



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Carrera de Gestión Empresarial Internacional**

**TEMA**

Estudio de factibilidad para la creación de una hostería en el Cantón Pasaje, como medio de incentivo a la práctica de deportes extremos y de crecimiento económico del sector.

**AUTOR**

Abril Vanegas, Yeltsin Shamir

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de  
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR**

Econ. Terry Christiansen Zevallos Mba.

**Guayaquil, Ecuador**

2014

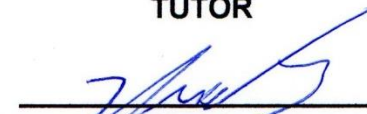


**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

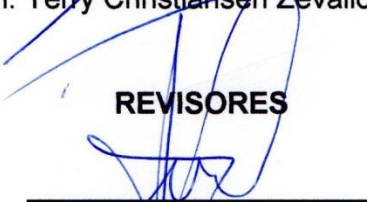
**CERTIFICACIÓN**

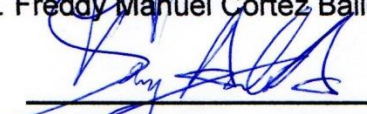
Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Yeltsin Shamir Abril Vanegas**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

**TUTOR**

  
Econ. Terry Christiansen Zevallos Mba.

**REVISORES**

  
Econ. Freddy Manuel Cortez Bailón Mgs.

  
Econ. Danny Xavier Arévalo AVECILLAS M.Sc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

  
Dr. Alfredo Ramón Govea Maridueña

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Yeltsin Shamir Abril Vanegas**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la creación de una hostería en el Cantón Pasaje, como medio de incentivo a la práctica de deportes extremos y de crecimiento económico del sector** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, 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 30 días del mes de mayo del año 2014**

**EL AUTOR**

---

Yeltsin Shamir Abril Vanegas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Yeltsin Shamir Abril Vanegas**

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 creación de una hostería en el Cantón Pasaje, como medio de incentivo a la práctica de deportes extremos y de crecimiento económico del sector**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del año 2014**

**EL AUTOR**

---

**Yeltsin Shamir Abril Vanegas**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero iniciar agradeciendo a Dios cuya bendición ha sabido iluminarme en cada momento de mi vida, brindar un agradecimiento muy especial a mi madre cuyo amor y apoyo incondicional me ha dado la fuerza para salir adelante, por sus consejos que me han permitido tomar las mejores decisiones, agradezco a mi padre por la confianza que me ha brindado y por su sustento económico sin el cual no habría podido recibir un estudio de calidad, quiero agradecer también a aquellos profesores que supieron compartir su sabiduría y marcaron mi vida para bien, agradecer a mis compañeros y amigos con quienes compartí grandes momentos en esta etapa universitaria y cuya presencia facilito el hecho de vivir alejado de mi familia.

## DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi hermoso cantón, cuyo potencial ha servido de inspiración, abrigando la esperanza de que este proyecto sea pionero de un cambio positivo para el bienestar de la población e incentive el interés del gobierno local por invertir en su hermosa infraestructura. Dedico también a mi abuelo Nelson Abril Valarezo que contempla desde la eternidad el resultado de mi arduo sacrificio y cuyo ejemplo vivirá por siempre en mi corazón.

## ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
ÍNDICE DE ANEXOS	XV
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
ABSTRACT	XVII
RÉSUMÉ EXÉCUTIF	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA	2
Planteamiento del Problema de Investigación	2
Justificación de la Investigación	3
Formulación del Problema	4
Contribución potencial del estudio	5
Objetivos del Proyecto	5
Hipótesis de la investigación	6
Metodología de la investigación	6
Tipo de estudio	7
Métodos de investigación	7
Técnicas de investigación	8
Tratamiento de la información	8
MARCO TEÓRICO	9
El turismo	9
Tipología de Turismo	9
El turismo de aventura en el Ecuador	11
Teoría de plan de negocios	21
Teoría del análisis del PEST	22
Teoría de las cinco fuerzas de Michael Porter	23
Teoría de análisis FODA	25

Teoría del marketing mix	26
Planificación estratégica	27
MARCO CONCEPTUAL	28
MARCO LEGAL	30
CAPÍTULO I	32
ASPECTOS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO	32
1.1 Nombre de la Hostería	32
1.2 Idea de negocio	32
1.3 Tipo de negocio	34
1.4 Socios de la Hostería	34
1.5 Organigrama de la Hostería	34
1.6 Funciones y Responsabilidades del Personal	35
1.7 Formas de contratación	37
1.8 Gobierno Corporativo	37
1.9 Visión Estratégica	38
1.9.1 Misión	38
1.9.2 Visión	38
1.9.3 Objetivos	38
1.9.4 Principios y Valores	39
CAPÍTULO II	41
ESTUDIO DE MERCADO	41
2.1 Análisis de la industria turística en el Ecuador	41
2.1.1 Demanda turística del Ecuador	41
2.1.2 Emisores del turismo hacia Ecuador	43
2.1.3 Ingreso de Divisas por turismo en el Ecuador	43
2.2 Análisis PEST	45
2.2.1 Aspectos políticos y legales	45
2.2.2 Aspectos Económicos	46
2.2.3 Aspectos Sociales	49
2.2.4 Aspectos Tecnológicos	50
2.3 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	51



2.4 Análisis del Mercado	52
2.4.1 Cálculo de la Muestra	52
2.4.2 Tabulación de los Resultados	54
2.4.3 Conclusión del estudio de mercado	54
2.5 Análisis de las preferencias de los consumidores potenciales	65
2.5.1 Flujograma del Proceso	65
2.6 Análisis de la Oferta	66
2.7 Análisis de la Demanda	66
CAPÍTULO III	69
PLAN DE MARKETING	69
3.1 Objetivos del plan de marketing	69
3.1.1 Objetivo General del plan de marketing	70
3.1.2 Objetivos Específicos del plan de marketing	70
3.2 Estrategias Matriz FODA Consolidada	71
3.3 Estrategias de Introducción	72
3.4 Estrategias de Posicionamiento	73
3.5 Estrategias de Marketing Mix	74
3.5.1 Producto	74
3.5.2 Precio	75
3.5.3 Plaza	76
3.5.4 Promoción	76
3.6 Brecha del mercado	77
3.7 Alcance del proyecto	77
CAPÍTULO IV	78
ASPECTOS TECNOLÓGICOS	78
4.1 Cantón Pasaje de las Nieves	78
4.2 Ubicación del Proyecto	81
4.3 Determinación de la capacidad de la planta	82
4.4 Descripción del negocio	82
4.4.1 Diseño de la Planta	82
4.4.2. Equipamiento requerido	83

4.5 Sistema de Control de calidad	83
4.6 Gestión de la Limpieza	84
4.6.1 Planificación de la Limpieza	84
4.6.2 Limpieza de las habitaciones	84
4.6.3 Limpieza e higiene de las zonas comunes	84
4.7 Sistema de emergencia y conraincendios	84
4.8 Gestión de Mantenimiento	85
4.8.1 Planificación del mantenimiento	85
4.8.2 Mantenimiento de habitaciones	85
4.8.3 Días y horarios de funcionamiento	85
4.9 Mapa de procesos	85
CAPÍTULO V	87
ANÁLISIS FINANCIERO	87
5.1 Inversión Inicial	87
5.2 Presupuestos de operación	89
5.2.1 Presupuestos de Gastos	89
5.2.2 Presupuestos de Costos	90
5.2.3 Presupuesto de Ingreso de Ventas	91
5.3 Estados Financieros	92
5.3.1 Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectado	92
5.3.2 Balance General Proyectado	93
5.3.3 Flujo de Caja Proyectado	93
5.4 Evaluación financiera del proyecto	94
5.4.1 Cálculo de la tasa de descuento	94
5.4.2 Cálculo del costo capital promedio ponderado	95
5.4.3 Análisis del TIR y VAN	95
5.4.4 Punto de equilibrio	96
5.4.5 Análisis de los indicadores financieros	96
5.5 Análisis de sensibilidad	97
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFÍA	100

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Llegada de turistas internacionales (en millones de personas)	41
Tabla No. 2 Llegadas por Jefatura de Migración	42
Tabla No. 3 Balanza Turística Anual	44
Tabla No. 4 Producto Interno Bruto	46
Tabla No. 5 Producto Interno Bruto	47
Tabla No. 6 Organizaciones privadas con fines de lucro Ecuador	50
Tabla No. 7 Frecuencia de uso de TICs e internet, Ecuador	51
Tabla No. 8 Edad de los encuestados	54
Tabla No. 9 Sexo de los turistas	55
Tabla No. 10 Procedencia de los turistas	55
Tabla No. 11 Profesión de los encuestados	56
Tabla No. 12 Realización de deportes extremos	57
Tabla No. 13 Deportes extremos practicados	58
Tabla No. 14 Frecuencia de deportes extremos	59
Tabla No. 15 Información sobre deportes extremos	60
Tabla No. 16 Disposición para visitar hostería	61
Tabla No. 17 Factores para selección de hostería	62
Tabla No. 18 Disposición de valores a pagar	63
Tabla No. 19 Oferta de hosterías en el Cantón Pasaje	66
Tabla No. 20 Brecha de mercado	77
Tabla No. 21 Inversión Inicial del Proyecto	87
Tabla No. 22 Forma de Financiamiento	88
Tabla No. 23 Aspectos financieros del préstamo	88
Tabla No. 24 Tabla de Amortización	88
Tabla No. 25 Personal de la Hostería	89
Tabla No. 26 Presupuesto de Gastos operativos y no operativos	89
Tabla No. 27 Presupuesto de Costos	90
Tabla No. 28 Costos de actividades turísticas	90
Tabla No. 29 Cálculo de precio por producto	91
Tabla No. 30 Proyección de ventas en el primer período	91
Tabla No. 31 Proyección de ventas a cinco años	92

Tabla No. 32 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado	92
Tabla No. 33 Balance general final proyectado	93
Tabla No. 34 Flujo de caja proyectado	94
Tabla No. 35 Tasa de descuento inversionistas	94
Tabla No. 36 Cálculo del costo promedio ponderado de capital	95
Tabla No. 37 Análisis de TIR y VAN	95
Tabla No. 38 Punto de equilibrio	96
Tabla No. 39 Razones Financieras	97
Tabla No. 40 Análisis de escenarios	97

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Organigrama de Hostería Calichana	34
Gráfico No. 2 Principales mercados turísticos al Ecuador	43
Gráfico No. 3 Producto Interno Bruto (PIB)	48
Gráfico No. 4 Variación de Inflación 2007 - 2011	48
Gráfico No. 5 Incidencia de la pobreza por ingreso a nivel nacional	49
Gráfico No. 6 Cinco Fuerza Competitivas de Porter	52
Gráfico No. 7 Edad de los encuestados	54
Gráfico No. 8 Procedencia de los turistas	56
Gráfico No. 9 Profesión de los encuestados	57
Gráfico No. 10 Realización de deportes extremos	58
Gráfico No. 11 Deportes extremos practicados	59
Gráfico No. 12 Frecuencia de deportes extremos	60
Gráfico No. 13 Medios de información sobre deportes extremos	61
Gráfico No. 14 Disposición para visitar la hostería	62
Gráfico No. 15 Factores para selección de la hostería	63
Gráfico No. 16 Disposición de valores a pagar	64
Gráfico No. 17 Flujograma del proceso	65
Gráfico No. 18 Análisis Matriz FODA	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Mapa de Proyectos Turísticos Identificados	4
Figura No. 2 Cabalgata	12
Figura No. 3 Escalada	12
Figura No. 4 Exploración de Cuevas	13
Figura No. 5 Montañismo	13
Figura No. 6 Senderismo	14
Figura No. 7 Canyoning	14
Figura No. 8 Mountain Biking	15
Figura No. 9 Rafting	16
Figura No. 10 Kayak de río	16
Figura No. 11 Snorkel	17
Figura No. 12 Tubing	17
Figura No. 13 Puenting	18
Figura No. 14 Alas Delta	19
Figura No. 15 Canopy	19
Figura No. 16 Parapente	20
Figura No. 17 Isotipo de la Hostería	32
Figura No. 18 Posición de la industria turística con respecto a bienes y servicios ofertados en el Ecuador	44
Figura No. 19 Concentración de la Demanda Extranjera	67
Figura No. 20 Concentración de la Demanda Nacional	67
Figura No. 21 Gasto promedio de turistas nacionales e internacionales	68
Figura No. 22 Ubicación de la Hostería	76
Figura No. 23 Pasaje	78
Figura No. 24 Plaza Central Cantón Pasaje	79
Figura No. 25 Balneario Aserrío	80
Figura No. 26 Río Calichana	80
Figura No. 27 Mapa turístico del Cantón Pasaje	80
Figura No. 28 Macrolocalización	81
Figura No. 29 Microlocalización	81
Figura No. 30 Parroquia Uzhucurrumi	82
Figura No. 31 Planos de la Hostería	83
Figura No. 32 Mapa de Procesos de la hostería	86

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1 Normativa Europea sobre el uso de chalecos	102
Anexo No. 2 El cantón Pasaje en fotos	103
Anexo No. 3 Proyecciones Financieras	106

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo está enfocado en el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería enfocada en deportes extremos en el Cantón Pasaje.

En el capítulo 1 se presenta los aspectos estratégicos del negocio que serán los pilares fundamentales para el funcionamiento y puesta en marcha del mismo, se presentan los valores organizacionales y los principios que regirán la cultura organizacional.

En el capítulo 2 se muestra el estudio de mercado realizado en la zona para la comprensión del comportamiento del consumidor y los factores macroeconómicos y microeconómicos que inciden en el funcionamiento de la hostería.

En el capítulo 3 se desarrolla el plan de marketing en el cual se detallan las estrategias de introducción y posicionamiento del negocio y la planificación a seguir para incursionar en el mercado en el corto y largo plazo.

En el capítulo 4 se resaltan los aspectos tecnológicos que contribuirán al funcionamiento de la hostería, se presentan los planes de funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones.

En el capítulo 5 se describe los aspectos financieros de la hostería con la descripción de activos fijos requeridos, gastos y costos de funcionamiento, proyecciones de estados financieros y cálculo de ratios que muestran la viabilidad financiera del negocio.

**Palabras Claves:** hostería, deportes extremos, balnearios, Cantón Pasaje, turismo de aventura.



## **ABSTRACT**

This paper focuses on the feasibility study for the implementation of an inn focused on extreme sports in Canton Pasaje.

The strategic aspects of the business that are the basis of the operation and implementation thereof, organizational values are presented and the principles governing the organizational culture is presented in Chapter 1.

In chapter 2 the market study area for understanding consumer behavior and macroeconomic and microeconomic factors affecting the operation of the lodge is shown.

In Chapter 3 the marketing plan in which the introduction and positioning strategies and business planning to enter the market in the short and long -term.

In Chapter 4 the technological aspects that contribute to the functioning of the hostel are highlighted, plans for operation and maintenance of the facilities are presented.

In Chapter 5 the financial aspects of the lodge with the description of required fixed assets, operating costs and expenses, projections of financial statements and calculating ratios showing the financial viability of the business is described.

**Key Words:** inn, extreme sports, spas, Canton Pasaje, adventure tourism

## RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Cet article se concentre sur l'étude de faisabilité pour la mise en œuvre d'une auberge axé sur les sports extrêmes dans le canton Pasaje.

Les aspects stratégiques de l'entreprise qui sont la base de l'exploitation et la mise en œuvre de celui-ci, les valeurs organisationnelles sont présentés et les principes régissant la culture organisationnelle est présenté dans le chapitre 1.

Dans le chapitre 2 de la zone d'étude de marché pour comprendre le comportement des consommateurs et les facteurs macroéconomiques et microéconomiques qui affectent le fonctionnement de la loge est affiché.

Dans le chapitre 3, le plan de marketing dans lequel les stratégies d'introduction et de positionnement et de la planification de l'entreprise de continuer à entrer sur le marché à court et à long terme se développe détaillée.

Dans le chapitre 4, les aspects technologiques qui contribuent au bon fonctionnement de l'auberge sont mis en évidence, les plans d'exploitation et d'entretien des installations sont présentées.

Dans le chapitre 5, les aspects financiers de la loge avec la description des immobilisations nécessaires, les coûts et les dépenses d'exploitation, les projections des états financiers et des rapports de calcul montrant la viabilité financière de l'entreprise est décrite.

**Mots Clés** : auberge, sports extrêmes, spas, Canton Pasaje, le tourisme d'aventure

## INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la práctica de deportes extremos se realiza de manera aislada por proveedores de servicios que solo se dedican a uno o varios deportes, sin embargo no precisamente ofrecen el servicio de hospedaje, este último queda en manos del turista de velar por procurar su propia estancia y alimentación durante su estadía.

Con estos antecedentes se determinó canalizar la implementación de una hostería en el Cantón Pasaje para atender las necesidades de turistas que desean practicar deportes extremos o de aventura al aire libre y a su vez poder gozar de instalaciones para su hospedaje durante su estancia en la zona.

El proyecto se enfatiza en la realización de deportes cuya práctica se realiza en tierra, agua y aire siendo los dos primeros los que cuentan con más circuitos en la oferta de servicios de la hostería. También se enfatiza en el desarrollo sostenible y sustentable de los puntos a visitar dentro de los cuales se promoverá la realización de artesanías y souvenirs por parte de los lugareños con la finalidad de promover el crecimiento económico de las zonas que se visitarán obteniendo un doble beneficio, es decir para la comunidad y para el inversionista privado.

Finalmente en este proyecto se han puesto en práctica los conocimientos adquiridos durante la etapa estudiantil en la carrera de Gestión Empresarial Internacional promoviendo el uso de los recursos naturales con miras al mejoramiento de la sociedad y la satisfacción de necesidades de las personas.

## **PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema de Investigación**

Dentro de las principales políticas que el gobierno ecuatoriano tiene planteado en su agenda de crecimiento productivo, establece como una de sus prioridades el incentivo a la industria turística promoviendo como principal destino turístico las áreas reconocidas por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad como el caso de las ciudades de Quito, Cuenca y como patrimonio natural de la humanidad las Islas Galápagos.

Según el informe de Potencialidad de Inversión por destino y por provincia presentado en el sitio oficial del Ministerio de Turismo (2014) indica que la provincia de El Oro se encuentra en su fase de desarrollo en lo que al sector turístico respecta, la misma que cuenta con una gran diversidad de atractivos naturales y culturales lo que la ubica con alto potencial turístico si los inversionistas logran posicionarla de manera sostenible y sustentable.

No obstante el desarrollo de la capacidad hotelera en la provincia de El Oro es muy deficiente en comparación a otras provincias de la región Costa contando solamente con 26 establecimientos de lujo y 24 correspondiente al área de bebida y comida. Su aporte como provincia al valor agregado nacional es apenas del 2.93% y su contribución a la cuenta nacional de turismo bordea el 2.4% según el mismo informe presentado por el Ministerio de Turismo.

Teniendo en consideración el gran potencial de explotación de los recursos naturales de la zona que podría obtenerse gracias a la práctica de deportes de aventura o extremos, se considera que es necesario mejorar e incrementar la oferta hotelera la misma que permitiría acoger a los turistas nacionales y extranjeros que deseen visitar esta provincia.

Por otro lado, la práctica de deportes de aventura o extremos se ha afianzado a partir del año 2000 gracias a la incursión de empresas internacionales que se han visto motivadas en la inserción de este tipo de prácticas en lugares aledaños a maravillas naturales del Ecuador, como resultado de esta oferta de servicios espacios turísticos como Baños y la región amazónica han mejorado su oferta hotelera e incrementado la economía de sus habitantes gracias a los diferentes productos y servicios que han sido diseñados para el confort de los turistas.

### **Justificación de la Investigación**

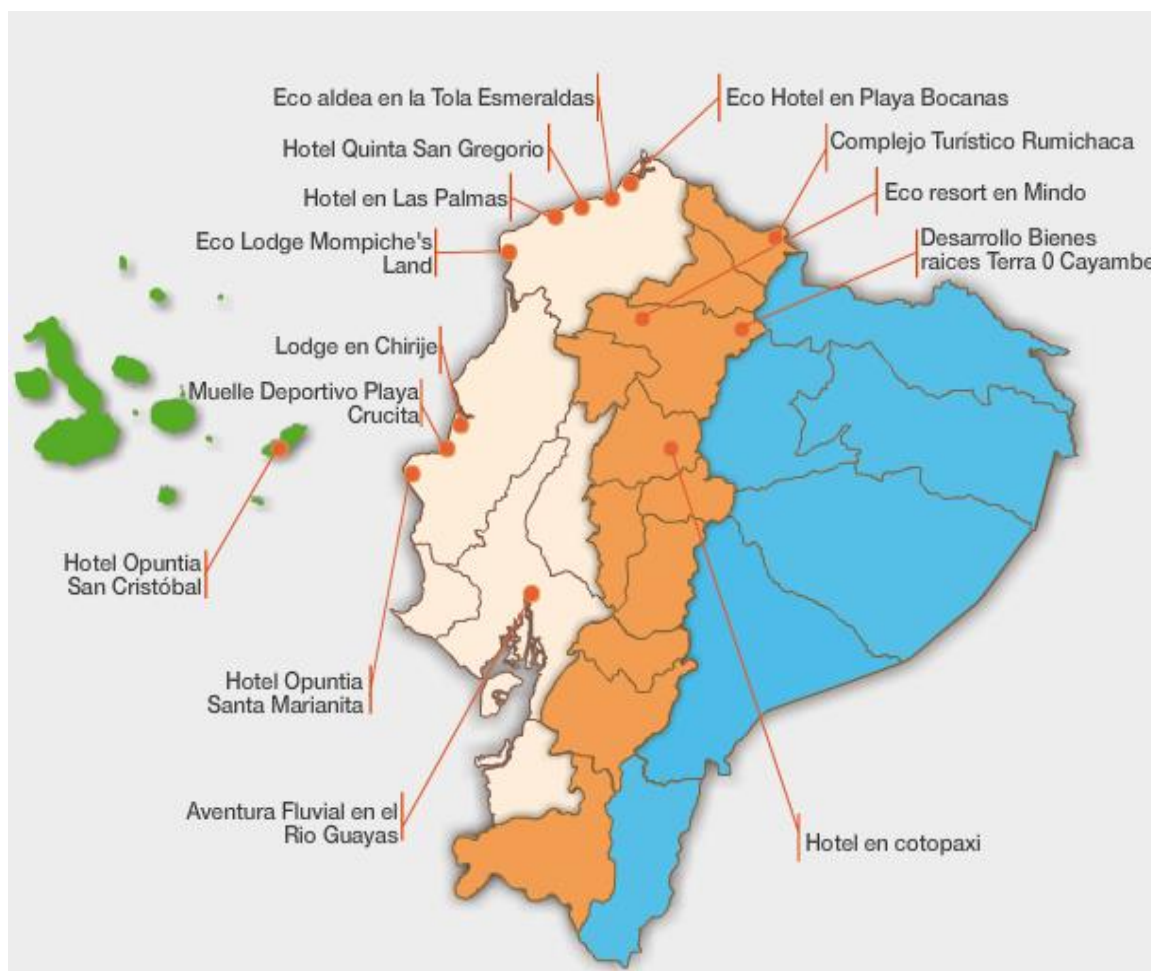
La política turística del gobierno del Economista Rafael Correa Delgado enfatiza en la conversión del Ecuador como potencia en turismo a nivel internacional, para lo cual es necesario ofertar no solamente los recursos naturales del Ecuador sino preparar la infraestructura para la acogida de propios extraños.

En la Región Costa provincias como Guayas y Manabí han dado un giro significativo a los servicios ofertados adicionando deportes extremos de agua y aire, en el caso de la Región Sierra las ciudades ícono consideradas como patrimonio de la humanidad han logrado enlazar tours que involucran a todo el callejón interandino y estos a su vez con la práctica de deportes extremos de tierra: y en el caso de la Región Amazónica se ha avivado el hecho que el Ecuador posee una parte del pulmón de la tierra el cual conserva una riqueza de fauna y flora megadiversa donde la práctica de deportes extremos de agua es muy común gracias a las caídas libres de agua por los ríos ecuatorianos.

Según el Ministerio de Turismo (2014) en el Ecuador se han presentado proyectos turísticos sobre todo en las provincias de Esmeraldas y Manabí en la Región Costa. En el gráfico a continuación se observa que no se han presentado de manera formal proyectos de inversión turística en la provincia de El Oro lo que permite inferir que

existe la falta de inversión en esta industria por parte de interesados y por lo tanto se cuenta con la probabilidad de posicionarse de manera efectiva en el largo plazo un proyecto como el de la Hostería de deportes extremos en el Cantón Pasaje donde aún no observan este tipo de proyectos.

**Figura No. 1 Mapa de Proyectos Turísticos Identificados**



Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo (2014)

### **Formulación del Problema**

La carencia de sitios de hospedaje que se dediquen a las actividades de deportes extremos en el Cantón Pasaje de las Nieves de la provincia de El Oro incide en la falta de reconocimiento del turista nacional y extranjero de este cantón como destino turístico preferente.

## **Contribución potencial del estudio**

El estudio de factibilidad presentado en este trabajo permite contribuir con el desarrollo económico de la zona del Cantón Pasaje y sus alrededores no solamente por la generación de nuevos empleos en la zona sino también por la captación de divisas a los negocios complementarios con los que interactuará la hostería como por ejemplo servicios de transportación para el traslado de turistas, proveedores de bienes para la puesta en marcha del negocio, proveedores de artículos y equipos de seguridad entre otros.

Por otro lado, el proyecto permitirá que se implementen de manera práctica los conocimientos adquiridos durante el estudio de la carrera de Gestión Empresarial Internacional en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de manera holística con el desarrollo de las potenciales comunidades que serán afectadas por el proyecto y el factor humano que estará involucrado dentro del mismo.

## **Objetivos del Proyecto**

### ***Objetivo General***

Diseñar el proyecto de implementación de una hostería para amantes de deportes extremos en el Cantón Pasaje en la provincia de El Oro como incentivo del desarrollo turístico de la zona.

### ***Objetivos Específicos***

1. Presentar los aspectos estratégicos principales del negocio para la generación de valor agregado.
2. Identificar mediante el análisis de gustos y preferencias del consumidor el perfil del cliente objetivo de la hostería.

3. Describir los aspectos tecnológicos que conllevan la implementación de la hostería en su fase de funcionamiento.
4. Demostrar la factibilidad de la implementación de la hostería de deportes extremos en el Cantón Pasaje mediante el análisis de variables financieras.

### **Hipótesis de la investigación**

La implementación de la hostería en el Cantón Pasaje contribuirá como medio de incentivo a la práctica de deportes extremos y de crecimiento económico del sector.

### **Metodología de la investigación**

La investigación se guía por un modelo metodológico Expo-Facto que permite el análisis de la información tomada de fuentes primarias y secundarias y la presentación de resultados. Debido a que la investigación se enfoca en la aceptación de un nuevo servicio y la información que recolecta es cualitativa, se usa esta metodología de investigación porque permite obtener un análisis estadístico - matemático como principal herramienta de sustentación.

La metodología de investigación Expo-Facto se basa en varios métodos que permiten observar y analizar la información disponible en el mercado, consumidores y clientes, se complementa con instrumentos de investigación para contar con una documentación física de los procesos realizados en cada parte del cronograma de actividades.



## **Tipo de estudio**

El estudio a emplearse en esta investigación contempla los enfoques de la investigación exploratoria y descriptiva, ambos tipos de estudio son cuantitativos y serán detallados a continuación.

### ***La investigación exploratoria***

Este tipo de investigación se realiza cuando el tema de la investigación carece de un estudio más profundo; por lo que aportan conocimiento y buscan interpretar una situación poco estudiada como procesos estratégicos relacionados al turismo enfocado en deportes extremos (Moreno, 2008).

### ***La investigación descriptiva***

Este tipo de estudio se aplica cuando se quiere brindar una interpretación de algún fenómeno en particular y como este puede afectar el tema de estudio (Moreno, 2008).

## **Métodos de investigación**

La metodología tiene como fundamento el método deductivo. Este método aplica el razonamiento a través de conclusiones desde un nivel general hacia una explicación particular. Este método aplica conocimientos teóricos universales en la que por medio de la comprobación de una hipótesis se permite llegar a una solución particular (Cerdeña, 2007).

## **Técnicas de investigación**

Las técnicas de investigación describen la forma apropiada para llevar cabo la recolección de información durante la investigación y denotan la función de los instrumentos utilizados en el proceso investigativo, se utiliza técnicas de investigación cuantitativas para la recolección de información y para sustentar la viabilidad de implementar una hostería en el Cantón Pasaje de las Nieves de la provincia de El Oro (Cerde, 2007).

### ***Encuesta***

Técnica destinada a obtener datos cuantitativos del segmento de mercado. Se utilizará un cuestionario que consiste en un listado de preguntas cerradas sobre la decisión de compra, preferencias y aceptación del servicio. Sirve para fundamentar el análisis del mercado debido a que permite medir la aceptación del cliente hacia el servicio (Sandín, 2003).

## **Tratamiento de la información**

Los datos cuantitativos obtenidos por medio de fuentes primarias serán tabulados para ser analizados con herramientas estadísticas, la cual será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación; para ello se utilizará la hoja de cálculo de Excel y para analizar las encuestas se utiliza el programa SPSS.

Los datos obtenidos a través de fuentes secundarias serán analizados para soportar los resultados de las encuestas. Igualmente servirán para determinar aspectos del mercado como su trayectoria historia, tamaño de la población y demás.

## **MARCO TEÓRICO**

### **El turismo**

Se considera como turismo al desplazamiento que se produce por motivo de un viaje de una ciudad a otra entendiéndose por esta los desplazamientos que se derivan de actividades turísticas tanto a nivel nacional como internacional. Según la Organización Mundial de Turismo (2014) las actividades turísticas comprenden periodos de pernoctación de más de un día y deben ser inferiores a un año. El efecto que se produce al permanecer durante este periodo es el de subsistir en el entorno ajeno al de residencia habitual teniendo así que el viajero debe adaptarse a la moneda local produciendo beneficios económicos inmediatos en el lugar donde pernocta por la demanda de bienes y servicios.

La actividad turística en el Ecuador nace de manera formal en los años 50 cuando se da el boom de las exportaciones de banano y petróleo en el Ecuador, empiezan a llegar bienes importados de otros continentes y los viajeros se muestran maravillados ante la exuberancia de flora y fauna en el país.

En la actualidad de acuerdo al informe mensual de febrero del 2014 del Ministerio de Turismo, la industria turística se ubica en el cuarto puesto como concepto de ingreso de divisas para el país a continuación del banano y plátano, camarón, otros elaborados y productos marítimos.

### **Tipología del Turismo**

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, este se puede clasificar en turismo de descanso o de sol, turismo científico, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo histórico, turismo religioso y turismo gastronómico.

## **Turismo de Descanso, o de sol y playa**

El turismo de descanso o también llamado turismo convencional es la categorización de los movimientos que se producen en las sociedades industriales que se concentra en el turismo a gran escala enfatizando en la oferta y demanda (Organización Mundial de Turismo, 2014)

## **Turismo activo o de aventura**

Tipo de turismo alternativo que genera gran expectativa en su entorno probablemente por la cantidad de adrenalina que muchas de sus actividades pueden generar en el turista (Organización Mundial de Turismo, 2014)

## **Turismo Científico**

El turismo científico se enfoca en el turista cuya principal actividad es expandir su conocimiento mediante la investigación realizada mediante actividades turísticas (Organización Mundial de Turismo, 2014).

## **Ecoturismo**

El ecoturismo nace en los años 1992 con la premisa de responsabilidad con el entorno y bienestar de la comunidad local, se fundamenta en el turismo asistido por grupos de viajeros bajo un mismo código de ética (Organización Mundial de Turismo, 2014).

## **Turismo Cultural**

En este tipo de turismo se promueve el conocimiento de nuevas culturas y espacios culturales de diversa índole (Organización Mundial de Turismo, 2014).

## **Turismo Histórico**

Se enfoca principalmente en el detalle que aborda la historia en torno al lugar que se visita enfatizando en los detalles y su valor histórico para esa comunidad (Organización Mundial de Turismo, 2014).

## **Turismo Religioso**

Conocido como el tipo de turismo que fundamenta sus raíces en la fe, se realzan en este tipo de turismo las actividades que se realizan en las ciudades conocidas como santas (Organización Mundial de Turismo, 2014).

## **Turismo Gastronómico**

El turismo gastronómico solamente se enfoca en el detalle de la gastronomía o variedad de platos que ofrece una zona específica realizando excursiones por las rutas que se hayan determinado para ese fin (Organización Mundial de Turismo, 2014).

## **El turismo de aventura en el Ecuador**

### **Turismo de Aventura de Tierra**

#### **Cabalgata (CB)**

La cabalgata es una actividad que se práctica en terrenos abiertos donde se puede disfrutar de la vista de paisajes naturales y a su vez se puede disfrutar del aprendizaje acerca de la flora y fauna del sector que se está visitando. La cabalgata se práctica siempre bajo la dirección de un guía que conoce la zona y en caballos que han sido previamente preparados para la realización de esta actividad (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 2 Cabalgata**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

### **Escalada (ES)**

Es una actividad que requiere gran determinación y de un excelente estado físico. En el Ecuador esta actividad se practica por amantes de deportes extremos en zonas de elevaciones que cuentan con trayectos previamente establecidos por alpinistas profesionales (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 3 Escalada**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

### **Exploración de Cuevas (EX)**

La exploración de cuevas se lleva a cabo en zonas donde la naturaleza ha hecho posible la creación de fosas subterráneas a manera

de ruta por deslizamientos de grandes cantidades de lava que se llenaron de aire al estar ésta caliente y permitieron que se generen cuevas subterráneas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

#### **Figura No. 4 Exploración de Cuevas**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

#### **Montañismo (M)**

Esta actividad consiste en la ascensión de rutas en las montañas a través de serie de técnicas y aplicando destrezas para evitar caer de la montaña o sufrir algún tipo de lesión o enfermedad en el intento (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

#### **Figura No. 5 Montañismo**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

## **Senderismo (SE)**

Se trata de una actividad más relajada que consiste en la travesía de largas y extensas rutas a través de distintos tipos de terreno para disfrutar de la flora y fauna del sector (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 6 Senderismo**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

## **Canyoning (CY)**

El canyoning envuelve actividades de aventura donde luego de una larga caminata se desciende a través de cascadas mediante el uso de cuerdas, en este tipo de actividad no es necesaria la experiencia previa y resulta muy reconfortante el sentir la caída del agua durante el descenso (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 7 Canyoning**



Fuente: Sitio web de Optur (2014)



## **Cicloturismo (CT)**

En el mountain biking el turista puede escoger diversas formas de disfrutar del paisaje conduciendo una bicicleta montañera. En el Ecuador existe muchas formas de mountain biking, entre otras las que se pueden dar en senderos planificados, pistas, caminos de tierra o asfaltados en la costa o en la sierra que otorgan al turista una ruta única para su relajamiento y puesta en práctica de este deporte (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 8 Mountain Biking**



Fuente: Sitio web de Optur (2014)

## **Turismo de Aventura de Agua**

### **Rafting (R)**

Aprovechando la ubicación geográfica del Ecuador se obtiene pendientes naturales a partir de los ríos que provienen de la sierra facilitando las actividades de rafting y kayak. En este tipo de turismo de aventura las personas colaboran en equipo durante el descenso de las aguas cumpliendo con la normativa internacional y bajo el uso de estándares de seguridad como lo son los kayaks en cada bote para rafting de tal manera que el turista pueda disfrutar plenamente de este deporte (OPTUR, 2014).

**Figura No. 9 Rafting**



Fuente: Sitio web de Optur (2014)

### **Kayak de río (KR)**

El kayak de río es una actividad deportiva de una sola persona y requiere de fuerza y destreza en los brazos para poder desplazarse en aguas abiertas, en ocasiones esta actividad va acompañada de adrenalina cuando la ruta delimitada contiene rápidos en las caídas de agua o inclusive va seguida de pequeñas cascadas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 10 Kayak de río**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

### **Snorkel (SK)**

El snorkel se practica en aguas poco profundas donde existe gran variedad de peces y corales de distintos tipos los mismos que pueden ser

apreciados de manera cercana. No se requiere de gran destreza en el agua sino que el deportista tenga conocimientos de natación básica (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 11 Snorkel**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

### **Tubing (TB)**

Deporte practicado por grupos de personas donde se intensifica en el trabajo grupal donde las personas van encima de tubos de llantas eslabonados para crear una especie de balsa y poder mantenerse a flote. Es una actividad acompañada que divierte a personas de todas las edades (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 12 Tubing**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

## **Puenting (P)**

El puenting se trata básicamente de un columpio a gran escala donde el turista se lanza de un puente agarrado por arneses en caída libre. Es un deporte lleno de adrenalina y muchos lo catalogan como un deporte de valientes. Este deporte se practica sobre todo en puentes que están ubicados en las provincias de la sierra donde existe una gran altura entre el puente y la superficie del agua dando al turista la percepción al caer que va a chocar contra las rocas sin embargo el movimiento en péndulo hace que el turista se balancee previo al impacto (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 13 Puenting**



Fuente: Sitio web de Optur (2014)

## **Turismo de Aventura de Aire**

### **Alas Delta (AD)**

Desde que el hombre tuvo deseo de volar como las aves ha estado constantemente en la búsqueda de nuevas formas para volar libremente en el aire. En el deporte de alas delta se puede disfrutar de esta sensación para lo cual se requiere de elevaciones y valles con gran despliegue de corrientes de aire, la persona puede ir acompañada de un

guía o lanzarse sola en su travesía (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 14 Alas Delta**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

### **Canopy (CN)**

Se trata de una nueva tendencia de deportes extremos en el que la persona se desplaza sobre una soga sostenida de forma inclinada y que por efecto de la gravedad se desplaza a través de esta a grandes velocidades, en el trayecto se puede observar grandes caídas y ríos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 15 Canopy**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

## **Parapente (PP)**

El parapente es practicado en colinas donde este puede abrirse ampliamente por la gran cantidad de aire presente, el parapente cuenta con frenos especiales que ayudan a la persona a desplazarse en la dirección que esta desee. En las costas ecuatorianas existen algunos puntos referenciales donde se practica este deporte (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

**Figura No. 16 Parapente**



Fuente: Ministerio de Turismo (2014)

Con los antecedentes presentados sobre las prácticas comunes realizadas en cada una de las áreas de deportes extremos tales como: turismo de agua, turismo de tierra y turismo de aire se plantea que la hostería se enfocará en las tres actividades turísticas, haciendo especial hincapié a aquellas que por las facilidades naturales del sector y los recursos disponibles puedan ser practicadas en las zonas aledañas a la hostería. El inventario de los servicios a ofertarse versaría según el detalle que a continuación se muestra:

**Paquete de aventura Tierra:** Trekking, cabalgata, senderismo, cicloturismo, canyoning y exploración de cavernas.

**Paquete de aventura Agua:** Kayak y tubing.

**Paquete de aventura Aire:** Canopy y parapente.

## Teoría de plan de negocios

El plan de negocios es una guía para un proyecto debido a que muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades que se desarrollarán para alcanzarlos. Sintetiza la propuesta de inversión, la idea del modelo de negocio, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado.

En adición el plan de negocios es una herramienta fundamental ya que éste es un documento que está en forma ordenada y sistemática, detalla los aspectos operacionales y financieros de un proyecto, evalúa la factibilidad de la idea. Un Plan de Negocios facilita además, determinar e implementar estrategias financieras y operativas, evaluar los resultados proyectados y las metas propuestas con los indicadores de la industria (Weinberger, 2012).

Un plan de negocio consta con las siguientes partes enfocadas a la administración, marketing, operaciones y evaluación financiera (Weinberger, 2012):

### Plan estratégico de la empresa

- Visión
- Misión
- Objetivos estratégicos

### Plan de marketing

- Objetivos de marketing
- Descripción de producto o servicio
- Estrategia de precio
- Estrategia de distribución o plaza
- Estrategia de promoción
- Estrategia de posicionamiento

#### Plan de operaciones

- Objetivos de operaciones
- Actividades previas al inicio de la producción
- Proceso de producción del bien o servicio
- Diseño de Estructura y plan de recursos humanos
- Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

#### Plan financiero

- Datos, supuestos y políticas económicas y financieras
- Plan de ventas de la nueva unidad de negocio
- Análisis de costos
- Punto de equilibrio de la nueva unidad de negocio

#### **Teoría del análisis del PEST**

El análisis PEST es una herramienta que permite entender el comportamiento del mercado, enfocándose en factores macros, toman en cuenta factores: políticos, económicos, socio – culturales y tecnológicos. Se trata de entender que riesgos o beneficios presenta cada uno de ellos (Sapag y Sapag, 1997).

**Análisis Político.-** Se considerara leyes que permitirán se lleven a cabo el proyecto, que regulen los procesos de elaboración o la obtención de materia prima. Los factores políticos que se deben tomar en cuenta son procesos regulatorios e instituciones públicas.

**Análisis Económico.-** En el ámbito económico se debe considerar la economía y su crecimiento factores como: variación de precios, tasas de interés, evolución del PIB, la inflación y balanza comercial. Se trata de un estudio de la economía relacionado con la industria a proyectar.

**Análisis Socio – Cultural.-** Se considerará factores como: costumbres, creencias, valores y estilo de vida, además se considerará el



crecimiento de la población junto a sus hábitos de consumo como: decisión de compra, la opinión y actitud del consumidor y patrones de compra del consumidor.

**Análisis Tecnológico.-** Analiza las inversiones en investigación y desarrollo y los niveles de investigación del sector. Relaciona el nivel profesional con la búsqueda de nuevas tecnologías. Se percata del uso de tecnologías de información y comunicación y su inclusión en el sector empresarial.

### **Teoría de las cinco fuerzas de Michael Porter**

Se define a las 5 fuerzas de Porter como una herramienta de gestión que permite analizar los pilares fundamentales de una empresa, teniendo en cuenta los factores externos de una empresa. Consta de una evaluación de: rivalidad de competidores, amenaza de entrada de nuevos competidores, amenaza por ingreso de productos sustitutos, poder de negociación de los proveedores y poder de acuerdo entre los consumidores. (Porter, 1987)

#### ***Rivalidad entre competidores***

Se refiere a la competencia directa dentro de una industria, con similar portafolio de productos. El nivel de rivalidad existente entre competidores se incrementa cuando existe más oferta que demanda en el mercado por un bien o servicio y se reduce cuando ningún competidor aplica estrategias para luchar por un segmento de mercado. También, el análisis de rivalidad que existe entre competidores comparará estrategias o ventajas competitivas con rivales, es decir que entre mayor competencia en el mercado la rivalidad es más grande, a carencia de competencia en el mercado la fuerza de competidores es nula. (Porter, 1987)

### ***Amenaza de entrada de nuevos competidores***

Depende de las barreras de entrada, costos hundidos y barreras de salidas que debe enfrentar una empresa para entrar en el mercado, es decir que cuando una empresa desea ingresar, se presenta barreras como falta de experiencia, lealtad del cliente, capital necesario, canales de distribución, congestión en el mercado, etc. lo cual dificulta su introducción. La evaluación de entrada de nuevos competidores es alta si la entrada es fácil ingreso. El análisis de la amenaza de la entrada de nuevos competidores es bajo si existen barreras de entrada que impidan el ingreso de estos competidores, es decir que la facilidad para entrar en la industria determina la amenaza de nuevos competidores. (Porter, 1987)

### ***Amenaza de productos sustitutos***

Se consideran las empresas que vendan productos sustitutos. El análisis de la amenaza del ingreso de productos sustitutos diseña estrategias destinadas a impedir la penetración de las empresas que vendan estos productos o estrategias a fin de competir con ellas. La fuerza de productos sustitutos es alta si en el mercado existe una oferta grande de bienes sustitutos para un determinado producto, si la oferta es baja o nula la fuerza de productos sustitutos es baja. (Porter, 1987)

### ***Poder de negociación de los proveedores***

Maneja la capacidad y poder de negociación que cuentan los proveedores, si la cantidad de proveedores existentes es mínima y tienen control sobre el mercado su capacidad es más amplia para negociar por lo tanto poseen un alto poder como proveedores. Sin embargo si existen más proveedores el poder de negociación disminuye debido a que su capacidad de negociación se limita por la competencia. El análisis del poder de acuerdo de los proveedores, esquematiza estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos con los proveedores con la finalidad de adquirirlos o tener un mayor control sobre ellos. (Porter, 1987)

### ***Poder de negociación de los consumidores***

Se basa en la capacidad de negociación con la que cuentan los consumidores, mientras menor cantidad de compradores exista es mayor la capacidad de negociación, sin embargo al existir pocos consumidores con una oferta estable de bienes el poder de negociación de proveedores aumenta debido al escenario competitivo que presenta el mercado, de la misma manera al existir un monopsonio el poder de negociación de los consumidores se eleva más. (Porter, 1987)

### **Teoría de análisis FODA**

Consta de cuatro elementos: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas. De estas variables, tanto Fortalezas, como Debilidades son factores internos de la organización, y son los puntos donde más fácilmente se pueden obtener resultados, mientras que Oportunidades, y Amenazas son factores externos de la misma. (Hill y Westbrook, 1997)

#### **Fortalezas**

Son las capacidades especiales que brindan una ventaja sobre competidores, recursos especiales o procedimientos. Incluso se puede referir a tener una mejor relación con los proveedores, clientes, etc.

#### **Oportunidades**

Factores que resultan positivos de los cuales se pueden tomar ventaja para la empresa, permiten obtener una ventaja competitiva sobre las demás empresas y deben ser analizadas para tomar mejores decisiones.

## **Debilidades**

Factores que colocan a su empresa en una posición desfavorable respecto de la competencia, indisponibilidad de recursos, falta de habilidades para determinadas tareas, actividades que se desarrollan con errores.

## **Amenazas**

Son aquellas situaciones que provienen del exterior y afectan de manera negativa el desempeño, restando eficiencia y perdiendo competitividad.

## **Teoría del marketing mix**

El Marketing Mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, analiza cuatro variables: producto, precio, promoción y plaza. Tiene como objetivo conocer la situación externa de la empresa y su portafolio de productos para luego poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior. (Kotler, 1999)

### **Producto**

Da referencia a los aspectos técnicos de un producto los cuales influyen en la comercialización, también a la relación con el consumidor final y la perspectiva del cliente. Analiza aspectos como: embalaje, atención al cliente, garantía, etc. (Kinneer, 1998)

### **Precio**

Establece un precio de equilibrio entre los costos de fabricación y lo que el cliente está dispuesto a pagar. Para un determinado producto el cálculo se lo basa monetariamente y como intercambio de un producto o

servicio. Es la única variable que genera ingresos debido a que los ingresos principales están en función del precio. (Kotler, 1999)

### **Promoción**

Es la manera en la que se publica y se da a conocer el portafolio de servicios mediante: publicidad, promoción en las ventas, ventas personales, la marca del producto y sus diversos métodos para hacer que el producto tenga una buena acogida. (Kinneer, 1998)

### **Plaza**

Se considera la manera la que se distribuye un bien, hace referencia a un canal de ventas. También determina el entorno en donde se vende el producto o a través de que medio. (Kotler, 1999)

### **Planificación estratégica**

La planificación estratégica es una factor fundamental para tomar decisiones por lo cual parte de un análisis de la situación de la empresa y guía al cumplimiento y seguimiento de las metas y objetivos (Azócar, 2009). La planificación estratégica se lo considera un proceso para ajustar la misión y visión de la institución, permitiendo de esta manera enfocarse en los recursos principales para realizarse (Porter, 1997). La planificación estratégica es un proceso gerencial que permite guiar hacia una misma dirección las metas y recursos existentes en la organización mediante el desarrollo y manteniendo la dirección estratégica de acuerdo a las oportunidades que presenta el mercado (Kotler, 1990).

## **MARCO CONCEPTUAL**

En el Reglamento para la operación turística de aventura se estipulan conceptos comunes en las áreas turísticas, a continuación se detallan los principales que serán utilizados en la presente investigación:

### **Accesorios**

Se denomina a las herramientas o utensilios que se requieren para actividades específicas.

### **Aguas abiertas**

Se conoce como aguas abiertas a las aguas que desembocan en otros lugares más amplios como lo hacen los ríos en mares y océanos.

### **Arnés**

Es un equipo personal que sirve como seguridad sobre todo en los deportes de aventura o extremos.

### **Aptitud psicofísica**

Es la valoración previa que se realiza al turista sobre sus capacidades psicológicas y físicas.

### **Bloqueadores**

Mecanismos de seguridad para cuerdas que se utilizan en ascensos o descensos de montaña u otras actividades.

### **Bolsa de dormir**

Bolsa sintética que se utiliza para dormir al aire libre, en este tipo de bolsas el turista no sufre de las inclemencias del clima por su capa protectora.

### **Botiquín de primeros auxilios**

El botiquín normalmente a cargo del guía del grupo de turismo, consiste en una caja con inventario de medicinas de primer orden que sirven para atender urgencias dependiendo del lugar en el que se está incursionando.

### **Brújula o Compás**

Consiste en un magneto que apunta siempre al norte y sirve para orientarse en lugares donde no existe señalización de ninguna clase.

### **Calendario de inspecciones, revisiones y condiciones en las que se renovarían los equipos, equipamientos y estructuras o piezas**

Consiste en un registro que provee de información sobre las fechas claves en las que debe realizarse inspecciones preventivas y correctivas respecto a los equipos y estructuras que se utilizan para los deportes extremos.

### **Factibilidad**

Disposición del capital efectivo o financiamiento necesario para invertir en el desarrollo de un proyecto, el cual debe probar que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema.

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

Permite calcular el valor presente de flujos de caja futuros. La metodología consiste en descontar al momento actual mediante una tasa de retorno esperado los flujos de caja futuros del proyecto. Este valor no cuenta con la inversión inicial.

## **MARCO LEGAL**

### **Ley de Turismo en el Ecuador**

De la presente ley en el Ecuador se hará especial mención al artículo 43, pues tiene relación con la actividad empresarial turística en el Ecuador. (Ley de Turismo No.92, 2002)

#### **Artículo 43**

Este artículo hace una breve definición de la actividad turística. Menciona entonces: el alojamiento; que debe de tener un lapso de vigencia máximo de un año mediante un servicio de hospedaje; servicio de alimento y bebidas, los mismos que pueden tener lugar en bares, restaurantes, cafeterías y servicios exclusivos como catering o de venta a domicilio y por último, el servicio de transporte para que los turistas puedan realizar traslados de un lugar a otro.

### **Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental**

Emitida mediante Decreto Supremo 374 (Registro Oficial 97, 31-V-76) se encarga de controlar y velar por la custodia de la flora y fauna que se encuentra dentro del territorio ecuatoriano.

### **Reglamento general de la actividad Turística**

Publicado el 17 de Diciembre del año 2002 en el registro Oficial No. 726 mediante decreto ejecutivo 3400 por el ministerio de Ambiente, se presentan las normativas decretadas específicamente para este reglamento, así como, las definiciones de las actividades turísticas y su categorización según el tipo de servicio que oferten; los requerimientos para la apertura, funcionamiento y en otros casos, la clausura de estos



lugares de alojamiento.

Además se menciona en el capítulo II la actividad turística desarrollada por las empresas turísticas. El capítulo IV trata sobre las actividades desempeñadas por los guías para turismo y en el capítulo V de las actividades desarrolladas según los modelos de sostenibilidad y eco turismo; el capítulo VI se refiere al turismo de carácter social, finalmente en los últimos capítulos se hace mención a las sanciones e infracciones y disposiciones generales.

### **Reglamento para la operación turística de aventura**

Publicado en el Registro Oficial No. 858 del 27 de diciembre del año 2012 se encarga de normar las operaciones turísticas de aventura o de deportes extremos en el cual se presenta la descripción del equipamiento requerido, el equipo tanto del turista como del guía calificado y los riesgos que cada actividad antecede a su ejecución. En este reglamento se regula la existencia de guías, certificados por la máxima autoridad competente para poder proseguir con las actividades de guías a nivel nacional.

# CAPÍTULO I

## ASPECTOS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO

### 1.1 Nombre de la Hostería

El nombre de la Hostería se ha denominado Calichana por el Río Calichana que pasa por la Provincia de El Oro en el Cantón Pasaje. Los colores de su isotipo están conformados por los colores de la bandera la Provincia de El Oro.

**Figura No. 17 Isotipo de la Hostería**



Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### 1.2 Idea de negocio

La idea del negocio nace por la falta de negocios de esta índole en el Cantón Pasaje siendo el Grupo Abril Vanegas los precursores en la introducción de conceptos de negocio turísticos temáticos que permitan identificarse tanto al local con el extranjero con las actividades que ahí se practicarán.

Como aspectos específicos a considerarse en la gestión estratégica del negocio se enumeran: servicios personalizados, hospedaje confortable y seguridad en la práctica de los deportes.

## **Servicios Personalizados**

Conforme el Reglamento General de la actividad turística se ha considerado la contratación de guías turísticos que actuarán de manera personalizada para cada una de las actividades a realizarse en la hostería siendo estas de práctica en el agua, la tierra o el aire. De esta forma se procura que no solamente el turista practique el deporte sino que conozca de los aspectos históricos y ecológicos de cada una de las paradas que va visitando.

## **Hospedaje confortable**

La hostería contará con habitaciones simples y dobles con todos los accesorios y equipamientos que requiera el turista para su estadía en la misma. Además de contar con una amplia zona de parqueo donde el turista podrá estar seguro de dejar parqueado su vehículo, finalmente la hostería cuenta con una piscina equipada con un área de barbecue para que las familias que se hospeden puedan disfrutar de experiencias inolvidables junto a la naturaleza.

## **Seguridad**

La seguridad es el aspecto más importante cuando se está a cargo de un turista, por este motivo la hostería siguiendo las regulaciones establecidas en el reglamento general de la actividad turística tendrá a su haber equipos con los estándares internacionales exigidos para la práctica de deportes de tierra, agua y aire.

### 1.3 Tipo de negocio

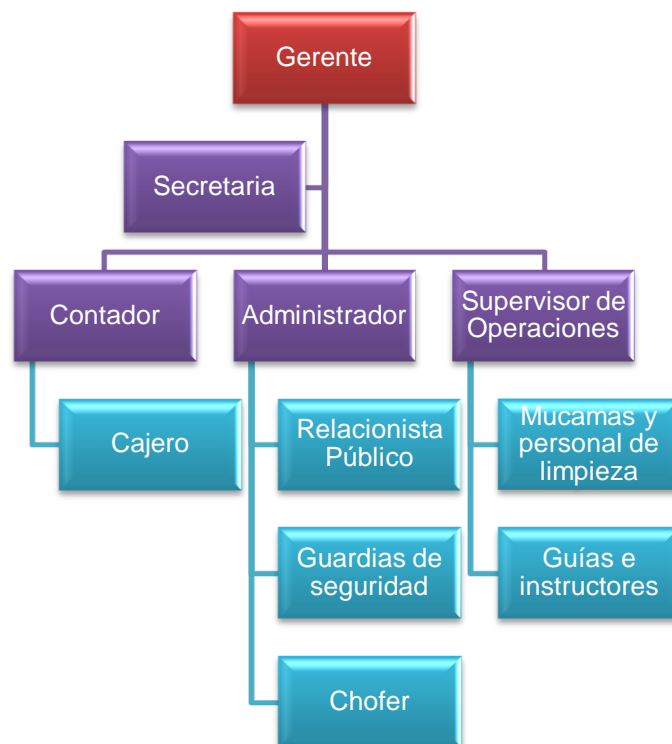
El negocio por ser familiar se conformará como una compañía de responsabilidad limitada que estará a cargo de la familia Abril Vanegas oriundos del Cantón Pasaje.

### 1.4 Socios de la Hostería

La hostería estará conformada por 10 socios, miembros de la familia que serán los encargados de la administración central y la toma de decisiones estratégicas del negocio.

### 1.5 Organigrama de la Hostería

**Gráfico No. 1 Organigrama de la Hostería Calichana**



**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

## 1.6 Funciones y Responsabilidades del Personal

- Gerente:

Es el representante legal de la empresa. Su función es controlar la dirección de la empresa, línea de abastecimiento y aspecto legales de la misma. Se encarga del cumplimiento de los objetivos estratégicos.

  - Perfil del cargo:
    - Representar legalmente a la empresa.
    - Velar por el cumplimiento de la meta y los objetivos de la empresa.
    - Gestionar el personal de la empresa y conservar la eficiencia y eficacia en sus procesos.
  - Sueldo de \$800, más beneficios sociales y vacaciones
  
- Secretaria

Equipo de soporte para el personal administrativo, ventas y contabilidad.

  - Perfil del cargo:
    - Tramitar la correspondencia de la empresa.
    - Servir al personal de la empresa en actividades ofimáticas.
    - Recibir llamadas y prestar la adecuada atención a los clientes.
  - Sueldo de \$400, más beneficios sociales y vacaciones.
  
- Contador

Persona encargada de registrar las transacciones históricas de la organización y proyectar los flujos futuros.

- Perfil del cargo:
  - Llevar la contabilidad de la empresa.
  - Registrar los movimientos de personal y efectuar las respectivas liquidaciones.
  - Efectuar las declaraciones tributarias de la organización.
- Sueldo de \$550, más beneficios sociales y vacaciones.
- Relacionista Público:
 

Es el encargado de controlar y gestionar las relaciones de la hostería con el entorno.

  - Perfil del cargo:
    - Conseguir objetivos de ventas.
    - Coordinar la producción y logística con ventas realizadas.
    - Asegurar el cumplimiento de las obligaciones de los clientes hacia la empresa.
  - Sueldo de \$500, más beneficios sociales y vacaciones.
- Guías e instructores:
 

Encargados de velar por las operaciones del día a día del negocio ligadas con los deportes de aventura que se ofertan a los turistas.

  - Perfil del cargo:
    - Cuidar del seguimiento de los protocolos en la práctica de los diferentes deportes que oferta la hostería.
  - Sueldo de \$400, más beneficios sociales y vacaciones
- Chofer:
 

Es el encargado de transportar a los turistas a los diferentes puntos, tiene el objetivo de maximizar la entrega del producto.

- Perfil del cargo:
  - Transportar al personal y turistas de la hostería.
  - Mantener en buen estado el vehículo asignado.
- Sueldo de \$400, más beneficios sociales y vacaciones

### **1.7 Formas de contratación**

El personal de la hostería será contratado mediante el régimen laboral de código de trabajo, aplicando como indica la normativa de tres meses a prueba, quedando a discreción del empleador la contratación o no del postulante por el período de un año sometiéndose a renovación de contrato anual si el aspirante cumple con las expectativas del empleador durante su período de prueba.

### **1.8 Gobierno Corporativo**

El gobierno corporativo de la hostería velará que las decisiones sean tomadas de forma unánime y bajo la premisa de generar el beneficio ganar-ganar tanto para la organización como para los involucrados en el sistema de funcionamiento de la misma. Por lo tanto se realizarán reuniones semanales con los principales jefes de cada área con la finalidad de conocer sobre las novedades del negocio para tomar las decisiones estratégicas pertinentes. Por otro lado la organización velará por la aplicación de todos los derechos económicos y no económicos de los que son objeto los trabajadores bajo relación de dependencia amparados por el Código de Trabajo.

Entre otras de las normativas que se incluyen en el gobierno corporativo se incluyen:

1. La atención rápida y eficiente a los accionistas, acreedores, proveedores y clientes de la hostería.
2. La preservación del medio ambiente tanto en el contexto local como el de las zonas que se visite con el grupo de turistas.
3. La retribución a la sociedad mediante la responsabilidad social de la organización por medio de cursos y seminarios para el involucramiento de la sociedad con su medio ambiente.
4. Seguimiento de lo establecido en el Reglamento para la operación turística de aventura acerca de los planes de mitigación de riesgos.

## **1.9 Visión Estratégica**

### **1.9.1 Misión**

Ofertar un servicio de alojamiento en el cantón Pasaje para fomentar el turismo en los amantes de deportes extremos o de aventura en espacios abiertos.

### **1.9.2 Visión**

Para el año 2020 ser reconocidos como una marca líder en hospedaje de turistas que son aficionados a deportes al aire libre y que gustan de estar en contacto con la naturaleza a nivel nacional e internacional.

### **1.9.3 Objetivos**

1. Consolidarse como hostería de deportes de aventura en la región Litoral para el año 2015.
2. Ofertar rutas y espacios turísticos que permitan bajo altos estándares de calidad hacer conocer al Ecuador por su riqueza en flora y fauna.



3. Operar al 80% de la capacidad de la hostería al primer año de lanzamiento del negocio en temporadas altas y bajas.
4. Incidir en la práctica de deportes de aventura o extremos en el turista ecuatoriano para mejorar la calidad y estilo de vida de la ciudadanía en general.

#### **1.9.4 Principios y Valores**

La empresa debe basarse en una serie de principios y valores, aspectos fundamentales para lograr la eficiencia y el prestigio empresarial.

#### **Principios**

##### **Responsabilidad**

Se cumplirá con todos los contratos con los clientes; es decir, precios, higiene, promociones, políticas de cobro, cantidad de producto, etc. para de esta manera obtener la confianza y fidelidad por parte de ellos.

##### **Puntualidad**

Rapidez y eficacia en la distribución del producto a los clientes. Por lo cual, se debe tener una gestión de inventario y un buen canal de distribución para acrecentar sus niveles de satisfacción.

##### **Innovación**

Permite renovar la estructura y adjuntar eficiencia, lo que genera que el producto que se ofrece sea de mejor calidad con el pasar del tiempo y además que cumpla con las expectativas del mercado.

## **Calidad**

La capacitación continua al personal que trabajará en la línea de producción de la empresa y un excelente servicio al cliente, generan la calidad de la empresa.

## **Valores corporativos**

### **Responsabilidad**

Se debe cumplir con las obligaciones y deberes a fin de conseguir la superación, progreso y realización de los objetivos sugeridos.

### **Lealtad**

Compromiso y fidelidad por parte del personal para con la empresa y para con los clientes.

### **Respeto**

Ambiente cómodo y de compañerismo empresarial enfocándose en el desarrollo de la empresa.

### **Liderazgo**

Motivar al personal y orientarlos hacia la excelencia mediante la respuesta eficiente a problemas de trabajo y guiar al trabajo en equipo.

### **Servicio**

Ofrecer un servicio de calidad en todo aspecto; tanto dentro de la empresa como con aquellos interesados en el producto.

## CAPÍTULO II

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 Análisis de la industria turística en el Ecuador

##### 2.1.1 Demanda turística del Ecuador

**Tabla No. 1 Llegada de turistas internacionales (en millones de personas)**

Región	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2013 (%)	Var (%) '13/'12
Mundo	677	807	949	995	1.035	1.087	100,0	5,0
Economías avanzadas <sup>1</sup>	420	459	506	531	551	580	53,4	5,2
Economías emergentes <sup>1</sup>	256	348	442	464	484	507	46,6	4,8
Por regiones de la OMT:								
Europa	388,0	448,9	484,9	516,1	533,9	562,8	51,8	5,4
Europa del Norte	46,4	60,4	62,8	64,5	65,6	68,3	6,3	4,1
Europa Occidental	139,7	141,7	154,4	161,5	166,7	173,6	16,0	4,2
Eur. Central/Oriental	69,3	90,4	94,5	103,2	111,2	118,8	10,9	6,9
Eur. Meridional/Medit.	132,6	156,4	173,3	186,9	190,4	202,0	18,6	6,1
-de los cuales UE-28	332,1	363,8	38,1	401,3	411,4	430,3	39,6	4,6
Asia y el Pacífico	110,1	153,6	205,1	218,6	233,6	247,7	22,8	6,0
Asia del Nordeste	58,3	85,9	111,5	115,8	122,8	127,1	11,7	3,6
Asia del Sudeste	36,1	48,5	70,0	77,5	84,2	92,7	8,5	10,0
Oceanía	9,6	11,0	11,6	11,7	12,1	12,7	1,2	4,4
Asia Meridional	6,1	8,1	12,0	13,7	14,4	15,2	1,4	5,3
Américas	128,2	133,3	150,6	156,0	163,0	168,9	15,5	3,6
América del Norte	91,5	89,9	99,5	102,1	106,7	111,4	10,2	4,3
El Caribe	17,1	18,8	19,5	20,1	20,7	20,9	1,9	1,0
América Central	4,3	6,3	7,9	8,3	8,9	9,2	0,8	4,2
América del Sur	15,3	18,3	23,6	25,5	26,7	27,4	2,5	2,4
África	26,2	34,8	49,9	49,7	53,1	56,1	5,2	5,6
África del Norte	10,2	13,9	18,8	17,1	18,5	19,6	1,8	6,2
África Subsahariana	16,0	20,9	31,2	32,6	34,7	36,5	3,4	5,2
Oriente Medio	24,1	36,3	58,2	54,7	51,8	51,9	4,8	0,3

Fuente y Elaboración: Organización Mundial de Turismo, basado en reportes del Fondo Monetario Internacional (FMI)

Según datos de la Organización Mundial de Turismo al Ecuador llegaron en el año 2013 más de 1 millón de turistas internacionales, de los cuales se destaca que el 53% proviene de economías avanzadas y el 47% restante de economías emergentes. Otro dato relevante de esta movilización de turistas internacionales al Ecuador resalta que el 51% de los turistas provienen en su gran mayoría de Europa seguido de un 22% de Asia y del Pacífico.

Conforme a las llegadas por Jefatura de migración se tiene que la provincia de El Oro se ubica en la cuarta preferencia de movilización de turistas dentro del Ecuador, seguido por las provincias de Pichincha, Guayas y Carchi.

**Tabla No. 2 Llegadas por Jefatura de Migración**

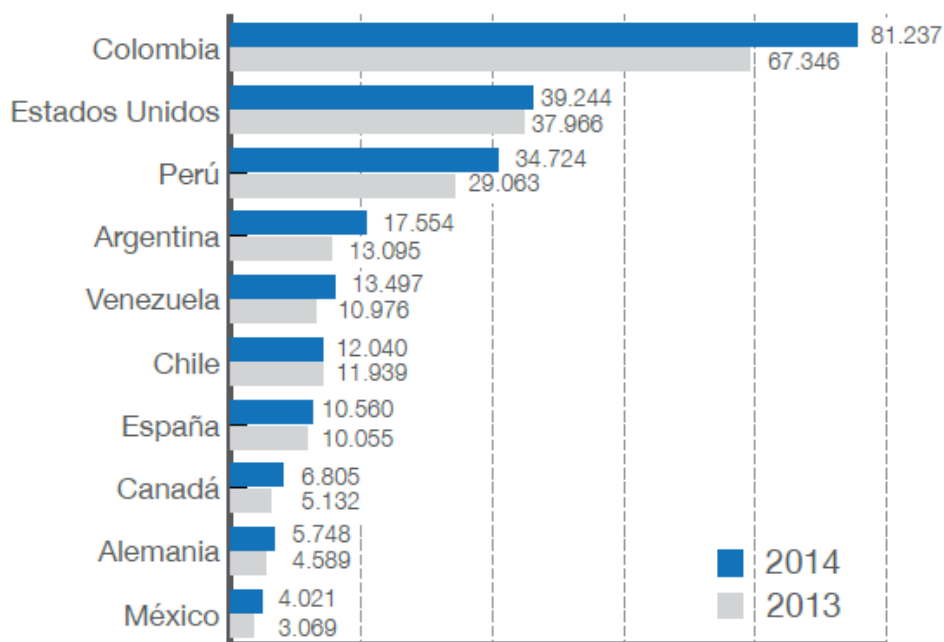
Jefatura	enero		febrero		enero - febrero	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	48.061	53.670	43.488	52.796	91.549	106.466
Guayas	27.662	30.578	26.403	29.079	54.065	59.657
Carchi	31.801	39.657	13.042	16.816	44.843	56.473
El Oro	18.359	19.840	17.836	20.433	36.195	40.273
Loja	1.208	1.268	1.097	1.356	2.305	2.624
Otras jefaturas	3.751	7.563	1.902	4.104	5.653	11.667
<b>Total</b>	<b>130.842</b>	<b>152.576</b>	<b>103.768</b>	<b>124.584</b>	<b>234.610</b>	<b>277.160</b>

Fuente y Elaboración: Organización Mundial de Turismo, basado en reportes del Fondo Monetario Internacional (FMI)

### 2.1.2 Emisores del turismo hacia Ecuador

En el contexto continental se tiene que los turistas que visitan al Ecuador provienen de Colombia en primer lugar, seguido de Estados Unidos, Perú y Argentina.

**Gráfico No. 2 Principales mercados turísticos al Ecuador**



Fuente: Dirección Nacional de Migración

Elaboración: Ministerio de Turismo (2014)

### 2.1.3 Ingreso de Divisas por turismo en el Ecuador

Gracias al despliegue de campañas publicitarias a nivel mundial del gobierno sobre el Ecuador como potencia turística se ha logrado cambiar la historia petrolera del Ecuador y actualmente el turismo del Ecuador como industria se ubica en cuarto lugar de bienes y servicios generados de divisas para el Ecuador seguido de commodities por los cuales el Ecuador es reconocido mundialmente por el banano, el camarón y productos semi-elaborados de petróleo.

## Figura No. 18 Posición de la industria turística con respecto a bienes y servicios ofertados en el Ecuador

(en millones USD)



Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo (2014)

Respecto a la balanza turística anual presentada por los informes elaborados por el Ministerio de Turismo se puede visualizar el incremento de los ingresos de la balanza solo por en el sector turísticos en porcentajes que van del 15% al 20% de variación en cada uno de los años del 2008 al 2012.

**Tabla No. 3 Balanza Turística Anual**

Año	Ingresos	Var. %	Egresos	Var. %
2012	1.038,7	22,2	943,6	2,9
2011	849,7	8,0	916,6	6,2
2010	786,5	16,7	863,4	7,1
2009	674,2	-9,5	806,1	2,1
2008	745,2	-	789,4	-

Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo (2014)

## **2.2 Análisis PEST**

El análisis PEST del Ecuador permite obtener una visión macro de los aspectos políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos que inciden en el comportamiento de la economía y del consumidor al cual se establece como objetivo.

### **2.2.1 Aspectos políticos y legales**

El Plan Nacional del Buen Vivir y el Plan Nacional de Turismo enfatizan en el mejoramiento de la infraestructura, logística y servicios ofertados en la industria turística potencializando al Ecuador como destino turístico internacional con estándares de calidad internacional.

#### **2.2.1.1 Ley de Protección Ambiental**

En temas de turismo sustentable existen diferentes mecanismos que han sido establecidos en la Constitución de la República y en leyes para procurar las responsabilidades y obligaciones de los diferentes involucrados en actividades turísticas respecto a su impacto en la naturaleza, flora y fauna, estableciendo los controles y señalamientos que deben acatarse antes, durante y después de las diferentes actividades relacionadas a este tema.

Específicamente en la ley de protección ambiental se encuentran determinadas las políticas de desarrollo sustentable y los temas de evaluación de impacto ambiental para la determinación de los planes de contingencia pertinentes.

#### **2.2.1.2 Ley de Promoción de la actividad turística**

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones establece la dinamización económica y productiva de las Zonas Especiales de Desarrollo (ZEDES) con la finalidad de mejorar zonas

deprimidas con gran potencialidad de desarrollo. Entre algunos de los incentivos que se mencionan en esta ley se detallan la exoneración de hasta el 100% del pago del impuesto a la renta, exoneración en el pago del impuesto a la salida de divisas, deducción del impuesto a la renta y subsidios económicos con fines ambientales.

## 2.2.2 Aspectos Económicos

El aspecto económico se lo evalúa por medio de los indicadores económicos los cuales reflejan la realidad económica actual. Se evalúa los indicadores macroeconómicos como: el Producto Interno Bruto (PIB), la inflación y las tasas de interés activas.

### 2.2.2.1 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB mide el valor del mercado de todos los bienes y servicios finales que produce un país durante un año dentro del país, al año 2011 fue de \$67.426.682 miles. La industria manufacturera sin incluir la refinación de petróleo representó el 13.99% del PIB en el año 2011, y ha crecido a un 10% promedio anual, inferior al 14% de crecimiento promedio que presenta el PIB desde el 2007 al 2011.

**Tabla No. 4 Producto Interno Bruto**

	Años				
	2007	2008	2009	2010	2011
<b>PIB(Miles)</b>	\$ 45.503.563	\$ 54.208.524	\$ 52.021.861	\$ 57.978.116	\$ 67.002.768
<b>Crecimiento%</b>		19%	-4%	11%	16%

Fuente y Elaboración: Banco Central del Ecuador (2014)

El crecimiento del PIB en los últimos cinco años demuestra que en el 2009 hubo una reducción significativa, sin embargo se repone los siguientes años 2010 y 2011 con una tasa de crecimiento promedio de 13%.



**Tabla No. 5 Producto Interno Bruto**

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA  
Miles de dólares

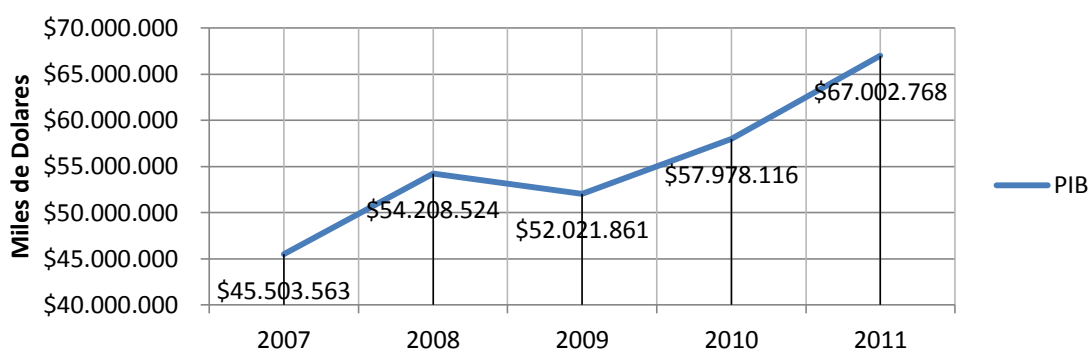
Ramas de actividad CIU CN \ Años	2011	2012	2013
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	3.824.255	4.191.269	4.484.237
Explotación de minas y canteras	9.528.853	12.335.022	12.140.088
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	5.406.723	6.052.482	6.769.177
Carnes y pescado elaborado	1.358.317	1.479.149	1.617.005
Cereales y panadería	241.495	254.387	284.993
Elaboración de azúcar	182.887	219.139	229.548
Productos alimenticios diversos	578.367	621.142	717.568
Elaboración de bebidas	333.451	391.683	493.808
Elaboración de productos de tabaco	38.083	33.858	35.720
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	663.783	721.559	809.900
Producción de madera y fabricación de productos de madera	565.955	645.967	716.426
Papel y productos de papel	298.645	324.312	346.023
Fabricación de productos químicos, caucho y plástico	395.242	466.571	528.484
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	446.164	527.986	578.285
Fabricación de maquinaria y equipo	286.027	346.927	389.169
Industrias manufactureras	18.307	19.802	22.248
Suministro de electricidad y agua	460.439	525.196	581.628
Construcción y obras públicas	5.973.023	7.515.118	8.412.152
Comercio al por mayor y al por menor	6.837.083	7.728.205	8.453.870
Trasporte y almacenamiento	3.583.472	3.978.753	4.433.464
Servicios de Intermediación financiera	1.618.474	1.834.166	2.010.334
Otros servicios	16.058.728	18.150.268	20.242.414
Servicios gubernamentales	3.118.073	3.293.283	3.672.429
Servicio doméstico	72.858	74.019	78.460
Serie de intermediación financiera medidos indirectamente	-1.625.575	-1.865.314	-2.075.054
Otros elementos del PIB	3.121.710	3.614.216	4.028.730
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>57.978.116</b>	<b>67.426.682</b>	<b>73.231.929</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Banco Central del Ecuador

El PIB creció desde la cifra de \$45.503.563 miles en el 2007 a \$67.002.768 miles, lo que representa un 46% de crecimiento en los últimos cinco años. Por lo cual se puede decir que la economía del país ha presentado un buen crecimiento.

**Gráfico No. 3 Producto Interno Bruto PIB**



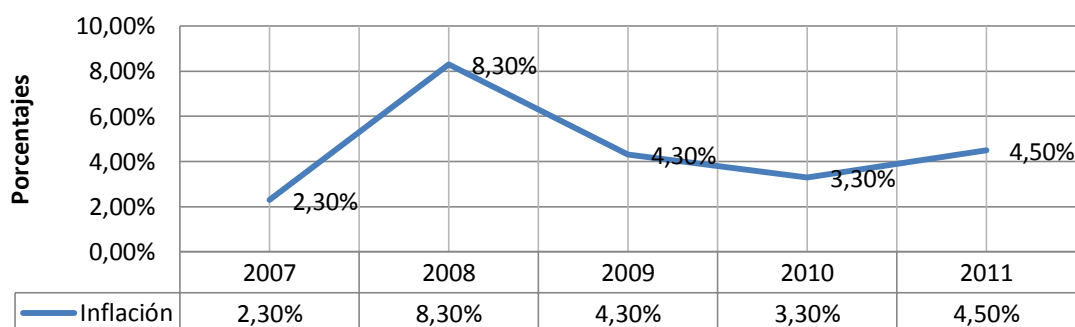
Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Banco Central del Ecuador

### 2.2.2.2 Índice de Inflación

La inflación acumulado del 2007 al 2011 muestra en promedio un incremento con una tendencia positiva de crecimiento en el último año de un 37%. El período que presentó un mayor incremento fue en el 2008 con 8,30 puntos pero al último periodo se presenta 4,5 puntos. En el 2011 - 2012 generalmente la inflación tiene un promedio de 4,85% mensual.

**Gráfico No. 4 Variación de Inflación 2007 - 2011**



Elaborado por: Indexmundi

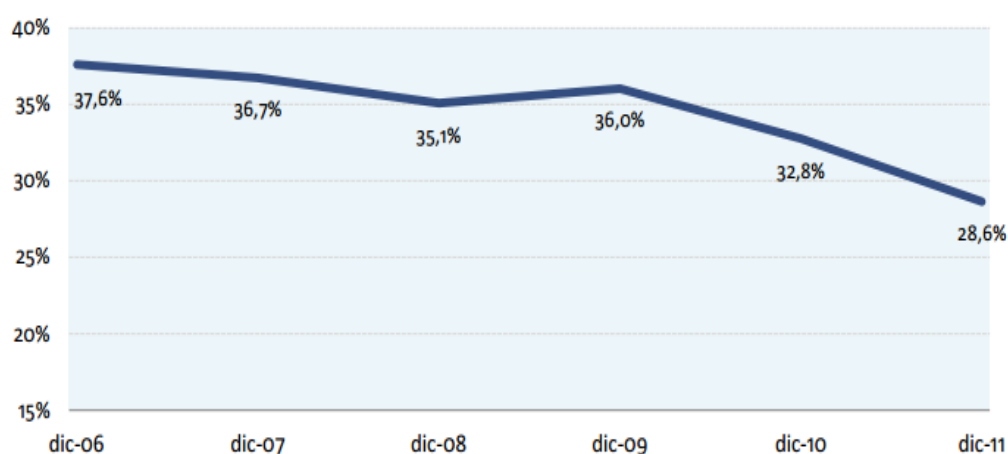
Fuente: Banco Central del Ecuador

## 2.2.3 Aspectos Sociales

### 2.2.3.1 Índice de Pobreza

En el gráfico que se muestra a continuación se evidencia que la pobreza desde los años 2006 ha venido decreciendo desde un 37.6% hasta llegar al año 2011 al 28.6%, datos que se pueden explicar gracias a las reformas en la leyes de contratación y el pago de sueldos y salarios establecidos por el gobierno de turno.

**Gráfico No. 5 Incidencia de la pobreza por ingreso a nivel nacional**



Fuente: Encuesta nacional de empleo, desempleo, subempleo urbano (ENEMDU)

Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2013)

### 2.2.3.2 Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

El ICC muestra una tendencia creciente, mide la reacción general del consumidor al mercado y tiene una fuerte relación a la situación financiera personal. Las personas se sienten más seguras cuando hay una estabilidad de los precios y demás variables económicas que afectan al poder adquisitivo.

**Tabla No. 6 Organizaciones privadas con fines de lucro Ecuador**

Clasificación CIU4	Tipo de establecimiento			Total
	Único	Matriz	Sucursal	
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	126	27	33	186
Explotación de minas y canteras.	12	1	4	17
Industrias manufactureras.	8703	255	392	9350
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	33	2	6	41
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	33	4	17	54
Construcción.	269	13	28	310
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	62626	1292	3647	6756
Transporte y almacenamiento.	719	71	379	1169
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	10858	148	543	1154
Información y comunicación.	3998	70	185	4253
Actividades financieras y de seguros.	132	49	309	490
Actividades inmobiliarias.	395	22	64	481
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	1940	47	148	2135
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	914	68	146	1128
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	400	1	112	513
Enseñanza.	2767	73	295	3135
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	3215	90	361	3666
Artes, entretenimiento y recreación.	1183	23	116	1322
Otras actividades de servicios.	9063	158	856	1007
Actividades de Organizaciones y Órganos Extraterritoriales.	3	1	2	6
<b>TOTAL</b>	<b>107389</b>	<b>2415</b>	<b>7643</b>	<b>1174</b>

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

## 2.2.4 Aspectos Tecnológicos

### 2.2.4.1 Desarrollo Tecnológico del País

La tecnología tiene relación al campo de inversión en investigación, desarrollo y adaptabilidad de las tecnologías de información y comunicación, lo cual está ligado directamente a la competitividad con los demás países.

El gobierno a través del SENESCYT financia proyectos de investigación científica e innovación tecnológica de impacto nacional, es decir que se promueve la transferencia tecnológica nacional. La emisión

de documentos electrónicos, comprobantes electrónicos y firmas digitales en instituciones públicas y privadas manifiesta una tendencia positiva en la adaptación de tecnologías de información y desarrollo.

La implementación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) junto al internet ha incrementado en los últimos años, el mayor crecimiento se presencia en los hogares lo cual contrasta el incremento en organizaciones privadas o instituciones educativas.

**Tabla No. 7 Frecuencia de uso de TICs e internet, Ecuador**

Frecuencia de uso de Internet

Sector	Gobierno			Privado		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Año						
Hogar	27,4%	33,3%	45,8%	21,1%	28,6%	37,8%
Trabajo	42,1%	39,8%	31,2%	32,1%	30,4%	28,5%
Institución educativa	6,5%	4,9%	3,2%	9,8%	6,8%	5,5%
Centros de acceso público	23,2%	21,3%	19,4%	36,2%	33,3%	26,8%

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

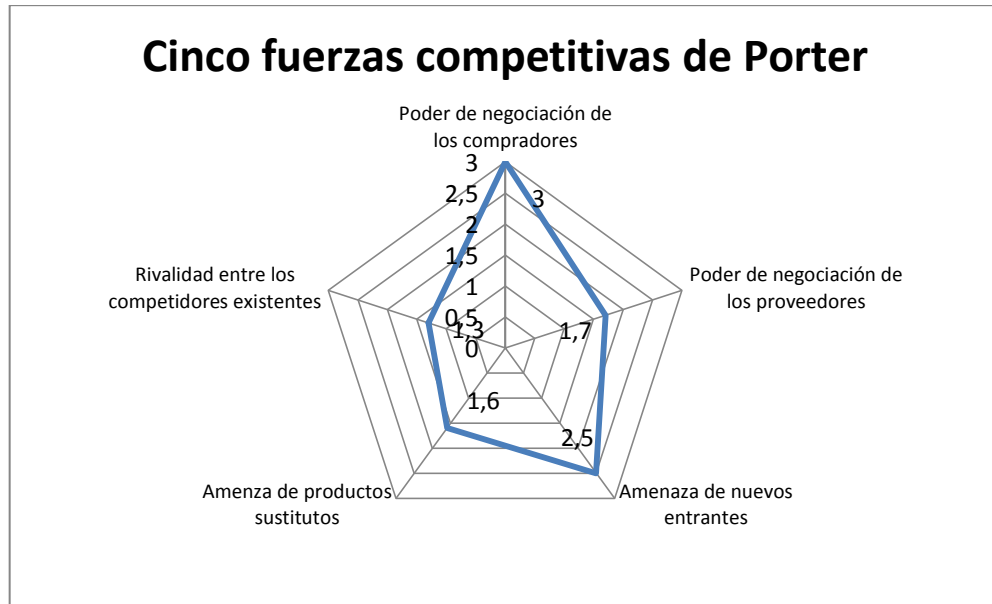
### 2.3 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

De acuerdo al estudio de mercado que se realizó en el Cantón Pasaje de las Nieves y del estudio de percepción aplicado a los involucrados en la zona, es decir a operadores turísticos, turistas y profesionales del sector se obtuvo que la industria turística en esta zona no cuenta con alto poder de negociación de compradores ni de proveedores, por la facilidad en el establecimiento de un local de hospedaje en la zona se puede contar con productos sustitutos sin embargo los servicios ofertados raramente son especializados en este sector como el que se presenta en este proyecto.

En el gráfico a continuación se muestra el estudio de percepción de la industria en la escala del 1 al 5 donde se especifican las siguientes escalas poder de negociación de proveedores 1,7, poder de negociación

de los compradores 3, rivalidad entre los competidores existentes 1,3, amenaza de productos sustitutos 1,6 y amenaza de nuevos entrantes 2,5.

**Gráfico No. 6 Cinco Fuerza Competitivas de Porter**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

## 2.4 Análisis del Mercado

### 2.4.1 Cálculo de la Muestra

El tamaño óptimo de la muestra de la población se determina por la fórmula para el cálculo de muestras de poblaciones infinitas:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

## **Población**

La población a encuestar consiste en los turistas que actualmente visitan el cantón Pasaje por lo cual este número de turistas no se ha podido determinar de manera exacta por este motivo se considera que la población es infinita.

## **Nivel de confianza n/c**

De acuerdo al tamaño de la población, se aplica un 95% de confianza.

## **Proporción y fracaso**

La proporción se establece en 0.50 al igual que el nivel de fracaso a un 0,50. Permite obtener una mejor muestra poblacional.

## **Error e**

Es el máximo error permisible que se permite en la investigación. Se estable en un 5%.

## **Valor z**

Al 95% de nivel de confianza el valor de z es de 1.96.

## **Cálculo:**

*Nivel de confianza*  $z=1.96$

*Probabilidad*  $p=0.50$

*Fracaso*  $q= (1-p)=0,50$

*Error de muestra*  $e=0.05$

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = 400$$

## 2.4.2 Tabulación de los Resultados

### Edad de los turistas

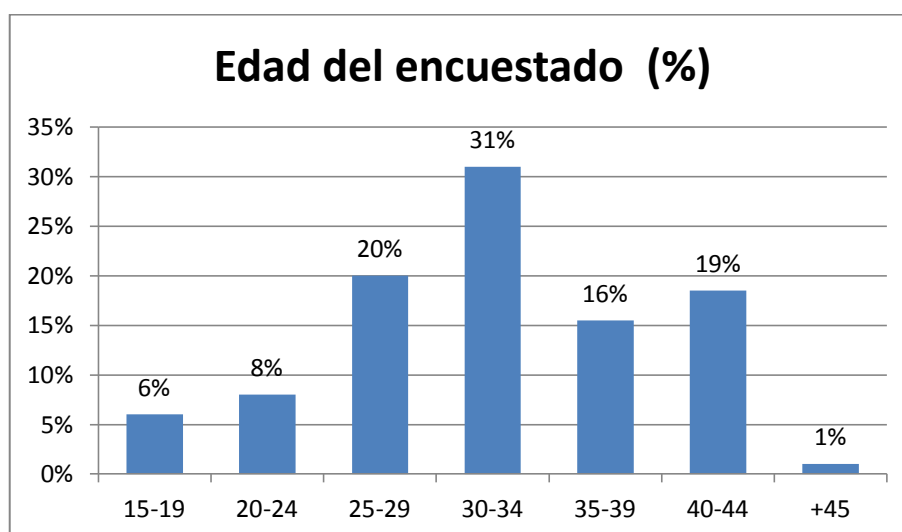
Según la encuesta realizada a los turistas del Cantón Pasaje se obtuvo que las edades de los turistas oscilan en 31% los de 30-34 años y 20% de 25 a 29 años. La población económicamente activa representa más del 60% de los encuestados en este estudio por lo tanto se infiere que gran parte de los turistas cuentan con recursos suficientes para sus actividades de distracción y entretenimiento en actividades turísticas.

**Tabla No. 8 Edad de los encuestados**

Edad	Frecuencia	F. Relativa
15-19	24	6%
20-24	32	8%
25-29	80	20%
30-34	124	31%
35-39	62	16%
40-44	74	19%
+45	4	1%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas  
Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 7 Edad de los encuestados**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas  
Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.



## Sexo de los turistas

Los turistas que acuden a la Provincia de El Oro son 67% hombres y 33% mujeres por lo cual se vislumbra que los deportes extremos que requieren de mayor potencial físico estarían enfocados perfectamente al segmento masculino.

**Tabla No. 9 Sexo de los turistas**

Sexo	Frecuencia	F. Relativa
Hombre	267	67%
Mujer	133	33%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

## Lugar de Procedencia

El 31% de los encuestados mencionó ser del propio Cantón Pasaje es decir realizan turismo interno, 22% de Machala, 17% de Santa Rosa y un 14% de Guayaquil. Se pudo notar a su vez que en el momento de la realización de la encuesta no se contó con extranjeros que puedan contar su experiencia sobre el turismo en la provincia de El Oro.

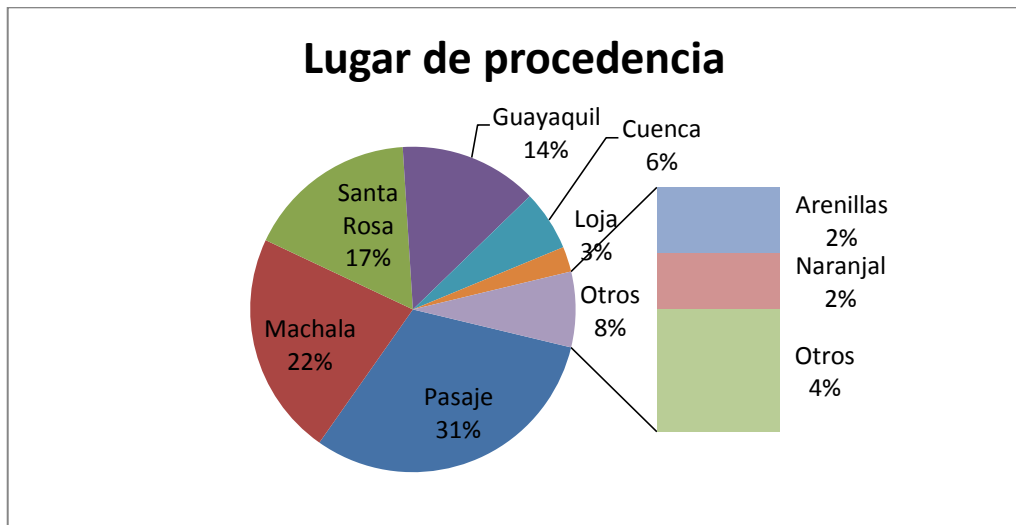
**Tabla No. 10 Procedencia de los turistas**

Lugar procedencia	Frecuencia	F. Relativa
Pasaje	124	31%
Machala	89	22%
Santa Rosa	68	17%
Guayaquil	55	14%
Cuenca	24	6%
Loja	10	3%
Arenillas	8	2%
Naranjal	7	2%
Otros	15	4%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 8 Procedencia de los turistas**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### Profesión de los Encuestados

Un tercio de los encuestados afirmó ser egresados o profesionales en áreas de ciencias económicas y administrativas mientras un 30% serían ingenieros.

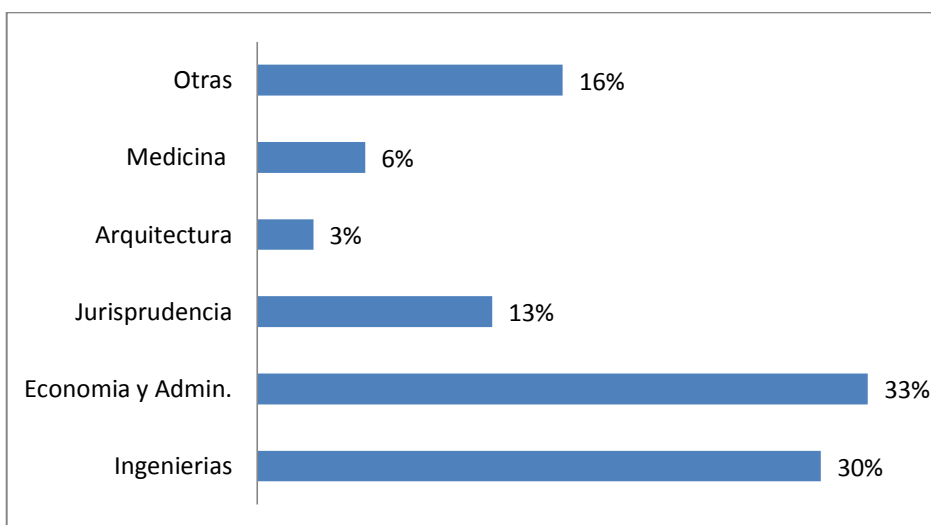
**Tabla No. 11 Profesión de los encuestados**

Profesión	Frecuencia	F. Relativa
Ingenierías	120	30%
Economía y Admón.	130	33%
Jurisprudencia	50	13%
Arquitectura	12	3%
Medicina	23	6%
Otras	65	16%
<b>Total</b>	<b>400</b>	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 9 Profesión de los encuestados**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### **Realiza deportes extremos**

El 39% de los encuestados manifestó practicar deportes extremos mientras el restante 61% indicó que no lo hacía por no gustar de este tipo de deportes o falta de experiencia.

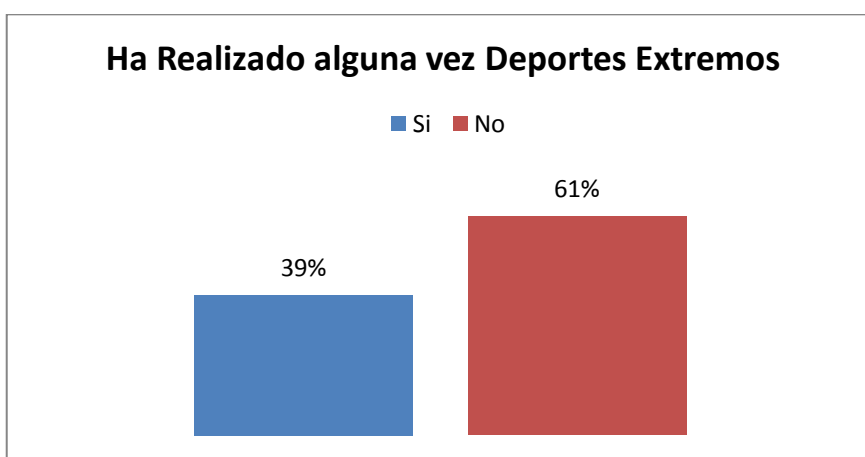
**Tabla No. 12 Realización de deportes extremos**

Deportes Extremos	Frecuencia	F. Relativa
Si	156	39%
No	244	61%
<b>Total</b>	400	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 10 Realización de deportes extremos**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### Tipo de deporte extremo practicado

De los encuestados que afirmaron practicar un deporte extremo se obtuvo que 36% practican ciclismo de montaña, 22% escalada y 16% rafting.

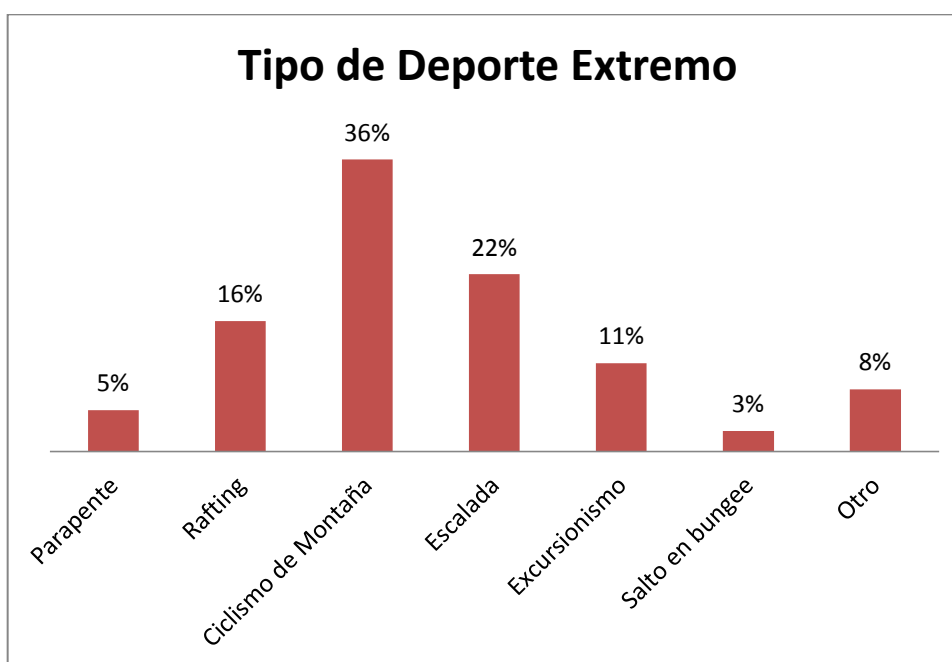
**Tabla No. 13 Deportes extremos practicados**

Tipo de Deporte Extremo	Frecuencia	F. Relativa
Parapente	8	5%
Rafting	25	16%
Ciclismo de Montaña	56	36%
Escalada	34	22%
Excursionismo	17	11%
Salto en bungee	4	3%
Otro	12	8%
<b>Total</b>	<b>156</b>	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 11 Deportes extremos practicados**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### Frecuencia de práctica de deportes extremo

28% indicaron practicar al menos una vez al año, 23% aprovechaban los feriados para acudir a sus destinos favoritos de práctica y 22% lo hacían una vez al mes.

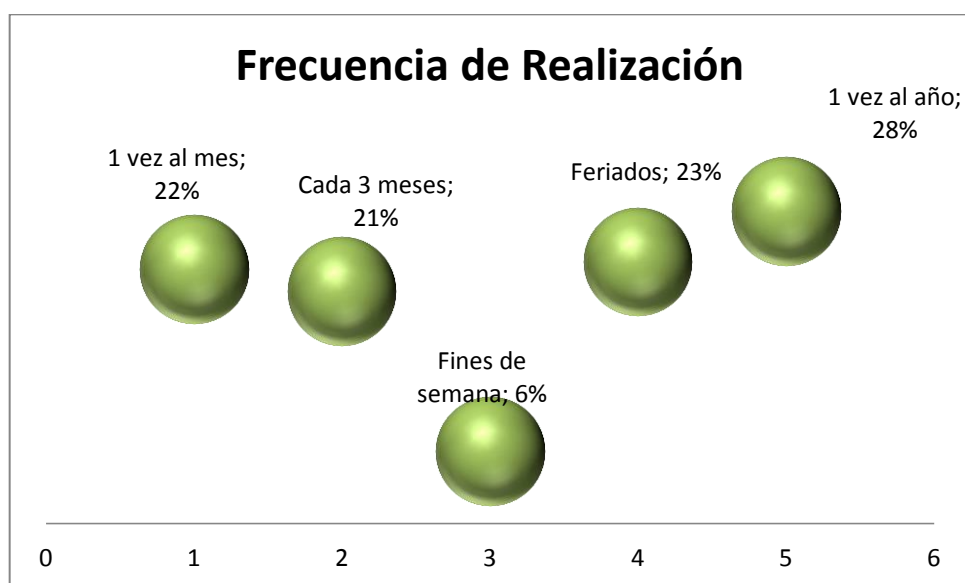
**Tabla No. 14 Frecuencia de deportes extremos**

Frecuencia	Frecuencia	F. Relativa
1 vez al mes	35	22%
Cada 3 meses	32	21%
Fines de semana	10	6%
Feriados	36	23%
1 vez al año	43	28%
<b>Total</b>	156	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 12 Frecuencia de deportes extremos**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### Búsqueda de deportes extremos

El 30% de los encuestados indicó que encontraban sus lugares de práctica en internet por comentarios o blogs personales de otros turistas, 21% recibían recomendaciones de amigos y familiares y 18% buscó en periódicos de incidencia local.

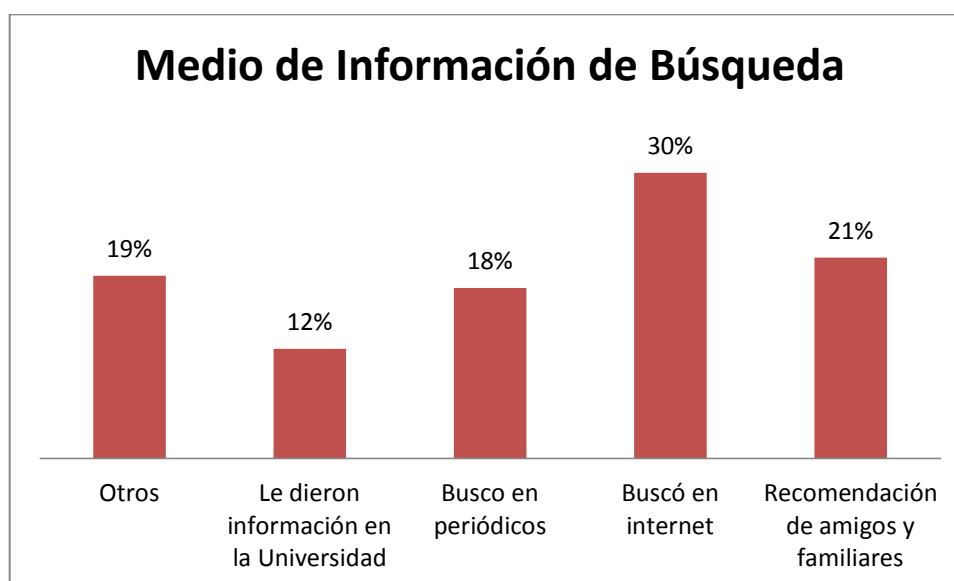
**Tabla No. 15 Información sobre deportes extremos**

Búsqueda deportes extremos	Frecuencia	F. Relativa
Recomendación de amigos y familiares	33	21%
Buscó en internet	47	30%
Buscó en periódicos	28	18%
Le dieron información en la Universidad	18	12%
Otros	30	19%
<b>Total</b>	<b>156</b>	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 13 Medios de información sobre deportes extremos**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### **Disposición para visitar una hostería de deportes extremos**

De los encuestados que practicaban deportes extremos el 87% manifestó que si acudirían a una hostería enfocada en senderos y deportes extremos para todo tipo de edades.

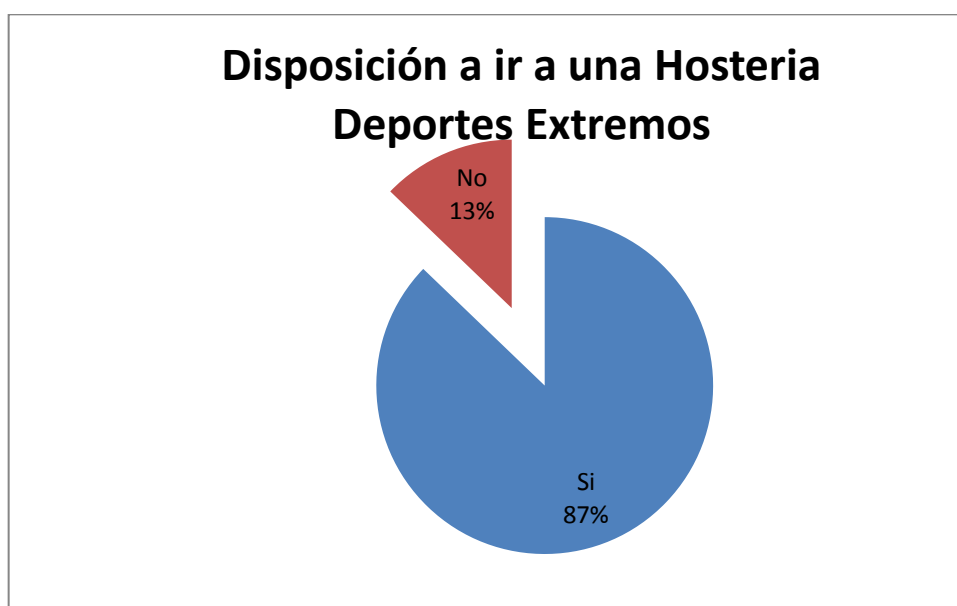
**Tabla No. 16 Disposición para visitar hostería**

Disposición	Frecuencia	F. Relativa
Si	136	87%
No	20	13%
<b>Total</b>	<b>156</b>	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 14 Disposición para visitar la hostería**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### **Componentes que actúan como factores de selección de la hostería**

El factor de precios asequibles vuelve al servicio o producto más atractivo entre el consumidor objetivo, 29% refirió el trato o el servicio al cliente y 22% la infraestructura del lugar.

**Tabla No. 17 Factores para selección de la hostería**

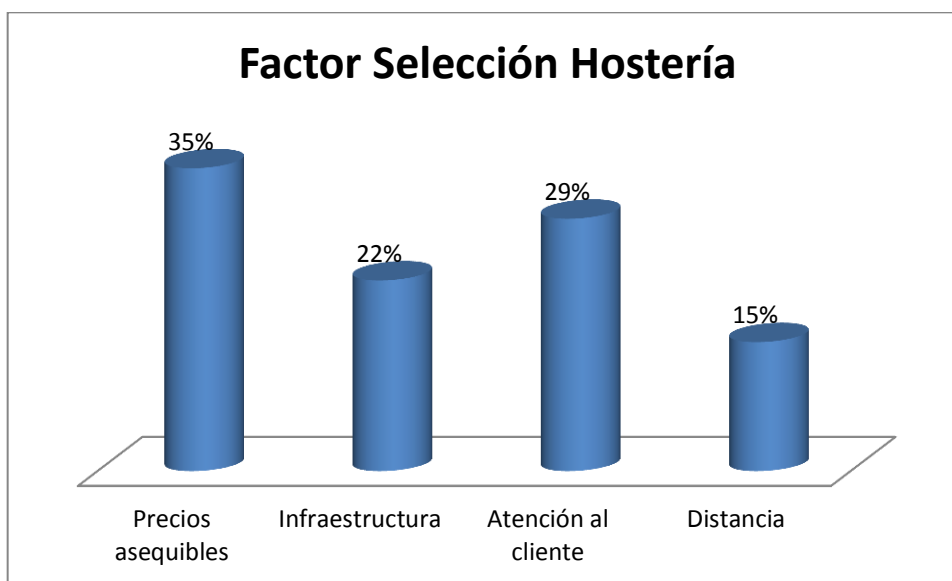
<b>Factor</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F. Relativa</b>
Precios asequibles	54	35%
Infraestructura	34	22%
Atención al cliente	45	29%
Distancia	23	15%
<b>Total</b>	156	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.



**Gráfico No. 15 Factores para selección de la hostería**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### Disposición de valores a pagar

30% indicaron que estarían dispuestos a cancelar entre US\$ 100 y US\$ 200 por un fin de semana de deportes extremos, 25% menos de US\$ 100 y 22% entre US \$ 200 y \$400 por un fin de semana.

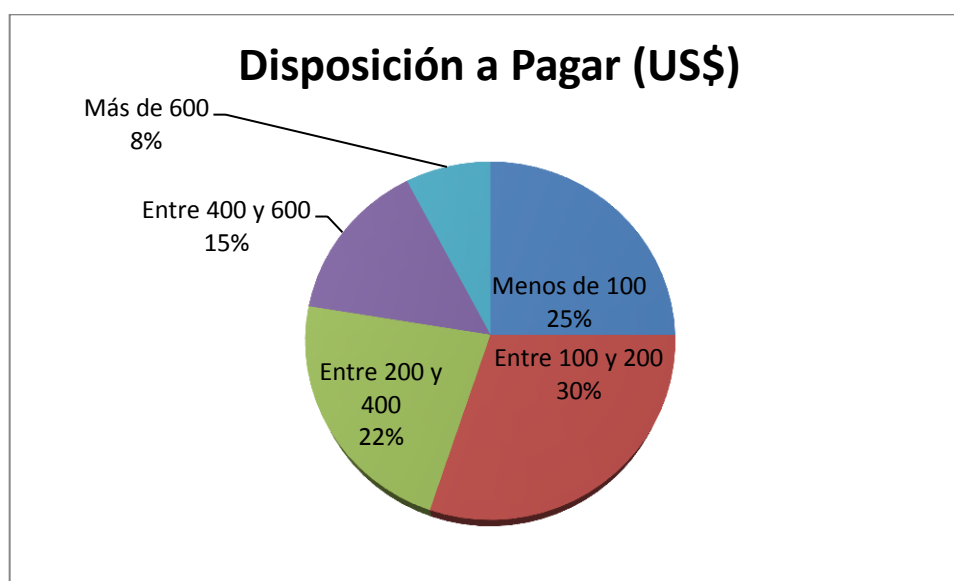
**Tabla No. 18 Disposición de valores a pagar**

Disposición a Pagar	Frecuencia	F. Relativa
Menos de 100	39	25%
Entre 100 y 200	47	30%
Entre 200 y 400	35	22%
Entre 400 y 600	23	15%
Más de 600	12	8%
<b>Total</b>	156	

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

**Gráfico No. 16 Disposición de valores a pagar**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

### **2.4.3 Conclusión del estudio de mercado**

La edad de los turistas está comprendida entre los 25 y 39 años de edad siendo a su vez la población económicamente activa la que disfruta de actividades turísticas en la provincia de El Oro.

Los turistas están comprendidos en mayor medida por hombres provenientes del cantón Pasaje, Machala, Santa Rosa o Guayaquil. En el estudio se encontró que los turistas son profesionales en un 70%, sin embargo no realizan deportes extremos, sólo un 40% indicó realizarlos por lo tanto la campaña de marketing que se presentará en el capítulo del plan de marketing permitirá promover los deportes extremos entre los turistas actuales e incentivar a nuevos usuarios sobre el servicio.

Los turistas que actualmente realizan deportes extremos se centran en actividades de ciclismo y se enteran por lo general de estas jornadas por medios publicitarios como el internet, realizan esta actividad de forma muy esporádica entre una y dos veces por año y estarían dispuestos a

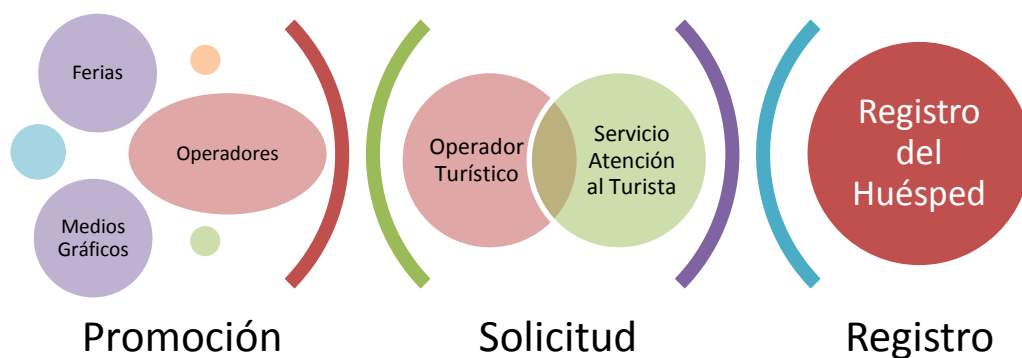
hospedarse en una hostería que incluya en sus recorridos una experiencia de 100% de deportes de aventura al aire libre. Consideran que para ello la hostería debería contar con precios asequibles y un servicio al cliente inigualable por el que estarían dispuestos a pagar entre US 100 Y 200 dólares por un fin de semana de hospedaje.

## 2.5 Análisis de las preferencias de los consumidores potenciales

### 2.5.1 Flujograma del Proceso

El proceso de ingreso para hospedaje en la hostería primero se enlaza con los operadores turísticos mayoristas y minoristas quienes ofertan los paquetes en el mercado, a continuación los potenciales clientes registran su solicitud y el cliente queda registrado por la hostería según las especificaciones que haya indicado el cliente.

**Gráfico No. 17 Flujograma del proceso**



Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

## 2.6 Análisis de la Oferta

La actual oferta de servicios de hospedaje en la zona de Pasaje de las Nieves está conformada por 3 hostales, un hostel residencia, una hostería, un hotel residencia y un motel, dando como resultado un total de 7 establecimientos dedicados al hospedaje pero ninguno bajo un concepto especializado del servicio, además cuentan con un promedio de unas 20 camas y mencionan tener alrededor de 15 a 20 habitaciones disponibles.

**Tabla No. 19 Oferta de hosterías en el Cantón Pasaje**

REGISTRO	NOMBRE	SUBACTIVIDAD TURISTICA	CATEGORIA	TOTAL EMPLEADOS	MESAS	PLAZAS MESAS	CAMAS	PLAZAS CAMAS	HABITACIONES
0709500363	INTERNACIONAL	HOSTAL	SEGUNDA	4	0	0	24	36	16
0709500367	BUSTAMANTE	HOSTAL	TERCERA	2	0	0	26	33	20
0709500369	SAN LUIS	HOSTERIA	SEGUNDA	9	25	100	28	28	13
0709500833	CORONA DORADA	HOSTAL	TERCERA	3	8	32	31	31	14
0709500918	SAN MARTIN	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	4	0	0	0	0	20
0709500960	REFLEJO HOTEL	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	6	0	0	0	0	0
0709501080	BAMBU DEL RIO	MOTEL	TERCERA	4	0	0	6	12	6

Elaboración: Yeltsin Abril Vanegas

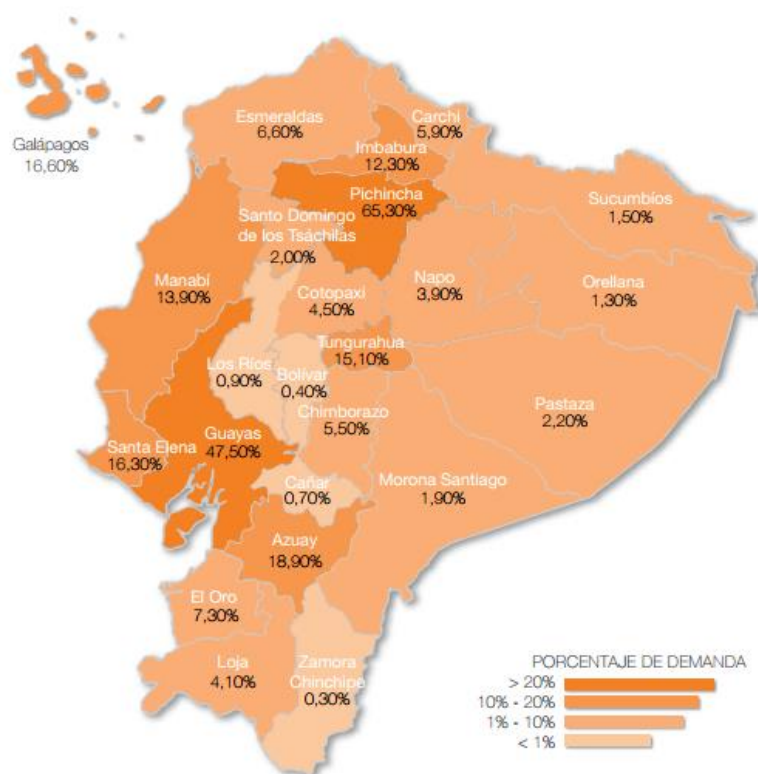
Fuente: Estudio de Mercado en el Cantón Pasaje.

## 2.7 Análisis de la Demanda

Según informes del Ministerio de Turismo la demanda de servicios turísticos por parte de extranjeros se concentra en la Provincia del Guayas y Pichincha en más de un 20% mientras que en la Provincia de El Oro apenas capta del 1 al 10% de los extranjeros que vienen al país.

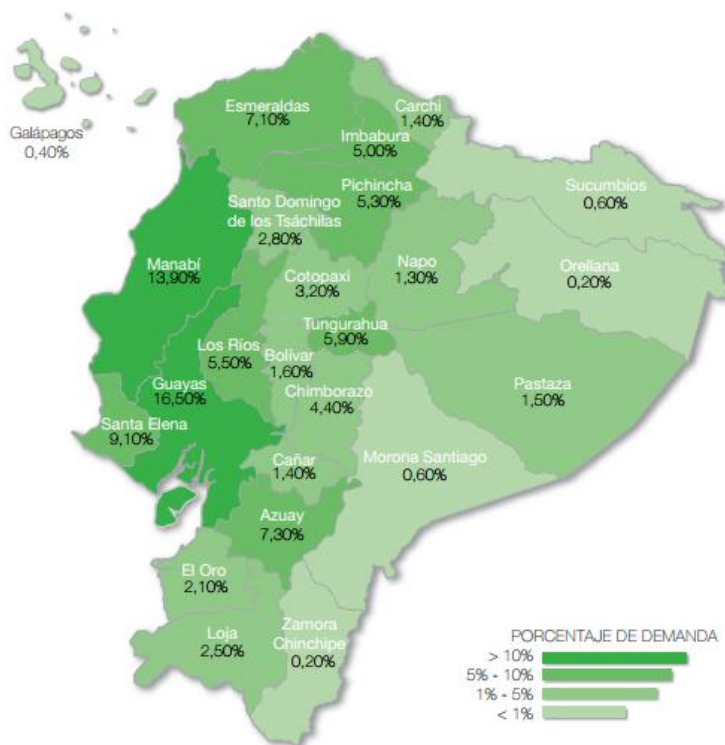
Respecto a la concentración de la demanda del turista nacional se tiene que más de un 10% se concentra en las provincias de Guayas y Manabí, mientras que en la provincia de El Oro apenas en un 5%. Con ambos datos de la demanda de extranjeros y nacionales se puede apreciar que la zona de la provincia de El Oro se encuentra en crecimiento por lo tanto la hostería aparecería como pionera de este tipo de servicios especializados en la zona de Pasaje.

**Figura No. 19 Concentración de la Demanda Extranjera**



Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo (2014)

**Figura No. 20 Concentración de la Demanda Nacional**



Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo (2014)

El factor de gasto promedio de los turistas según datos del Ministerio de Turismo del Ecuador se ha determinado que el turista nacional gasta en promedio durante su viaje US \$ 94 y pernocta alrededor de 3 noches por estadía en un hotel, a diferencia del turista extranjero que gasta en promedio US 1,000 dependiendo de la provincia del Ecuador que se encuentre visitando y sus estadías podrían llegar hasta 14 noches por zona de visita.

**Figura No. 21 Gasto promedio de turistas nacionales e internacionales**



Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo (2014)

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN DE MARKETING**

El éxito de las organizaciones depende en gran medida de la forma en que se venda el producto o servicio, siendo luego de vital importancia generar una retroalimentación con el cliente o usuario para generar los planes de mejora respectivos. El replanteamiento de las estrategias inicialmente establecidas permitirá a la organización alinearse con los objetivos y metas planteados en el corto, mediano y largo plazo.

Los planes de marketing permiten entre otros poder promover las ventas de un bien o servicio, claro está que en el caso de la hostería Calichana es necesario posicionar los valores agregados de la misma, los que fueron abordados en el capítulo 1 de este proyecto, los que versaban dentro de los temas de personalización de servicios, hospedaje confortable y seguridad del turista.

Una vez posicionados los aspectos estratégicos del negocio queda en manos de los administradores del hotel hacer que la experiencia del turista se vuelva una experiencia inolvidable para que se puede generar el factor diferenciador del boca a boca a favor de los servicios de la hostería.

En el presente capítulo se explicará los principales objetivos de plan de marketing y las diferentes estrategias a implementarse para los servicios, el precio, la plaza y la promoción.

#### **3.1 Objetivos del plan de marketing**

El plan de marketing de la Hostería Calichana comprenderá dos fases: la de introducción y de posicionamiento que se desprenderán del análisis efectuado en la matriz FODA consolidada.

### **3.1.1 Objetivo General del plan de marketing**

Posicionar a la Hostería como punto referencial en la práctica de deportes extremos en la provincia de El Oro donde se pueda entrelazar las actividades de hospedaje y práctica de turismo aventura.

### **3.1.2 Objetivos Específicos del plan de marketing**

1. Captar el 30% de la demanda actual de servicios de hospedaje hasta el quinto año de puesta en marcha.
2. Lanzar campañas publicitarias a través de los canales proveedores de servicios turísticos al por mayor.
3. Efectuar detalladamente el programa de circuitos y visitas por días y meses del año para que el turista pueda contar con una amplia gama de facilidades de deportes.
4. Preparar constantemente a todo el personal con la finalidad que puedan ofrecer un servicio de calidad y calidez todo el tiempo.

Para la consecución de los objetivos propuestos a continuación se realiza un análisis de la realidad a la que se enfrenta la hostería Calichana y la propuesta del mix de posibles estrategias a aplicarse mediante la aplicación de la matriz consolidada FODA.



### 3.2 Estrategias Matriz FODA Consolidada

Gráfico No. 18 Análisis Matriz FODA

<p style="text-align: center;"><b>MATRIZ FODA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS – F</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Negocio completamente innovador en la prestación del servicio.</li> <li>2. Precios acordes a la realidad económica del turista.</li> <li>3. Servicio ofertado de acuerdo a regulaciones establecidas por el gobierno.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES – D</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marca no reconocida en el contexto turístico.</li> <li>2. Falta de guías e instructores certificados en el propio cantón.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES – O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Riqueza de flora y fauna en la zona.</li> <li>2. Incremento de la movilidad turística tanto nacional como extranjera.</li> <li>3. Limitada existencia de alojamiento en el Cantón Pasaje.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>F-O</b></p> <p>F1-O3: Establecer estrategias de introducción del negocio entre turistas.</p> <p>F2-O2: Crear alianzas con agencias turísticas del contexto nacional e internacional.</p> <p>F3-O1: Promocionar los paseos y deportes cumpliendo las regulaciones del gobierno nacional.</p>	<p style="text-align: center;"><b>D-O</b></p> <p>D1-O2: Posicionar a la hostería por medio de redes sociales y medios publicitarios relacionados a la industria.</p>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### 3.2 Estrategias Matriz FODA Consolidada

Gráfico No. 18 Análisis Matriz FODA

<p style="text-align: center;"><b>MATRIZ FODA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS – F</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Negocio completamente innovador en la prestación del servicio.</li> <li>5. Precios acordes a la realidad económica del turista.</li> <li>6. Servicio ofertado de acuerdo a regulaciones establecidas por el gobierno.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES – D</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Marca no reconocida en el contexto turístico.</li> <li>4. Falta de guías e instructores certificados en el propio cantón.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS – A</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turista nacional no es aficionado al deporte de aventura.</li> <li>2. Nuevos requisitos mínimos para el funcionamiento de regulaciones en tema de deportes de aventura.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>F-A</b></p> <p>F1-A1: Promover la práctica de deportes de aventura y extremos con folletos en agencias turísticas. F3-A2: Estar a la vanguardia sobre las regulaciones establecidas para evitar la clausura del negocio.</p>	<p style="text-align: center;"><b>D-A</b></p> <p>D1-A1: Implementar semanas de descuento para incentivar los paseos en grupo por parte del turista nacional. D1-A1: Lanzar paquetes empresariales para atraer la demanda de servicios en el espectro corporativo.</p>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### **3.3 Estrategias de Introducción**

1. Como estrategias de introducción se trabajará directamente con los operadores turísticos al por mayor para captar primeramente la atención de turistas extranjeros quienes practican con más frecuencia deportes extremos. Los operadores turísticos seleccionados para la oferta de los servicios de la hostería Calichana serán aquellos socios activos de la Asociación Nacional de Operadores de Turismo receptivo del Ecuador.
2. También se promoverá la hostería inicialmente a través de redes sociales como Facebook y Twitter y su sitio web que contará con un blog de experiencias donde los huéspedes podrán colgar sus vivencias, fotos y videos durante su estadía
3. Se ofrecerá trípticos informativos en los principales lugares de aglomeración de personas que practican deportes extremos como gimnasios, asociaciones y clubes para dar a conocer la hostería al turista nacional.
4. Finalmente es importante patentar la marca de la hostería para evitar que la misma sea plagiada en el futuro por la competencia que se derive de la libre competencia del mercado. Se proseguirán con todos los requisitos y reglamentaciones que el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual exige para la patente de marcas y eslóganes de servicios.

### **3.4 Estrategias de Posicionamiento**

Una vez que se haya sobrepasado la fase de introducción del negocio en el mercado es necesario enfatizar en las estrategias de posicionamiento que permitirán que el negocio perdure por un largo plazo en esta industria.

Como principales estrategias se contará con las siguientes a continuación:

1. Mostrar los intangibles de la hostería para resaltar la calidad del servicio y la experiencia inigualable al hospedarse en Hostería Calichana.
2. Complementar de manera continua la mejora de las instalaciones para que la estadía cuente con espacios de relajación y recreación sin necesidad de salir de las instalaciones.
3. Avalar a la hostería con la obtención de estándares y certificaciones nacionales e internacionales en la práctica y seguridad de deportes extremos para que el turista se sienta totalmente confiado del servicio recibido.

### **3.5 Estrategias de Marketing Mix**

#### **3.5.1 Producto**

Se ofrecerán paquetes turísticos en función del tipo de deporte extremo que el turista desee practicar los que se clasificarán de acuerdo al lugar donde se llevan a cabo, tales como paquete turismo de aventura Tierra, paquete turismo de aventura Agua y paquete turismo de aventura Aire.

#### **Paquete de aventura Tierra**

- Trekking balneario Buenavista
- Cabalgata Hacienda El Riachuelo
- Cabalgata plantaciones de banano
- Senderismo Hacienda El Riachuelo
- Senderismo Mirador La Copa del Gallo
- Trekking Mirador La Copa del Gallo

- Cicloturismo Balneario La Cocha
- Canyoning Pailones de Muyuyacu
- Trekking Parroquia Uzhcurrumi
- Exploración de Cavernas de Chillayacu

### **Paquete de aventura Agua**

- Kayak de río Balneario Buenavista
- Kayak de río Laguna del Amor
- Kayak de río Balneario Calichana
- Kayak de río Balneario El Aserrío
- Kayak de río Balneario Campo Real
- Tubing Balneario Dos Bocas

### **Paquete de aventura Aire**

- Canopy Zona Ventura
- Parapente La Copa del Gallo

### **3.5.2 Precio**

Los precios de los servicios incluirán el hospedaje, alimentación y la visita a los sitios de práctica de deportes extremos de 3 días y 2 noches con un precio por persona de US \$152.12 donde el turista podrá escoger dos actividades diarias de cada paquete sea de agua, tierra o aire.

### 3.5.3 Plaza

La hostería estará ubicada en el Cantón Pasaje Parroquia Uzhcurrumi ubicada a 31 km de Pasaje. Contará con 10 habitaciones dobles, piscina y parqueos en un área de 500 metros cuadrados.

**Figura No. 22 Ubicación de la Hostería**



Fuente: Sitio web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pasaje (GAD Municipal de Pasaje)

### 3.5.4 Promoción

La promoción de la hostería se efectuará a través de dos canales, el canal de promoción de la hostería es decir redes sociales y el canal de promoción de los operadores turísticos es decir agencias de viaje.

### 3.6 Brecha del mercado

Según datos del Ministerio de Turismo al cantón Pasaje llegaron más de 36 mil turistas en el año 2012, teniendo en cuenta que el incremento de la industria turística es de 4% anual se evidencia la necesidad de implementar más facilidades de hospedaje en la zona del Cantón Pasaje lo que a continuación se muestra en la tabla de la brecha del mercado producto de la oferta y demanda de servicios turísticos. La Hostería podría alcanzar a cubrir hasta el 94% de la demanda insatisfecha anual con su oferta de 7300 espacios de alojamiento anuales.

**Tabla No. 20 Brecha de mercado**

	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
Capacidad Hospedaje	36000	29120	6880
Capacidad de la Hostería Anual		7300	94%

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

### 3.7 Alcance del proyecto

El proyecto tiene un alcance en el contexto local y regional debido a su incidencia en la promoción de sitios turísticos del Cantón Pasaje lo que fomentará el surgimiento de negocios complementarios a la hostería como elaboración de artesanías y souvenirs de la zona. El proyecto fomenta el desarrollo local y regional y resalta las riquezas naturales de este Cantón en esferas internacionales sirviendo de eslabón para que más turistas internacionales se animen a visitar Ecuador megadiverso.

## **CAPÍTULO IV**

### **ASPECTOS TECNOLÓGICOS**

En este capítulo se hace un abordaje a los aspectos tecnológicos y operativos del negocio para lo cual se presenta la descripción y el inventario de recursos turísticos del Cantón Pasaje, la ubicación geográfica del proyecto con la presentación de la capacidad del negocio y del equipamiento requerido y finalmente se presenta el mapa de procesos que permitirá viabilizar las diferentes actividades estratégicas en su conjunto para poner en marcha a la hostería.

#### **4.1 Cantón Pasaje de las Nieves**

El Cantón Pasaje de las Nieves se encuentra ubicado en la Provincia de El Oro cerca de su capital Machala, es mundialmente reconocido por su riqueza en la producción de banano y se encuentra ampliamente irrigado por ríos y balnearios naturales que encantan a propios y extraños.

**Figura No. 23 Pasaje**



Fuente: Sitio web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del  
Cantón Pasaje (GAD Municipal de Pasaje)



**Figura No. 24 Plaza Central Cantón Pasaje**



Fuente: Sitio web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pasaje (GAD Municipal de Pasaje)

El cantón Pasaje se encuentra ubicado a escasos 18 km de la ciudad de Machala, existen toda clase de transportes terrestres y cuenta con una exquisita gama de platos típicos. Aunque por muchos años la provincia de El Oro ha quedado relegada en materia de turismo, los gobiernos autónomos descentralizados a través de sus planes de ordenamiento territorial están estudiando los mecanismos para mejorar la infraestructura vial que facilite el repunte de la actividad turística en la zona la que a pesar de sus bondades ha quedado relegada como zona de cultivos de banano.

El Cantón Pasaje cuenta con muchos balnearios naturales entre los cuales se destacan: Balneario dos Bocas, Balneario La Cocha, Balneario Quera, Balneario Buenavista, Balneario Calichana, Balneario El Aserrío, Balneario Palenque, Balneario Campo Real. Este Cantón está compuesto por 6 parroquias rurales y 5 parroquias urbanas.

**Figura No. 25 Balneario Aserrió**



**Figura No. 26 Río Calichana**



**Figura No. 27 Mapa turístico del cantón Pasaje**



Fuente: Sitio web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pasaje (GAD Municipal de Pasaje)

## 4.2 Ubicación del Proyecto

El proyecto se ubica en el Ecuador, Provincia de El Oro, Cantón Pasaje, Parroquia Uzhucurrumi.

**Figura No. 28 Macrolocalización**



Fuente: Google Maps

**Figura No. 29 Microlocalización**



Fuente: Google Maps



**Figura No. 30 Parroquia Uzhucurrumi**



**Fuente: Google Maps**

### **4.3 Determinación de la capacidad de la planta**

De acuerdo a la brecha de mercado existente entre la demanda y oferta en el mercado de hospedaje del Cantón Pasaje se evidenció que la capacidad óptima de la hostería debería ser de 10 habitaciones dobles lo que arroja una capacidad anual de 7300 plazas.

### **4.4 Descripción del negocio**

#### **4.4.1 Diseño de la Planta**

La hostería contará con 10 habitaciones con camas dobles, amplio parqueo, piscina, recepción y área común de integración para los huéspedes.

**Figura No. 31 Planos de la Hostería**



**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

#### **4.4.2. Equipamiento requerido**

Para el óptimo funcionamiento de la hostería es necesario contar con el equipo que operativice las actividades, dentro de los cuales se incluyen:

- Mobiliario de oficina para recepción
- Mobiliario y accesorios para las habitaciones
- Mobiliario para área de descanso comunal
- Mobiliario para área de piscina

#### **4.5 Sistema de Control de calidad**

El control de calidad se llevará a cabo para dos fases esenciales del negocio. Para el área de habitaciones e infraestructura física se aplicarán las normas de control de calidad para hoteles y hostería que exige el Ministerio de Turismo y para salvaguardar la integridad física de los turistas durante la práctica de los deportes extremos se seguirán los

controles exigidos según el Reglamento para la Operación Turística de aventura emitido en el año 2012 por el Ministerio de Turismo.

## **4.6 Gestión de la Limpieza**

### **4.6.1 Planificación de la Limpieza**

La limpieza se efectuará de manera diaria en cada una de las instalaciones del hotel para lo cual se controlará la entrada y salida de nuevos turistas para evitar que se interrumpan los servicios en horarios de mayor demanda.

### **4.6.2 Limpieza de las habitaciones**

Para la limpieza de las habitaciones es necesario que el huésped deje en recepción las llaves de la habitación previa a la salida para el cumplimiento de su itinerario turístico, se cambiará sábanas y toallas y verificará que existan accesorios de limpieza como champú y jabones en los baños.

### **4.6.3 Limpieza e higiene de las zonas comunes**

Las zonas comunes tales como recepción, sala de espera y piscina se efectuarán en dos turnos mañana y noche evitando que los turistas se vean interrumpidos por la limpieza.

## **4.7 Sistema de emergencia y conraincendios**

El sistema de emergencia y conraincendios será el exigido por el Cuerpo de Bomberos del cantón cuidando siempre de la integridad de los huéspedes.

## **4.8 Gestión de Mantenimiento**

### **4.8.1 Planificación del mantenimiento**

El mantenimiento de las instalaciones se realizará una vez por mes para estructuras e infraestructuras de la hostería.

### **4.8.2 Mantenimiento de habitaciones**

En el caso del mobiliario de habitaciones este se reemplazará apenas muestre daño o deterioro, caso contrario sábanas y toallas se reemplazarán cada año.

### **4.8.3 Días y horarios de funcionamiento**

La hostería funcionará las 24 horas durante los 7 días de la semana.

## **4.9 Mapa de procesos**

El flujo de procesos para la hostería nace con el requerimiento del servicio por parte del usuario el que es atendido por los guías turísticos y personal de servicios. Al final de la estancia el huésped recibe su factura comercial equivalente al valor monetario recibido por el periodo de hospedaje.

Los tres procesos claves de la hostería son la dirección estratégica, la gestión de calidad y la gestión de marketing los que apoyados en los procesos operativos garantizarán la satisfacción de las necesidades de los clientes de la hostería.

La gestión estratégica estará a cargo del administrador de la hostería quien determinará las metas y objetivos de corto, mediano y largo

plazo. La gestión de calidad y de marketing a cargo del administrador y del relacionista público respectivamente velarán por la aplicación de las leyes para la práctica de deportes extremos y generar una imagen pública impecable para los turistas nacionales y extranjeros.

Los procesos operativos son los llevados a cabo por el personal de servicios como guías, mucamas y guardias quienes velarán por la plena satisfacción del usuario en toda instancia.

Todas las actividades de la organización a su vez cuentan con procesos de apoyo que permiten que la hostería se encuentre operativa día y noche.

**Figura No. 32 Mapa de Procesos de la hostería**



**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas



**CAPÍTULO V**  
**ANÁLISIS FINANCIERO**

**5.1 Inversión Inicial**

La inversión inicial del proyecto asciende a US \$272.662,83 tomando en consideración la inversión fija por mobiliarios, equipos y obra, la inversión diferida por apertura del negocio y la inversión corriente correspondiente al capital de trabajo.

**Tabla No. 21 Inversión Inicial del Proyecto**

<b>INVERSION INICIAL DEL PROYECTO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>USD \$</b>	<b>%</b>
<b><i>INVERSION FIJA</i></b>		
Muebles de Oficina	\$ 1.100,00	0,40%
Mobiliario de Operacion	\$ 10.015,00	3,67%
Equipos de Oficina	\$ 190,00	0,07%
Equipos de Computacion	\$ 1.660,00	0,61%
Equipos de Operacion	\$ 13.724,00	5,03%
Otros Equipos de Operacion	\$ 13.955,00	5,12%
Vehiculos	\$ 33.590,00	12,32%
Edificaciones y Otras Construcciones	\$ 115.996,50	42,54%
Terreno	\$ 4.000,00	1,47%
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>\$ 194.230,50</b>	<b>71,23%</b>
<b><i>INVERSION DIFERIDA</i></b>		
Gastos de Constitucion	\$ 800,00	0,29%
Permisos, Concesiones y Derechos	\$ 1.725,60	0,63%
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 40.085,00	14,70%
<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$ 42.610,60</b>	<b>15,63%</b>
<b><i>INVERSION CORRIENTE</i></b>		
Capital Trabajo	\$ 22.837,79	8,38%
Imprevistos (5%)	\$ 12.983,94	4,76%
<b>TOTAL INVERSION CORRIENTE</b>	<b>\$ 35.821,73</b>	<b>13,14%</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>\$ 272.662,83</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

Para el efecto el financiamiento será obtenido de dos fuentes 46% de fondos propios y 54% de préstamo bancario a la CFN para canalización de construcción y adquisición de mobiliario.

**Tabla No. 22 Forma de Financiamiento**

<b>FORMA DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>USD</b>	<b>%</b>
FONDOS PROPIOS	\$ 125.000,00	46%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 147.662,83	54%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 272.662,83</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

El préstamo se obtendrá bajo las siguientes condiciones 11,5% de tasa de interés a 10 años plazo con frecuencias de pago mensual, quedando los pagos como se muestran en la tabla No. 24

**Tabla No. 23 Aspectos financieros del préstamo**

<b>INSTITUCION FINANCIERA:</b>	<b>CFN</b>
<b>MONTO:</b>	<b>\$ 147.662,83</b>
<b>TASA:</b>	<b>11,50%</b>
<b>PLAZO:</b>	<b>10</b>
<b>FRECUENCIA PAGO:</b>	<b>12</b>
<b>CUOTA MENSUAL:</b>	<b>\$ 2.076,07</b>

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

**Tabla No. 24 Tabla de Amortización**

<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PAGO</b>
1	\$ 8.363,35	\$ 16.549,52	\$ 24.912,87
2	\$ 9.377,49	\$ 15.535,38	\$ 24.912,87
3	\$ 10.514,59	\$ 14.398,27	\$ 24.912,87
4	\$ 11.789,59	\$ 13.123,28	\$ 24.912,87
5	\$ 13.219,18	\$ 11.693,68	\$ 24.912,87
6	\$ 14.822,13	\$ 10.090,73	\$ 24.912,87
7	\$ 16.619,45	\$ 8.293,41	\$ 24.912,87
8	\$ 18.634,72	\$ 6.278,15	\$ 24.912,87
9	\$ 20.894,35	\$ 4.018,52	\$ 24.912,87
10	\$ 23.427,99	\$ 1.484,88	\$ 24.912,87
<b>120</b>	<b>\$ 147.662,83</b>	<b>\$ 101.465,83</b>	<b>\$ 249.128,66</b>

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

## 5.2 Presupuestos de operación

### 5.2.1 Presupuestos de Gastos

Los gastos operativos de la hostería han sido proyectados en base a los requerimientos actuales para lo cual se ha tomado en consideración el cálculo de sueldos y salarios del personal y los gastos administrativos y de ventas necesarios una vez que el negocio se encuentre en marcha.

**Tabla No. 25 Personal de la Hostería**

CARGO	AREA	SUELDO	SUELDO + BENEFICIOS	SUELDO ANUAL
Gerente	Administracion y Finanzas	\$ 800,00	\$ 1.013,40	\$ 12.160,80
Contador	Marketing y Ventas	\$ 500,00	\$ 642,50	\$ 7.710,00
Administrador	Supervision General	\$ 500,00	\$ 642,50	\$ 7.710,00
Secretaria	Marketing y Ventas	\$ 400,00	\$ 518,87	\$ 6.226,40
Supervisor de Operaciones	Marketing y Ventas	\$ 450,00	\$ 580,68	\$ 6.968,20
Cajero	Supervision General	\$ 400,00	\$ 518,87	\$ 6.226,40
Mucamas	Supervision General	\$ 400,00	\$ 518,87	\$ 6.226,40
Guardias de Seguridad	Supervision General	\$ 400,00	\$ 518,87	\$ 6.226,40
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.850,00</b>	<b>\$ 4.954,55</b>	<b>\$ 59.454,60</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

**Tabla No. 26 Presupuesto de Gastos operativos y no operativos**

#### **PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS Y NO OPERATIVOS**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Beneficios	\$ 5.473,42	\$ 65.681,00	\$ 72.249,10	\$ 79.474,01	\$ 87.421,41	\$ 96.163,55
Agua	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 624,60	\$ 650,21	\$ 676,87	\$ 704,62
Energia Electrica	\$ 45,00	\$ 540,00	\$ 562,14	\$ 585,19	\$ 609,18	\$ 634,16
Telefonia Fija	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 624,60	\$ 650,21	\$ 676,87	\$ 704,62
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 499,68	\$ 520,17	\$ 541,49	\$ 563,69
Seguros	\$ 74,55	\$ 894,63	\$ 931,31	\$ 969,49	\$ 1.009,24	\$ 1.050,62
Mantenimientos	\$ 894,63	\$ 10.735,53	\$ 11.175,69	\$ 11.633,89	\$ 12.110,88	\$ 12.607,43
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 374,76	\$ 390,13	\$ 406,12	\$ 422,77
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 249,84	\$ 260,08	\$ 270,75	\$ 281,85
Suministros Varios	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 499,68	\$ 520,17	\$ 541,49	\$ 563,69
Combustibles	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.996,80	\$ 5.201,67	\$ 5.414,94	\$ 5.636,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.117,60</b>	<b>\$ 85.411,16</b>	<b>\$ 92.788,19</b>	<b>\$ 100.855,21</b>	<b>\$ 109.679,24</b>	<b>\$ 119.333,95</b>

GASTOS DE VENTA	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Puntos de informacion	\$ 70,00	\$ 840,00	\$ 882,00	\$ 926,10	\$ 972,41	\$ 1.021,03
Publicaciones en Periodicos	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.249,20	\$ 1.300,42	\$ 1.353,73	\$ 1.409,24
Difusion radial	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 624,60	\$ 650,21	\$ 676,87	\$ 704,62
Folleteria con informacion	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.249,20	\$ 1.300,42	\$ 1.353,73	\$ 1.409,24
Banners Publicitarios	\$ 75,00	\$ 900,00	\$ 936,90	\$ 975,31	\$ 1.015,30	\$ 1.056,93
Pagina Web	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.249,20	\$ 1.300,42	\$ 1.353,73	\$ 1.409,24
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 495,00</b>	<b>\$ 5.940,00</b>	<b>\$ 6.191,10</b>	<b>\$ 6.452,87</b>	<b>\$ 6.725,78</b>	<b>\$ 7.010,28</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

## 5.2.2 Presupuestos de Costos

En cuanto a los costos, en los mismos se ha tomado en consideración los costos por el servicio de hostería y los costos por la realización de los deportes extremos.

**Tabla No. 27 Presupuesto de Costos**

HABITACIONES						
CANT.	TIPO	CAMAS	PERSONAS	PLAZAS	MES	ANUAL
10	Matrimonial	10	2	20	600	7200
<b>10</b>	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>600</b>	<b>7200</b>

COSTOS DIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Gastos Administrativos	\$ 7.117,60	\$ 85.411,16
Gastos de Ventas	\$ 495,00	\$ 5.940,00
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 7.612,60</b>	<b>\$ 91.351,16</b>
COSTOS INDIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 2.124,31	\$ 25.491,68
Gastos Financieros	\$ 1.680,12	\$ 20.161,44
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 3.804,43</b>	<b>\$ 45.653,12</b>
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS</b>	<b>\$ 11.417,02</b>	<b>\$ 137.004,28</b>
<b>CAPACIDAD INSTALADA (PERSONAS)</b>	<b>600</b>	<b>7200</b>
<b>COSTO UNITARIO DEL SERVICIO</b>	<b>\$ 19,03</b>	<b>\$ 19,03</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

**Tabla No. 28 Costos de actividades turísticas**

RESTAURANTE					
CANT.	TIPO	PERSONAS	PLAZAS	MES	ANUAL
1	FURGONETA	15	15	450	5400

COSTOS DIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Sueldos y Beneficios - Guías Turísticas	\$ 580,68	\$ 6.968,20
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 580,68</b>	<b>\$ 6.968,20</b>
COSTOS INDIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Combustible del Vehículo	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Mantenimiento del Vehículo	\$ 167,95	\$ 2.015,40
Seguro del Vehículo	\$ 14,00	\$ 167,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 581,95</b>	<b>\$ 6.983,35</b>
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS</b>	<b>\$ 1.162,63</b>	<b>\$ 13.951,55</b>
<b>CAPACIDAD INSTALADA (PERSONAS)</b>	<b>450</b>	<b>5400</b>
<b>COSTO UNITARIO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>	<b>\$ 2,58</b>	<b>\$ 2,58</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### 5.2.3 Presupuesto de Ingreso de Ventas

Para el cálculo de los ingresos se han considerado el ingreso por habitación y el ingreso por servicio de práctica de deportes, llegando así a un precio por paquete estándar de US \$152.12

**Tabla No. 29 Cálculo de precio por producto**

**CALCULO DEL PRECIO POR PRODUCTO**

PRODUCTO/SERVICIO	COSTO	PVP	MARGEN	% MARGEN
<b>Hospedaje</b>				
Habitacion Matrimonial	\$19,03	\$115,00	\$ 95,97	83,45%
<b>Actividades Turísticas</b>				
Area de Exposiciones	\$ 2,58	\$ 4,50	\$ 1,92	42,59%
Cabalgatas	\$ 2,58	\$ 4,50	\$ 1,92	42,59%
Recorrido Ciudad	\$ 2,58	\$ 4,50	\$ 1,92	42,59%
Kayak de río	\$ 2,58	\$ 4,50	\$ 1,92	42,59%
Senderismo	\$ 2,58	\$ 4,50	\$ 1,92	42,59%
Canopy	\$ 2,58	\$ 4,50	\$ 1,92	42,59%

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

La proyección de la cantidad de turistas fue estimada de acuerdo a la demanda potencial en cada mes obteniendo así la frecuencia en meses de temporada alta y baja.

**Tabla No. 30 Proyección de ventas en el primer período**

**PROYECCION DE VENTAS EN EL PRIMER PERIODO**

PRODUCTOS/SERVICIOS	PVP	% DEMANDA*	%VENTAS*	OCUPACION	UNIDADES ABSOLUTAS	VENTAS MENSUAL	VENTAS AÑO 1
<b>HOSPEDAJE</b>							
Habitacion Matrimonial	\$ 115,00	75%	50%	204,38	204,38	\$ 23.503,13	\$ 282.037,50
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS</b>							
Area de Exposiciones	\$ 4,50	75%	17%	68,13	68,13	\$ 306,56	\$ 3.678,75
Cabalgatas	\$ 4,50	75%	17%	68,13	68,13	\$ 306,56	\$ 3.678,75
Recorrido Ciudad	\$ 4,50	75%	17%	68,13	68,13	\$ 306,56	\$ 3.678,75
Kayak de río	\$ 4,50	75%	17%	68,13	68,13	\$ 306,56	\$ 3.678,75
Senderismo	\$ 4,50	75%	17%	68,13	68,13	\$ 306,56	\$ 3.678,75
Canopy	\$ 4,50	75%	17%	68,13	68,13	\$ 306,56	\$ 3.678,75
<b>PAQUETES</b>							
Adventure	\$ 152,10	25%	50%	68,13	34,06	\$ 5.180,91	\$ 62.170,88
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 30.523,41</b>	<b>\$ 366.280,88</b>

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

**Tabla No. 31 Proyección de ventas a cinco años**

**PROYECCION DE VENTAS A CINCO AÑOS**

PRODUCTOS/SERVICIOS	VENTAS AÑO 1	VENTAS AÑO 2	VENTAS AÑO 3	VENTAS AÑO 4	VENTAS AÑO 5
<b>HOSPEDAJE</b>					
Habitacion Matrimonial	\$ 282.037,50	\$ 311.022,83	\$ 342.987,02	\$ 378.236,21	\$ 417.108,00
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS</b>					
Area de Exposiciones	\$ 3.678,75	\$ 4.056,82	\$ 4.473,74	\$ 4.933,52	\$ 5.440,54
Cabalgatas	\$ 3.678,75	\$ 4.056,82	\$ 4.473,74	\$ 4.933,52	\$ 5.440,54
Recorrido Ciudad	\$ 3.678,75	\$ 4.056,82	\$ 4.473,74	\$ 4.933,52	\$ 5.440,54
Kayak de río	\$ 3.678,75	\$ 4.056,82	\$ 4.473,74	\$ 4.933,52	\$ 5.440,54
Senderismo	\$ 3.678,75	\$ 4.056,82	\$ 4.473,74	\$ 4.933,52	\$ 5.440,54
Canopy	\$ 3.678,75	\$ 4.056,82	\$ 4.473,74	\$ 4.933,52	\$ 5.440,54
<b>PAQUETES</b>					
Adventure	\$ 62.170,88	\$ 68.560,25	\$ 75.606,27	\$ 83.376,42	\$ 91.945,11
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$ 366.280,88</b>	<b>\$ 403.924,00</b>	<b>\$ 445.435,75</b>	<b>\$ 491.213,72</b>	<b>\$ 541.696,34</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### 5.3 Estados Financieros

#### 5.3.1 Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectado

En la proyección de estados financieros se puede evidenciar que existe utilidad desde el primer período de puestas en marcha del negocio una vez que se han honrado los pagos a los proveedores y entidades de gobierno.

**Tabla No. 32 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Ventas Totales	\$ 366.280,88	\$ 403.924,00	\$ 445.435,75	\$ 491.213,72	\$ 541.696,34
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 366.280,88</b>	<b>\$ 403.924,00</b>	<b>\$ 445.435,75</b>	<b>\$ 491.213,72</b>	<b>\$ 541.696,34</b>
<b>Costos de Operacion</b>					
Materias Primas Directas e Indirectas	\$ 69.593,37	\$ 72.446,69	\$ 75.417,01	\$ 78.509,11	\$ 81.727,98
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 296.687,51</b>	<b>\$ 331.477,31</b>	<b>\$ 370.018,75</b>	<b>\$ 412.704,62</b>	<b>\$ 459.968,37</b>
<b>Gastos de Operacion</b>					
Gastos Administrativos	\$ 85.411,16	\$ 92.788,19	\$ 100.855,21	\$ 109.679,24	\$ 119.333,95
Gastos de Ventas	\$ 5.940,00	\$ 6.191,10	\$ 6.452,87	\$ 6.725,78	\$ 7.010,28
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 25.491,68	\$ 25.491,68	\$ 25.491,68	\$ 24.938,35	\$ 24.938,35
<b>Total Gastos de Operacion</b>	<b>\$ 116.842,84</b>	<b>\$ 124.470,97</b>	<b>\$ 132.799,76</b>	<b>\$ 141.343,36</b>	<b>\$ 151.282,58</b>
<b>Utilidad/Perdida Operacional</b>	<b>\$ 179.844,67</b>	<b>\$ 207.006,33</b>	<b>\$ 237.218,99</b>	<b>\$ 271.361,26</b>	<b>\$ 308.685,79</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses Pagados	\$ 16.549,52	\$ 15.535,38	\$ 14.398,27	\$ 13.123,28	\$ 11.693,68
<b>Utilidad Antes de Participacion</b>	<b>\$ 163.295,16</b>	<b>\$ 191.470,95</b>	<b>\$ 222.820,71</b>	<b>\$ 258.237,98</b>	<b>\$ 296.992,10</b>
Participacion Utilidades	\$ 24.494,27	\$ 28.720,64	\$ 33.423,11	\$ 38.735,70	\$ 44.548,82
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 138.800,88</b>	<b>\$ 162.750,31</b>	<b>\$ 189.397,61</b>	<b>\$ 219.502,28</b>	<b>\$ 252.443,29</b>
Impuesto a la Renta	\$ 30.536,19	\$ 35.805,07	\$ 41.667,47	\$ 48.290,50	\$ 55.537,52
<b>Utilidad/Perdida Neta</b>	<b>\$ 108.264,69</b>	<b>\$ 126.945,24</b>	<b>\$ 147.730,13</b>	<b>\$ 171.211,78</b>	<b>\$ 196.905,76</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### 5.3.2 Balance General Projectado

El balance general proyectado muestra las depreciaciones y amortizaciones y el pago de la deuda en cada uno de los años. Se puede evidenciar el crecimiento del capital gracias a las utilidades retenidas y capitalizadas de ejercicios anteriores.

**Tabla No. 33 Balance general final proyectado**

#### ***Balance General Final Projectado***

<b>ACTIVOS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	\$ 35.821,73	\$ 161.214,75	\$ 304.274,19	\$ 466.981,40	\$ 651.341,94	\$ 859.966,87
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 35.821,73</b>	<b>\$ 161.214,75</b>	<b>\$ 304.274,19</b>	<b>\$ 466.981,40</b>	<b>\$ 651.341,94</b>	<b>\$ 859.966,87</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Muebles de Oficina	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Mobiliario de Operacion	\$ 10.015,00	\$ 10.015,00	\$ 10.015,00	\$ 10.015,00	\$ 10.015,00	\$ 10.015,00
Equipos de Oficina	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00
Equipos de Computacion	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00
Equipos de Operacion	\$ 13.724,00	\$ 13.724,00	\$ 13.724,00	\$ 13.724,00	\$ 13.724,00	\$ 13.724,00
Otros Equipos de Operacion	\$ 13.955,00	\$ 13.955,00	\$ 13.955,00	\$ 13.955,00	\$ 13.955,00	\$ 13.955,00
Vehiculos	\$ 33.590,00	\$ 33.590,00	\$ 33.590,00	\$ 33.590,00	\$ 33.590,00	\$ 33.590,00
Edificaciones y Otras Construcciones	\$ 115.996,50	\$ 115.996,50	\$ 115.996,50	\$ 115.996,50	\$ 115.996,50	\$ 115.996,50
Terreno	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
(-) Depreciacion Acumulada	0	\$ (16.969,56)	\$ (33.939,12)	\$ (50.908,68)	\$ (67.324,90)	\$ (83.741,13)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 194.230,50</b>	<b>\$ 177.260,94</b>	<b>\$ 160.291,38</b>	<b>\$ 143.321,83</b>	<b>\$ 126.905,60</b>	<b>\$ 110.489,38</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>						
Gastos de Pre-Operacion	\$ 42.610,60	\$ 42.610,60	\$ 42.610,60	\$ 42.610,60	\$ 42.610,60	\$ 42.610,60
(-) Amortizacion Acumulada	0	\$ (8.522,12)	\$ (17.044,24)	\$ (25.566,36)	\$ (34.088,48)	\$ (42.610,60)
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 42.610,60</b>	<b>\$ 34.088,48</b>	<b>\$ 25.566,36</b>	<b>\$ 17.044,24</b>	<b>\$ 8.522,12</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 272.662,83</b>	<b>\$ 372.564,17</b>	<b>\$ 490.131,93</b>	<b>\$ 627.347,47</b>	<b>\$ 786.769,66</b>	<b>\$ 970.456,25</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>						
Prestamo Bancario	\$ 147.662,83	\$ 139.299,48	\$ 129.922,00	\$ 119.407,40	\$ 107.617,82	\$ 94.398,64
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 147.662,83</b>	<b>\$ 139.299,48</b>	<b>\$ 129.922,00</b>	<b>\$ 119.407,40</b>	<b>\$ 107.617,82</b>	<b>\$ 94.398,64</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 108.264,69	\$ 126.945,24	\$ 147.730,13	\$ 171.211,78	\$ 196.905,76
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 108.264,69	\$ 235.209,93	\$ 382.940,06	\$ 554.151,84
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 125.000,00</b>	<b>\$ 233.264,69</b>	<b>\$ 360.209,93</b>	<b>\$ 507.940,06</b>	<b>\$ 679.151,84</b>	<b>\$ 876.057,61</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 272.662,83</b>	<b>\$ 372.564,17</b>	<b>\$ 490.131,93</b>	<b>\$ 627.347,47</b>	<b>\$ 786.769,66</b>	<b>\$ 970.456,25</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### 5.3.3 Flujo de Caja Projectado

En el flujo de caja proyectado se detallan los ingresos y gastos operacionales y no operacionales para visualizar los ingresos y egresos de efectivo reales demostrando los flujos de caja netos para el final de cada período.

**Tabla No. 34 Flujo de caja proyectado**

**Flujo de Caja Proyectado**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ventas		\$ 366.280,88	\$ 403.924,00	\$ 445.435,75	\$ 491.213,72	\$ 541.696,34
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	\$ -	\$ 366.280,88	\$ 403.924,00	\$ 445.435,75	\$ 491.213,72	\$ 541.696,34
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos de Operacion		\$ 69.593,37	\$ 72.446,69	\$ 75.417,01	\$ 78.509,11	\$ 81.727,98
Gastos Administrativos		\$ 85.411,16	\$ 92.788,19	\$ 100.855,21	\$ 109.679,24	\$ 119.333,95
Gastos de Venta		\$ 5.940,00	\$ 6.191,10	\$ 6.452,87	\$ 6.725,78	\$ 7.010,28
<b>Total Egresos Operacionales</b>	\$ -	\$ 160.944,52	\$ 171.425,99	\$ 182.725,09	\$ 194.914,12	\$ 208.072,21
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	\$ -	\$ 205.336,35	\$ 232.498,01	\$ 262.710,67	\$ 296.299,60	\$ 333.624,13
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Prestamo Bancario	\$ 147.662,83	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fondos Propios	\$ 125.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	\$ 272.662,83	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Inversion Fija	\$ 194.230,50					
Inversion Diferida	\$ 42.610,60					
Inversion Corriente	\$ 35.821,73					
Pago de Capital de Prestamo		\$ 8.363,35	\$ 9.377,49	\$ 10.514,59	\$ 11.789,59	\$ 13.219,18
Pago de Intereses de Prestamo		\$ 16.549,52	\$ 15.535,38	\$ 14.398,27	\$ 13.123,28	\$ 11.693,68
Participaciones de Utilidades		\$ 24.494,27	\$ 28.720,64	\$ 33.423,11	\$ 38.735,70	\$ 44.548,82
Impuesto a la Renta		\$ 30.536,19	\$ 35.805,07	\$ 41.667,47	\$ 48.290,50	\$ 55.537,52
<b>Total Egresos No Operacionales</b>	\$ 272.662,83	\$ 79.943,33	\$ 89.438,58	\$ 100.003,45	\$ 111.939,06	\$ 124.999,20
<b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>	\$ -	\$ (79.943,33)	\$ (89.438,58)	\$ (100.003,45)	\$ (111.939,06)	\$ (124.999,20)
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	\$ -	\$ 125.393,02	\$ 143.059,43	\$ 162.707,22	\$ 184.360,54	\$ 208.624,93

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

## 5.4 Evaluación financiera del proyecto

### 5.4.1 Cálculo de la tasa de descuento

Para el cálculo de tasa de descuento se consideró el promedio de la inflación de los últimos cinco años y se consideró la prima de riesgo de la industria turística en el Ecuador.

**Tabla No. 35 Tasa de descuento inversionistas**

<b>INFLACION</b>	3,40%
<b>PRIMA RIESGO</b>	3,00%
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>6,50%</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas



## 5.4.2 Cálculo del costo capital promedio ponderado

El costo promedio ponderado de capital aplicado según las respectivas tasas de los acreedores y de inversionistas asciende a 9.21% que servirá para contrastar la TMAR resultante del flujo de caja.

**Tabla No. 36 Cálculo del costo promedio ponderado de capital**

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				
FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
FONDOS PROPIOS	\$ 125.000,00	46%	6,50%	2,980%
FINANCIAMIENTO	\$ 147.662,83	54%	11,50%	6,228%
<b>TMAR</b>				<b>9,21%</b>

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

## 5.4.3 Análisis del TIR y VAN

La TIR y el VAN de las proyecciones arrojaron en el caso de la TIR 46.99% y el VAN de US \$350.955.53 que demuestran que el proyecto es rentable económicamente y financieramente.

**Tabla No. 37 Análisis de TIR y VAN**

ANALISIS TIR Y VAN						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA NETO		\$ 125.393,02	\$ 143.059,43	\$ 162.707,22	\$ 184.360,54	\$ 208.624,93
INVERSION FIJA	\$ (194.230,50)					
INVERSION DIFERIDA	\$ (42.610,60)					
INVERSION CORRIENTE	\$ (35.821,73)					
<b>RESULTADO</b>	<b>\$ (272.662,83)</b>	<b>\$ 125.393,02</b>	<b>\$ 143.059,43</b>	<b>\$ 162.707,22</b>	<b>\$ 184.360,54</b>	<b>\$ 208.624,93</b>
<b>TMAR</b>	<b>9,21%</b>					
<b>TIR</b>	<b>46,99%</b>					
<b>VAN</b>	<b>\$350.955,53</b>					

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

El retorno de la inversión o payback de acuerdo a las cifras obtenidas en el flujo de caja está dado en dos años y un mes, es decir la inversión se recupera en su totalidad antes del quinto año.

PAYBACK= 2 años y un mes

#### 5.4.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de las operaciones de la hostería se obtiene cuando se han vendido 1,275 servicios en la hostería lo que unidades monetarias significa US \$146,734.56, es decir el punto de equilibrio se ubica en el 33% de las ventas estimadas efectivamente realizadas.

**Tabla No. 38 Punto de equilibrio**

<b>CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>PROMEDIO</b>
COSTOS FIJOS	\$ 133.347,90
COSTOS VARIABLES	\$ 75.538,83
P.V.P.	\$ 115,00
VENTAS	\$ 449.710,14
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 10,49
UNIDADES FISICAS	7.200
<b>PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES FISICAS)</b>	<b>1.275,95</b>
<b>PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES MONETARIAS)</b>	<b>\$ 146.734,56</b>
<b>% RELACION P.E./VENTAS</b>	<b>32,63%</b>

<b>COMPROBACION PUNTO EQUILIBRIO</b>	
VENTAS	\$ 146.734,56
COSTO DE VENTAS	\$ 13.386,66
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 133.347,90</b>
COSTOS FIJOS	\$ 133.347,90
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ -</b>

**Elaborado por:** Yeltsin Abril Vanegas

#### 5.4.5 Análisis de los indicadores financieros

Las razones financieras indican que los resultados que se obtendrán se ajustan a la realidad de otros negocios de la industria.

**Tabla No. 39 Razones Financieras**

<b>Indice de Liquidez</b>						
Liquidez Corriente	1,16	2,34	3,91	6,05	9,11	<b>4,51</b>
<b>Indice de Gestion</b>						
Impacto Gastos	31,90%	30,82%	29,81%	28,77%	27,93%	<b>29,85%</b>
Carga Financiera	4,52%	3,85%	3,23%	2,67%	2,16%	<b>3,29%</b>
Rotacion de Activos Fijos	2,07	2,52	3,11	3,87	4,90	<b>3,29</b>
Rotacion de Ventas	0,98	0,82	0,71	0,62	0,56	<b>0,74</b>
<b>Indice de Endeudamiento</b>						
Endeudamiento Activo	37,4%	26,5%	19,0%	13,7%	9,7%	<b>21,27%</b>
Endeudamiento Patrimonial	0,60	0,36	0,24	0,16	0,11	<b>0,29</b>
Endeudamiento del Activo Fijo	1,32	2,25	3,54	5,35	7,93	<b>4,08</b>
Apalancamiento	1,60	1,36	1,24	1,16	1,11	<b>1,29</b>
<b>Indice de Rentabilidad</b>						
Rentabilidad Neta	29,56%	31,43%	33,17%	34,85%	36,35%	<b>33,07%</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

### 5.5 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad se realizó manipulando las variables ventas, costos, gastos administrativos, gastos de ventas e inversión con posiciones incrementales en 10% y restrictivas en un 10% también para cada uno de los escenarios, obteniendo que el proyecto es altamente sensible a las ventas.

**Tabla No. 40 Análisis de escenarios**

VARIABLE	ESCENARIO	
	OPTIMISTA	PESIMISTA
VENTAS	10,00%	-10,00%
COSTOS	-10,00%	10,00%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-10,00%	10,00%
GASTOS DE VENTA	-10,00%	10,00%
INVERSION	-10,00%	10,00%

VARIABLE	ESCENARIO			
	TIR OPTIMISTA	VAN OPTIMISTA	TIR PESIMISTA	VAN PESIMISTA
VENTAS	27,61%	\$ 168.782,57	0,68%	\$ (101.072,11)
COSTOS	16,23%	\$ 45.519,56	13,93%	\$ 22.190,90
GASTOS ADMINISTRATIVOS	19,52%	\$ 79.858,18	10,45%	\$ (12.147,71)
GASTOS DE VENTA	15,48%	\$ 37.848,64	14,69%	\$ 29.861,83
INVERSION	19,27%	\$ 69.701,07	11,51%	\$ (1.990,60)

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

## CONCLUSIONES

Los deportes extremos o de aventura son considerados como de alto potencial turístico no solamente en el contexto internacional sino que se le está dando la debida importancia nacionalmente ya que se está reforzando la reglamentación para su práctica en su seguridad a través de la reglamentación emitida por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

El turismo en el Ecuador ocupa el cuarto lugar en la balanza comercial resultado de las políticas económicas y de desarrollo que el gobierno ecuatoriano está implementando para fomentar el turismo sostenible y sustentable en áreas relegadas por muchos años con alto potencial turístico.

El estudio de mercado muestra que el turista objetivo para este proyecto tiene entre 20 a 30 años, en su mayoría hombres, provienen de sectores aledaños al Cantón Pasaje, gustan de deportes extremos como cicloturismo y actividades de montaña y agua, buscan de información sobre la práctica de este deporte en internet y estarían dispuestos a pagar entre US \$100 y US \$ 200 por un fin de semana de hospedaje que incluya actividades de aventura.

En el plan de marketing se probó estrategias de introducción y posicionamiento de servicios donde se destaca el trabajo mancomunado con operadores turísticos los que servirán para canalizar a los turistas objetivo de este proyecto hacia la hacienda. Para terminar en el plan financiero se obtuvo resultados positivos que vuelven viable la puesta en marcha de la hostería teniendo en cuenta que debe intensificarse la publicidad para obtener los resultados deseados.

## RECOMENDACIONES

Establecer alianzas con operadores turísticos mayoristas y minoristas que ayuden con la canalización correcta de los servicios ofertados en el contexto internacional quienes son los más adeptos a la práctica de deportes extremos.

Socializar el proyecto con los habitantes de los circuitos para que entiendan el alcance de las actividades que allí tomarán lugar de tal forma que logren obtener beneficios por la asistencia masiva de turistas a la zona a través de la venta de artesanías y souvenirs elaborados con material autóctono de la zona, así como la provisión de servicios complementarios.

Procurar los fondos para la implementación de la hostería los mismos que serán redimibles en un plazo de dos años, se deberá negociar con la entidad facilitadora de los fondos las acciones que resulten más beneficiosas para ambas partes tanto en tema de garantías con pago de la deuda.

Canalizar las estrategias correctas para la introducción de los servicios en la toma de decisiones de servicios del turista nacional el mismo que no está muy acostumbrado a acudir a lugares especializados para la práctica de deportes de aventura sino que se acerca directamente a los sitios específicos donde se practica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, M., 1994, Metodología de la Investigación Científica, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador, 2 da. Edición
- Artaraz, M., 2002, Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible, *Ecosistemas*
- Bernal, H., García, H. & Quevedo, F., 2011, Pautas para el conocimiento, conservación y uso sostenible de las plantas medicinales de Colombia. Primera edición. Instituto de Recursos Biológicos "Alexander von Humboldt". Bogotá, Colombia.
- Bovarnick, A., Alpizar, C. y Schnell, E., 2010, The Importance of Biodiversity and Ecosystems in Economic Growth and Equity in Latin America and the Caribbean: An economic valuation of ecosystems, Executive Summary, United Nations Development Programme.
- Bojo, J., Maler, K.G. y Unemo, L. 1990. Environment and development: an economic approach. Dordrecht. Kluwer.
- Burmeo, Z., 2012, Determinación del contenido de compuestos fenólicos totales y actividad antioxidante de los extractos totales de doce especies vegetales nativas del sur del Ecuador: *Adiantum poiretti* (Culantrillo), *Neonelsonia acuminata* (Zanahoria blanca), *Siparuna eggertii* (Monte de oso), *Ilex guayusa* (Guayusa), *Verbena litoralis* (Verbena), *Justicia colorata* (Insulina) *Oreocalix grandiflora* (Cucharillo) *Baccharis genistelloides* ( tres filos) *Artocarpus altilis* (fruto del pan) *Costus comosus* (Caña agria), *Piper crassnervium* (Guabiduca) y *Croton wagneri* (Mosquera)
- Carpenter, S., 1991, Inventing Sustainable Technologies, Blacksburg.
- Caranqui, J. y Humanante, A., 2011, Estudio sobre la Taxonomía y Estado de Conservación de la Guayusa, Fundación Runa Tapurna.
- Hill, T. y Westbrook, R., 1997 - Long range planning, Elsevier
- Kinney, T., 1998, Investigación de Mercados, Mc Graw Hill, Colombia, Quinta Edición.
- Kotler, P., 1998, El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados. Información General

- Jaramillo, A., Bravo, C., Garcia, J. y Salem O., 2010, Stevia: Producción y Procesamiento de un Endulzante Alternativo
- Madura, F., 2009, Administración Financiera Internacional, Cengage Learning.
- Montagut, X y Dogliotti, F., 2006, Alimentos globalizados. Soberanía alimentaria y comercio justo., Ed. Icaria, Barcelona.
- Puruncajas, I., 2011, Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de una bebida energizante que tiene como materia prima "La Guayusa".
- Radice, M., Vidari, G, 2011, Caracterización fitoquímica de la especie *Ilex guayusa* Loes. y elaboración de un prototipo de fitofármaco de interés comercial, Università degli Studi di Pavia.
- Redclift, M., 1996, Desarrollo sostenible: ampliación del alcance del debate, Agroecología y desarrollo, vol 10, 48-61.
- Samaja, J., 1993, Epistemología y metodología: elementos para una teoría de la investigación científica, EUDEBA, Argentina
- Sapag, N. y Sapag, R., 1997, Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial Panamericana, Santa Fe de Bogotá Colombia, p 14.
- Schuler, I., Hodson, E., Orozco, J., 2000, The Potential of Biodiversity in the Andean Region: Use, Conservation and Regulations, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad Externado de Colombia
- Vásquez, V., 2000, Organización Aplicada, 1ra Edición, Editorial Universitaria, Ecuador
- Weinberger, K., 2012, Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.

## ANEXOS

### Anexo No. 1 Normativa Europea sobre el uso de chalecos

NORMA	EN 393	EN 395	EN 396	EN 399
Flotabilidad-tipo para usuario de 70Kg.	50 Newtons. 5,1 Kg. fuerza. Ayuda a la flotabilidad	100 Newtons. 10,2 Kg fuerza. Chaleco Salvavidas	150 Newtons. 15,3 Kg fuerza. Chaleco Salvavidas	275 Newtons. 28 Kg fuerza. Chaleco Salvavidas
Utilización	Actividades de playa, vela ligera.	Navegación costera	Navegación de altura	Navegación de altura y uso profesional
Tipo de embarcación	Canoa-kayak, windsurf, vela ligera, esquí náutico	Embarcaciones de vela y a motor	Embarcaciones de vela y a motor	Embarcaciones de vela, motor y embarcaciones industriales y profesionales
Características y peculiaridades	No asegura el enderezamiento y mantiene las vías respiratoria fuera del agua en una persona consciente	Asegura el enderezamiento en 10 segundos	Asegura el enderezamiento en 5 segundos	Asegura el enderezamiento en 5 segundos a un usuario equipado de prendas de protección pesadas
		El chaleco debe mantener la cabeza del usuario en los lados y hacia atrás		
Color	uno o varios colores variados	color reglamentario	color reglamentario	color reglamentario
Material Reflectante	no	100 cm <sup>2</sup>	300 cm <sup>2</sup>	300 cm <sup>2</sup>
Silbato	no obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Asa de izado	no obligatorio	no obligatorio	obligatorio	obligatorio
Cincha entropiernas	no	útil	útil	útil



## Anexo No. 2 El cantón Pasaje en fotos









## Anexo No. 3 Proyecciones Financieras

### INFRAESTRUCTURA DEL PROYECTO

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIONES, MATERIALES Y OBRA CIVIL

CONSTRUCCION DE PISCINAS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Construccion</b>			
Excavaciones (area de 32 mts 2)	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Conexiones de tubos de agua, drenaje, entrada y salida de aspiradora (32 mts2)	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Construccion del vaso de piscina (hormigon, hierro, fraguada) (32mts2)	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Impermeabilizacion de piscina (32 mts2)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Revestimiento de la piscina (ceramica) 32 mts2	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Instalacion de Gasfiteria, accesorios de caceta y filtracion (32 mts2)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Zuncho Superior (32 mts2)	1	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
Excavaciones (area de 8 mts 2)	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Conexiones de tubos de agua, drenaje, entrada y salida de aspiradora (8 mts2)	1	\$ 112,50	\$ 112,50
Construccion del vaso de piscina (hormigon, hierro, fraguada) (8mts2)	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Impermeabilizacion de piscina (8 mts2)	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Revestimiento de la piscina (ceramica) 8 mts2	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Instalacion de Gasfiteria, accesorios de caceta y filtracion (8 mts2)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Zuncho Superior (8 mts2)	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Accesorios</b>			
Tabla	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Luces decorativas	8	\$ 50,00	\$ 400,00
Escaleras	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>Mano de Obra</b>			
Sueldo Obreros de Construccion	4	\$ 292,00	\$ 1.168,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 21.720,50</b>

CONSTRUCCION DE INVERNADERO CASERO (4x10m) = 40m <sup>2</sup>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Construccion</b>			
Tubos galvanizados	30	\$ 35,00	\$ 1.050,00
Malla anti-afidos	30	\$ 2,50	\$ 75,00
Plastico anti-afidos	30	\$ 3,25	\$ 97,50
Alambre Zig-Zag	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Perfil Sujetador	50	\$ 0,75	\$ 37,50
<b>Instalaciones</b>			
Tornillos con punta de broca	50	\$ 0,10	\$ 5,00
<b>Mano de Obra</b>			
Sueldo Obreros de construccion	3	\$ 292,00	\$ 876,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.186,00</b>

TERRENO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Terreno 4840 m <sup>2</sup>	500	\$ 8,00	\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.000,00</b>

CONSTRUCCION DE CABANAS (10x8m) = 80 m <sup>2</sup>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Construccion</b>			
Bastidores de madera con soleras de viguetas estructurales	10	\$ 4.500,00	\$ 45.000,00
Forro externo base de triplay ranurado	10	\$ 1.200,00	\$ 12.000,00
Losa integrada a zapatas corridas perimetrales	10	\$ 950,00	\$ 9.500,00
<b>Instalaciones</b>			
Piezas sanitarias	10	\$ 450,00	\$ 4.500,00
Instalaciones Electricas y de Gasfiteria	10	\$ 200,00	\$ 2.000,00
Puertas y Ventanas	10	\$ 200,00	\$ 2.000,00
<b>Mano de Obra</b>			
Sueldo Obreros de Construccion	10	\$ 292,00	\$ 2.920,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 77.920,00</b>

CONSTRUCCION DE CABANA PRINCIPAL (20x10m) = 250 m <sup>2</sup>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Construccion</b>			
Bastidores de madera con soleras de viguetas estructurales	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Forro externo base de triplay ranurado	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Losa integrada a zapatas corridas perimetrales	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
<b>Instalaciones</b>			
Piezas sanitarias	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Instalaciones Electricas y de Gasfiteria	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Puertas y Ventanas	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Mano de Obra</b>			
Sueldo Obreros de Construccion	5	\$ 292,00	\$ 1.460,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.810,00</b>

CONSTRUCCION DE ESTABLO (5x15m) = 75m <sup>2</sup>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Construccion</b>			
Construccion de zanjas para cimientos	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Madera Aserradero	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Elaboracion, nivelacion y colocacion de adobes para establo	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Colocacion de postes para establos	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Colocacion de vigas sala de cria	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Armado y colocacion de techo	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Mallas y techo de zinc	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Pulido y enrocado de piso para casa de crias	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>Instalaciones</b>			
Instalacion de tuberias y toma de agua para bebederos	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Adecuacion de establo y pintada	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Mano de Obra</b>			
Sueldo Obreros de construccion	5	\$ 292,00	\$ 1.460,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.360,00</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

**PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS**

**EQUIPAMIENTO DE LA HOSTERIA**

EQUIPOS DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Habitaciones</b>			
Aire Acondicionado 9000 BTU-TEKNO	10	\$ 450,00	\$ 4.500,00
Telefonos convencionales	10	\$ 12,00	\$ 120,00
TV LCD 32" RIVIERA	10	\$ 400,00	\$ 4.000,00
<b>Hosteria</b>			
TV LCD 50" RIVIERA	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Lavadora LG 32 Lb 14 ciclos lavado	1	\$ 575,00	\$ 575,00
Secadora Whirlpool a gas 35 Lb	1	\$ 577,00	\$ 577,00
Calentador de agua	2	\$ 320,00	\$ 640,00
Generador Energia Electrica	1	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00
Ventilador de techo	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Caja Registradora	1	\$ 390,00	\$ 390,00
Telefonos Fax	1	\$ 107,00	\$ 107,00
Dispensador de Agua	1	\$ 90,00	\$ 90,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 13.724,00</b>

OTROS EQUIPOS DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Hosteria</b>			
Equipos de Primeros Auxilios	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Circuito de Monitoreo por Camaras de Seguridad	2	\$ 620,00	\$ 1.240,00
Accesorios de Decoracion de Habitaciones	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Exintores de polvo quimico	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Sabanas, Edredones, Almohadas y Toallas	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Accesorios varios para habitaciones	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Contenedores de basura	1	\$ 295,00	\$ 295,00
<b>Exteriores</b>			
Arcos de Futbol	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Columnas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Sube y Baja	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Cajon de arena	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Resbaladeras	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 13.955,00</b>

VEHICULO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Furgoneta Hyundai H-1	1	\$ 33.590,00	\$ 33.590,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 33.590,00</b>

MOBILIARIO DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Habitaciones</b>			
Veladores	20	\$ 45,00	\$ 900,00
Muebles para Bano	10	\$ 40,00	\$ 400,00
Colchon de 2 plazas + base	10	\$ 150,00	\$ 1.500,00
Colchon de 1.5 plazas + base	0	\$ 110,00	\$ -
Armarios	10	\$ 75,00	\$ 750,00
Soportes de TV	10	\$ 35,00	\$ 350,00
Cajoneras	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Mesas	10	\$ 40,00	\$ 400,00
Sillas	10	\$ 25,00	\$ 250,00
<b>Hosteria</b>			
Silones de Espera	2	\$ 275,00	\$ 550,00
Mesa de centro	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Counter de Recepcion	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Silon ejecutivo	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Archivador de Recepcion	1	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>Exteriores</b>			
Juego de Parasoles, Mesas y Sillas (Piscinas)	10	\$ 120,00	\$ 1.200,00
Sillas Perezosas Rimax	6	\$ 50,00	\$ 300,00
Juego de mesa de madera de tronco	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
Graderios de madera para canchas	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.015,00</b>

MUEBLES OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorios Ejecutivos	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Silones Ejecutivos	2	\$ 140,00	\$ 280,00
Sillas de Visita	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Archivadores Aereos	4	\$ 50,00	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.100,00</b>

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadores de Escritorio	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Impresora Multifuncional	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Router Inalambrico	2	\$ 60,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.660,00</b>

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Telefonos Inalambricos	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Calculadoras, perforadoras, grapadoras	2	\$ 50,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 190,00</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

**PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS**  
**CONSTITUCION, INSTALACIONES Y ADECUACIONES**

<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>C.UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Acta de Constitución	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Emisión del RUC	1	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 800,00</b>

<b>PERMISOS, CONCESIONES Y DERECHOS</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>C.UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Registro de Turismo y Licencia Unica Anual de Funcionamiento	1	\$ 142,00	\$ 142,00
Pago de la Patente Municipal	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Pago de Permisos a los Bomberos	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Pago de Permiso de Uso de Suelo	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Pago del 1x1000 al Fondo Mixto de Promoción	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Permiso Sanitario de Funcionamiento	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Certificado de Medio Ambiente	1	\$ 43,60	\$ 43,60
Afiliación a la Cámara de Turismo de Guayas	1	\$ 240,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.725,60</b>

<b>ADECUACIONES E INSTALACIONES</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>C.UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Plaza de Acceso	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Arborizacion	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Adecuacion de Restaurante	1	\$ 810,00	\$ 810,00
Adecuacion de Areas Verdes	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Adecuacion de BBQ	1	\$ 3.175,00	\$ 3.175,00
Instalacion de Cisterna	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Adecuacion de Hosteria	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Adecuacion Sistema de Riego	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Adecuacion de Caminerias	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 40.085,00</b>

**Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas**

## PROPIEDAD ACCIONARIA

Nombre de los Accionistas	V. Accion	Cant	T. Aportacion	%
Socio 1	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 2	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 3	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 4	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 5	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 6	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 7	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 8	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 9	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
Socio 10	\$ 50,00	250	\$ 12.500,00	10,00%
<b>TOTAL APORTACIONES</b>			<b>\$ 125.000,00</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

## CAPITAL DE TRABAJO

### PRESUPUESTO PARA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO

DETALLES	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
<b><i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i></b>	<b>\$ 6.717,60</b>	<b>\$ 6.717,60</b>	<b>\$ 6.717,60</b>	<b>\$ 21.352,79</b>
Sueldos y Beneficios	\$ 5.473,42	\$ 5.473,42	\$ 5.473,42	\$ 16.420,25
Agua	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 150,00
Energia Electrica	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 135,00
Telefonia Fija	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 150,00
Internet	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 120,00
Seguros	\$ 74,55	\$ 74,55	\$ 74,55	\$ 223,66
Mantenimientos	\$ 894,63	\$ 894,63	\$ 894,63	\$ 2.683,88
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 90,00
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 60,00
Suministros Varios	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 120,00
Combustibles	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 1.200,00
<b><i>GASTOS DE VENTA</i></b>	<b>\$ 495,00</b>	<b>\$ 495,00</b>	<b>\$ 495,00</b>	<b>\$ 1.485,00</b>
Publicidad y Promocion	\$ 495,00	\$ 495,00	\$ 495,00	\$ 1.485,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>7.212,60</b>	<b>7.212,60</b>	<b>7.212,60</b>	<b>22.837,79</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas

## CALCULO DE LAS DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

DESCRIPCION	VALOR USD \$	VIDA UTIL	DEPRECIACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles de Oficina	\$ 1.100,00	10	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00
Mobiliario de Operacion	\$ 10.015,00	10	\$ 1.001,50	\$ 1.001,50	\$ 1.001,50	\$ 1.001,50	\$ 1.001,50	\$ 1.001,50
Equipos de Oficina	\$ 190,00	10	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 19,00
Equipos de Computacion	\$ 1.660,00	3	\$ 553,33	\$ 553,33	\$ 553,33	\$ 553,33	\$ -	\$ -
Equipos de Operacion	\$ 13.724,00	10	\$ 1.372,40	\$ 1.372,40	\$ 1.372,40	\$ 1.372,40	\$ 1.372,40	\$ 1.372,40
Otros Equipos de Operacion	\$ 13.955,00	10	\$ 1.395,50	\$ 1.395,50	\$ 1.395,50	\$ 1.395,50	\$ 1.395,50	\$ 1.395,50
Vehiculos	\$ 33.590,00	5	\$ 6.718,00	\$ 6.718,00	\$ 6.718,00	\$ 6.718,00	\$ 6.718,00	\$ 6.718,00
Edificaciones y Otras Construcciones	\$ 115.996,50	20	\$ 5.799,83	\$ 5.799,83	\$ 5.799,83	\$ 5.799,83	\$ 5.799,83	\$ 5.799,83
<b>TOTAL DE DEPRECIACIONES</b>				<b>\$ 16.969,56</b>	<b>\$ 16.969,56</b>	<b>\$ 16.969,56</b>	<b>\$ 16.416,23</b>	<b>\$ 16.416,23</b>
<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>				<b>\$ 16.969,56</b>	<b>\$33.939,12</b>	<b>\$50.908,68</b>	<b>\$67.324,90</b>	<b>\$83.741,13</b>

DESCRIPCION	VALOR USD \$	VIDA UTIL	AMORTIZACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitucion	\$ 800,00	5	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Permisos, Concesiones y Derechos	\$ 1.725,60	5	\$ 345,12	\$ 345,12	\$ 345,12	\$ 345,12	\$ 345,12	\$ 345,12
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 40.085,00	5	\$ 8.017,00	\$ 8.017,00	\$ 8.017,00	\$ 8.017,00	\$ 8.017,00	\$ 8.017,00
<b>TOTAL DE AMORTIZACIONES</b>				<b>\$ 8.522,12</b>	<b>\$ 8.522,12</b>	<b>\$ 8.522,12</b>	<b>\$ 8.522,12</b>	<b>\$ 8.522,12</b>
<b>AMORTIZACION ACUMULADA</b>				<b>\$ 8.522,12</b>	<b>\$17.044,24</b>	<b>\$25.566,36</b>	<b>\$34.088,48</b>	<b>\$42.610,60</b>

Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas



**CUADRO DE MANTENIMIENTOS**

DESCRIPCION	VALOR USD \$	%	V. MENSUAL	V. ANUAL
Equipos de Computacion	\$ 1.660,00	0,50%	\$ 8,30	\$ 99,60
Equipos de Operacion	\$ 13.724,00	0,50%	\$ 68,62	\$ 823,44
Otros Equipos de Operacion	\$ 13.955,00	0,50%	\$ 69,78	\$ 837,30
Vehiculos	\$ 33.590,00	0,50%	\$ 167,95	\$ 2.015,40
Edificaciones y otras construcciones	\$ 115.996,50	0,50%	\$ 579,98	\$ 6.959,79
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 894,63</b>	<b>\$ 10.735,53</b>

**CUADRO DE SEGUROS**

DESCRIPCION	VALOR USD \$	% TASA	PRIMA	V. MENSUAL
<b><u>INCENDIO</u></b>				
Equipos de Computacion	\$ 1.660,00	0,20%	\$ 3,32	\$ 0,28
Equipos de Operacion	\$ 13.724,00	0,20%	\$ 27,45	\$ 2,29
Otros Equipos de Operacion	\$ 13.955,00	0,20%	\$ 27,91	\$ 2,33
Vehiculos	\$ 33.590,00	0,20%	\$ 67,18	\$ 5,60
Edificaciones y otras construcciones	\$ 115.996,50	0,20%	\$ 231,99	\$ 19,33
<b><u>ROBO Y ASALTOS</u></b>				
Equipos de Computacion	\$ 1.660,00	0,30%	\$ 4,98	\$ 0,42
Equipos de Operacion	\$ 13.724,00	0,30%	\$ 41,17	\$ 3,43
Otros Equipos de Operacion	\$ 13.955,00	0,30%	\$ 41,87	\$ 3,49
Vehiculos	\$ 33.590,00	0,30%	\$ 100,77	\$ 8,40
Edificaciones y otras construcciones	\$ 115.996,50	0,30%	\$ 347,99	\$ 29,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 894,63</b>	<b>\$ 74,55</b>

**Elaborado por: Yeltsin Abril Vanegas**