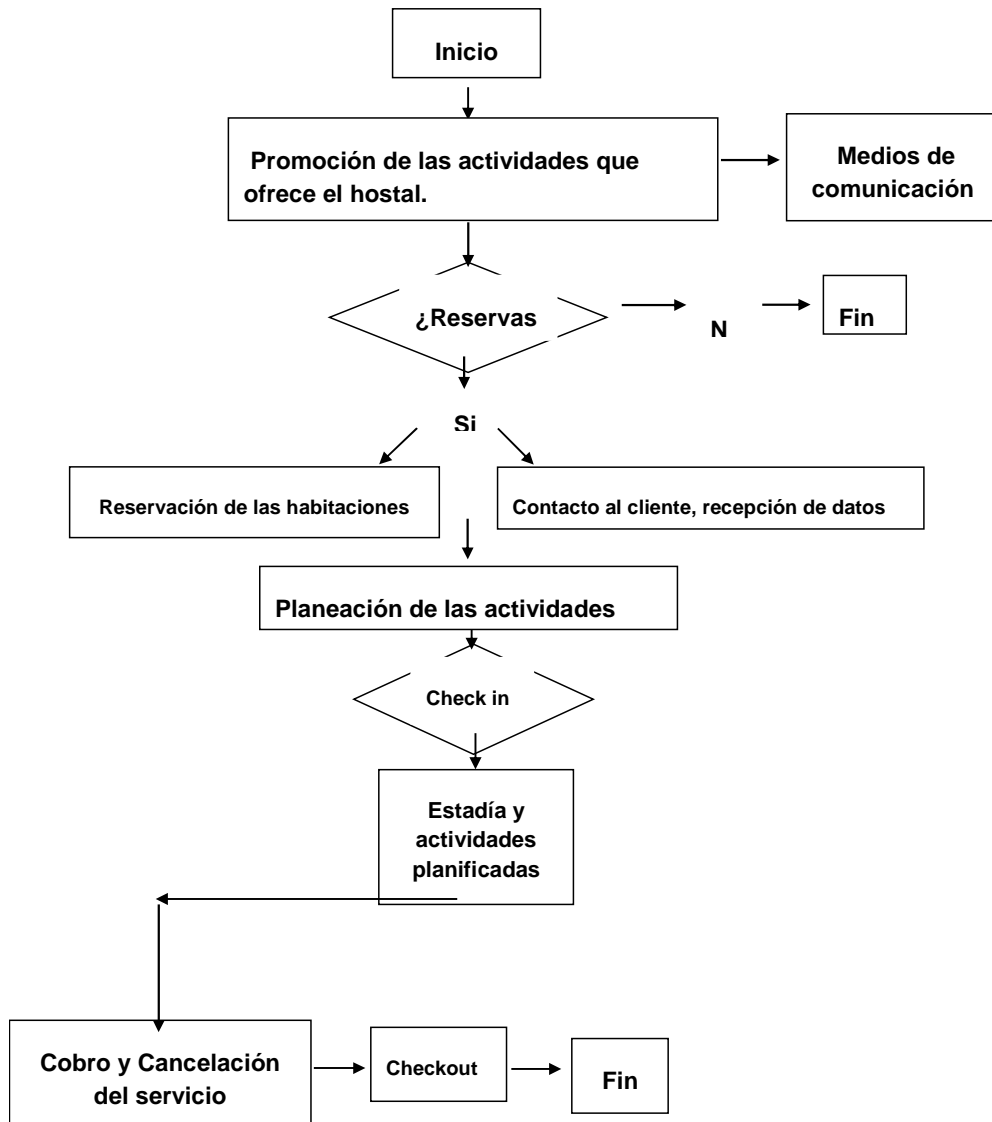
- Se ocupará del encendido, apagado de las luces de todo el negocio, así como el mantenimiento de las canchas deportivas.
- Cuidará del mantenimiento de equipos y de las entradas de energía eléctrica, así como de la conducción general de agua, receptores de aguas fluviales en las terrazas, patios, etc., de acceso por servicios comunales y que no entrañen peligrosidad.
- Encargado de la reparación técnica por personal cualificado

- Tendrá la obligación del traslado de los cubos colectivos de basura.
- Limpieza de accesos, zonas comunes, canchas deportivas y jardinería de la propiedad.

#### **PERSONAL DE COCINA**

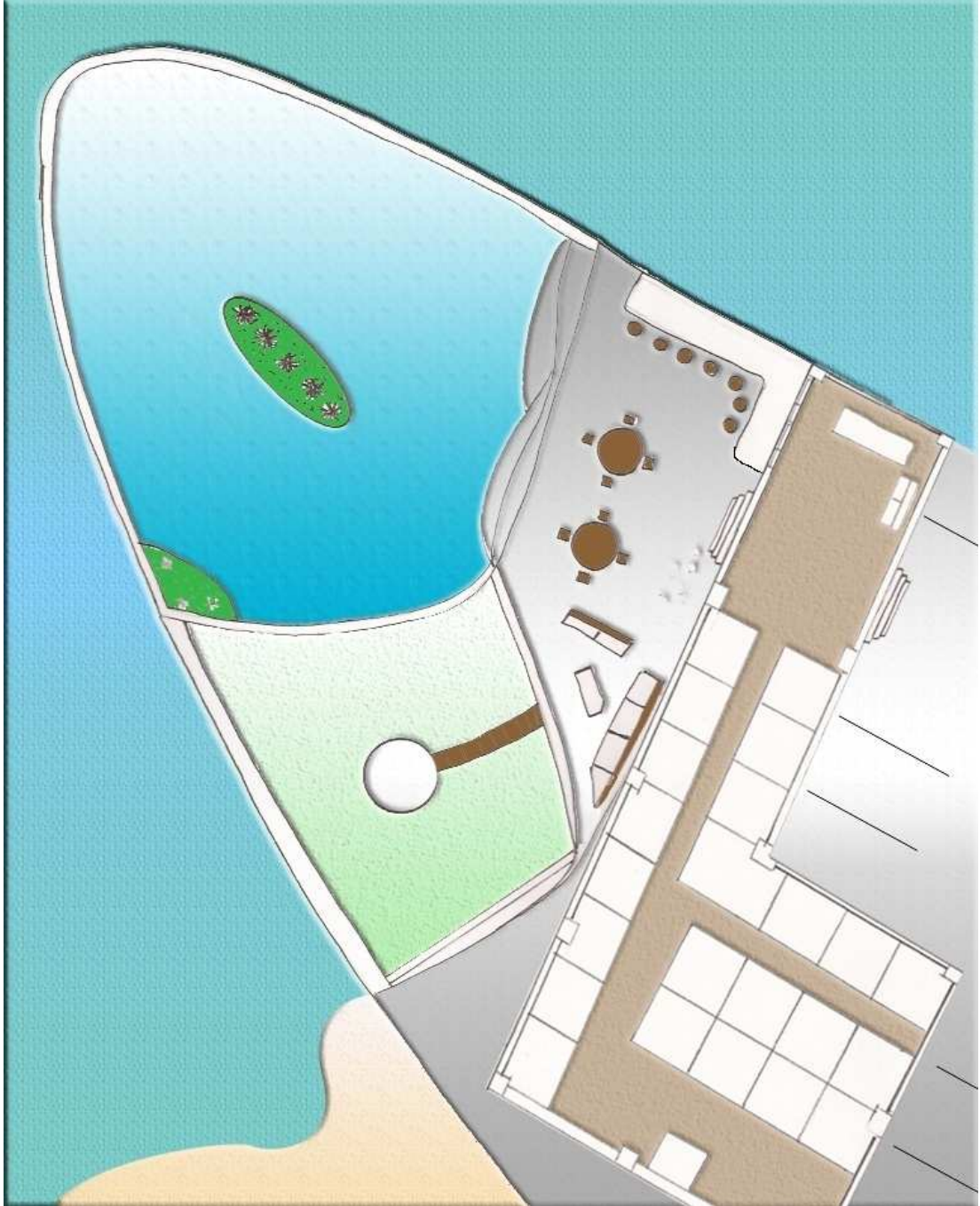
- Se encargará de la rigurosa preparación de los alimentos y bebidas conservando las políticas de aseo y calidad en los productos.

### 3.4. PROCESO PRODUCTIVO O DE ENTREGA DEL SERVICIO





### 3.5. PLANOS DEL HOTEL



*Gráfico 11 Planos del hotel*

Elaboración del autor



*Gráfico 12 estructura del hostel*

Elaboración del autor

### **3.6. Aseguramiento de Calidad en el Sector Hotelero**

Esta parte se basa en la definición y obtención de una buena calidad de servicio. Como se sabe la gestión de calidad es muy importante dentro de cualquier empresa, el valor que se le quiera dar a brindar el servicio es un complemento perfecto para cualquier administración y mejorar la calidad del establecimiento. Para lograr la calidad debemos mantener un elevado nivel de satisfacción al cliente, ser eficaces mediante el cumplimiento de los objetivos, ser eficientes mediante el ahorro en los gastos de los procesos.

Para lograr esto, el Hostal contará con un departamento administrativo que se encargará de la gestión de calidad, elabora el manual de procedimientos de cada departamento basado en el mapa de procesos existente y vela por su cumplimiento.

La federación Española de hoteles ha desarrollado normas que aseguran un elevado nivel de competitividad en los mercados; las normas de calidad definen los valores mínimos que deben alcanzar un establecimiento. El objetivo principal de las normas es que se otorgue un buen servicio con una excelente calidad a los huéspedes.

## **Diseño Del Sistema De Calidad En El Servicio**

Para implementar un sistema de gestión de calidad en servicio se debe seguir un conjunto de medidas, instrucciones y acciones que permiten a una empresa definir la calidad con la que quiere trabajar, llegar hasta ese nivel y consolidarlo, Por otra parte, un servicio mal prestado tiene una compensación difícil. Por las mismas características del servicio, su consumo es contemporáneo a su producción, el sistema de gestión de la calidad en el servicio proporciona una guía para hacer eso, por esta razón se seguirá el mismo concepto de las normas Q, que fueron implementadas en el Ecuador en el año 2007.

Así mismo, al tener el Hostal de modalidad todo incluido, el tiempo de interacción con el cliente es extremadamente largo comparado con otras industrias.

Por lo tanto es necesario que en la empresa funcione un sistema que garantice, en la medida de lo posible, que el cliente encuentre el mismo nivel de servicio a cada momento.

De igual manera, el sistema de gestión de la calidad buscará aumentar la capacidad de auto control sobre cada tarea específica y flexibilizará la toma de decisiones sobre la misma, algo necesario cuando el cliente necesita una reacción rápida por parte de quien le está prestando el servicio en ese momento. Con lo que respecta a la formación de los trabajadores, es indiscutible que para documentar un proceso y realizar tareas formalizadas y estandarizadas se necesitará de una formación acorde con las necesidades que se plantea, siendo necesario que se imparta cursos y talleres de formación vinculados con la calidad y con habilidades y requerimientos específicos que cada tarea requiere.

El sistema deberá prever las no conformidades o disponer de instrumentos para comunicarlas si se producen, esto se deberá realizar mediante diferentes métodos que garanticen el seguimiento, resolución y acción correctiva para que no se repita. Los métodos de evaluación y control del desempeño también cambiarán al implementar el sistema. Si el Hostal utiliza apropiadamente el sistema, obtendrá la seguridad de que está trabajando dentro de un proceso de mejora continua, así mismo

logrará una medida periódica de hasta qué punto lo está consiguiendo, apoyado en mediciones fiables y representativas que pueden reiterarse a través del tiempo.

El huésped es el principal usuario y consumidor de los servicios del hostel, si bien un sistema de gestión de la calidad incurre en ciertos costos de creación, implementación, mantenimiento y control; también ayudará a reducir los costos de la calidad los cuales son mucho más indeseables e incorporan aspectos como el deterioro de la imagen de marca, pérdida de categoría, pérdida de actuales y futuros clientes, etc., todo ello difícilmente cuantificable pero fácilmente posicionable frente a la competencia.

El único hotel que posee un certificado de calidad internacional en la costa Ecuatoriana es Barceló Colon Miramar ya que tiene 15 años de buen servicio al cliente, se quiere lograr con el tiempo que el Hostal el Acantilado se certifique internacionalmente para que las visitas turísticas aumenten un 80% y suba la rentabilidad del balneario.

## **POLÍTICA DE CALIDAD**

La política de calidad del Hostal El Acantilado es ofrecer servicios de hospedaje acompañadas con actividades de recreación innovadoras, basándose en normas internas que aseguran la calidad de nuestro servicio; logrando así una alianza con nuestros huéspedes para la apreciación y conservación del medio ambiente.

## **PROCESO DE CONTROL DE CALIDAD**

### **NORMAS DE HIGIENE – TRATAMIENTO DE RESIDUOS.**

- Mantener limpio y ordenado el puesto de trabajo
- Recolección de tablas con clavos, recortes de chapas y cualquier otro objeto que pueda causar un accidente.
- Mantener el orden y limpieza de todas las áreas del hostel. No mostrar una mala imagen del establecimiento.
- No obstruir los pasillos, escaleras o puertas.
- Almacenaje y manipulación de basura
- Prevención y Seguridad (primeros auxilios, equipamiento contra incendios-extintores, plan de evacuaciones, salidas de emergencia, señalización, luces de emergencia, etc.)

### **ALMACENAJE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, PERECEDEROS Y NO PERECEDEROS.**

#### **PRODUCTOS PERECEDEROS**

- Son aquellos que necesitan conservación en frío: Cámaras de refrigeración, congelación: carnes.
- Deben almacenarse alimentos de la misma naturaleza.
- La estiba debe permitir la circulación del aire.
- Deben almacenarse a 0.15 m de pared 0.50 m del techo 0.10 m del piso

#### **PRODUCTOS NO PERECEDEROS**

- Son aquellos que no necesitan conservación en frío: granos, harinas, enlatados etc.
- Deben almacenarse alimentos de la misma naturaleza.
- La estiba debe permitir la circulación del aire.
- Se deben almacenar a 0.50 m de pared 0.60 m del techo 0.20 m del piso

## **PREVENCIÓN Y SEGURIDAD EN CASO DE RIESGO DE INCENDIOS**

- La empresa estará en buen orden y limpieza ya que son los principios más importantes de prevención de incendios.
- Controlar los equipos eléctricos todo el tiempo ya que pueden ocasionar chispas que pueden ser causa de muchos incendios.
- En caso de incendio se interrumpirá el hospedaje de los turistas realizando una evacuación inmediata del lugar.
- Los extintores son fáciles de utilizar, y estarán al alcance de los Huéspedes, en cada habitación y en cada parte de la hostería.
- Se tendrá muy en cuenta el manejo e instalación de los tanques de gas de uso domésticos ubicados en la cocina respetando las normas de seguridad.

## **EN CASO DE RIESGO DE ACCIDENTES**

- Se conservará la calma e inmediatamente y se actuará con rapidez. La tranquilidad del personal dará confianza al lesionado y a los demás.
- Se avisará inmediatamente a los medios o al servicio de la asistencia respectiva.
- Se tendrá el control respectivo en el Transporte (control y mantenimiento de vehículo, SOAT, herramientas de emergencia, etc.)

### 3.7. PLAN FINANCIERO

En este apartado, se detallan todas las proyecciones de inversión, ingresos y egresos estimados para el proyecto, bajo los siguientes supuestos:

Gráfico 13 Supuestos para la Proyección

% Financiamiento capital propio de dueños	30%
% de Financiamiento con deuda (préstamo)	70%
Plazo en años del préstamo	5
Tasa de interés anual para el préstamo	9%
Tasa de descuento	12%
Tasa de Inflación promedio anual Junio/2013	4,89%
Incrementos prom anual para sueldos	10%
INCREMENTO ANUAL PRECIOS DE VENTA	6%
INCREMENTO ANUAL VENTAS en cantidades	6%

Elaborado por el autor

#### 3.6.1 Inversión Inicial Requerida

Gráfico 14 Estructura de los activos

DETALLE DE CUENTAS	VALORES
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES:</u></b>	
CAJA-BANCOS	\$8.662,35
<b><u>ACTIVOS FIJOS:</u></b>	
EQUIPOS Y ENSERES	\$15.265,86
MOBILIARIOS	\$19.437,90
VEHICULOS (1 H1)	\$25.000,00
BOTES (LANCHA)	\$3.200,00
EDIFICIO	\$24.230,00
TERRENO	\$36.000,00
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS:</u></b>	
Gastos de preoperación	\$3.540,00
<b>INVERSION INICIAL TOTAL</b>	<b>\$135.336,11</b>

Elaborado por el autor

### 3.6.2 *Financiamiento*

<b>TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO</b>	
<b>DATOS DEL CRÉDITO:</b>	
MONTO DEL CRÉDITO	\$ 94.735,28
TASA INTERES ANUAL	9%
TASA INTERES MENSUAL	0,750%
PLAZO EN AÑOS	5
PLAZO EN MESES	60
<b>CUOTA ANUAL</b>	<b>\$ 24.355,73</b>
<b>CUOTA MENSUAL</b>	<b>\$ 1.966,55</b>

Elaborado por el autor



Tabla 1 Amortización

PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	94.735,28	1.256,03	710,51	\$ 1.966,55	93.479,24
2	93.479,24	1.265,45	701,09	\$ 1.966,55	92.213,79
3	92.213,79	1.274,95	691,60	\$ 1.966,55	90.938,84
4	90.938,84	1.284,51	682,04	\$ 1.966,55	89.654,34
5	89.654,34	1.294,14	672,41	\$ 1.966,55	88.360,20
6	88.360,20	1.303,85	662,70	\$ 1.966,55	87.056,35
7	87.056,35	1.313,63	652,92	\$ 1.966,55	85.742,72
8	85.742,72	1.323,48	643,07	\$ 1.966,55	84.419,25
9	84.419,25	1.333,40	633,14	\$ 1.966,55	83.085,84
10	83.085,84	1.343,40	623,14	\$ 1.966,55	81.742,44
11	81.742,44	1.353,48	613,07	\$ 1.966,55	80.388,96
12	80.388,96	1.363,63	602,92	\$ 1.966,55	79.025,32
13	79.025,32	1.373,86	592,69	\$ 1.966,55	77.651,47
14	77.651,47	1.384,16	582,39	\$ 1.966,55	76.267,30
15	76.267,30	1.394,54	572,00	\$ 1.966,55	74.872,76
16	74.872,76	1.405,00	561,55	\$ 1.966,55	73.467,76
17	73.467,76	1.415,54	551,01	\$ 1.966,55	72.052,22
18	72.052,22	1.426,16	540,39	\$ 1.966,55	70.626,06
19	70.626,06	1.436,85	529,70	\$ 1.966,55	69.189,21
20	69.189,21	1.447,63	518,92	\$ 1.966,55	67.741,58
21	67.741,58	1.458,49	508,06	\$ 1.966,55	66.283,09
22	66.283,09	1.469,43	497,12	\$ 1.966,55	64.813,66
23	64.813,66	1.480,45	486,10	\$ 1.966,55	63.333,22
24	63.333,22	1.491,55	475,00	\$ 1.966,55	61.841,67
25	61.841,67	1.502,74	463,81	\$ 1.966,55	60.338,93
26	60.338,93	1.514,01	452,54	\$ 1.966,55	58.824,93
27	58.824,93	1.525,36	441,19	\$ 1.966,55	57.299,57
28	57.299,57	1.536,80	429,75	\$ 1.966,55	55.762,76
29	55.762,76	1.548,33	418,22	\$ 1.966,55	54.214,44
30	54.214,44	1.559,94	406,61	\$ 1.966,55	52.654,50
31	52.654,50	1.571,64	394,91	\$ 1.966,55	51.082,86
32	51.082,86	1.583,43	383,12	\$ 1.966,55	49.499,43
33	49.499,43	1.595,30	371,25	\$ 1.966,55	47.904,13
34	47.904,13	1.607,27	359,28	\$ 1.966,55	46.296,86
35	46.296,86	1.619,32	347,23	\$ 1.966,55	44.677,54
36	44.677,54	1.631,47	335,08	\$ 1.966,55	43.046,07
37	43.046,07	1.643,70	322,85	\$ 1.966,55	41.402,37
38	41.402,37	1.656,03	310,52	\$ 1.966,55	39.746,33
39	39.746,33	1.668,45	298,10	\$ 1.966,55	38.077,88
40	38.077,88	1.680,96	285,58	\$ 1.966,55	36.396,92
41	36.396,92	1.693,57	272,98	\$ 1.966,55	34.703,35
42	34.703,35	1.706,27	260,28	\$ 1.966,55	32.997,07
43	32.997,07	1.719,07	247,48	\$ 1.966,55	31.278,00
44	31.278,00	1.731,96	234,59	\$ 1.966,55	29.546,04
45	29.546,04	1.744,95	221,60	\$ 1.966,55	27.801,09
46	27.801,09	1.758,04	208,51	\$ 1.966,55	26.043,05
47	26.043,05	1.771,23	195,32	\$ 1.966,55	24.271,82
48	24.271,82	1.784,51	182,04	\$ 1.966,55	22.487,31
49	22.487,31	1.797,89	168,65	\$ 1.966,55	20.689,42
50	20.689,42	1.811,38	155,17	\$ 1.966,55	18.878,04
51	18.878,04	1.824,96	141,59	\$ 1.966,55	17.053,08
52	17.053,08	1.838,65	127,90	\$ 1.966,55	15.214,43
53	15.214,43	1.852,44	114,11	\$ 1.966,55	13.361,99
54	13.361,99	1.866,33	100,21	\$ 1.966,55	11.495,65
55	11.495,65	1.880,33	86,22	\$ 1.966,55	9.615,32
56	9.615,32	1.894,43	72,11	\$ 1.966,55	7.720,89
57	7.720,89	1.908,64	57,91	\$ 1.966,55	5.812,24
58	5.812,24	1.922,96	43,59	\$ 1.966,55	3.889,29
59	3.889,29	1.937,38	29,17	\$ 1.966,55	1.951,91
60	1.951,91	1.951,91	14,64	\$ 1.966,55	0,00

Elaborado por el autor

### 3.6.3 Balance Inicial

Tabla 2 Balance Inicial

HOSTAL EL ALCANTILADO BALANCE INICIAL Al 01 de Enero del 2014			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVO DE LARGO PLAZO</b>	
CAJA-BANCOS	\$ 8.662,35	PRÉSTAMO POR PAGAR	\$ 94.735,28
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	
EQUIPOS Y ENSERES	\$ 15.265,86		<b>\$ 94.735,28</b>
MOBILIARIOS	\$ 19.437,90	CAPITAL SOCIAL	\$ 40.600,83
VEHICULOS (1 H1)	\$ 25.000,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 40.600,83</b>
BOTES	\$ 3.200,00		
EDIFICIO	\$ 24.230,00		
TERRENO	\$ 36.000,00		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
GASTOS DE PREOPERACIÓN	\$ 3.540,00		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 135.336,11</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 135.336,11</b>

Elaboración del autor

### 3.6.4 Proyecciones de Ingresos

Tabla3. Proyección mensual de ingresos del primer año

PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
<b>PAQUETES CON ALOJAMIENTO</b>													
Paquete Playa	\$ 5.400,00	\$ 4.500,00	\$ 5.400,00	\$ 8.100,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 27.000,00	\$ 54.000,00	\$ 21.600,00	\$ 9.000,00	\$ 207.000,00
Paquete Dont Fear	\$ 8.100,00	\$ 8.100,00	\$ 8.100,00	\$ 10.125,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 20.250,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 6.750,00	\$ 158.625,00
Paquete Singles Fridays	\$ 1.800,00	\$ 2.880,00	\$ 1.800,00	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 5.400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 6.000,00	\$ 9.600,00	\$ 53.280,00
<b>TOTAL DE INGRESOS POR MES</b>	<b>\$ 15.300,00</b>	<b>\$ 15.480,00</b>	<b>\$ 15.300,00</b>	<b>\$ 21.225,00</b>	<b>\$ 40.500,00</b>	<b>\$ 40.500,00</b>	<b>\$ 42.300,00</b>	<b>\$ 43.050,00</b>	<b>\$ 45.900,00</b>	<b>\$ 72.900,00</b>	<b>\$ 41.100,00</b>	<b>\$ 25.350,00</b>	<b>\$ 418.905,00</b>

Elaboración del autor.

Tabla 4 Precio promedio estimado por paquetes incluido alojamiento.

PRODUCTO	Precio	Costo	Ganancia Bruta
Paquete Playa	\$ 180,00	\$ 72,00	\$ 108,00
Paquete Dont Fear	\$ 135,00	\$ 54,00	\$ 81,00
Paquete Singles Fridays	\$ 120,00	\$ 48,00	\$ 72,00

Elaboración del autor.

Tabla 5 Proyección Anual De cantidades de Precio

<b>PARÁMETROS DE PROYECCIÓN ANUAL</b>	
<b>INCREMENTO ANUAL VENTAS EN CANTIDADES</b>	6%
<b>INCREMENTO ANUAL PRECIOS DE VENTA</b>	6%

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PAQUETES CON ALOJAMIENTO</b>					
Paquete Playa	1135	1203	1275	1352	1433
Paquete Dont Fear	1130	1198	1270	1346	1427
Paquete Singles Fridays	434	460	488	517	548
<b>TOTAL</b>	<b>434</b>	<b>460</b>	<b>488</b>	<b>517</b>	<b>548</b>

Tabla 6 Proyección anual de ingresos

<b>PRECIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PAQUETES CON ALOJAMIENTO</b>					
Paquete Playa	\$ 180,00	\$ 190,80	\$ 202,25	\$ 214,38	\$ 227,25
Paquete Dont Fear	\$ 135,00	\$ 143,10	\$ 151,69	\$ 160,79	\$ 170,43
Paquete Singles Fridays	\$ 120,00	\$ 127,20	\$ 134,83	\$ 142,92	\$ 151,50

Elaboración del autor

## Depreciaciones y amortizaciones

Tabla 7. Depreciaciones y amortizaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIONES ANUALES				
RUBROS	VALOR DEL BIEN	% VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	PRIMER AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPOS Y ENSERES	15.265,86	10%	10	114,49	1.373,93	1.373,93	1.373,93	1.373,93	1.373,93
MOBILIARIOS	19.437,90	10%	10	145,78	1.749,41	1.749,41	1.749,41	1.749,41	1.749,41
BOTES	\$6.500,00	10%	5	97,50	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00
VEHICULOS (1 H1)	25.000,00	10%	5	375,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
EDIFICIO	24.230,00	10%	20	90,86	1.090,35	1.090,35	1.090,35	1.090,35	1.090,35
<b>SUMA TOTAL DEPRECIACIONES</b>				<b>823,64</b>	<b>9.883,69</b>	<b>9.883,69</b>	<b>9.883,69</b>	<b>9.883,69</b>	<b>9.883,69</b>
CUADRO DE AMORTIZACIONES DE GASTOS PREOPERACIONALES				AMORTIZACION MENSUAL	AMORTIZACIONES ANUALES				
RUBROS	VALOR		AÑOS AMORTIZACION	PRIMER AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de preoperación	\$ 3.540,00		5	59,00	708,00	708,00	708,00	708,00	708,00
<b>SUMA TOTAL AMORTIZACIONES</b>				<b>59,00</b>	<b>708,00</b>	<b>708,00</b>	<b>708,00</b>	<b>708,00</b>	<b>708,00</b>

Elaborado por el autor

## Costo de mano de obra

Tabla 8 Sueldos y Beneficios Anuales

CÁLCULO DE REMUNERACIONES			Sueldo y Beneficios anuales						Costo Total	Costo Total	Costo Total
CARGO	CANT. DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	FONDO DE RESERVA	(USD\$) Mensual	(USD\$) Primer Año	(USD\$) Segundo Año
<b>PERSONAL DE PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)</b>									<b>\$ 4.845,41</b>	<b>\$ 58.144,94</b>	<b>\$ 61.836,94</b>
Cocinero	1	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 292,00	\$ 210,00	\$ 612,36	\$ 420,00	\$ 547,86	\$ 6.574,36	\$ 6.994,36
Ayudantes	3	\$ 318,00	\$ 11.448,00	\$ 954,00	\$ 876,00	\$ 477,00	\$ 1.390,93	\$ 954,00	\$ 1.262,16	\$ 15.145,93	\$ 16.099,93
Guía Turístico botes	3	\$ 400,00	\$ 14.400,00	\$ 1.200,00	\$ 876,00	\$ 600,00	\$ 1.749,60	\$ 1.200,00	\$ 1.568,80	\$ 18.825,60	\$ 20.025,60
Conserjería	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 292,00	\$ 159,00	\$ 463,64	\$ 318,00	\$ 420,72	\$ 5.048,64	\$ 5.366,64
Chofer	2	\$ 400,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 584,00	\$ 400,00	\$ 1.166,40	\$ 800,00	\$ 1.045,87	\$ 12.550,40	\$ 13.350,40
Mantenimiento	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 292,00	\$ 159,00	\$ 463,64	\$ 318,00	\$ 420,72	\$ 5.048,64	\$ 5.366,64
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>									<b>\$ 3.202,42</b>	<b>\$ 38.429,02</b>	<b>\$ 40.881,02</b>
Gerente	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 292,00	\$ 300,00	\$ 874,80	\$ 600,00	\$ 772,23	\$ 9.266,80	\$ 9.866,80
Contador	1	\$ 580,00	\$ 6.960,00	\$ 580,00	\$ 292,00	\$ 290,00	\$ 845,64	\$ 580,00	\$ 747,30	\$ 8.967,64	\$ 9.547,64
Recepcionista	4	\$ 318,00	\$ 15.264,00	\$ 1.272,00	\$ 1.168,00	\$ 636,00	\$ 1.854,58	\$ 1.272,00	\$ 1.682,88	\$ 20.194,58	\$ 21.466,58
<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>	<b>17</b>	<b>\$ 3.354,00</b>	<b>\$ 66.096,00</b>	<b>\$ 5.508,00</b>	<b>\$ 4.088,00</b>	<b>\$ 2.754,00</b>	<b>\$ 8.030,66</b>	<b>\$ 5.508,00</b>	<b>\$ 7.206,39</b>	<b>\$ 86.476,66</b>	<b>\$ 91.984,66</b>

Elaboradora por el autor

## Costo de producción

Tabla 9 Proyección mensual y anual del costo de Producción, tasa de inflación 12%

PROYECCION MENSUAL DEL COSTO DE PRODUCCIÓN														
RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL	
<b>Costos de Paquetes:</b>														
<b>Costos directos:</b>														
Limpieza y mantenimiento habitaciones	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Mantenimiento de botes			\$ 200,00			\$ 200,00			\$ 200,00			\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 800,00
Mantenimiento de vehiculo			\$ 200,00			\$ 200,00			\$ 200,00			\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 800,00
Reposición de suministros						\$ 200,00						\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 800,00
Combustible	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
Mano de obra Directa	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 4.845,41	\$ 58.144,94
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.585,41</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.785,41</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.585,41</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.185,41</b>	<b>\$ 5.785,41</b>	<b>\$ 5.785,41</b>	<b>\$ 63.824,94</b>

Elaborado por el autor

PROYECCION ANUAL DEL COSTO DE PRODUCCION					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costos directos:</b>					
Limpieza y mantenimiento habitaciones	\$ 2.400,00	\$ 2.517,36	\$ 2.640,46	\$ 2.769,58	\$ 2.905,01
Mantenimiento de botes	\$ 800,00	\$ 839,12	\$ 880,15	\$ 923,19	\$ 968,34
Mantenimiento de vehiculo	\$ 800,00	\$ 839,12	\$ 880,15	\$ 923,19	\$ 968,34
Combustible	\$ 1.680,00	\$ 1.762,15	\$ 1.848,32	\$ 1.938,70	\$ 2.033,51
Mano de obra Directa	\$ 58.144,94	\$ 61.836,94	\$ 64.860,76	\$ 68.032,45	\$ 71.359,24
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.824,94</b>	<b>\$ 67.794,69</b>	<b>\$ 71.109,85</b>	<b>\$ 74.587,12</b>	<b>\$ 78.234,43</b>

Elaborado por el autor

### 3.6.5 Proyección de gastos generales

Se utilizará el 4,89% de inflación anual.

Tabla 10 Proyección de Gastos Generales

PROYECCIÓN MENSUAL DEL PRIMER AÑO DE GASTOS GENERALES													
DESCRIPCION	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 4461,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4461,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 4626,98</b>	<b>\$ 4326,98</b>	<b>\$ 52493,71</b>
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 3202,42	\$ 38429,02
Uniformes	\$ 135,00						\$ 135,00						\$ 270,00
Servicios Basicos (agua, luz, teléfono, internet)	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1440,00
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Materiales de Limpieza de oficina y equipos	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Mantenimiento de equipos oficina											\$ 300,00		\$ 300,00
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 16,92	\$ 203,00
Patentes y permisos	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 660,00
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 823,64	\$ 9883,69
Amortización	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 708,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 2855,52</b>	<b>\$ 2864,23</b>	<b>\$ 2855,52</b>	<b>\$ 2659,5</b>	<b>\$ 4075,2</b>	<b>\$ 4075,2</b>	<b>\$ 4162,32</b>	<b>\$ 4198,62</b>	<b>\$ 4336,56</b>	<b>\$ 5643,36</b>	<b>\$ 4104,24</b>	<b>\$ 3341,94</b>	<b>\$ 45172,21</b>
Publicidad y promoción	\$ 1800	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 1800,00	\$ 21600,00
Comisiones a agencias	\$ 612	\$ 619,20	\$ 612,00	\$ 450,00	\$ 1620,00	\$ 1620,00	\$ 1692,00	\$ 1722,00	\$ 1836,00	\$ 2916,00	\$ 1644,00	\$ 1014,00	\$ 16357,20
Comisiones a tarjetas de crédito	\$ 129	\$ 130,03	\$ 128,52	\$ 94,50	\$ 340,20	\$ 340,20	\$ 355,32	\$ 361,62	\$ 385,56	\$ 612,36	\$ 345,24	\$ 212,94	\$ 3435,01
Seguro de transporte de turistas	\$ 315	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 3780,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 710,51</b>	<b>\$ 701,09</b>	<b>\$ 691,6</b>	<b>\$ 682,04</b>	<b>\$ 672,41</b>	<b>\$ 662,7</b>	<b>\$ 652,92</b>	<b>\$ 643,07</b>	<b>\$ 633,14</b>	<b>\$ 623,14</b>	<b>\$ 613,07</b>	<b>\$ 602,92</b>	<b>\$ 7888,63</b>
Gastos de intereses sobre el préstamo	\$ 710,51	\$ 701,09	\$ 691,6	\$ 682,04	\$ 672,41	\$ 662,7	\$ 652,92	\$ 643,07	\$ 633,14	\$ 623,14	\$ 613,07	\$ 602,92	\$ 7888,63
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>8028,01</b>	<b>7892,30</b>	<b>7874,10</b>	<b>7668,52</b>	<b>9074,58</b>	<b>9064,88</b>	<b>9277,22</b>	<b>9168,67</b>	<b>9296,68</b>	<b>10593,48</b>	<b>9344,28</b>	<b>8271,83</b>	<b>105554,55</b>

Elaborado por el autor



Tabla 11 Proyección Anual de Gastos

<b>PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS GENERALES</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 52493,71</b>	<b>\$ 55115,54</b>	<b>\$ 59381,77</b>	<b>\$ 64065,53</b>	<b>\$ 69208,12</b>
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 38429,02	\$ 40881,02	\$ 44969,12	\$ 49466,03	\$ 54412,63
Uniformes	\$ 270,00	\$ 283,20	\$ 297,05	\$ 311,58	\$ 326,81
Servicios Basicos (agua, luz, teléfono, internet)	\$ 1440,00	\$ 1510,42	\$ 1584,28	\$ 1661,75	\$ 1743,01
Suministros de Oficina	\$ 360,00	\$ 377,60	\$ 396,07	\$ 415,44	\$ 435,75
Materiales de Limpieza de oficina y equipos	\$ 240,00	\$ 251,74	\$ 264,05	\$ 276,96	\$ 290,50
Mantenimeinto	\$ 300,00	\$ 314,67	\$ 330,06	\$ 346,20	\$ 363,13
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 203,00	\$ 212,93	\$ 223,34	\$ 234,26	\$ 245,72
Patentes y permisos	\$ 660,00	\$ 692,27	\$ 726,13	\$ 761,63	\$ 798,88
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 9883,69	\$ 9883,69	\$ 9883,69	\$ 9883,69	\$ 9883,69
Amortización	\$ 708,00	\$ 708,00	\$ 708,00	\$ 708,00	\$ 708,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 40113,36</b>	<b>\$ 43175,49</b>	<b>\$ 46523,38</b>	<b>\$ 50187,83</b>	<b>\$ 54203,21</b>
Publicidad y promoción	\$ 21600,00	\$ 22656,24	\$ 23764,13	\$ 24926,20	\$ 26145,09
Comisiones a agencias	\$ 6138,90	\$ 6897,67	\$ 7750,22	\$ 8708,15	\$ 9784,47
Comisiones a tarjetas de crédito	\$ 8594,46	\$ 9656,74	\$ 10850,31	\$ 12191,41	\$ 13698,26
Seguro de transporte de turistas	\$ 3780,00	\$ 3964,84	\$ 4158,72	\$ 4362,08	\$ 4575,39
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 7888,63</b>	<b>\$ 6414,93</b>	<b>\$ 4802,98</b>	<b>\$ 3039,82</b>	<b>\$ 1111,27</b>
Gastos de intereses sobre el préstamo	\$ 7888,63	\$ 6414,93	\$ 4802,98	\$ 3039,82	\$ 1111,27
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>100495,70</b>	<b>104705,95</b>	<b>110708,14</b>	<b>117293,19</b>	<b>124522,60</b>

Elaborado por el autor

### 3.6.6 Estado de resultados

Tabla 12 Estado Resultado Mensual

HOSTAL EL ALCANTILADO												
PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL DEL PRIMER AÑO												
RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos Totales	\$ 15300,	\$ 15480,	\$ 15300,	\$ 21225,	\$ 40500,	\$ 40500,	\$ 42300,	\$ 43050,	\$ 45900,	\$ 72900,	\$ 41100,	\$ 25350,
(-) Costos	\$ 5185,41	\$ 5185,41	\$ 5585,41	\$ 5185,41	\$ 5185,41	\$ 5785,41	\$ 5185,41	\$ 5185,41	\$ 5585,41	\$ 5185,41	\$ 5185,41	\$ 5785,41
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 10114,59	\$ 10294,59	\$ 9714,59	\$ 16039,59	\$ 35314,59	\$ 34714,59	\$ 37114,59	\$ 37864,59	\$ 40314,59	\$ 67714,59	\$ 35914,59	\$ 19564,59
(-) Gastos de Administración	\$ 4461,98	\$ 4326,98	\$ 4326,98	\$ 4326,98	\$ 4326,98	\$ 4326,98	\$ 4461,98	\$ 4326,98	\$ 4326,98	\$ 4326,98	\$ 4626,98	\$ 4326,98
(-) Gastos de Ventas	\$ 2855,52	\$ 2864,23	\$ 2855,52	\$ 3142,29	\$ 4075,2	\$ 4075,2	\$ 4162,32	\$ 4198,62	\$ 4336,56	\$ 5643,36	\$ 4104,24	\$ 3341,94
<b>(=) Utilidad antes de impuestos e intereses</b>	<b>\$ 2797,09</b>	<b>\$ 3103,38</b>	<b>\$ 2532,09</b>	<b>\$ 8570,32</b>	<b>\$ 26912,41</b>	<b>\$ 26312,41</b>	<b>\$ 28490,29</b>	<b>\$ 29338,99</b>	<b>\$ 31651,05</b>	<b>\$ 57744,25</b>	<b>\$ 27183,37</b>	<b>\$ 11895,67</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 710,51	\$ 701,09	\$ 691,6	\$ 682,04	\$ 672,41	\$ 662,7	\$ 652,92	\$ 643,07	\$ 633,14	\$ 623,14	\$ 613,07	\$ 602,92
<b>= Utilidad antes de participacion a trabajadores</b>	<b>\$ 2086,58</b>	<b>\$ 2402,29</b>	<b>\$ 1840,49</b>	<b>\$ 7888,28</b>	<b>\$ 26240,01</b>	<b>\$ 25649,71</b>	<b>\$ 27837,37</b>	<b>\$ 28695,92</b>	<b>\$ 31017,91</b>	<b>\$ 57121,11</b>	<b>\$ 26570,3</b>	<b>\$ 11292,76</b>
(-) Participación a trabajadores	\$ 312,99	\$ 360,34	\$ 276,07	\$ 1183,24	\$ 3936,	\$ 3847,46	\$ 4175,61	\$ 4304,39	\$ 4652,69	\$ 8568,17	\$ 3985,55	\$ 1693,91
<b>= Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 1773,59</b>	<b>\$ 2041,94</b>	<b>\$ 1564,42</b>	<b>\$ 6705,04</b>	<b>\$ 22304,</b>	<b>\$ 21802,25</b>	<b>\$ 23661,76</b>	<b>\$ 24391,53</b>	<b>\$ 26365,22</b>	<b>\$ 48552,94</b>	<b>\$ 22584,76</b>	<b>\$ 9598,84</b>
(-) Impuesto a la renta	\$ 390,19	\$ 449,23	\$ 344,17	\$ 1475,11	\$ 4906,88	\$ 4796,5	\$ 5205,59	\$ 5366,14	\$ 5800,35	\$ 10681,65	\$ 4968,65	\$ 2111,75
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 1383,4</b>	<b>\$ 1592,72</b>	<b>\$ 1220,24</b>	<b>\$ 5229,93</b>	<b>\$ 17397,12</b>	<b>\$ 17005,76</b>	<b>\$ 18456,18</b>	<b>\$ 19025,4</b>	<b>\$ 20564,87</b>	<b>\$ 37871,3</b>	<b>\$ 17616,11</b>	<b>\$ 7487,1</b>

Elaborado por el autor

Tabla 13. Proyección de estado de resultados anual

RUBROS	Del 01 enero al 31 de diciembre de cada año				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Totales	\$204.630,00	\$238.598,58	\$278.205,94	\$324.388,13	\$378.236,56
(-) Costos	\$63.824,94	\$67.794,69	\$71.109,85	\$74.587,12	\$78.234,43
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$140.805,06</b>	<b>\$170.803,89</b>	<b>\$207.096,10</b>	<b>\$249.801,01</b>	<b>\$300.002,13</b>
(-) Gastos de Administración	\$52.493,71	\$55.115,54	\$59.381,77	\$64.065,53	\$69.208,12
(-) Gastos de Ventas	\$40.113,36	\$43.800,18	\$47.953,68	\$52.644,23	\$57.953,51
<b>(=) Utilidad antes de impuestos e intereses</b>	<b>\$48.198,00</b>	<b>\$71.888,17</b>	<b>\$99.760,64</b>	<b>\$133.091,25</b>	<b>\$172.840,50</b>
(-) Gastos Financieros	\$7.888,63	\$6.414,93	\$4.802,98	\$3.039,82	\$1.111,27
<b>= Utilidad antes de participacion a trabajadores</b>	<b>\$40.309,37</b>	<b>\$65.473,25</b>	<b>\$94.957,66</b>	<b>\$130.051,43</b>	<b>\$171.729,23</b>
(-) Participación a trabajadores	\$6.046,40	\$9.820,99	\$14.243,65	\$19.507,71	\$25.759,38
<b>= Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$34.262,96</b>	<b>\$55.652,26</b>	<b>\$80.714,01</b>	<b>\$110.543,71</b>	<b>\$145.969,85</b>
(-) Impuesto a la renta	\$7.537,85	\$12.243,50	\$17.757,08	\$24.319,62	\$32.113,37
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$26.725,11</b>	<b>\$43.408,76</b>	<b>\$62.956,93</b>	<b>\$86.224,10</b>	<b>\$113.856,48</b>

Elaborado por el autor

### 3.6.7 Balance General

Tabla 14 Balance General

<b>HOSTAL EL ALCATILADO</b>					
<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>al 31 de diciembre de cada año</b>					
<b>ACTIVOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES</u></b>					
CAJA-BANCOS	\$ 50604,65	\$ 93160,55	\$ 148095,1	\$ 217435,52	\$ 303307,18
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 50604,65</b>	<b>\$ 93160,55</b>	<b>\$ 148095,1</b>	<b>\$ 217435,52</b>	<b>\$ 303307,18</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>					
EQUIPOS Y ENSERES	\$ 15265,86	\$ 15265,86	\$ 15265,86	\$ 15265,86	\$ 15265,86
MOBILIARIOS	\$ 19437,9	\$ 19437,9	\$ 19437,9	\$ 19437,9	\$ 19437,9
BOTES	\$ 3200,	\$ 3200,	\$ 3200,	\$ 3200,	\$ 3200,
VEHICULOS (1 H1)	\$ 25000,	\$ 25000,	\$ 25000,	\$ 25000,	\$ 25000,
EDIFICIO	\$ 24230,	\$ 24230,	\$ 24230,	\$ 24230,	\$ 24230,
(-) Depreciacion Acumulada	-\$ 9883,69	-\$ 19767,38	-\$ 29651,07	-\$ 39534,75	-\$ 49418,44
TERRENO	\$ 36000,	\$ 36000,	\$ 36000,	\$ 36000,	\$ 36000,
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 113250,07</b>	<b>\$ 103366,38</b>	<b>\$ 93482,69</b>	<b>\$ 83599,01</b>	<b>\$ 73715,32</b>
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>					
GASTOS DE PREOPERACIÓN	\$ 3540,00	\$ 3540,	\$ 3540,	\$ 3540,	\$ 3540,
(-) Amortizacion Acumulada	-\$ 708,	-\$ 1416,	-\$ 2124,	-\$ 2832,	-\$ 3540,
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 2832,</b>	<b>\$ 2124,</b>	<b>\$ 1416,</b>	<b>\$ 708,</b>	<b>\$ ,</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>166.686,72</b>	<b>198.650,94</b>	<b>242.993,79</b>	<b>301.742,52</b>	<b>377.022,50</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b><u>PASIVOS CORRIENTES</u></b>					
Participacion a trabajadores por pagar	\$ 7059,08	\$ 9751,09	\$ 12756,89	\$ 16195,19	\$ 20122,87
Impuesto a la renta por pagar	\$ 8800,33	\$ 12156,36	\$ 15903,59	\$ 20190,01	\$ 25086,51
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$ 15859,41</b>	<b>\$ 21907,45</b>	<b>\$ 28660,47</b>	<b>\$ 36385,2</b>	<b>\$ 45209,39</b>
<b><u>PASIVOS DE LARGO PLAZO</u></b>					
Prestamo bancario	\$ 79025,32	\$ 61841,67	\$ 43046,07	\$ 22487,31	\$ ,
<b>Total Pasivos de largo plazo</b>	<b>\$ 79025,32</b>	<b>\$ 61841,67</b>	<b>\$ 43046,07</b>	<b>\$ 22487,31</b>	<b>\$ ,</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 94884,74</b>	<b>\$ 83749,12</b>	<b>\$ 71706,54</b>	<b>\$ 58872,51</b>	<b>\$ 45209,39</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	\$ 40600,83	\$ 40600,83	\$ 40600,83	\$ 40600,83	\$ 40600,83
Utilidad del Ejercicio	\$ 31201,16	\$ 43099,82	\$ 56385,44	\$ 71582,76	\$ 88943,1
Utilidades Retenidas	\$ ,	\$ 31201,16	\$ 74300,98	\$ 130686,42	\$ 202269,18
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>\$ 71801,99</b>	<b>\$ 114901,81</b>	<b>\$ 171287,25</b>	<b>\$ 242870,01</b>	<b>\$ 331813,11</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 166686,72</b>	<b>\$ 198650,94</b>	<b>\$ 242993,79</b>	<b>\$ 301742,52</b>	<b>\$ 377022,5</b>

Elaborado por el autor

### 3.6.8 Flujo de caja

Tabla 15 Proyección Anual del Flujo de caja

<b>PROYECCIÓN DEL FLUJO DE CAJA ANUAL</b>						
<b>RUBROS</b>	<b>Inversión Inicial</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>						
<b>Ingresos Totales</b>		<b>\$204.630,00</b>	<b>\$238.598,58</b>	<b>\$278.205,94</b>	<b>\$324.388,13</b>	<b>\$378.236,56</b>
<b>(-) Egresos de efectivo</b>		<b>\$145.840,32</b>	<b>\$169.702,97</b>	<b>\$189.918,10</b>	<b>\$212.705,92</b>	<b>\$238.631,70</b>
Gastos de operación		\$63.824,94	\$67.794,69	\$71.109,85	\$74.587,12	\$78.234,43
Gastos de administración		\$41.902,02	\$44.523,85	\$48.790,09	\$53.473,84	\$58.616,43
Gastos de ventas		\$40.113,36	\$43.800,18	\$47.953,68	\$52.644,23	\$57.953,51
Participación de trabajadores		\$0,00	\$6.046,40	\$9.820,99	\$14.243,65	\$19.507,71
Impuesto a la renta		\$0,00	\$7.537,85	\$12.243,50	\$17.757,08	\$24.319,62
<b>(=) FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		<b>\$58.789,68</b>	<b>\$68.895,61</b>	<b>\$88.287,84</b>	<b>\$111.682,21</b>	<b>\$139.604,86</b>
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
<b>Ingresos de efectivo</b>						
Ventas de activos fijos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Compras de activos fijos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>		<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>						
<b>Ingresos de efectivo</b>						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Pagos de préstamos o principal		\$15.709,95	\$17.183,66	\$18.795,60	\$20.558,76	\$22.487,31
Pago de intereses		\$7.888,63	\$6.414,93	\$4.802,98	\$3.039,82	\$1.111,27
<b>(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>		<b>-\$23.598,58</b>	<b>-\$23.598,58</b>	<b>-\$23.598,58</b>	<b>-\$23.598,58</b>	<b>-\$23.598,58</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ (135.336,11)</b>	<b>\$35.191,10</b>	<b>\$45.297,02</b>	<b>\$64.689,26</b>	<b>\$88.083,63</b>	<b>\$116.006,28</b>

Elaborado por el autor

### 3.6.9 Evaluación financiera

Grafico 15 Evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA		
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>12%</b>	Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones
<b>VAN</b>	<b>\$ 44.888,32</b>	Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
<b>TIR</b>	<b>23%</b>	TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
<b>B/C</b>	<b>0,33</b>	Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera
<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>	<b>3.22 años</b>	El período de recuperación será dentro del tercer año de operaciones

La recuperación del proyecto se obtendrá al tercer año de su funcionamiento empieza a cubrir el monto de la inversión, entran más ingresos al negocio, entre más corto sea el periodo de recuperación mejor será para los inversionistas.

### 3.6.10 Punto de equilibrio

Determinar el nivel mínimo de ingresos totales que debe tener el proyecto para cubrir todos sus costos Es decir, el nivel de ingresos donde el proyecto se encuentra en su nivel de equilibrio, donde no hay ganancias pero tampoco perdidas Ganancia es igual a cero.

$$\text{Punto de Equilibrio en Dólares} = \frac{\text{Costos Fijos Totales en dólares}}{(100\% - \% \text{ de costos variables})} = \text{US\$}$$

Gráfico 16 Punto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES: Gastos Generales	100495,70	104705,95	110708,14	117293,19	124522,60
COSTOS VARIABLES: Costos de Ventas	63824,936	67794,688	71109,84824	74587,11982	78234,42998
% COSTOS VARIABLES: Costo de Ventas / Ingresos					
Totales	31,19%	29,49%	27,53%	25,70%	23,99%
<b>Punto de Equilibrio para todos los años</b>	= \$ 146.048,97	\$ 148.489,42	\$ 152.754,84	\$ 157.855,04	\$ 163.818,19

Elaborado por el autor



### 3.6.11 Ratios Financieros

Tabla 16 Análisis de Rentabilidad del Proyecto

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO						
INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MARGEN BRUTO</b>	Utilidad Bruta/ Ingresos Totales = %	68,81%	71,59%	74,44%	77,01%	79,32%
<b>MARGEN NETO</b>	Utilidad Neta / Ingresos Totales = %	13,06%	18,19%	22,63%	26,58%	30,10%
<b>ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)</b>	Utilidad Neta / Activo Total = \$	0,17	0,22	0,25	0,26	0,26
<b>ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)</b>	Utilidad Neta / Capital = \$	0,66	1,07	1,55	2,12	2,80

Elaborado por el autor

### 3.6.12 Escenarios

El incremento anual de precios de ventas pesimista es de 4%, el deseado y optimista es de 6%.

El incremento anual en ventas de cantidades es de pesimista del 3%, el deseado es de 6% y optimista de 10%.

Tabla 17 Resultados de Escenarios

RESULTADOS DE ESCENARIOS	PESIMISTA	DESEADO	OPTIMISTA
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	12%	12%	12%
<b>VAN</b>	(\$ 17.365,32)	\$ 44.888,32	\$ 129.314,80
<b>TIR</b>	7%	23%	38%
<b>B/C</b>	\$ (0,13)	\$ 0,33	\$ 0,96
<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>	4,22 años	3,22 años	2,70 años

Elaborado por el Autor

Como se puede observar en los resultados de los escenarios deseado y optimista, existen buenas proyecciones. El VAN es valor presente de todos los flujos generados; como el VAN es mayor a cero el proyecto es factible, pero en el escenario pesimista el VAN es negativo dado que se asume que el mercado haya poco incremento de precio, lo cual, es poco probable ya que el turismo es un mercado en crecimiento tal como lo ha estimado la OMT para el 2012 que fue del 8%. En este caso, la estrategia sería incrementar las ventas, hacer más promoción, reducir costos



administrativos hasta los que sean estrictamente necesarios y así podremos obtener la rentabilidad del proyecto.

La TIR que es mayor a la tasa de descuento el proyecto es factible en los escenarios deseados y optimistas. De acuerdo al escenario optimista, si se llega a vender mucho más de lo esperado resultaría mucho más conveniente que el escenario deseado.

### **3.8. Análisis de impactos**

*El turismo tiene efectos diferentes en cada región y su impacto puede cambiar o no con el tiempo y ser negativo en un principio y positivo posteriormente, o viceversa y lograr una buena atracción visual de los clientes.*(Escobar, 2004)

A continuación se mencionan los diferentes impactos positivos y negativos del presente proyecto a nivel socioeconómico, cultural, turístico y ambiental.

#### **Impactos Positivos**

- Incremento del número de visitantes lo cual amplía la demanda para los negocios de comidas y bebidas en la zona.
- Ganancias para los dueños del proyecto.
- Generación de 17 plazas de empleo con el proyecto.
- La población local se va a incentivar a mejorar sus productos y ofrecer una mejor calidad de servicio, al percibir que hay mayor demanda.
- Crecimiento del mercado turístico para la localidad.
- Incentivo para el desarrollo de nuevas ideas de negocios turísticos complementarios.
- Mejora la economía del cantón General Villamil por la actividad turística.
- Promoción de la educación a los comuneros para la conservación y preservación de los recursos de la zona.

### **Impactos Negativos**

- Pérdida de la identidad cultural de la población por la llegada de los turistas de diversas partes.
- Crecimiento futuro urbano excesivo que ponga en riesgo la extinción de la flora y fauna existente y afectando el equilibrio del biosistema.
- Disminución del espacio natural por el aumento de espacios artificiales como carreteras, residencias, urbanizaciones reemplazando la vegetación de la zona.
- La erosión de los suelos y degradación del entorno por causa de las actividades turísticas que deterioraran el hábitat.
- Debido a la mayor presencia de turistas, el nivel de desperdicios que contaminen el ambiente puede incrementar.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La pregunta que se planteó para complementar el objetivo del desarrollo del proyecto es la siguiente: *¿De qué manera influye a los comuneros la implementación de un hostel en Playa Varadero?* Este proyecto dio como resultado que la implementación del hostel sería beneficiosa para el desarrollo del cantón y las zonas aledañas al proyecto.

Su implementación no sólo permitirá el crecimiento económico del cantón Playas sino un reconocimiento más que se añade a Guayaquil, lo que ocasionará que el número de visitas al cantón aumente siendo el turismo uno de los principales motivos para visitarla.

Mediante la investigación de mercado realizada en puntos determinantes a turistas nacionales y extranjeros, se constató la existencia de una alta demanda de este tipo de negocio que ofrezca actividades de recreación dentro de un balneario, además existe un alto nivel de aceptación del producto por parte del cliente meta.

Las características del cliente potencial son en su mayoría mujeres con un 54%, con edades entre los 18 a 45 años, que en su total mayoría son familias que no han tenido la experiencia de hospedarse en este nuevo balneario.

El análisis financiero y económico, muestra la factibilidad del proyecto, ya que la rentabilidad ofrecida (TIR) es mayor que la mínima rentabilidad exigida. La factibilidad del proyecto se mantiene, incluso frente a cambios en el precio de venta, cantidades y gastos operativos.

La promoción turística por parte del sector público y privado y mediante las tecnologías de información, permitirán promocionar y captar de manera efectiva al mercado potencial.

Este proyecto incentivará la inversión turística tanto nacional como extranjera en la provincia del Guayas, aumentando así las oportunidades de trabajo para los comuneros.

Habrá crecimiento y desarrollo de mano de obra intelectual y de servicios para brindar productos de calidad a los visitantes.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Ab, Nebot Jaime. (2008). Nuevo Balneario Playa Varadero,Entrevista. [Lectura en línea]. obtenido de <http://www.costaaventura/nuevasplayas/>.

Apolinario, G. (octubre de 2008). Nuevo Balneario Playa Varadero, [Lectura en línea] Entrevista.obteniado de <http://www.costaaventura/nuevasplayas/>.

Banco Central del Ecuador. (2013). *BCE Riesgo Pais*, [Lectura en Línea]. Obtenido de [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)

Cabarcos. (2007). *Targuet.United States of America*.

Chapman, A. (2008). *Gerencia* [Lectura en Línea]. Recuperado el 2013, de <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544>

Dupre, Lane. (1997). *Hospitality Word and Introduction*.Boston, United States.

Duran, J. P. (2006). *Certificacion y modelos de calidad en hosteleria y restauracion*. Galicia.

Escobar. (2004). *En Suma. Historia de la empresa*.Santa Fe, Bogota

Fresco, J. P.-D. (2007). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Galicia.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *INEC*. Estadísticas de población, [lectura en línea] Obtenido de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2013). *INEC*. Estadística de Actividad Económica, [Lectura en Línea] Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/actividad-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion-acti/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Estadística de tasa de desempleo y actividad Económica, [lectura en línea]. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-encuesta-nacional-de-empleo-desempleo-y-subempleo-enemdu/>

Kerlinger. (1983). *Tipos de Muestreo*. España

Lopez, H. (Octubre de 2008). Playa Varadero, *Ecuador Costa Aventura*, [Lectura en línea]. Obtenido de <http://ecuadorcostaaventura.com/guayas/posorja.html>

Porter, M. E. (1999). *“Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and Competitors”*. United States.

- Quesada Renato, Navarro Antonio, et all. (2008). *Glosario de turismo y hosteleria UADE*. [lectura en linea] . Recuperado el 2013, de Portal de turismo y hoteleria: <http://www.poraqui.net/acercade/presentacion.phd>
- Riera, A. (2008). *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Leyes de centros de entretenimiento. [Lectura en línea]*. Recuperado el 2013, de <http://www.quito-turismo.gob.ec>
- Rubin, Levin. (1996). *Análisis Estadístico*. Boston.
- Torres. (2010). *Fundamentos de economía, derecho y administración*. España
- Torres, César Augusto Bernal. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico
- Valdez. (1996). *Marketing hotelero*. España
- Vallejo, G. (2003). Cómo armar un plan de negocios. *Revista Dinero*. 9. 9-15. [Lectura en línea]. Pag web: <http://www.revistadinero.com/documentopdf>
- Webster. (1998). *Introducción a la metodología de la investigación*. España



## ANEXOS

*Anexo 1 Encuesta*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

### ENCUESTA

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la respuesta de su preferencia.

#### DATOS GENERALES

**GÉNERO:** M  F

**LUGAR DE PROCEDENCIA:**

Nacional  Extranjero

#### PREGUNTAS

**1. ¿Con que frecuencia usted visita el balneario de general Villamil  
playas?**

Todos los fines de semana  una vez al mes  otros

**2. ¿Conoce usted Playa Varadero?**

SI  NO

3. **¿Se ha hospedado usted en algún servicio de alojamiento dentro de este balneario?**

SI  NO

4. **¿Quién lo suele acompañar en sus viajes?**

Familia  Novio(a)   
Compañero de Trabajo   
Amigos

5. **¿Cuánto es su gasto promedio diario por persona cuando visita playas?**

\$8 - \$10  \$11 - \$20  \$22 - \$40

6. **¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir durante su estadía?**

Alimentación

Venta de Artesanías

Excursiones

7. **¿Desearía usted que se incluyan actividades para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores?**

Si  no

**8. ¿Qué actividades de recreación desearía que ofreciera hostel?**

- Paseos en bote                       Parapente  
 Deportes al aire libre               Remo

Otros: \_\_\_\_\_

**9. A su criterio, ¿qué valor estaría usted dispuesto a pagar por un paquete dentro del hostel, incluyendo los paseos, el surf y excursiones dentro del balneario?**

\$60- 100                            \$110- 200                            \$210-300             

**10. ¿Está usted de acuerdo con que se implementen los servicios de alimentos y bebidas dentro del hostel?**

Acuerdo                            Desacuerdo             

**11. ¿Prefiere degustar la comida de la zona de restaurantes de la playa?**

Sí                            No

## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Anexo 2 Tabulación

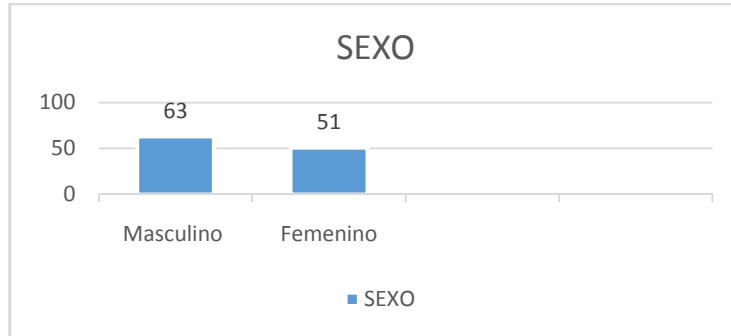


Tabla 18 pregunta 1

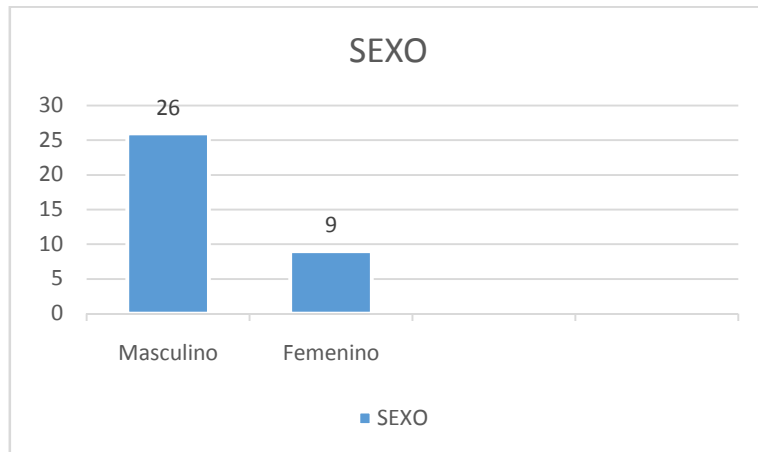


Tabla 19 pregunta 2

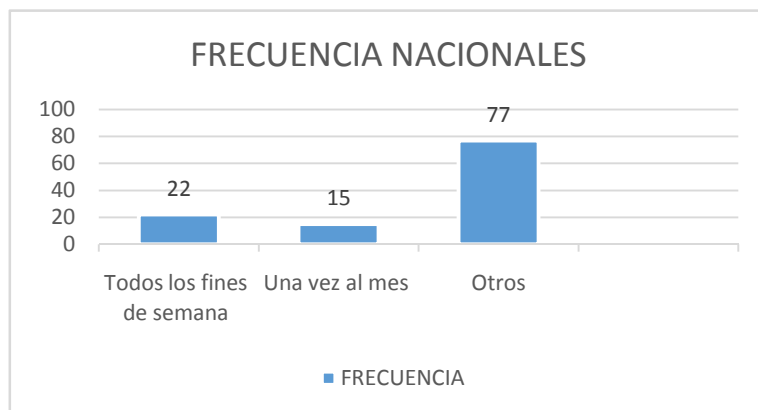


Tabla 20 pregunta 3

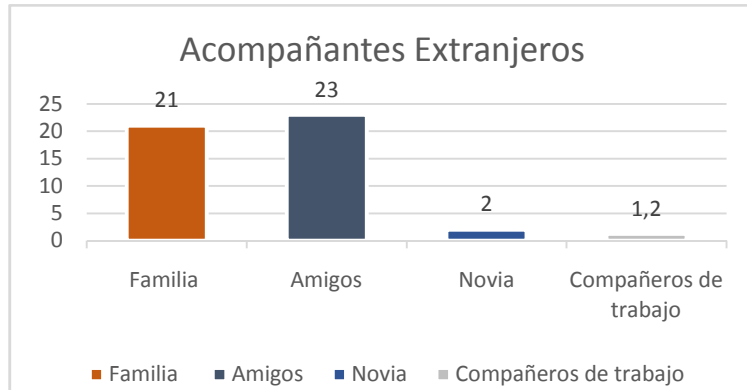


Tabla 21 pregunta 4

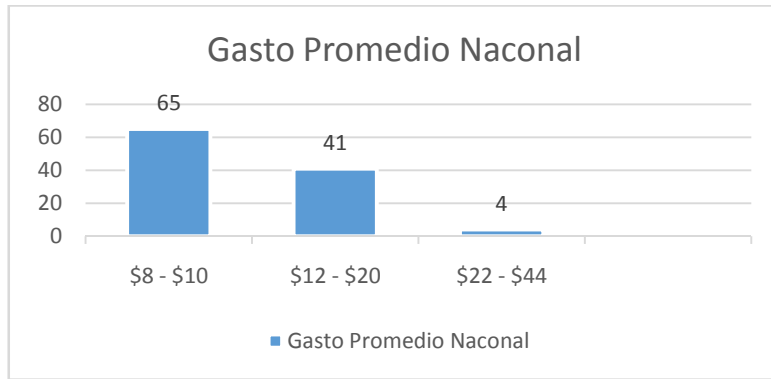


Tabla 22 pregunta 5

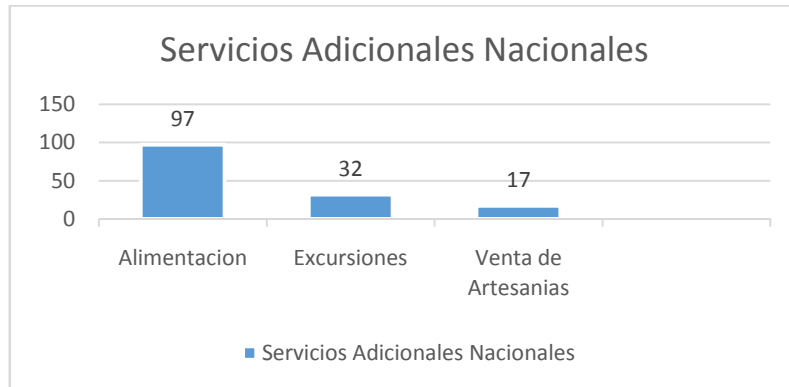


Tabla 23 pregunta 6

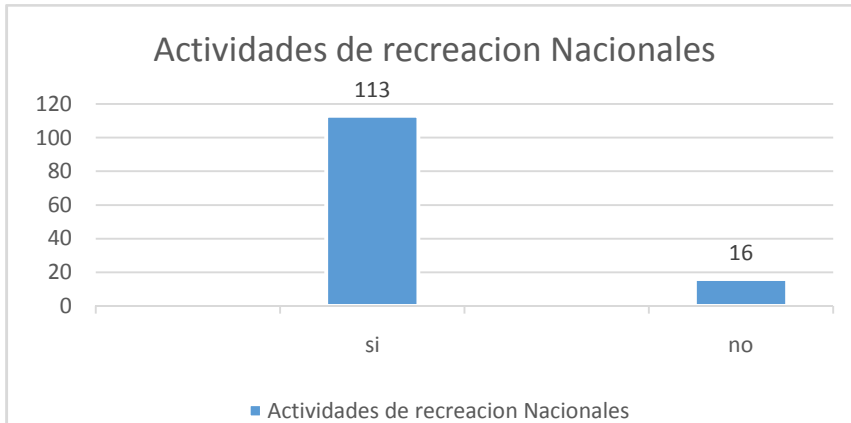


Tabla 24 pregunta 7

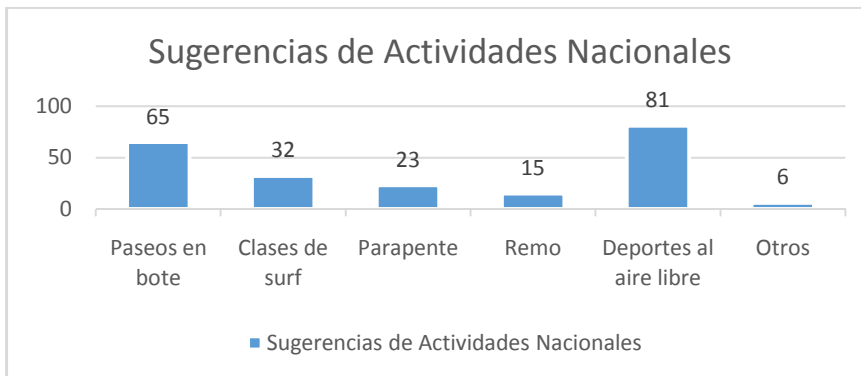


Tabla 25 pregunta 8

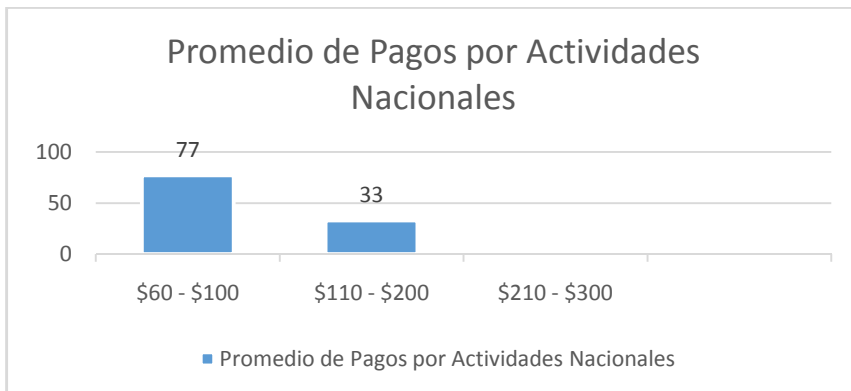
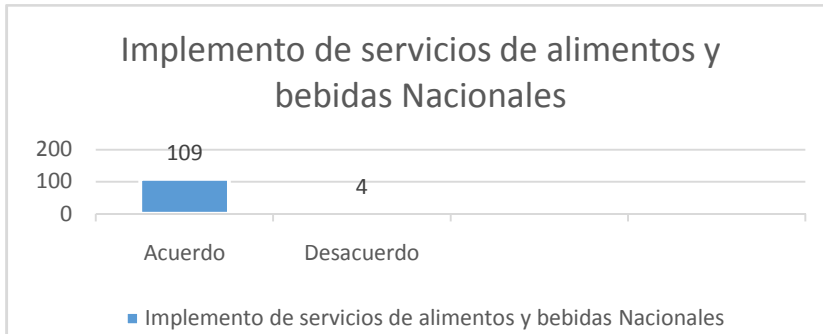
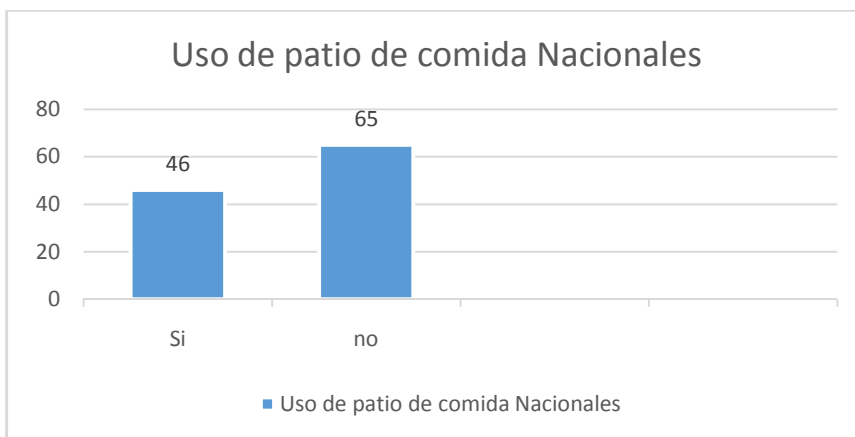


Tabla 26 pregunta 9



*Tabla 27 pregunta 10*



*Tabla 28 pregunta 11*