



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TÍTULO:**

**Proyecto de inversión para la creación de "Bungalow Sun Resort"  
ubicado en Cumbres de Ayangué, Provincia de Santa Elena enfocado  
en turistas solteros nacionales y extranjeros**

**AUTORES/AS:**

**Medina Cuesta, Evelyn Alexandra  
Vera Loor, Jimar Alexander**

**TUTOR:**

**Diez Farhat, Said**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por MEDINA CUESTA EVELYN ALEXANDRA Y VERA LOOR JIMAR ALEXANDER, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera/o en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR**

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

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

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



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Evelyn Alexandra Medina Cuesta**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Proyecto de inversión para la creación de "Bungalow Sun Resort" ubicado en Cumbres de Ayangue, Provincia de Santa Elena enfocado en turistas solteros nacionales y extranjeros** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado 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 agosto del año 2014**

**LA AUTORA**

---

**Evelyn Alexandra Medina Cuesta**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Jimar Alexander Vera Loor**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Proyecto de inversión para la creación de "Bungalow Sun Resort" ubicado en Cumbres de Ayangue, Provincia de Santa Elena enfocado en turistas solteros nacionales y extranjeros** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado 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 agosto del año 2014**

**EL AUTOR:**

---

**Jimar Alexander Vera Loor**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Evelyn Alexandra Medina Cuesta**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Proyecto de inversión para la creación de "Bungalow Sun Resort" ubicado en Cumbres de Ayangue, Provincia de Santa Elena enfocado en turistas solteros nacionales y extranjeros** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

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

**LA AUTORA:**

---

**Evelyn Alexandra Medina Cuesta**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Jimar Alexander Vera Loor**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Proyecto de inversión para la creación de "Bungalow Sun Resort" ubicado en Cumbres de Ayangue, Provincia de Santa Elena enfocado en turistas solteros nacionales y extranjeros** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

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

**EL AUTOR:**

---

**Jimar Alexander Vera Loor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por cada día de vida que me da, a mi padre quien con mucho esfuerzo me ha brindado su apoyo incondicional, a mi madre a quien admiro y considero mi mejor amiga quien ha estado conmigo en cada momento de mi vida, a mi hermana Flor María quien con sus locuras le ha dado alegría a mi vida, a mi tío Franklin que durante todo mi periodo universitario me acogió en su hogar convirtiéndose así como un segundo padre, así mismo a los profesores que a lo largo de todos los años de estudio supieron impartirme conocimientos y experiencias con el fin de formar profesionales útiles a la sociedad.

En forma especial dejo constancia de mi sincero agradecimiento a SAID DIEZ FARHAT distinguido docente de la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras quien en todo momento me brindo su valiosa colaboración profesional como TUTOR de mí Proyecto de Tesis.

De igual manera expreso mi agradecimiento a todas las personas que de manera desinteresada contribuyeron a la realización de mi proyecto de Tesis, creyeron en mí brindándome su apoyo incondicional.

**Evelyn Medina**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a DIOS por darme la oportunidad de culminar con éxito una meta profesional; a mis PADRES por su apoyo incondicional motivándome con sus consejos e incentivos a lo largo de toda mi vida; a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, en especial a la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hotelera por proporcionarme los conocimientos necesaria día a día para poder desarrollarme como un profesional de éxito brindándome las herramientas necesaria para mi vida laboral.

Además doy un agradecimiento especial a SAID DIEZ FARHAT distinguido docente de la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras quien como tutor, nos brindó su tiempo y sus conocimientos para el total desarrollo de nuestra tesis.

**Jimar Vera**



## **DEDICATORIA**

A Mis padres TERESA CUESTA y NEWTON MEDINA, a mi hermana FLOR MEDINA quienes me han guiado por el camino del bien sembrando en mí el deseo de superación.

De igual manera a mi abuela ANGELITA RIVAS aunque no lleva mi sangre pero me ha inculcado junto a mi abuelo ROLENDIO CIESTA y mi tío FRANKLIN CUESTA sentimientos de infinito amor y respeto hacia el prójimo.

A todos mis seres queridos que me apoyaron siempre con su cariño fraternal en las horas más difíciles de toda mi vida.

**Evelyn Medina**

## **DEDICATORIA**

Primero a Dios por guiar mi camino, a mis padres RICARDO VERA y ANGELA LOOR por estar pendiente de mi desarrollo profesional e intelectual y por su apoyo incondicional día a día al guiarme por el buen camino con sus consejos y valores para ser un joven ejemplar y poder culminar mi carrera universitaria, a mi hermana SILVIA VERA quien fue un pilar fundamental apoyándome y guiándome con sus ejemplos y a mi familia que de una u otra manera estaban presentes para apoyarme y brindarme sus ánimos en los momentos difíciles.

**Jimar Vera**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CALIFICACIÓN**

<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Nota final del Tutor</b>
<b>MEDINA CUESTA EVELYN ALEXANDRA</b>	
<b>VERA LOOR JIMAR ALEXANDER</b>	

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.**

**Tutor**

# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE EMPRENDIMIENTO	10
OBJETIVOS DEL PROYECTO	12
OBJETIVO GENERAL	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
CAPÍTULO # 1	13
MARCO TEÓRICO	13
MARCO CONCEPTUAL	18
MARCO LEGAL	21
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION	31
MÉTODOS	31
ENFOQUE	32
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	33
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN A EFECTUAR	34
UNIVERSO – POBLACIÓN	34
MUESTRA	35
TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS	36
FORMATO DE ENCUESTA	38
PRESENTACION DE RESULTADOS	41
CAPÍTULO # 2	57
ESTUDIO DE MERCADO	57

ANÁLISIS SITUACIONAL _____	58
5 FUERZAS DE PORTER _____	58
ANÁLISIS P.E.S.T.A. _____	62
ANALISIS FODA _____	68
CAPÍTULO # 3 _____	70
RAZÓN SOCIAL _____	70
NOMBRE COMERCIAL _____	70
LOGO – SLOGAN _____	70
MISIÓN _____	71
VISIÓN _____	71
VALORES _____	71
ORGANIGRAMA _____	72
MERCADO OBJETIVO _____	72
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO _____	73
MACRO LOCALIZACIÓN _____	73
MICRO LOCALIZACIÓN _____	73
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESPACIO _____	74
DÍAS Y HORARIOS DE ATENCIÓN _____	75
INFRAESTRUCTURA NECESARIA _____	75
PRODUCTOS A OFRECER _____	77
PERMISOS AMBIENTALES _____	83
PERMISOS MUNICIPALES _____	85
BOMBEROS _____	86
CAPÍTULO # 4 _____	89
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO _____	89
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO _____	91

ESTRATEGIA DE MARKETING _____	91
RADIO Y TELEVISIÓN _____	91
PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES _____	91
ISLAS EN CENTROS COMERCIALES _____	92
AFICHES EN ESTADOS DE CUENTAS _____	92
PUBLICIDAD VISUAL _____	92
MARKETING MIX _____	93
PRODUCTO: _____	93
PRECIO _____	94
PLAZA _____	94
PROMOCION _____	95
PRESUPUESTO DE MARKETING _____	96
CAPÍTULO # 5 _____	97
INVERSION INICIAL _____	97
BALANCE INICIAL _____	101
DETALLE DEL FINANCIAMIENTO _____	102
TABLA DE AMORTIZACIÓN _____	102
DETALLE DE INGRESOS _____	104
PROYECCIONES DE INGRESOS _____	104
RUBRO DE EGRESOS _____	105
INGRESOS MENSUALES _____	105
INGRESOS ANUALES _____	106
DETALLE GASTOS _____	106
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS _____	106
SUELDOS _____	107
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS _____	109

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO _____	111
FLUJO DE CAJA PROYECTADO _____	112
BALANCE GENERAL PROYECTADO _____	113
EVALUACIÓN FINANCIERA: VAN-TIR-B/C-PRI _____	115
PUNTO DE EQUILIBRIO _____	116
RAZONES FINANCIERAS _____	116
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD _____	118
CONCLUSIONES _____	119
RECOMENDACIONES _____	121
BIBLIOGRAFÍA _____	122

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla #1:</b> Causa y consecuencias del problema.....	8
<b>Tabla #2:</b> Criterios de clasificación de metodologías. ....	31
<b>Tabla #3:</b> Diferencias entre investigación cualitativa e investigativa. ....	32
<b>Tabla #4:</b> Edad del informante .....	41
<b>Tabla #5:</b> Sexo del informante.....	42
<b>Tabla #6:</b> Nacionalidad del encuestado.....	43
<b>Tabla #7:</b> Le gusta ir a la playa.....	44
<b>Tabla #8:</b> Tiempo que permanece en la playa .....	45
<b>Tabla #9:</b> Razón que lo motiva a viajar a la playa .....	46
<b>Tabla #10:</b> Asistencia a centros de diversión nocturna .....	48
<b>Tabla #11:</b> Disposición para viajar a un resort para solteros .....	49
<b>Tabla #12:</b> Tipos de shows para solteros.....	50
<b>Tabla #13:</b> Acompañamiento con el que visitaría este resort .....	51
<b>Tabla #14:</b> Motivo por el que visitaría el establecimiento .....	52
<b>Tabla #15:</b> Precios a pagar por el paquete durante el fin de semana.....	53
<b>Tabla #16:</b> Publicidad sobre el establecimiento.....	55
<b>Tabla #17:</b> Catastro turístico de alojamiento de Ayangue.....	61
<b>Tabla #18:</b> Llegada de extranjeros al ecuador .....	62
<b>Tabla #19:</b> Indicadores económicos en ecuador .....	63
<b>Tabla #20:</b> Actividades dentro del Resort .....	78
<b>Tabla #21:</b> Bebidas Alcohólicas .....	79
<b>Tabla #22:</b> Detalles de valores de las cabañas .....	94
<b>Tabla #23:</b> Presupuesto de marketing que se realizara.....	96
<b>Tabla #24:</b> Inversión Inicial.....	97



<b>Tabla #25:</b> Balance Inicial.....	101
<b>Tabla #26:</b> Tabla de Amortización mensual.....	102
<b>Tabla #27:</b> Proyecciones de ingresos.....	104
<b>Tabla #28:</b> Rubro de Egresos .....	105
<b>Tabla #29:</b> Ingresos Mensuales.....	105
<b>Tabla #30:</b> Ingresos Anuales .....	106
<b>Tabla #31:</b> Tabla de Depreciación .....	106
<b>Tabla #32:</b> Sueldos.....	107
<b>Tabla #33:</b> Proyección de Costos y Gastos .....	109
<b>Tabla #34:</b> Estado de Resultados .....	111
<b>Tabla #35:</b> Flujo de Caja Proyectado .....	112
<b>Tabla #36:</b> Balance General .....	113
<b>Tabla #37:</b> Evaluación Financiera .....	115
<b>Tabla #38:</b> Punto de Equilibrio.....	116
<b>Tabla #39:</b> Análisis de Rentabilidad del Proyecto .....	117
<b>Tabla #40:</b> Análisis de Sensibilidad .....	118

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Grafico # 1:</b> Formula Muestra Finita .....	35
<b>Grafico #2:</b> Técnicas de recolección de datos .....	36
<b>Grafico #3:</b> Edad del encuestado .....	42
<b>Grafico #4:</b> Sexo del encuestado.....	43
<b>Grafico #5:</b> Nacionalidad del encuestado.....	44
<b>Grafico #6:</b> Le gusta viajar a la playa .....	45
<b>Grafico #7:</b> Tiempo que permanece en la playa .....	46
<b>Grafico #8:</b> Razón que lo motiva a viajar a la playa .....	47
<b>Grafico #9:</b> Asistencia a centros de diversión nocturna .....	48
<b>Grafico #10:</b> Disposición para viajar a un resort para solteros .....	49
<b>Grafico #11:</b> Tipos de show para solteros .....	50
<b>Grafico #12:</b> Acompañamiento con el que visitaría este resort .....	51
<b>Grafico #13:</b> Motivo por el que visitaría el establecimiento .....	52
<b>Grafico #14:</b> <i>Precios a pagar por el paquete durante el fin de semana</i> .....	54
<b>Grafico #15:</b> Publicidad sobre el establecimiento.....	56
<b>Grafico #16:</b> Llegada de extranjeros por concepto de turismo al ecuador .....	63
<b>Grafico #17:</b> Ingreso de divisas por concepto de turismo .....	64
<b>Grafico #18:</b> Tecnología en ecuador .....	65
<b>Grafico #19:</b> Nivel social .....	66
<b>Grafico #20:</b> Logo-Slogan.....	70
<b>Grafico #21:</b> Organigrama.....	72
<b>Grafico #22:</b> Distribución física del Bungalow Sun Resort.....	74
<b>Grafico #23:</b> Espacio físico .....	95

## RESUMEN

Ecuador un país mega diverso, con grandes atractivos turísticos, cuenta con hermosos paisajes, hermosos edificios con una estructura arquitectónica maravillosa y sobre todo diversidad de etnias y culturas. Se sabe que es un país muy tentador para los amantes de la historia, cultura y sobre todo para aquellos amantes de la naturaleza, pero ¿por qué no incrementar el mercado objetivo del país?, no solo dirigiéndonos a esos grupos de personas sino también a personas solteras que buscan diversión por diversos motivos, permitiendo un incremento en las visitas y divisas que cada año ingresan al país.

La nueva tendencia a nivel mundial es la organización de festivales en los cuales la palabra diversión es el objetivo principal, estas actividades están movilizand o a personas de todo el mundo a diferentes destinos que son sede de estos eventos.

. El Ecuador actualmente está creciendo turísticamente acaparando nuevas tendencias de mercado, debido a que en la actualidad son cada vez más las necesidades de los clientes.

Bungalows Sun Resort es un proyecto muy interesante tanto para el turista como para los inversionistas, ya que está dirigido a un mercado que genera muchos ingresos y más que nada la predisposición de los turistas de viajar en busca de cosas nuevas, amistad y sobre todo mucha diversión.

Básicamente es un resort el cual brinda hospedaje al igual que otros Hoteles, pero esta propuesta a parte de brindar confort a los comensales garantizará la diversión del mismo, con fiestas temáticas, deportes de playa y festivales que se realizaran dentro del establecimiento.

El público al que la propuesta está enfocada es en los turistas solteros jóvenes de todas las nacionalidades que buscan incrementar su círculo de amigos y vivir nuevas experiencias llenas de adrenalina.

Ayangue, conocida como la laguna del pacifico, hermosa playa ubicada en la provincia de Santa Elena, es el lugar idóneo para efectuar la propuesta ya que es una playa turísticamente no explotada y que vale la pena dar a conocer, ya que el proyecto ayudara a este poblado a incrementar sus ingresos en la actividad turística generando así nuevas fuentes de empleo y mucha actividad comercial.

Cabe recalcar que se encuentra cerca de unos de los destinos turísticos reconocido a nivel mundial, Montañita un lugar donde básicamente personas de todo el mundo van a divertirse pero no cuenta con una propuesta diseñada para solteros, generando así un interés por parte del turista en visitar Ayangue y a un resort donde vivirá experiencias únicas.

Un proyecto rentable el cual tendrá una gran aceptación en el mercado nacional e internacional.

**Palabras Claves:** Resort, Solteros, Turismo, Diversión, Destinos Turísticos, Ayangue

## **ABSTRACT**

Ecuador a mega diverse country, with great interest, has beautiful scenery, and wonderful architecturally, some buildings mainly of ethnic and cultural diversity. You know it is a very tempting country visit for lovers of history, culture and especially for those who love nature, but why not increase the target market of the country?, not only heading to these groups of people but also single people looking for fun for several reasons, allowing an increase in foreign visitors each year and enter the Country

The new trend is the worldwide organization of festivals in which the word fun is the main objective; these activities are mobilizing people around the world different destinations that host these events.

The Ecuador for tourism hoarding is currently growing new market trends, because today are increasingly the needs of customers.

Bungalows Sun Resort is a very interesting project for both tourists and investors, as it is aimed at a market that generates a lot of revenue and most of all the willingness of tourists to travel in search of new things, friendship and especially great fun.

Basically a resort which provides accommodation like other hotels, but this proposal, apart from providing comfort to diners will ensure the fun of it, with theme parties, beach sports and festivals that will be held within the facility.

The audience to which the proposal is aimed at young singles is tourists of all nationalities looking to increase their circle of friends and new experiences filled with adrenaline.

Ayangue, known as the lagoon of the Pacific, beautiful beach located in the province of Santa Elena, is the ideal place to make the proposal as it is a beach for

tourism unexploited and worthwhile to publicize the project will help this town increase revenue in tourism generating new jobs and great commercial activity.

It should be noted that is near one of the tourist destinations globally recognized, Montañita basically a place where people around the world are going to have fun but do not have a proposal designed for singles, thus generating interest from tourists visiting Ayangue and a resort where live unique experiences.

A profitable project which will have a great acceptance in the national and international market.

**Keywords:** Resort, Singles, Travel, Entertainment, Tourist Destinations,  
Ayangue.

## INTRODUCCIÓN

El acrecentamiento del ritmo acelerado de vida que llevan los profesionales en la ciudad, ha ido generando una “tendencia” a nivel profesional, una generación de profesionales más enfocados en buscar su bienestar físico así como psíquico, por lo que buscan cada semana un ambiente que les proporcione “relax”, así como seguridad integral; la misma que a través del tiempo ha demostrado, que cada vez más se busca una mejor calidad de vida ante una sociedad de consumo imperante, que exige cierta imagen día a día, acorde a sus perspectivas desde todo punto de vista tanto laboral como personal.

En la propuesta, se realizara con el objetivo de demostrar que la calidad de vida laboral va de la mano con la calidad de vida personal; es por esta razón que al demostrar la factibilidad de la creación de un resort enfocado principalmente en profesionales y turistas solteros, busca recrear un ambiente libre del estrés tanto laboral como personal, lleno de diversión y más que nada de conocer y relacionarse con profesionales solteros, en busca de una sana diversión tanto física como mental.

En si es una idea completamente innovadora, ya que en Ecuador no existe este tipo de resorts, ofreciendo así a los turistas, sean estos profesionales o no, un producto nuevo y atractivo para aquel mercado que pagarían por hospedarse en un lugar donde se pueden divertir a cualquier hora.

Hoy en día los turistas, sean o no profesionales, buscan muchas alternativas de distensión y “relax”, a más de relacionarse con personas de otros países; de allí que se derivan muchos festivales que han tenido un gran éxito a nivel de la industria turística, y sin importar lo que cuesten, estos acuden a ellos porque les ofrecen esparcimiento y diversión al máximo.

Estos festivales en su mayoría, se basan en buscar, y recrear aparte del ambiente, música electrónica, etc., un ambiente agradable tanto en la parte mental, como en la parte física, y algunos a nivel familiar; hoy ya son muy famosos a nivel mundial tales como: Life in Color, Ultra Music Festival, Tomorrow Land, Tomorrow Worl, Sensation Withe, entre otros; miles de turistas acuden a estas grandes fiestas que duran tres días pero este tipo de festival sucede una vez por año.

En sí, al combinar este tipo de festivales tanto en la parte mental como corporal, al igual que con el servicio de hospedaje y más que nada realizar festivales temáticos más de una vez por año, invitando Djs para que formen parte de estas fiestas y no solamente de música electrónica, también se harán de los diferentes géneros musicales que estén de moda y que garanticen un ambiente de diversión única.

El lugar ideal, donde va a implementarse el proyecto es Ayangue. Paradisiáco lugar localizado en la Provincia de Santa Elena, ubicado en una bahía en forma de herradura, reconocida por sus aguas claras y tibias y sus llamativos arrecifes de coral, adornada de hermosos parajes.

Ecuador gracias a la promoción turística All You Need is Ecuador, ha incrementado sus niveles turísticos, al igual que su fama a nivel mundial. Dicha promoción turística atrajo la atención de muchos turistas, tanto nacionales como extranjeros, y aprovechando dicho incremento de turistas, la creación del Resort como un producto turístico generará no solo el incremento de la afluencia de turistas en la Provincia de Santa Elena, sino también la afluencia de turistas extranjeros al Ecuador.



## ANTECEDENTES

La Republica del Ecuador es un hermoso país de ricas tradiciones culturales, país con una rica diversidad intercultural, el mismo que limita al norte con Colombia al oeste con el océano Pacífico, al sur y este con Perú. Cuenta con una superficie de 256,370 kilómetros cuadrados con 14'483.499 habitantes y su capital es Quito, conocida actualmente como una ciudad Histórica y declarada por la UNESCO el 18 de septiembre de 1978 como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad con el objetivo de preservar la arquitectura colonial que posee.

País conformado por 4 regiones: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. Las mismas que poseen atractivos muy característicos así como diversos, poseedoras además de una riquísima variedad de especies tanto de fauna y flora endémicas, únicas en el mundo, y sobre todo una gran diversidad de paisajes naturales, la cual es comentada en todos los ámbitos turísticos internacionales.

La región Costa, la misma que posee un clima cálido, frutas tropicales, bosques secos y sobre todo hermosas y extensas playas, desde donde, en algunas de las mismas se puede realizar el avistamiento de las famosas ballenas jorobadas que en cierta época del año visitan nuestras costas.

La propuesta en mención, se va a realizar precisamente en esta región, en la Playa de Ayangue, en la provincia de Santa Elena, a 150 kilómetros de Guayaquil, delimitada al norte con la Comuna San Pedro, al sur por la Comuna Palmar, al este por la parroquia Colonche y la cordillera del mismo nombre y al oeste por el Océano Pacífico, ubicada al este de la Provincia del Guayas.

La población de Santa Elena, descubierta por el español Francisco Pizarro el 18 de Agosto de 1527, es una de las pocas que ha mantenido sus raíces, su personalidad y

tradición; su única parroquia urbana es Santa Elena convirtiéndose así en la cabecera cantonal, cuenta con una extensión de 3.762,8 km<sup>2</sup> con una población aproximada con 238,889 habitantes. Posee una variedad gastronómica cuya base principal está compuesta de mariscos.

Posee además grandes extensiones de hermosas playas tales como: Salinas, Ballenita, Montañita, Olón, Ayangue entre otras; las cuales son visitada por turistas todo el tiempo siendo así una de las provincias con mayor número de visitas del Ecuador.

Ayangue lugar elegido para desarrollar la propuesta, es conocida como “La Piscina del Pacífico”, debido a que las montañas interrumpen en el mar y sus aguas forman una especie de piscina natural, abarca 3100 metros de la costa ecuatoriana con exuberantes y atractivos paisajes, aguas cálidas y suaves arenas, convirtiéndose por excelencia en el lugar idóneo para practicar deportes submarinos.

Las actividades que con frecuencia se realizan en esta playa son: Buceo, voley, fútbol, caminatas, observación de aves pedestres entre otras; así mismo para disfrutar de una hermoso amanecer o atardecer sin dejar a un lado la oferta gastronómica que ofrece el lugar.

Lamentablemente Ayangue al ser un pequeño poblado, posee una infraestructura básica para el servicio a los turistas, la cual aún no ha desarrollado su verdadero potencial turístico; incluso aquí se debe tener en cuenta que necesitan mejorarse ciertos aspectos tanto de su infraestructura Hotelera, así como de la restauración de ciertos parajes arqueológicos.

Básicamente, la población aún vive de la actividad de la pesca, la cual es su principal fuente de ingresos; con la propuesta descrita se busca mejorar la calidad de

vida de la población, con la creación de un novedoso producto turístico e incrementar el índice de turistas que visitan la playa, ya que es un lugar de fácil acceso ubicada en una de las rutas más turísticas del país, la Ruta del Spondylus.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Aunque el turismo en el Ecuador ha venido incrementándose de forma acelerada en los últimos años, es importante reconocer que no se ha implementado de una forma equitativa en todas sus regiones; sobre todo cuando se habla de la región litoral, la misma que en materia hotelera, no ha dado el “gran salto”, ya que cuando se habla de zonas costeras, compite en desigualdad de condiciones si nos referimos a nivel sudamericano.

La industria hotelera ha ido cambiado mucho en todo el país en los últimos 50 años, porque antes el viajero solo buscaba un lugar donde pernoctar y poder ingerir uno que otro alimento, pero ahora la demanda de los turistas ha cambiado; ahora se trata de encontrar un sitio en el que puedan “hallar de todo”, donde todas las comodidades requeridas se encuentren en un mismo lugar, más aun si de zona costera se trata, específicamente hablando si de la Península de Santa Elena se habla, la cual vale la pena destacar, no en toda ella existe una gama variada de oferta hotelera.

El Ecuador a nivel “playero” cuenta con pocos hoteles que ofrecen este tipo de servicio, entre ellos tenemos Hillary resort ubicado en arenillas, provincia de El Oro. Cuenta con otra cadena hotelera llamada Decamerón que está ubicado en 2 sitios estratégicos, uno se encuentra en punta centinela, Provincia de Santa Elena y el otro hotel está ubicado en Mompiche en la provincia de esmeraldas.

Enfocándonos en la región costa existen un sinnúmero de hermosas playas, una de ellas es Ayangue ubicada en la Provincia de Santa Elena, la misma que a pesar de contar con un significativo número de turistas que prefieren disfrutar de su ambiente paradisíaco, solo posee 4 establecimientos frente a sus playas (especialmente para turistas), contándose entre ellos, entre hoteles, bungalows y hostales, además de otros 5

que se encuentran un poco apartados del sector, pero, sin que exista una gama variada de ofertas que promueva su desarrollo como sitio turístico de primer orden

Ayangue es un hermoso atractivo turístico, inmersa en una lucha interna entre comuneros y los “dueños” de grandes extensiones de tierras, lo que ha causado el desinterés de quienes tienen a su manejo la industria del turismo; si sumamos a eso la escasa inversión tanto local como privada, la casi nula promoción turística, nos daremos cuenta que lo que existe de por medio es el nulo o poco dialogo, entre quienes deberían levantar el estatus que se amerita la playa de Ayangue.

Esta playa que tiene aguas muy tranquilas, ubicado en la ruta Spondylus, desde donde se puede realizar el avistamiento de ballenas jorobadas y sobre todo disfrutar de un hermoso atardecer, cuenta con una población “itinerante” de 3568 personas aproximadamente, a la cual le falta mucha inversión en cuanto a infraestructura pública se refiere (escuelas, colegios, universidades, casas de salud), lo cual se convierten en un aspecto limitante que frena su “salto” al desarrollo de la industria turística y al crecimiento organizado .

**Tabla #1:** Causa y consecuencias del problema

<b>CAUSAS</b>	<b>CONSECUENCIAS</b>
Insuficiente inversión local y privada.	Bajo nivel de desarrollo del turismo.
Escasa difusión y promoción de productos turísticos (avistamiento de ballenas, buceo, etc.)	Desinterés social de la comuna.
Crecimiento económico desorganizado.	Conflicto entre comuneros y dueños de tierras.
Falta de inversión en infraestructura pública.	Escaso desarrollo del turismo regional.
Falta de dialogo entre los diversos sectores sociales	Escasa o nula solución a los problemas.

**Elaborado por:** Los Autores

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera incidiría la creación de "Bungalow Sun Resort" enfocado a turistas solteros, en el ambiente socio económico, como aporte a la industria hotelera ubicado en la comunidad de Ayangue?

## **JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE EMPRENDIMIENTO**

Hoy en día, una de las actividades que mayores ingresos está dejando al país, en cuanto al PBI, es el turismo, viniendo en constante crecimiento, especialmente desde Europa, así como también desde América (Colombia); el cual es un sector muy amplio que involucra, industrias grandes como las hoteleras, buceo deportivo, la restauración de patrimonios culturales, la recreación acuática, cruceros, artesanías, entre otras.

La propuesta es algo nuevo, completamente innovadora, la cual consiste en crear un resort con cabañas construidas sobre el agua, básicamente un diseño similar al Resort de las Islas Bora Bora; pero la diferencia radica, en la elaboración de programas variados, realizados con sumo esmero, pero según las necesidades de los turistas – comensales, así como con actividades diseñadas exclusivamente para el entretenimiento de los turistas Solteros que se hospeden en el lugar.

Este tipo de turismo tipo "Bungalow Sun Resort" (especialmente para turismo de solteros) en Ecuador aún no ha sido creado, por lo tanto es un proyecto único y muy atractivo para el inversionista que no dudara en llevarlo a cabo, esto se ha pensado gracias a que el país, sobre todo la región “playera” cuenta en la actualidad, con hermosos paisajes de diversos colores y matices, playas paradisíacas y una variedad así como una gran diversidad de flora y fauna que hacen de este territorio, único en su clase.

La aplicación de este proyecto sería útil para impulsar el turismo en Ayangue hacia el “gran salto”, especialmente en toda la provincia de Santa Elena, ya que es una propuesta innovadora que llama mucho la atención de los turistas y más aún si es enfocado en los solteros.

Este proyecto es sinónimo de sana diversión; es decir impulsará el turismo en toda su variedad, también generara plazas de trabajo para los habitantes del lugar y



mejor desarrollo de la calidad de vida para las comunidades así como para los gobiernos locales, debido a que se logrará explotar de una forma racional todo aquello que encierra a la gran industria del turismo.

Además, se creara el "Bungalow Sun Resort" con todas las facilidades y comodidades necesarias para el turista, tales como: Alojamiento, alimentación, diversidad de entretenimiento, servicios de primer orden etc; servicios que buscan satisfacer sus necesidades, con una infraestructura adecuada pero tratando de reducir el impacto ambiental en el lugar, conservando lo mayormente posible el estado natural del lugar.

Así mismo se realizarán grandes eventos temáticos en este "Bungalow Sun Resort", donde la demanda de turistas crecerá generando así una actividad masiva turística, de la que se requerirá necesariamente mano de obra del lugar, provocando por lo tanto divisa que ingresen al sector.

Consecuentemente el Municipio brindará mayor apoyo al lugar en el ámbito turístico, generando como consecuencia el desarrollo del estatus de la población, cambiando la mentalidad de estas personas y haciendo que más ideas de emprendimiento en el área turística, nazcan pasando a otro nivel de calidad de vida.

De esta manera la actividad pesquera dejara de ser la principal fuente de ingresos de la población abriéndole paso al turismo como una alternativa más de ingresos.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un estudio de factibilidad sobre la creación de "Bungalow Sun Resort" enfocado a turistas solteros, como aporte a la industria hotelera ubicado en la comunidad de Ayangue provincia de Santa Elena.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar estrategias de servicios turísticos para ser una empresa sólida y contribuir con el desarrollo socio económico de la provincia.
- Desarrollar un estudio de mercado para conocer la viabilidad técnica del proyecto y evaluar la factibilidad económica.
- Establecer el mercado objetivo determinando las herramientas necesarias de promoción turística para crear un Plan de Marketing adecuado.
- Promover la playa de Ayangue como destino potencial de desarrollo turístico combinando tecnología, servicio y entretenimiento en un solo lugar.

## CAPÍTULO # 1

### MARCO TEÓRICO

El turismo no es algo que se pueda llevar a cabo con especulaciones o improvisaciones, es necesario que se realicen estudios de mercado, estadísticas, análisis de las tendencias de los consumidores para lograr un desarrollo eficiente del turismo. (Bonilla, "El turismo como factor de integración entre los pueblos Sara Spinelli", 2012: 14)

El turismo se define como "...el estudio del hombre y la mujer fuera de su hábitat usual, de las redes y del aparato turísticos en el país en el que este reside de ordinario, también en los países en los que no reside ordinariamente y que visita (países turísticos) y de sus relaciones dialécticas". (Escalona, 2011: 33)

El turismo debe considerarse como una ciencia, pero no como una ciencia independiente de las demás, "...puesto que los estudios del fenómeno turístico se realizan como es lógico, con el auxilio de otras ciencias: Economía, Estadística, Ciencias Sociales, etcétera". (Fernández Fúster, 1991: 5)

El turismo "...es fundamentalmente un fenómeno socioeconómico y cultural, El turismo no es una ciencia, y que muchas de las investigaciones no tienen tampoco ese carácter, pues no aportan las teorías de conocimiento propias de una disciplina turística". (Castro, 2010: 45)

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), "...El turismo sostenible debe ser un modelo de desarrollo económico, concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y

mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen”. (2002: 19).

Se interpreta entonces el concepto de turismo sostenible, no tanto como un turismo desarrollado en línea con los principios de desarrollo sostenible,”...sino más bien como un turismo cuya viabilidad económica y durabilidad estén garantizadas a la calidad de vida”. (Ávila, 2000: 28).

El ocio puede gozarse de formas muy distintas. Para así hacerlo “...se requiere únicamente, en principio, del derecho a su disfrute; el cual, según ya se ha comentado, constituye hoy, para las mayorías, una garantía inalienable”. (Castro, 2010: 2).

El ocio al igual que el turismo moderno, es como ya se ha visto, “...productos de la industrialización”. (Castro, 2010: 2).

El servicio de la calidad es uno de los grandes desafíos de las empresas en la actualidad, sobre todo en la Hotelería. (Ayala, 2012: 53).

Desde los inicios de la hotelería moderna a finales del siglo pasado y hasta la década de los setenta, los servicios de comidas en los hoteles han estado dirigidos a satisfacer las necesidades de los clientes alojados. (Vértice, 2008: 14)

La teoría asegura que los cambios positivos en el comportamiento de las personas son más sencillos de lograr si se dan a través de la diversión. (Goldman, 2013: 46)

La fiesta tiene un doble propósito es integradora pues puede cristalizar las aspiraciones colectivas de una toma de conciencia común y a la vez es subversiva pues fiesta y revuelta siempre han estado asociados a lo largo de la historia. (Bello, 2004: 19).

Harovitz (1997: 3). Define el servicio como "El conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo".

Fischer y Navarro (1994: 185). Al respecto aporta que los servicios son " Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios".

Imai (1998: 10) señala que la calidad se refiere "No solo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios"

Stoner (1996: 146) Aporta que la calidad en el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos.

Según (KOONTZ, 1991: 55) La estrategia de la organización: "Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada".

(IND, 1992: 28) Al referirse a la identidad de la organización:

"...la percepción que tiene sobre ella misma, algo muy parecido al sentido que una persona tiene de su propia identidad. Por consiguiente, es algo único. La identidad incluye el historial de la organización, sus creencias y su filosofía, el tipo de tecnología

que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales y sus estrategias....”

Según (GONZÁLEZ, 1990: 10) imagen es “...el resultado de todas aquellas experiencias, impresiones, creencias y sentimientos que poseen las personas sobre una empresa”.

A su vez la Imagen de la organización o Imagen Corporativa posee tres dimensiones: (GONZÁLEZ, 1990: 31).

Innov Escorsa (1997: 7) la innovación es "el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado"

Según (Valencia, 1999: 50) Se puede entender como el resultado de las acciones públicas o privadas que se llevan a cabo para presentar la imagen de un destino o servicio en un país, región o localidad a fin de motivar e incrementar el flujo de visitantes e inversionistas en áreas de destino turístico.

Según (OMT, 1991: 42) la demanda turística esta "Formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos”

Según (OMT, 1991: 43) "Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística"

Según (Matlin y Foley 1996: 14). “La sensación se refiere a experiencias inmediatas básicas, generadas por estímulos aislados simples”

La sensación también se define en términos de la respuesta de los órganos de los sentidos frente a un estímulo (Feldman, 1999: 29).

## **MARCO CONCEPTUAL**

**El turismo:** es un fenómeno el cual consiste en el movimiento de los visitantes que se trasladan a lugares diferentes al de su residencia habitual por diferentes motivos (ocio, negocios, profesionales o personales) realizando gastos turísticos, y dicho fenómeno incide en el ámbito social, cultural y económico de las poblaciones. (O.M.T., 2013: 5)

**Turismo sostenible:** El Turismo Sostenible según la OMT no solo satisface las necesidades del turista sino también las necesidades de las comunidades receptoras permitiendo que la durabilidad del destino turístico no se vea afectado en un futuro, es decir manteniendo un equilibrio y buen manejo de los recursos existentes para promover el turismo y conservar en lo mayormente posible el medio ambiente». (Blasco, 2005: 16)

**Ocio:** El ocio según la OMT se puede definir como nada más y nada menos que el tiempo libre que tiene las personas al culminar sus actividades habituales deberíamos añadir a esto, que las actividades de ocio se realizan principalmente en espacios entornos al espacio habitual del individuo». (Guerrero, 2009: 46)

**Hotelería:** es una industria que cada día crece según nuevas necesidades, gustos y preferencias de los comensales, va de la mano con el turismo ya que esta se encarga de brindar el servicio de hospedaje a los turistas que visitan un determinado lugar, y como es una industria muy amplia se puede clasificar según el confort y el lugar donde se encuentren. (O.M.T., 2013: 9)

**Diversión:** Según la Real Academia Española la diversión es una actividad que realizan las personas con el fin de entretenerse o recrear su mente de las actividades



habituales, induciendo al individuo en un estado de felicidad y entusiasmo. (R.A.E., 2011: 37)

**Fiesta:** Menciona la Real Academia Española que una fiesta es una día en el que se celebra un onomástico o simplemente es realizada para el entretenimiento, recreación, diversión y regocijo de las personas, una vez reunidas las personas es considerado como un rito social compartido. (R.A.E., 2011: 40).

**Servicio:** Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. (ABC, 2007: 21).

**Atención al cliente:** o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Rdriguez & Jaén, 2008: 27)

**Calidad:** es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. (SELIN, 2014: 1)

**Precio:** pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio. (Mdrigal, 2012: 13)

**Estrategias:** Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. (Becerra, 2012: 38)

**Identidad:** es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. (Domínguez, 2009: 18)

**Innovación:** proceso de desarrollar algo nuevo o que no se conoce a partir del estudio metódico de una necesidad, ya sea personal, grupal u organizacional, para lograr una meta económica. Esto quiere decir, que la innovación genera ideas que pueden venderse en un mercado específico. (Copyright, 2006: 20)

**Promoción:** conjunto de actividades que se realizan para comunicar apropiadamente un mensaje a su público objetivo, con la finalidad de lograr un cambio en sus conocimientos, creencias o sentimientos, a favor de la empresa, organización o persona que la utiliza (Jimenez, 2014: 25)

## **MARCO LEGAL**

### **LEY DE TURISMO:**

#### **Capítulo I:** de las actividades turísticas y su Categorización

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenidas en este reglamento.- Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

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

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

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas.- Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano; y,

b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

## **REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO:**

### **Capítulo II:** del registro único de turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público 11 de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

**Capítulo IV:** de la licencia única anual de funcionamiento.

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

## **REGISTRO DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS**

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

1. Alojamiento;
2. Servicio de alimentos y bebidas;
3. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
4. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
5. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
6. Hipódromos y parques de atracciones estables.

### **Requisitos:**

#### *Personas Naturales*

1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de la cédula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.

5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:

-Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum

-Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral

-Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis

6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)

8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

(Formulario del Ministerio de Turismo)

9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

10. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

#### *Personas Jurídicas*

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.

2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,

3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)

4. Copia de la cédula de identidad

5. Copia de la última papeleta de votación

6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.

7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:



Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral

Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis

8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)

10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

(Formulario del Ministerio de Turismo)

11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados

12. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

### **Procedimiento:**

- Recepción de requisitos y formalidades para el registro:

El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de TODOS los requisitos y formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro.

Al haber conformidad con los documentos presentados, el funcionario, sumillará aprobando el expediente y coordinará la fecha y hora para realizar la evaluación del establecimiento.

Una vez ingresado el expediente pasará a conocimiento del Director de Desarrollo o quien realiza esta función en las Coordinaciones Zonales del Ministerio de Turismo. El Jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo

- **Evaluación:**

Una vez receptada la documentación correspondiente, se procede a la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- Actividad Turística
- Tipo
- Capacidad
- Categoría
- Dirección
- Nombre del propietario

- Luego de la Evaluación, se otorga la Clasificación y la categoría, la misma que debe estar de acuerdo a la Normativa vigente. En estas Normativas se establecen todos los requerimientos.

- Realizada la evaluación se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de cuentas bancarias:

-Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el Registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística

-Para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (en el caso de un establecimiento que pertenezca a un Municipio no descentralizado) deberá realizar el depósito en la Tesorería de la Institución.

**Tiempo Estimado de Entrega:**

(15) Quince días laborables

## **RENOVACIÓN DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

Todos los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de renovar la Licencia Anual de Funcionamiento hasta los sesenta primeros días del año de acuerdo al Art. 55 del Reglamento General a la Ley de Turismo que dice: Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Según los convenios de descentralización y competencia de transferencia, los encargados de realizar este trámite serán los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

### **Requisitos:**

1. Copia y Original del pago del Impuesto Predial.
2. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
3. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.(Formulario del Ministerio de Turismo)
4. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
5. Pagos por concepto de renovación de Licencia Anual de Funcionamiento.

**Procedimiento:**

- Cliente ciudadano presenta en las oficinas del Ministerio de Turismo los requisitos descritos mencionados anteriormente.
- El funcionario del Ministerio de Turismo recepta y revisa la información, de estar completa se procede a la elaboración de la Licencia Anual de Funcionamiento, caso contrario se solicita al cliente ciudadano completar la información.
- La Licencia Anual de Funcionamiento es firmada por el Coordinador o Director Técnico Provincial del Ministerio de Turismo y es entregada al cliente ciudadano.
- La copia es archivada en el expediente del establecimiento.

**NOTA:** En Municipios Descentralizados el procedimiento de renovación lo realizan en cada jurisdicción (Municipios).

**Tiempo Estimado de Entrega:**

(2) Dos días laborables

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

### MÉTODOS

Existen varios tipos de investigación que se aplicarán para posibilitar la implementación del proyecto "Bungalow Sun Resort", en esta metodología los lineamientos a seguir serán de tipo mixto, los mismos que ayudaran a potencializar la idea matriz; dentro de los lineamientos se utilizara tanto el denominado enfoque cualitativo como también el cuantitativo, de esta manera poder llevar a efecto la investigación de tipo exploratoria y descriptiva.

**Tabla #2:** Criterios de clasificación de metodologías.

Metodologías	Criterios			
	Realismo	Representa	Aleatorización	Control Interno
Observacional	Alto	Bajo	Bajo	Bajo
De encuesta	Bajo	Alto	Bajo	Medio
Experimental	Bajo	Bajo	Alto	Alto

**Fuente:** Patton, J. (1998)

Aquí se aplicara una combinación de métodos, ya que se aumentara no solo la posibilidad de ampliar las dimensiones de la propuesta, si no que el emprendimiento será más rápido y efectivo.

## ENFOQUE

El enfoque metodológico que se utilizara en el resort será la investigación mixta ya que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio que ayudara al desarrollo de una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, permitiendo una correcta creación de preguntas adecuadas para la investigación y la recolección de datos necesarios para dar respuestas a las hipótesis.

Además, este proceso permitirá la identificación de fortalezas y las debilidades y cómo generar mayor conocimiento a partir de sus propias Dinámicas; información necesaria e importante, que será obtenida por personas que involucran esta sociedad, mediante entrevistas a la Dirección de Turismo de Santa Elena y así como al Presidente de la Comuna Ayangue.

**Tabla #3:** Diferencias entre investigación cualitativa e investigativa.

Investigación cualitativa	Investigación cuantitativa
Centrada en la fenomenología y comprensión	Basada en la inducción probabilística del positivismo lógico
Observación naturista sin control	Medición penetrante y controlada
Subjetiva	Objetiva
Inferencias de sus datos	Inferencias más allá de los datos
Exploratoria, inductiva y descriptiva	Confirmatoria, inferencial, deductiva
Orientada al proceso	Orientada al resultado
Datos "ricos y profundos"	Datos "sólidos y repetibles"
No generalizable	Generalizable
Holista	Particularista
Realidad dinámica	Realidad estática

**Fuente:** Datos de la investigación

Además el enfoque mixto detectara qué está haciendo la comunidad para atraer a más turistas, este dato dará como resultado una conclusión de las fortalezas y las debilidades las cuales orientara a generar mayor interés de los turista por esta ciudad.

## TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas son el conjunto de instrumentos y medios por medio de los cuales se genera el método y aplicables a una sola ciencia.

Las técnicas de investigación aplicables a la propuesta son:

- **Entrevista:** es una conversación profesional de la cual se obtiene información necesaria acerca del tema investigado, y según el fin de la investigación la entrevista puede estar o no basada en un cuestionario previamente elaborado.
- **Encuesta:** Es un conjunto de preguntas o cuestionario previamente elaborado el cual es aplicado a la muestra de la población seleccionada en la propuesta, en donde el encuestado lee las preguntas y las responde sin necesidad de la intervención directa del investigador.
- **Observación Directa:** Observación efectuada directamente por el investigador el cual se relaciona de manera directa con el hecho o fenómeno que se está investigando.
- **Observación Indirecta:** Se produce cuando el investigador adquiere conocimientos del fenómeno o hecho que se investiga a través de observaciones realizadas por otras personas
- **Observación de Campo:** Ocurre cuando el investigador asiste personalmente al lugar en donde se efectúa la investigación.

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN A EFECTUAR**

Con el propósito de recolectar la información necesaria para responder a las preguntas de investigación (bien sea cualitativa o cuantitativa), el investigador debe seleccionar un diseño de investigación. Esto se refiere a la manera práctica y precisa que el investigador adopta para cumplir con los objetivos de su estudio, ya que el diseño de investigación indica los pasos a seguir para alcanzar dichos objetivos. Es necesario por lo tanto que previo a la selección del diseño de investigación se tengan claros los objetivos de la investigación. (FERRER, 2010: 17)

### **UNIVERSO – POBLACIÓN**

En estadística, población es un concepto mucho más general del que tiene la acepción común de esta palabra. (Gahona, 2014:23)

En este sentido, una población es cualquier colección ya sea de un número finito de mediciones o una colección grande, virtualmente infinita, de datos acerca de algo de interés. (Gahona, 2014:23)

Localizada en la Provincia de Santa Elena, esta hermosa playa con un gran atractivo y potencial turístico es un lugar digno de visitar cuyo nombre es Ayangue, tiene una población de 2.372 habitantes.



## MUESTRA

Se intenta aprender de la población eligiendo a un subgrupo de sus elementos, que luego será examinado. Este subgrupo de la población se llama muestra. (Ross, 2007: 6)

La muestra es un subconjunto representativo seleccionado de una población. Una buena muestra es aquella que refleja las características esenciales de la población de la cual se obtuvo. (Gahona, 2014: 14)

Para realizar el muestreo, es decir cuál será la muestra se aplicara la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

**Grafico # 1:** Formula Muestra Finita  
**Elaborado por:** Los Autores

En donde:

- N = 2372 habitantes del poblado de Ayangué.
- Z = Distribución normalizada. Si Z = 1,96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%
- p = Proporción de aceptación deseada para el producto, 50%
- q = Proporción de rechazo, 50%
- E = Porcentaje deseado de error, 5%

$$n = \frac{(2372 * (1,96)^2) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (2372 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{2278,0688}{6,8879}$$

$$n = 330.73 = 331$$

## TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.



### Técnicas de Recolección de Datos

Son utilizados para la búsqueda de datos y dar solución a un problema de Investigación.

Posee **características** tales como:

- \*Centrada en la fenomenología y comprensión.
- \*Observación naturista sin control.
- \*Subjetiva
- \*Exploratoria, inductiva y descriptiva.
- \*Holista
- \*Realidad dinámica.
- \*Orientada al proceso y el diario de campo.

Algunas de las **Técnicas** a utilizar en la investigación cualitativa son:

- La observación, simple participante.
- La entrevista, Individual, estructurada, cuestionario.
- Entrevista de profundidad, de grupo focal, la participación y el diario de campo.

**Gráfico #2:** Técnicas de recolección de datos

**Elaboración:** Los autores

Las técnicas a aplicar en la propuesta son: encuestas a los habitantes del poblado de Ayangue y de igual manera entrevistas a las autoridades del lugar.

Por medio de las encuestas a los habitantes de Ayangue, se logrará recopilar la información necesaria que determina sus gustos y preferencias en cuanto a la propuesta y dar respuesta a las hipótesis.

## FORMATO DE ENCUESTA

El propósito fundamental de esta encuesta, realizada como parte de la investigación por un grupo de estudiantes de la carrera de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, es determinar si es viable la creación de un "Bungalow Sun Resort" ubicado en Cumbres de Ayangue, Provincia de Santa Elena enfocado en turistas solteros nacionales y extranjeros. Por lo tanto, pedimos su colaboración seria y responsable en las respuestas a las interrogantes planteadas.

La información que suministre será de gran ayuda para la presente investigación, y será tratada con mucha confidencialidad.

### Edad del Informante:

18 – 20	<input type="checkbox"/>	31 – 35	<input type="checkbox"/>	5 en adelante	<input type="checkbox"/>
21 – 25	<input type="checkbox"/>	36 - 40	<input type="checkbox"/>		
26 – 30	<input type="checkbox"/>	41 - 45	<input type="checkbox"/>		

### Sexo del Informante:

Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	----------	--------------------------

### Nacionalidad:

Ecuatoriano	<input type="checkbox"/>	Extranjero	<input type="checkbox"/>
-------------	--------------------------	------------	--------------------------

### 1. ¿Le gusta viajar a la playa?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

### 2. ¿Cuánto tiempo le gusta permanecer en la playa?

El día	<input type="checkbox"/>	Fines de semana	<input type="checkbox"/>	temporada	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	-----------------	--------------------------	-----------	--------------------------

### 3. ¿Qué razón lo motiva a viajar más seguido a la playa? (Seleccione 1 opción)

Viaje Familiar	<input type="checkbox"/>	Viaje entre Amigos	<input type="checkbox"/>
Viajes de universidad	<input type="checkbox"/>	Ocio	<input type="checkbox"/>

Otros \_\_\_\_\_

**4. ¿Cuándo va a la playa asiste a un centro de diversión nocturno?**

SI

NO

**En caso de que su respuesta sea NEGATIVA, no continúe la encuesta.**

**5. ¿Estarías dispuesto a asistir a un Resort exclusivo con todas las seguridades y comodidades para solteros?**

SI

NO

**6. ¿Qué tipo de shows le gustaría que haya en este tipo de Resort para solteros?**

Noches con música y entretenimiento en vivo.	<input type="checkbox"/>	Camisetas Mojadas	<input type="checkbox"/>
Raves con música en vivo e integración.	<input type="checkbox"/>	Fiesta de Disfraces	<input type="checkbox"/>
Fiesta de Pijama en la Discoteca.	<input type="checkbox"/>		

**OTROS** (especifique):

\_\_\_\_\_

**7. Le gustaría viajar a este exclusivo resort:**

Solo  Entre amigos  En pareja

**OTROS:** \_\_\_\_\_

**8. ¿Cuál es el principal motivo por el que visitaría el establecimiento?**

Por ocio  Por conocer gente

Por encontrar pareja  Por diversión entre amigos

**OTROS:** \_\_\_\_\_

**9. Teniendo en cuenta que nosotros ofrecemos un sistema TODO INCLUIDO (comidas, bebidas, hospedaje, diversión etc.) ¿Cuáles serían los precios que usted estaría dispuesto a pagar por este tipo de paquete durante un fin de semana?**

Entre \$140,00 - \$ 160,00  Entre \$160,00 - \$ 180,00   
Más de \$ 200,00

**10. ¿Cómo le gustaría que le llegue la publicidad sobre este tipo de establecimiento?**

Correo electrónico	<input type="checkbox"/>	Vía telefónica	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Personalmente	<input type="checkbox"/>	Vallas publicitarias	<input type="checkbox"/>
Estados de cuentas	<input type="checkbox"/>	Volantes y afiches	<input type="checkbox"/>		
Facebook	<input type="checkbox"/>	Twitter	<input type="checkbox"/>		

**Agradecemos por la ayuda brindada para la realización de esta encuesta**

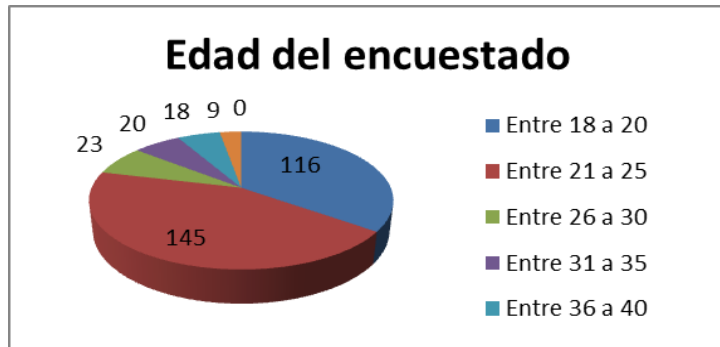
## PRESENTACION DE RESULTADOS

Resultados obtenidos de la encuesta realizada por los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, en diversos sitios de la provincia de Santa Elena como en la provincia del Guayas, sobre la viabilidad de la creación de un “Bungalow Sun Resort” en cumbres de Ayangue, provincia de Santa Elena

**Tabla #4:** Edad del informante

<b>Edad del Informante</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre 18 a 20	116	35%
Entre 21 a 25	145	44%
Entre 26 a 30	23	7%
Entre 31 a 35	20	6%
Entre 36 a 40	18	5%
Entre 41 a 45	9	3%
De 45 en adelante	0	0%
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #3:** Edad del encuestado  
**Elaborado por:** Los Autores

De los encuestados se pudo observar que una gran mayoría tienen una edad comprendida entre los 18 y 20 años (35% de la población); aunque en un significativo porcentaje 44% (145) es decir la gran mayoría de la totalidad están comprendidos entre 21 a 25 años; Luego en una franca minoría tenemos un 21% (de los encuestados) los cuales están comprendidos entre los 26 a los 40 años (70 en su totalidad).

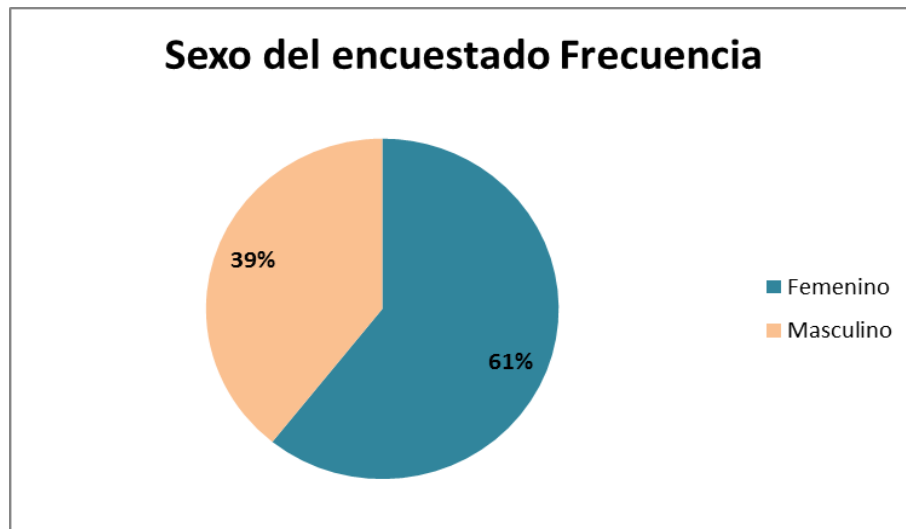
**Sexo del Informante.**

**Tabla #5:** Sexo del informante

Sexo del encuestado		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	201	61%
Masculino	130	39%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores





**Grafico #4:** Sexo del encuestado  
**Elaborado por:** Los Autores

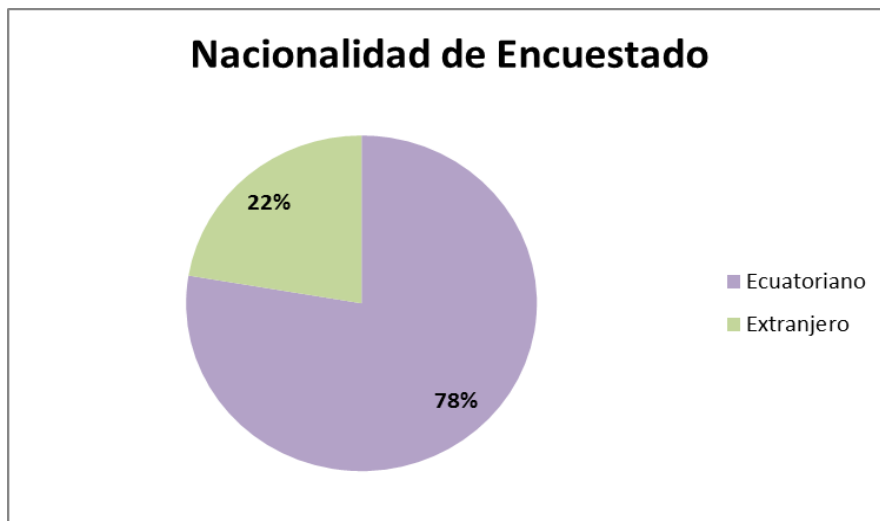
De la totalidad de los encuestados, 6 de cada 10 encuestados son mujeres (61%), se nota un predominio en cuanto al aspecto formativo social y cultural (que no escatimaron su tiempo para realizar la encuesta); luego tenemos que el 39% de la totalidad de los encuestados (130 en total) pertenecen al sexo masculino.

### Nacionalidad de los encuestados

**Tabla #6:** Nacionalidad del encuestado

<b>Nacionalidad de Encuestado</b>		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriano	257	78%
Extranjero	74	22%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #5:** Nacionalidad del encuestado  
**Elaborado por:** Los Autores

El 78% de la totalidad de los encuestados son ecuatorianos, es decir 257 personas; luego tenemos que en un 22% de los informantes, es decir 74 de la totalidad de encuestados son extranjeros en su mayoría provenientes de la hermana república de Colombia.

**Pregunta 1. Le gusta viajar a la playa.**

**Tabla #7:** Le gusta ir a la playa

<b>Le gusta viajar a la playa</b>		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	302	91%
NO	29	9%
Total	331	100,00%

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #6:** Le gusta viajar a la playa  
**Elaborado por:** Los Autores

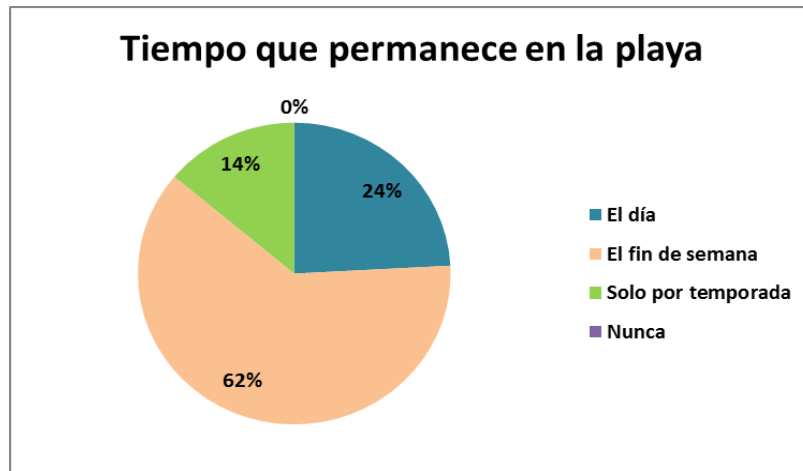
De la totalidad de los informantes, en su gran mayoría el 91 %, es decir 302 personas respondieron que les gusta ir a las playas de Ecuador por ser hermosas; en tanto que en un 9 % de la muestra (29 informantes), declararon que no les gusta ir a la playa.

**Pregunta 2. ¿Cuánto tiempo le gusta permanecer en la playa?**

**Tabla #8:** Tiempo que permanece en la playa

<b>Tiempo que permanece en la playa</b>		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
El día	80	24%
El fin de semana	205	62%
Solo por temporada	46	14%
Nunca	0	0%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #7:** Tiempo que permanece en la playa  
**Elaborado por:** Los Autores

De la totalidad de los encuestados el 62 % de la muestra (es decir 205 encuestados) se manifestaron que les gusta permanecer los fines de semana en la playa; mientras en un considerable 24 % se manifestaron que les gusta permanecer por diversos asuntos solamente por el día que vayan como también solamente por la temporada.

**Pregunta 3. ¿Qué razón los motiva a viajar más seguido a la playa?**

**Tabla #9:** Razón que lo motiva a viajar a la playa

<b>Razón que lo motiva a viajar a la playa</b>		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Viaje familiar	148	45%
Viaje entre amigos	121	37%
Viajes de universidad	15	4%
Ocio	47	14%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #8:** Razón que lo motiva a viajar a la playa

**Elaborado por:** Los Autores

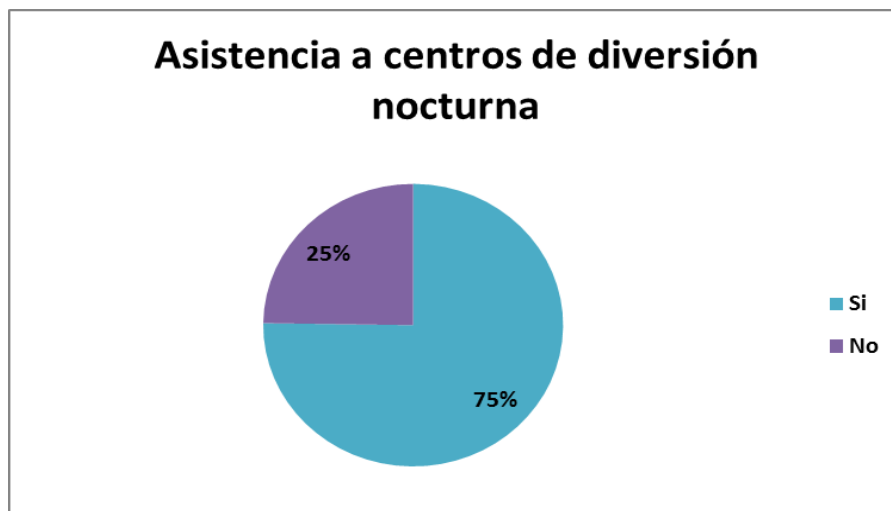
Del total de informantes, el 45 % de la muestra declara que la razón principal es por asuntos familiares; seguido por un significativo 37 % de los informantes, es decir, 4 de cada 10 informantes va a la playa por motivo de viajar entre amigos; en tanto que un 14 %, del total de encuestados declara el motivo principal por el que se va a la playa es por ocio; y en un 4 % declara que viaja a la playa por motivo de viaje de la universidad.

**Pregunta 4. ¿Cuándo va a la playa asiste a un centro de diversión nocturno?**

**Tabla #10:** Asistencia a centros de diversión nocturna

<b>Asistencia a centros de diversión nocturna</b>		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	249	75%
No	82	25%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores



**Gráfico #9:** Asistencia a centros de diversión nocturna

**Elaborado por:** Los Autores

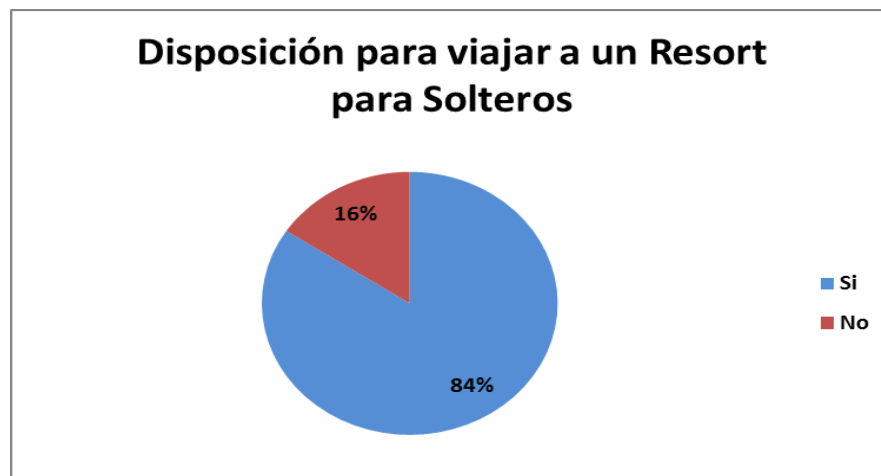
Del total de informantes solo el 75 % manifestó, que cuando va a la playa en espacial por la noche acude a un centro de diversión nocturno; pero no así el 25 % de los encuestados, los mismos que manifestaron que cuando van a la playa, no asisten a ningún centro de diversión.

**Pregunta 5. ¿Estarías dispuesto a asistir a un resort exclusivo, con todas las comodidades así como con todas las seguridades del caso para solteros (as)?**

**Tabla #11:** Disposición para viajar a un resort para solteros

<b>Disposición para viajar a un Resort para Solteros</b>		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	279	84%
No	52	16%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores



**Gráfico #10:** Disposición para viajar a un resort para solteros

**Elaborado por:** Los Autores

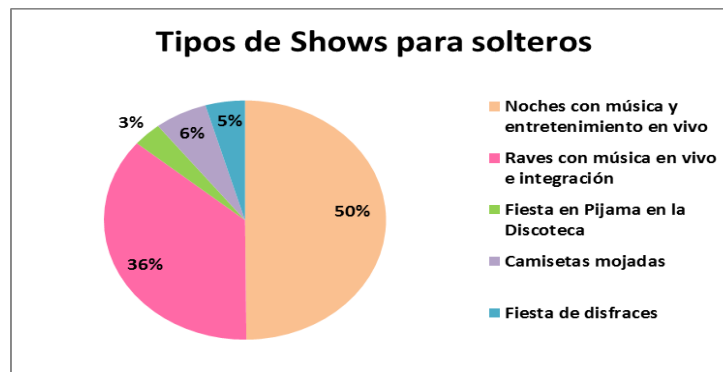
En su mayoría, representados en el 84 % de la totalidad de encuestados, se manifestaron en estar dispuestos a asistir a un resort, con todas las comodidades y medidas de seguridad para solteros (as); en tanto que en un 16 %, es decir 52 encuestados del total, no estaban dispuestos a asistir a a un Resort exclusivo con todas las seguridades y comodidades para solteros (as)

**Pregunta 6. ¿Qué tipo de show le gustaría que hubiese en este nuevo resort para solteros (as)?**

**Tabla #12:** Tipos de shows para solteros

<b>Tipos de Shows para solteros</b>		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Noches con música y entretenimiento en vivo	165	50%
Raves con música en vivo e integración	120	36%
Fiesta en Pijama en la Discoteca	11	3%
Camisetas mojadas	20	6%
Fiesta de disfraces	15	5%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores



**Gráfico #11:** Tipos de show para solteros

**Elaborado por:** Los Autores

Un significativo 50 % del total de encuestados se manifestó de preferencia que les gustaría las noches con música y entretenimiento en vivo; mientras que 4 de cada 10 informantes, es decir un 36 % de la totalidad, se manifestó con preferencias de gusto de raves con música en vivo e integración durante la misma; así mismo un 6 % de la totalidad de los informantes manifestó su gustos a favor del show de camisetas mojadas en las noches; por otro lado 15 del total de encuestados se manifestaron a favor en



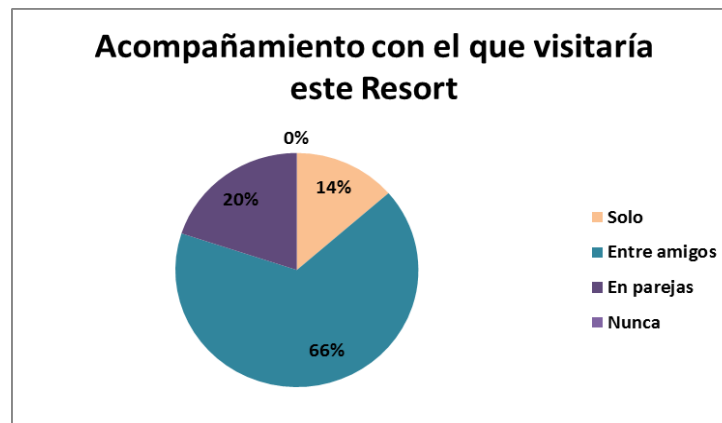
cuanto a disfrutar de una placida noche de disfraces durante el show en el resort para solteros (as)

**Pregunta 7. ¿Le gustaría viajar a este exclusivo resort?**

**Tabla #13:** Acompañamiento con el que visitaría este resort

Le gustaría visitar este exclusivo resort		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Solo	45	14%
Entre amigos	220	66%
En parejas	66	20%
Nunca	0	0%
Total	331	100%

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #12:** Acompañamiento con el que visitaría este resort

**Elaborado por:** Los Autores

El 66 % de la totalidad de informantes, es decir 7 de cada 10 encuestados asintieron que si les gustaría viajar a este exclusivo resort, pero entre amigos; así mismo en un 20 % de la totalidad de encuestados se manifestaron a favor de visitar el resort

pero en parejas; de igual forma en un 14 % de la muestra declararon que si quieren visitar el resort pero solos.

**Pregunta 8 ;Cuál es el motivo principal por el que viajaría a este exclusivo establecimiento?**

**Tabla #14:** Motivo por el que visitaría el establecimiento

<b>Motivo por el que visitaría este establecimiento</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Por ocio	40	12%
Por conocer gente	30	9%
Por encontrar pareja	10	3%
Por diversión entre amigos	251	76%
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #13:** Motivo por el que visitaría el establecimiento

**Elaborado por:** Los Autores

De la totalidad de encuestados en su gran mayoría, 8 de cada 10 informantes manifestó que el motivo por el que visitaría este establecimiento por divertirse en

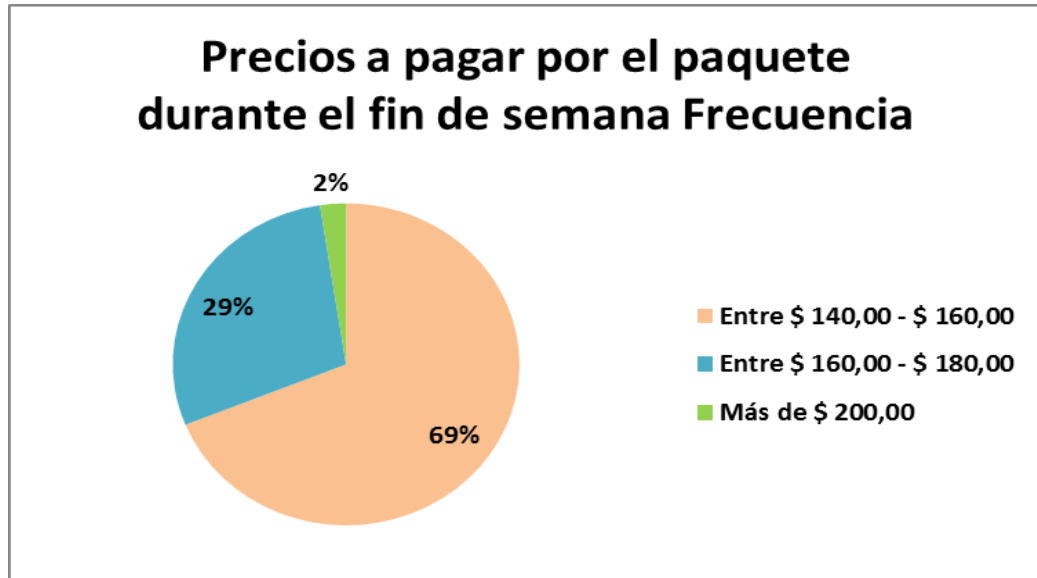
compañía de sus amigos; así también un significativo 12 %, es decir 40 del total de informantes manifestó que su principal motivo para visitar el resort es por motivo de ocio; de igual forma pero en un 3 % del total de encuestados solo 10 del total se manifestó en que visitaría el establecimiento pero por encontrar una pareja.

**Pregunta 9. ¿Teniendo en cuenta que nosotros ofrecemos un sistema todo incluido (comidas, bebidas, hospedaje, diversión; cuáles serían los precios que usted estaría dispuesto a pagar por este tipo de paquete durante un fin de semana?**

**Tabla #15:** Precios a pagar por el paquete durante el fin de semana

<b>Precios a pagar por el paquete durante el fin de semana</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre \$ 140,00 - \$ 160,00	228	69%
Entre \$ 160,00 - \$ 180,00	95	29%
Más de \$ 200,00	8	2%
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Los Autores



**Grafico #14:** Precios a pagar por el paquete durante el fin de semana  
**Elaborado por:** Los Autores

Del total de encuestados, 7 de cada 10 informantes manifestaron estar dispuestos a pagar por la opción del paquete de \$ 140,00 - \$ 160,00, por el fin de semana; así mismo el 29 % de la totalidad de encuestados se manifestó a favor de la opción del paquete de \$ 160,00 - \$ 180,00, por el fin de semana en este establecimiento; en tanto que el 2 % del total de encuestados, se manifestó a favor de la opción del paquete de más de \$ 200,00 por un fin de semana.

**Pregunta 10. ¿Cómo le gustaría que le llegue la publicidad sobre este tipo de establecimiento?**

**Tabla #16:** Publicidad sobre el establecimiento

<b>Cómo le gustaría que le llegue la publicidad sobre este tipo de establecimiento</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Correo electrónico	5	1.5%
Vía telefónica	60	18%
Radio	44	13%
Televisión	6	1,80%
Estado de Cuentas	15	4.5%
Volantes y afiches	33	9.9%
Vallas publicitarias	27	8.1%
Facebook	16	4.8%
Twitter	65	19.6%
Personalmente	60	18%
Total	331	100%

**Elaborado** Los Autores



**Grafico #15:** Publicidad sobre el establecimiento  
**Elaborado por:** Los Autores

Del total de encuestados el 19.6% manifestó, que le llegue la publicidad a través de twitter, así mismo un 36 % de la muestra declara que, les debería llegar la publicidad a través del medio telefónico o también personalmente. Pero otro gran número de encuestados en un 23 % se manifestaron que preferían que la publicidad les llegue por concepto de vallas publicitarias; de igual forma por volantes era de su preferencia: mientras que un 20,5% se manifestó que la publicidad les llegara por radio; y por otros medio como estado de cuentas, Facebook y televisión.

## **CAPÍTULO # 2**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que ayudara a obtener datos, referencias y resultados, los cuales podremos analizar y procesar para saber qué tan aceptable puede ser el producto en el mercado y al mismo tiempo sus desfases.

Mediante el estudio de mercado se realiza una investigación profunda para saber qué tan viable puede ser el proyecto, a que segmento se inclina más, cuales son las preferencias de las personas y que debemos aumentar o modificar en la propuesta.

El mercado del producto se enfoca es el Servicio que ofrece bienes intangibles y experiencias de corta duración

## **ANÁLISIS SITUACIONAL**

### **5 FUERZAS DE PORTER**

#### **Amenaza de los nuevos competidores**

Cada año crecen el número de visitantes nacionales y extranjeros en las costas ecuatorianas, trayendo como consecuencia un aspecto positivo, que viene a ser el crecimiento de la industria turística “playera”; es por esta razón que una de las políticas que está llevando a cabo el Ministerio de Turismo, es el impulso a nuevos proyectos para el desarrollo del país, en cuanto a materia turística se refiere, especialmente en la costa del país.

Pero de igual modo, con el crecimiento de esta industria, a través de la denominada “Ruta del Spondylus”, una gran cantidad de empresarios están invirtiendo en una serie de proyectos hoteleros en la costa ecuatoriana, la misma que hoy por hoy se considera como la de mayor crecimiento turístico en todo el país.

Pero así mismo, hay que considerar la amenaza de nuevas tendencias entrantes hacia la baja, y una de ellas es que en el Ecuador no existen hoteles enfocados en turistas solteros, que realicen fiestas temáticas; la única amenaza directa por estar relacionada de forma directa y en la misma línea, con la categoría “resort” en la misma provincia es el establecimiento “Decamerón”, ya que ofrece un servicio similar, por lo que es necesario considerar que la oferta de actividades que existe actualmente en la comunidad de Ayangue puede incrementar considerablemente.

Es por ello que tanto las alternativas de alojamiento como también las que brindan actividades recreacionales formarían parte de los potenciales competidores;



tomando en cuenta la variedad de opciones que actualmente existe y el crecimiento que podrían lograr, se considera alta a la amenaza de entrada de nuevos competidores.

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

Ayangue es un pequeño poblado que no cuenta con los proveedores necesarios para el abastecimiento del resort, por lo tanto se negociara de forma directa con proveedores externos a la provincia. El poder de negociación entre los proveedores y el hotel lo tiene muchas veces el ofertante, ya que si tomamos en consideración que el demandante es una empresa nueva en el mercado, y necesita adquirir el producto, y es el ofertante quien propone el precio, da las alternativas de movilización en base a los acuerdos que se realicen, entonces siempre va a cuidar sus intereses dando eso si las mayores facilidades a su potencial cliente.

Ahora si se toma en cuenta que siempre se está cuidando los intereses de las empresas, y dando facilidades convenientes al cliente, para lograr acuerdos favorables a las partes en relación al producto que oferte, entonces se puede decir que el nivel de amenaza es medio.

### **Poder de negociación de los compradores**

El poder de negociación de los clientes es medio, ya que solo tendrán dos alternativas como será "Bungalow Sun Resort" y el Decamerón, por lo que tendrá que decidir entre las dos opciones que se ofrecen en Ayangue, pero la gran diferencia radica en que, en el "Bungalow Sun Resort" se ofrecerán fiestas temáticas solo para solteros, a parte que en el resto de la "ruta del Spondylus no hay otra alternativa, lo que será un verdadero plus a diferencia de nuestra competencia, por lo que se puede decir que el nivel de amenaza es medio.

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

Nuestra amenaza principal sería el resort Decamerón por ofrecer un todo incluido, el mismo que también presenta paquetes turísticos, pero no podemos dejar de lado los demás hoteles, y que lo que primero en que piensa el turista es sol, mar y relax, además de encontrarse en un lugar en el que por más que lo dude, va a poder orientarse en la variada oferta con características semejantes, que ofrecen sol, mar y arena; porque a pesar de que son diferentes ofrecen servicios de entretenimiento a través de terceras empresas, para satisfacer las más variadas necesidades de los potenciales clientes.

Debido a esta situación Entonces tenemos una Alta amenaza de productos sustitutos.

### **La rivalidad entre los competidores**

Esta fuerza puede ser la resultante de la competencia, es decir los establecimientos que en la misma línea existen tanto dentro y fuera de la comunidad, los que amenazan de forma directa nuestra oferta, y los clientes en un momento dado pueden escoger una opción diferente, para satisfacción personal de sus necesidades de alojamiento.

Los establecimientos que se encuentran cerca o frente a la playa, al no estar bien estructurados van a dar ventaja a la competencia, bajaran sus precios y por ende los de la propuesta; por lo que para poder competir otra vez y atraer clientes tenemos que invertir en publicidad, en bajar precios, dar promociones, etc. y esto bajara la rentabilidad de la empresa.

**Tabla #17:** Catastro turístico de alojamiento de Ayangue

<b>CATASTRO DE ALOJAMIENTO TURISTICO DE AYANGUE (STA ELENA)</b>			
	<b>Hosterías</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Categoría</b>
1	Ayangue' Sun beach	Avda. Principal	2da
2	Cumbres de Ayangue	Vía Sta Elena	1ra
3	Pangora's	Frente al Malecón de Ayangue	3ra
	<b>Hostal</b>		
4	Sol y Mar	Avda. Principal	3ra
	<b>Pensión</b>		
5	Cinco Hermanos	Calle Principal	3ra
	<b>Cabaña</b>		
6	La Rica Ruca Eco	Frente a La Iglesia de Ayangue	3ra
7	Muyuyo Lodge	Vía a Ayangue Km 39	3ra

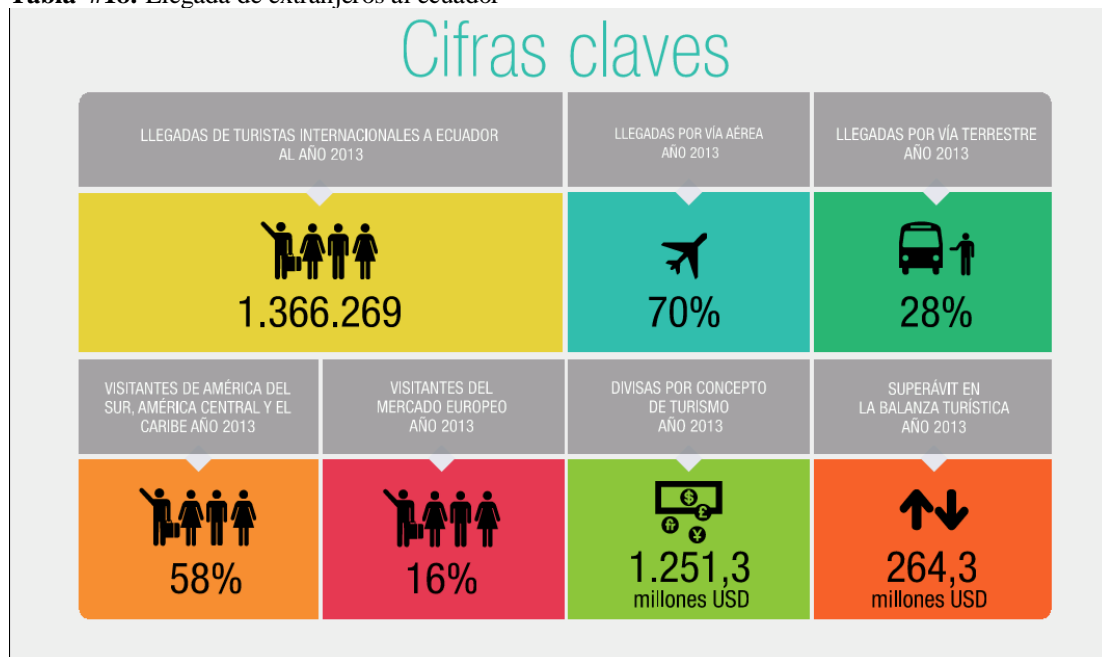
**Fuente:** Catastro turístico de Santa Elena (2012)

## ANÁLISIS P.E.S.T.A.

### Político

El gobierno actual al mando del Presidente de la República Rafael Correa, está invirtiendo en el turismo por medio de su Ministerio de Turismo encabezado por Sandra Naranjo con la propuesta “ALL YOU NEED IS ECUADOR” que fue lanzado en 19 países por 6 meses para generar más ingresos de turistas a el país, es decir la industria turística está teniendo una gran apertura y estabilidad, generando un incremento en la entrada de turistas al país.

**Tabla #18:** Llegada de extranjeros al Ecuador



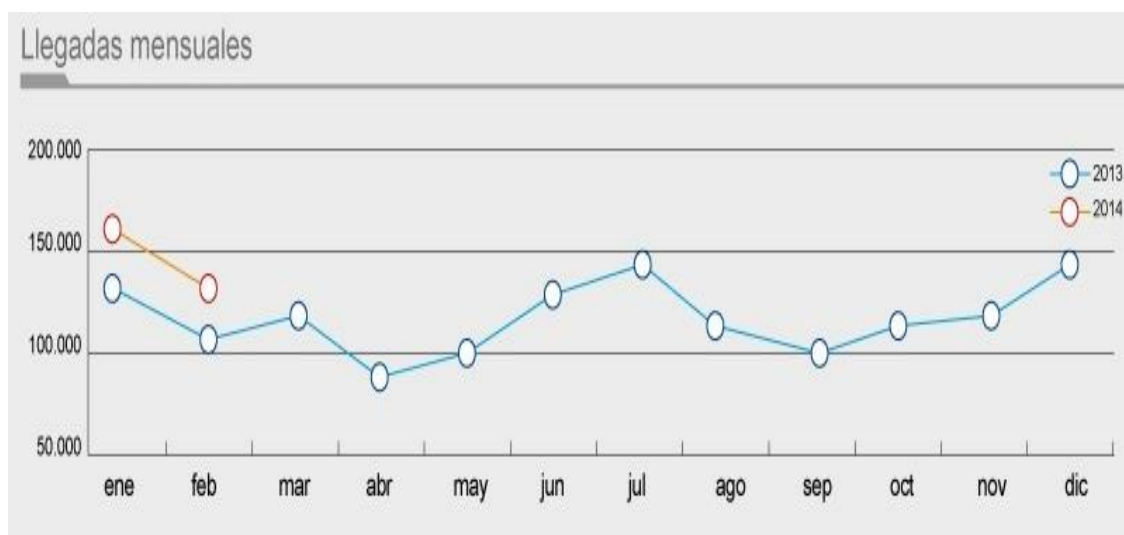
**Fuente:** Ministerio de turismo, abril 2014

### Económico

En el análisis económico el turismo ocupa el 4 rubro que generan ingresos al país y con la campaña actual y la inversión que se realizó para el 2014 se espera que se

convierta en el 3 rubro de ingresos para Ecuador, logrando que el incremento de turista extranjeros sea del 15 %, además llegar a ser uno de los destinos más llamativos a nivel internacional, ya que en el 2013 ingresaron 1.670 millones de turistas generando que el presupuesto anual se incremente para los próximos 4 años invirtiendo 660 millones de dólares dando nuevas plazas de empleo.

**Grafico #16:** Llegada de extranjeros por concepto de turismo al Ecuador

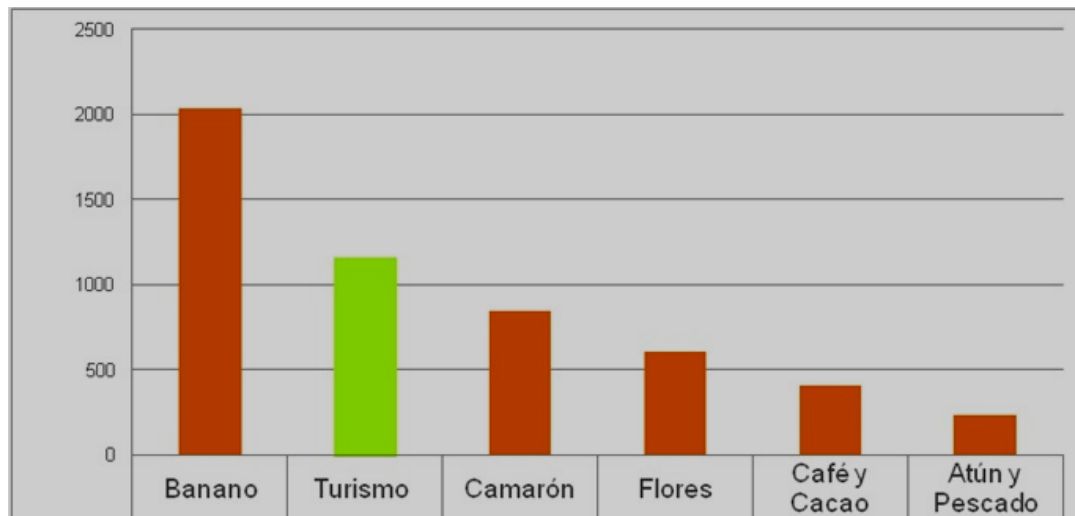


**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Tabla #19:** Indicadores económicos en Ecuador

Indicadores Económicos en Ecuador								
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Var. % 12/11	Var. % Prim. 12/08
Crecimiento Real del PBI (%)	6.4	1.0	3.3	8.0	5.0	4.4	- 37.7	- 5.9
PBI per cápita (US\$)	4.231	3.97	4.31	4.86	5.31	5.62	9.2	5.83.3
Tasa de inflación (%)	8.8	4.3	3.3	5.4	4.2	6.1	- 23.1	- 17.1
Tasa de desempleo (%)	6.9	8.5	7.6	6.0	5.3	5.8	- 11.7	- 6.4

**Fuente:** World economic Outlook, Fmi



**Grafico #17:** Ingreso de divisas por concepto de turismo  
**Fuente:** Ministerio de Turismo

## Tecnológico

La tecnología juega un papel importante en el desarrollo del país y el turismo ya que no es un plus sino un recurso necesario para brindar un buen servicio y sobre todo mejorar el desarrollo turístico en el país, ahora en pleno siglo XXI mediante páginas web los turistas tiene accesos a información y datos de lugares a visitar y con solo un click pueden ver el lugar al que quieren llegar e incluso por diferentes redes sociales.

La tecnología hace que generen preferencia a tu empresa porque eso demuestra que es algo moderno y que está innovando cosas para satisfacer necesidades del huésped.

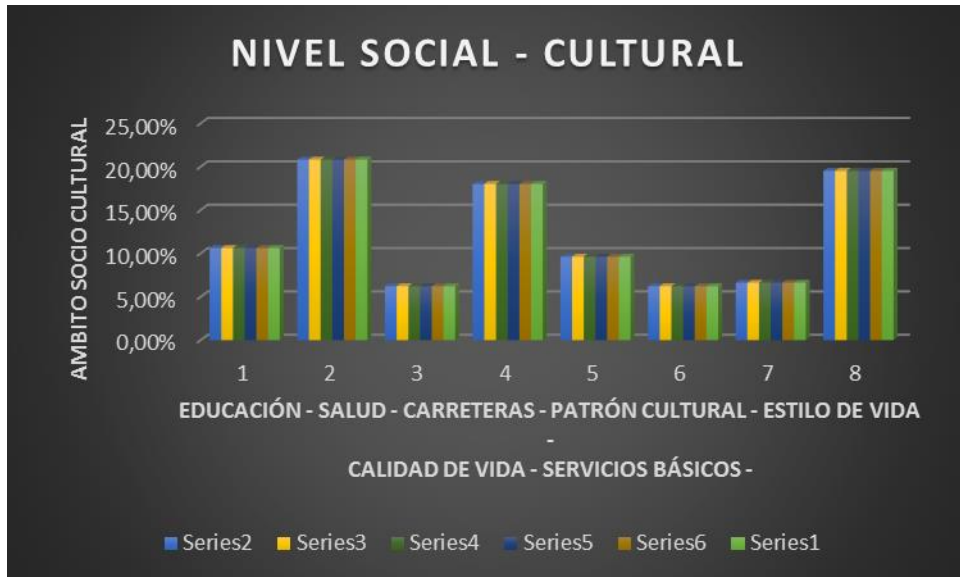
Así mismo el sistema de redes y señales para diferentes funciones es muy importante ya que eso da una mejor calidad de vida y ayuda a poder implementar nuevas tecnologías para una excelente hospitalidad en la provincia.



**Grafico #18:** Tecnología en Ecuador  
**Fuente:** Ministerio de Turismo

## Social

Este método ha servido para que las personas tengan más conciencia de lo que genera el turismo para cada pueblo, cantón o ciudad y que son oportunidades de crecimiento para el entorno que rodea a las personas de algún atractivo turístico es por eso que el ministerio de turismo genera constantemente preparación, capacitación y talleres para que las personas brinden un mejor servicio y ofrezcan algo de calidad.



**Grafico #19:** Nivel social  
**Fuente:** Ministerio de inclusión económica y social

## Ambiental

Una evaluación del Impacto Ambiental es un conjunto de análisis técnico- administrativo cuyo objetivo es identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto sobre el medio ambiente en caso de ser realizado, con la finalidad de que la administración correspondiente se encargue de aceptarlo, rechazarlo o modificarlo. (Poyatos Mendoza, 2012: 12)

La identificación de los temas más importantes a tratarse en el análisis corresponde al área geográfica que se necesita incorporar en el análisis del impacto ambiental. Lo que se pretende encontrar es una comparación de las condiciones del medio ambiente, con las que puedan causar los distintos componentes de la acción propuesta y sus alternativas razonables. Para todo esto se requiere identificar de forma adecuada y rigurosa los componentes ambientales que podrían ser impactados con la implementación de la acción. (Gómez, 1998: 30)



Llegar a la meta de alcanzar el uso sostenible de los recursos, es algo que debe estar presente en cada acción que afecte el uso del territorio. Es decir que la localización de inversiones debe tomar en cuenta la totalidad de los factores que determinan la sustentabilidad de las áreas de acogida turística de tal manera que no altere las perspectivas de desarrollo. Para efectos de pueden detallar los siguientes factores: (Rivas, 2012:12)

## **ANALISIS FODA**

### **Fortalezas:**

- Proyecto innovador y diferente en el país.
- Tiene como propósito ser un proyecto de turismo amigable con el planeta.
- Capacitaremos a la comunidad de la zona para que sea el recurso humano en la empresa.
- Los clientes nos da la facilidad de especializarnos y dedicarnos a un “target” más específico.
- Las fiestas temáticas serán un gran atractivo para que los turistas visiten "Bungalow Sun Resort".

### **Oportunidades:**

- El lugar donde se realizará el proyecto es privilegiado y cuenta con las características únicas desarrollar este tipo de alojamiento.
- Las vías de acceso para llegar a la Ayangue están en perfectas condiciones.
- Contamos con las personas de las zonas aledañas para que trabaje en los establecimientos.
- Por estar ubicado en la Ruta del Spondylus nos haremos conocer más rápido.
- La vista del lugar es un plus que los visitantes resaltaran del "Bungalow Sun Resort"

**Debilidades:**

- Somos un tipo de hospedaje nuevo por lo que aún no somos conocidos ni tenemos una publicidad de las personas por ser nuevos.
- Al ser proyecto nuevo, desconocemos la demanda futura, y eso puede ser un problema en la planificación de la capacidad de nuestras instalaciones.
- Este tipo de alojamiento no será para todo tipo de turista.

**Amenazas:**

- Tener cerca a Montañita como un gran atractivo que prefieren los turistas.
- La inseguridad del lugar podría ser una amenaza para los turistas del "Bungalow Sun Resort".
- Tener competencias de lugares cercanos como salinas y toda la Ruta del Spondylus.

## CAPÍTULO # 3

### RAZÓN SOCIAL

BSR- S.A

### NOMBRE COMERCIAL

Bungalow Sun Resort Ayangue

### LOGO – SLOGAN



" La combinación perfecta entre diversión y placer "

Grafico #20: Logo-Slogan  
Elaborado por: Los Autores

## **MISIÓN**

Somos una empresa dedicada a brindar servicio de diversión con calidad, calidez profesional y personalizada, para todos los gustos, dirigida a profesionales, turistas nacionales así mismo turistas extranjeros preferentemente solteros (as), con hospedaje, alimentos, bebidas y actividades que proporcionaran en su totalidad el merecido relax que buscan con un ambiente seguro y confiable.

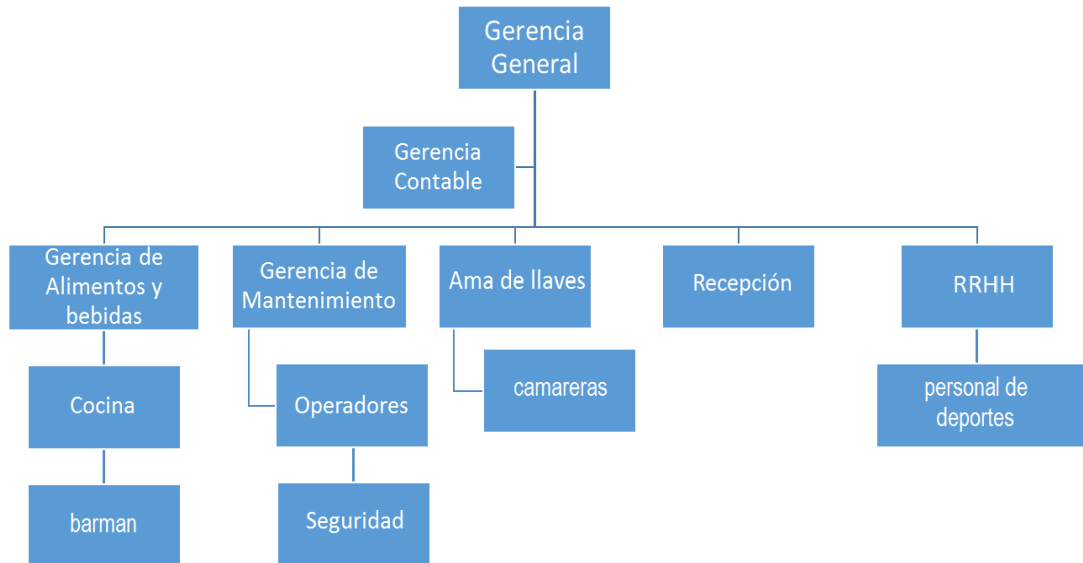
## **VISIÓN**

Liderar con el mercado en el campo hotelero de la diversión nocturna, coadyuvando al crecimiento y desarrollo turístico, hotelero, económico y social de la comuna de Ayangue.

## **VALORES**

- Compromiso
- Honestidad
- Lealtad
- Profesionalismo
- Respeto
- Trabajo en Equipo

## ORGANIGRAMA



**Grafico #21:** Organigrama  
**Elaborado por:** Los Autores

## MERCADO OBJETIVO

La segmentación del mercado al que se dirige Bungalow Sun Resort Ayangue, está compuesta de hombres que se orientan en mayor medida a la “tendencia” de profesionales enfocados en buscar su bienestar físico así como psíquico, por lo que buscan cada fin de semana un ambiente que les proporcione “relax”, así como seguridad integral; la misma que a través del tiempo ha demostrado, que cada vez más se busca una mejor calidad de vida ante una sociedad de consumo imperante, que exige cierta imagen día a día, acorde a sus perspectivas desde todo punto de vista tanto laboral como personal.

Esta segmentación que se propone, se realizara con el objetivo de demostrar que la calidad de vida laboral va de la mano con la calidad de vida personal; es por esta razón que al demostrar la factibilidad de la creación de Bungalow Sun Resort Ayangue, enfocado principalmente en profesionales y turistas solteros comprendidos especialmente entre los 20 a 45 años con mediano y alto poder adquisitivo de diferentes características presentes a lo largo de la faja costera de la península de Santa Elena, los mismos que buscan una sana diversión tanto física como mental.

## **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

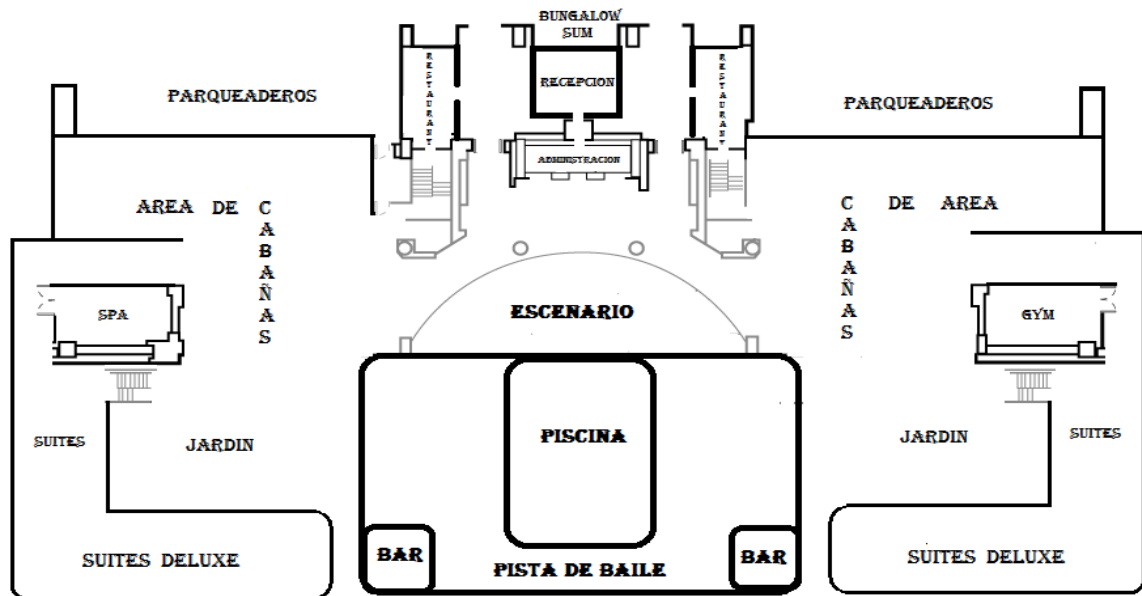
### **MACRO LOCALIZACIÓN**

La playa de Ayangue es un pequeño pueblo costero abarca 3100 metros de la costa ecuatoriana ubicado en la ruta Spondylus. Ubicada en la provincia de Santa Elena, a 42 kilómetros de la Playa de Valdivia, delimitada al norte con la Comuna San Pedro, al sur por la Comuna Palmar, al este por la parroquia Colonche y la cordillera del mismo nombre y al oeste por el Océano Pacífico a 150 kilómetros de Guayaquil, ubicada al este de la Provincia del Guayas. Ayangue es una playa de apacibles aguas que tiene como principal actividad la pesca recreativa y artesanal.

### **MICRO LOCALIZACIÓN**

El proyecto Bungalow Sun Resort Ayangue se encuentra ubicado en la zona turística de la comunidad de Ayangue y a pocos metros de la playa propiamente dicha. Bungalow Sun Resort dispone de cabañas y suites que acomodan de 2 a 4 personas, con una capacidad máxima para 100 personas en todo el complejo.

Tanto las cabañas como las suites múltiples están equipadas con teléfono, aire acondicionado, mini-bar, baño privado y agua caliente. El Bungalow Sun Resort crea una combinación de hospitalidad tradicional y un estilo moderno que puede asegurar su comodidad y conveniencia.



**Grafico #22:** Distribución física del Bungalow Sun Resort  
**Elaborado por:** Los Autores

## DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESPACIO

- Recepción, restaurante y parqueaderos
- Piscina, escenario, pista de baile, bar
- Gym, spa y jardines
- Suites deluxes y suites
- Cabañas



## **DÍAS Y HORARIOS DE ATENCIÓN**

El Bungalow Sun Resort brinda a su disposición, y al público en general sus horarios de martes a domingo las 24 horas del día.

### **Horario de Funcionamiento**

- Servicio de Hospedaje (24 horas al día, accediendo vía telefónica y/o electrónica para reservaciones, o acercándose directamente a nuestras instalaciones)
- Servicio de Restaurante (desayuno de 07h00 – 10h00; almuerzo 12h30 – 16h00; cena de 19h00 – 22h00)
- Servicio de Bar en la piscina será de 10h00 – 02h00;
- Servicio Restaurante con una gama de platos a las carta de 07h00 – 22h00
- Servicio del Spa de 09h00 – 20h00m (solamente bajo reservaciones)
- Servicio de Gym de 07H00 – 21H00
- Servicio de masajes, aromaterapia de 09h00 – 12h00 y de 15h00 – 18h00

## **INFRAESTRUCTURA NECESARIA**

- Señalética perimetral
- Cerramiento de perímetro
- Cerramiento interno
- Paneles aluminio
- Paneles de triplex
- Piso de duela con enchape
- Piedra natural
- Piso de adoquinado
- Piso de césped artificial

- Piso de cemento
- Piso de cerámica
- Acería interna y externa
- Vegetación interna y externa
- Jardines
- Lobby
- Recepción
- Cocina
- Área de eventos en la piscina
- Lavandería
- Restaurante
- Recepción
- Spa
- Cabañas personales y compartidas
- Suites
- Piscina
- Vestidores
- Isla en la Piscina
- Bares

### **Provisión de servicio de agua y generadores de energía**

Bungalow Sun Resort contará con una cisterna con 500 metros cúbicos los cuales son 550.000 litros de agua, el mismo que tendrá una capacidad de 8 a 10 días operativos, la misma que será provista bajo acuerdo con la planta generadora del producto (directo de Santa Elena); el mantenimiento se lo realizará 3 veces por año, dependiendo del control de calidad.

### **Almacenaje de productos alimenticios.**

El almacenamiento de los alimentos perecederos deberán estar debidamente tratados en almacenes refrigerantes, los mismos que serán manipulados por expertos en el área.

El almacenamiento de los alimentos no perecederos deberán estar debidamente tratados en frío, los mismos que serán manipulados por expertos en el área de tratamiento y elaboración de alimentos.

La mantención de dichos reservorios se hará según le MSP cada 3 meses.

### **PRODUCTOS A OFRECER**

El resort tendrá capacidad para 100 personas con todas las comodidades que ofrece un servicio todo incluido.

Las suites y cabañas que se ofreceran serán:

**Cabañas individuales:** Disponemos de 4 cabañas individuales con desayuno, almuerzo y cena incluida (no incluye platos a la carta). \$ 220,00 Paquete platinun fin de semana

**Cabañas Dobles:** Disponemos de 4 cabañas dobles con desayuno, almuerzo y cena incluido (no incluye platos a la carta) \$ 180,00 Paquete platinun fin de semana.

**Cabañas Cuádruple o Familiares:** Disponemos de 10 cabañas cuádruples con

desayuno, almuerzo y cena incluido (no incluye platos a la carta) \$ 160,00 Paquete Gold, fin de semana

**Suite:** Disponemos de 8 suite dobles y 8 suites individuales con desayuno, almuerzo y cena incluido (no incluye platos a la carta) \$240 y \$260,00 Paquete platinun fin de semana.

**Suite deluxe:** Disponemos de 8 suite deluxe dobles y 8 suites deluxe individuales con desayuno, almuerzo y cena incluido (no incluye platos a la carta) \$280 y \$300,00 Paquete platinun fin de semana.

Los precios son por persona y no incluyen bebidas alcohólicas ni actividades extras.

### **Actividades dentro del resort**

Adicionalmente se ofrece actividades deportivas las cuales se detallaran a continuación:

**Tabla #20:** Actividades dentro del Resort

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>PRECIO</b>
PARAPENTE POR PERSONA	\$ 35,00
MOTOS ACUATICAS POR HORA	\$ 25,00
ALQUILER DE BICICLETAS POR HORA	\$ 8,00
ALQUILER DE KAYAK POR HORA	\$ 8,00
ALQUILER DE TABLAS DE SURF POR	\$ 5,00
ALQUILER DE BOYAS POR HORA	\$ 3,00

**Elaborado por:** Los Autores

## Bebidas alcohólicas

Ofreceremos diferentes tipos de bebidas para las personas que quieran disfrutar en la piscina y a las fiestas temáticas estos licores se los venderán en los bares que estarán en la piscina.

**Tabla #21:** Bebidas Alcohólicas

BAR	PRECIO X VASO	PRECIO X BOTELLA
whisky	\$ 6,00	\$ 100,00
vodka	\$ 3,00	\$ 70,00
Shot de tequila	\$ 5,00	\$ 60,00
ron	\$ 2,50	\$ 50,00
Cervezas	\$ 3,00	
Cocteles	\$ 5,00	

**Elaborado por:** Los Autores

## Restaurante

Menú buffet Variado (nacional e internacional)

- Desayunos
- Almuerzos
- Cenas
- Capacidad (100 personas)

## Bares

Uno con atención directa al área de la piscina y otro es la extensión que brindara servicio para todo el personal dentro de Bungalow Sun Resort.

## **Piscina**

Contará con una piscina moderna en el centro del resort donde además podrá disfrutarla en las fiestas temáticas en las noches.

## **Pista de Eventos**

Aquí se desarrollaran las fiestas temáticas además será donde se realizara toda clase de eventos culturales, sociales empresariales o deportivos junto a la piscina con una capacidad para 120 personas y dispuesto con servicio seleccionados o todas los servicios según la ocasión de los eventos solicitados.

## **Transporte interno o externo**

Para movilización de los turistas a cualquier balneario de la ruta Spondylus en la Provincia de Santa Elena existirá un abastecimiento de vehículos los cuales podrán ser utilizados por los huéspedes con previa reservación y horarios establecidos.

## **Seguridad**

Serán áreas exclusivamente manejadas por expertos en el ramo; para ello se contara con personal capacitado tanto en el área preventiva de zonas como calderos, cocina, restaurante, gas, bar, salón de eventos, oficinas, habitaciones y sistemas de cableado, los cuales estarán dotados de sensores de humo y de calor, con sendos manuales procedimientos, los mismos que serán activados por cualquier persona, colaborador o huésped que se sienta en riesgo. Además todo el personal, incluidos clientes o huéspedes y ajenos a la parte del Bungalow Sun Resort serán capacitados con cursos para primeros auxilios.

## **Control de Calidad**

Los conceptos de calidad de producto y calidad de servicio en el ámbito turístico son subjetivos y variables en el tiempo y espacio, es posible afirmar con certeza que para lograr la calidad de servicio en el ámbito turístico, es necesario Implementar una orientación hacia los clientes, quienes a fin de cuentas, son los que evalúan y deciden si pagarán por un servicio, en donde la orientación al cliente se sustenta en el trato, por tanto, la actuación y desempeño del talento humano es el eje del sistema de calidad turística.

De las personas depende en gran medida el grado de satisfacción del visitante y, por tanto, el éxito o el fracaso del servicio turístico. Es por ello que Bungalow Sun Resort para lograr el éxito como prestador de servicios turísticos de primer orden, donde se ha propuesto que aparte de ciertas técnicas, de una correcta actitud de servicio, donde la calidad implica un proceso organizado de servicios personalizados y tecnificado, donde el cliente no sólo exige calidad en la prestación de servicios, este se perfeccione en la capacidad para responder ante cualquier situación emergente no prevista en la prestación básica.

Es por eso que en el Bungalow Sun Resort el proceso de control de calidad se lo realizará según los estándares establecidos por los organismos dispuestos por la ley y sus reglamentos. Se centrará en seguir estrictamente los estándares de calidad así como políticas, que provenientes tanto de organismos como el MINETUR, MIPRO, INEN, los mismos que serán los parámetros a seguir, con sus políticas diseñadas, nos permitan garantizar un desempeño, necesario para satisfacer necesidades de los más exigentes clientes a saber cómo:

- Comodidad.
- Buena atención.
- Disponibilidad.
- Paciencia.
- Servicio variados.
- Buena infraestructura.
- Tecnología.
- Información relevante.
- Comunicación activa.



## **PERMISOS AMBIENTALES**

La obtención de los permisos ambientales es por medio del ministerio del ambiente, para poder acceder a este beneficio se debe realizar un estudio ambiental el cual consta de varias fases:

1. Reunión de apertura de auditoría con Gerencia
2. Levantamiento de información inicial
3. Identificación cualitativa y cuantitativa de impactos ambientales
4. Identificación de no conformidades relacionadas con el cumplimiento de la normativa ambiental.
5. Identificación de riesgos industriales (seguridad industrial y salud ocupacional)
6. Elaboración del Plan de Prevención y Mitigación
7. Elaboración de Plan de Contingencias y Emergencias
8. Elaboración del plan de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial
9. Elaboración del plan de capacitación
10. Elaboración de plan de manejo de desechos
11. Elaboración de plan de relaciones comunitarias
12. Plan de monitoreo
13. Plan de seguimiento

Existen dos tipos de permisos ambientales en el Ecuador las fichas ambientales otorgadas a empresas cuyas actividades son de bajo impacto y las licencias ambientales para empresas cuya actividad es de medio y alto impacto.

La licencia es otorgada por la Autoridad Ambiental Nacional o Autoridad Ambiental de Aplicación responsable (AAR) para la ejecución de un proyecto, obra o actividad. Los pasos para obtener la licencia son:

1. Certificado de intersección (CI)
2. Términos de referencia (TDR)
3. Participación Social
4. Aprobación del estudio de impacto ambiental y Plan de manejo Ambiental (PMA)
5. Pago de tasas y presentación de garantías del fiel cumplimiento del PMA
6. Licencia Ambiental.
7. Seguimiento y control Ambiental

## **PERMISOS MUNICIPALES**

El PAF (Permiso Anual de Funcionamiento) es una especie valorada impresa por el Ministerio del Interior y se establece como requisito fundamental para que los comercios puedan atender al público. El costo varía de acuerdo a la actividad del negocio.

El valor a cancelar es de \$15 dólares para todos los locales, carretillas, ferias libres, etc. con la excepción de los establecimientos de atención nocturna, donde se consumen bebidas alcohólicas, que es de \$250 dólares; importe que rige desde el 1 de enero de 2006, según lo dispone el Acuerdo Ministerial # 0176 del 7 de septiembre de 2005.

Para la obtención de este documento los propietarios de los establecimientos comerciales deben acercarse a las oficinas de la Dirección Financiera de la Gobernación de la Provincia, ubicadas en la calle Comercio entre 10 de Agosto y Sucre, atrás de la Municipalidad de Santa Elena, desde las 08h00 a las 16h30, portando los siguientes requisitos.

- Copia de Cédula
- Copia de RUC
- Patente Municipal
- Permiso de Uso de Suelo
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Permiso del Ministerio de Salud.

## **BOMBEROS**

Para poder obtener el permiso del cuerpo de bomberos se debe constar con lo siguiente previo a la inspección:

1. Puerta de acceso 1,4 mt mínimo de ancho
2. Puerta de escape 1,8 mt mínimo de ancho (la puerta de escape abre hacia fuera del establecimiento), solo picaporte interno; no chapas ni candado.
3. Lámparas de emergencia a baterías
4. Señalización vías de evacuación
5. Rotulo de capacidad máxima (determinada por el Cuerpo de Bomberos)
6. Ventilación suficiente

### **Requisitos para trámite de permisos de construcción**

- Estar al día en el pago de la contribución del 0.15x1000, sobre la propiedad urbana.
- Estar al día en el pago de permisos de funcionamiento de locales comerciales, (En caso de tenerlos).
- Pago de tasa de inspección de terreno ( \$40.00)
- Solicitud dirigida al primer jefe (Crnl. Francisco de la O Guale), solicitando inspección de terreno, y ficha técnica de registro de edificación; para que sea declarado “terreno idóneo, apto para construcción proyectada”
- En la solicitud deberá constar dirección y teléfono del solicitante, numero de manzana y solar a inspeccionarse y motivo por el cual se solicita la inspección.
- Dicha solicitud deberá constar de firma y numero de cedula del solicitante, quien deberá ser: Propietario, o, representante legal, o, responsable técnico del proyecto.

**Adjunto a la solicitud deberá presentar:**

- 2 juegos completos de los planos arquitectónicos, de instalaciones sanitarias, eléctricas, y especiales.
- Ultima cartilla de pago de impuesto predial
- recibo de pago al Colegio de Arquitectos, en dicho recibo deberá indicar la cantidad de mts<sup>2</sup> proyectados para la construcción.
- en sistema de Prevención de incendios, se hará constar en los planos de instalaciones, con su respectiva simbología. En el caso de no disponer de planos de instalaciones, el sistema de Prevención constara en los planos arquitectónicos.
- memoria técnica del sistema de seguridad contra incendios, sanitarios, eléctricos y de instalaciones especiales.

Una vez presentada toda la documentación requerida, y en un plazo no mayor a 3 días laborables, el departamento de prevención d incendios, emitirá un informe interno al señor primer jefe, con las recomendaciones y correctivos, acordes con las normas de Prevención de incendios.

En las siguientes 24 horas, se informara al interesado a través de secretaria, si se le otorga o no el respectivo permiso.

Si el dictamen es favorable se le notificara para que se acerque a tesorería a consignar el valor de la tasa de permiso de construcción (visto bueno de edificación), retirar el mismo y los planos debidamente sellados, y, las recomendaciones a las que hubiera lugar.

En caso de ser negado el visto bueno por incumplimiento de las normas detalladas en el capítulo de disposiciones generales de protección contra incendio para edificación, o de existir inconformidad con la documentación presentada, o por insuficiencia del sistema de prevención de incendios propuesto; el Cuerpo de Bomberos efectuara las recomendaciones del caso para que el proyectista o propietario, elabore los correctivos pertinentes para su aprobación.

El informe de visto bueno tendrá validez de un año desde la fecha de su emisión; una vez transcurrido este plazo se considera caducado.

### **Tasa por servicios contra incendios**

Contribución anual, del cero punto quince por mil, sobre el avalúo de la propiedad urbana, para el cuerpo de bomberos de la libertad, y de conformidad con el art. 66.- literal a del R.O. 429, del 27 de septiembre 2004, y la ley de defensa contra incendios del 2 de abril de 1979)

## CAPÍTULO # 4

### SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado es la necesidad y tarea de dividir el mercado en subgrupos que tengan las mismas necesidades, gustos y preferencias, es decir un grupo con características homogéneas siendo así una estrategia de mercadotecnia que le permitirá a una empresa posicionarse en el mercado de forma efectiva optimizando recursos y a costos económicos no muy elevados.

Este proceso permite a la empresa diseñar e implementar una mezcla de mercadotecnia que le permitan vender su producto de manera inmediata al grupo en el que se está enfocando. Es necesario realizar una segmentación de mercado ya que actualmente el mercado es demasiado grande porque posee una diversidad de grupos con diferentes necesidades, gustos y preferencias.

La propuesta tiene como meta principal satisfacer las necesidades de un grupo de turistas que buscan comodidad y diversión en un solo lugar con una hermosa playa con las mejores propuestas que un resort le puede ofrecer, para realizar una segmentación más efectiva de debe completar las siguientes variables:

- **Geográficas:** La propuesta se va a realizar en Ecuador siendo así parte del grupo de la segmentación, pero no solo Ecuador es el mercado objetivo sino también turistas extranjeros que estén dispuestos a visitar Ecuador
- **Demográficas:** El grupo estará compuesto por hombres y mujeres solteros de clase media y clase alta estudiantes universitarios o jóvenes profesionales con edades de 18 años a 45 años.

- **Psicográficas:** La personalidad de estas personas es de mente abierta con deseos de buscar nuevas alternativas para divertirse, desean cambiar por un momento de rutina o continuar con la misma, cuyo estilo de vida es aventurero en busca de relajación o distracción de sus actividades diarias o llevan un estilo de vida lleno de diversión.
- **Conductual:** Actualmente grande festivales mueven grande masas de este grupo de personas a diferentes partes del mundo una vez al año con exuberantes gastos, y este grupo está dispuesto a pagar grandes cantidades de dinero por diversión extrema, la propuesta es una alternativa que agrada a todos los solteros y también a parejas que buscan salir de la rutina con estos grandes festivales.

En síntesis el grupo al que se dirige la propuesta es a turistas universitarios o jóvenes profesionales solteros de 18 años a 45 años, nacionales y extranjeros que están dispuestos a viajar a Ecuador en busca de alternativas de diversión, con espíritu aventurero y amantes de las grandes fiestas, logrando satisfacer sus necesidades de obtener diversión a costos no tan elevados como los grandes festivales.



## **ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO**

La promoción y publicidad que se realizara para desarrollar el proyecto será efectuada en base a un estudio estratégico para poder posesionarnos rápidamente en el mercado y poder captar la atención del consumidor.

Las diferentes estrategias están basadas en publicidad actual donde el consumidor nos conozca e impáctate rápidamente y motive a visitar el resort.

## **ESTRATEGIA DE MARKETING**

### **RADIO Y TELEVISIÓN**

La radio y televisión son medios de publicidad que más impactan en la gente ya que de una u otra manera llega rápido al consumidor y permite llegar visualmente o auditivamente y te da la ventaja de poder diseñar tu propio spot publicitario.

### **PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES**

Se diseñara una página web del resort para que los consumidores o potenciales cliente puedan conocer el establecimiento y las diferentes actividades que se realizaran, además se contara con páginas de redes sociales que es la novedad del momento y está en contante uso por parte de los clientes potenciales como son los jóvenes. Este sistema de publicidad dará una ventaja de que no genera costo a futuro y donde se está actualizando información de una manera rápida y al día.

## **ISLAS EN CENTROS COMERCIALES**

Este método dará acceso a las personas de una manera más personalizada ya que se puede tener contacto con el cliente y dar a conocer los productos e incluso hacer reservaciones o vender los paquetes.

## **AFICHES EN ESTADOS DE CUENTAS**

Este método ayudara a llegar a clientes más exclusivos y dará una ventaja de que el cliente al abrir su estado de cuenta o estado de tarjeta de crédito conocerá del resort de una manera rápida y directa además de conocer las promociones y descuentos.

## **PUBLICIDAD VISUAL**

Afiches, flyers, gorras, plumas camisetas serán entregados a las personas para que conozcan acerca del lugar y además este método es para que las demás personas puedan visualizar en la calle o en diferentes lugares del establecimiento; tiene como ventaja que las personas los aceptaran ya que serán obsequios que llevar el logo y teléfonos del resort.

## **MARKETING MIX**

### **PRODUCTO:**

Cabañas y Suites sobre las cumbres de Ayangue y con vista al amplio mar caracterizado por la elegancia "ultramoderna", donde disfrutara del espíritu de la playa de Ayangue.

Cada alojamiento será un “todo incluido” en un ambiente de diversión con diferentes actividades, deportes y alimentación buffet.

El diseño de Bungalow Sun está inspirado en la arquitectura local: muebles de madera de teca, techos altos y de paja, los alojamientos incluyen obras de arte, palmeras y vegetación tropical. Además, cuenta con un gimnasio y zona de spa.

El resort ofrece su producto estrella que será las fiestas temáticas en el centro del establecimiento donde estará construida una tarima frente a la piscina para las experiencias nocturnas dentro del lugar.

### **Tipos de Cabañas y Suites:**

- **BUNGALOW SIMLES:** Este Bungalow serán caballas sencillas que estarán cerca de la piscina, el gym o el spa y no tendrán vista a la playa.
- **BUNGALOW SUITE CON VISTA A LA PLAYA Y AL JARDIN:** Este Bungalow serán unas mini suites con vista a la playa y vista a la parte central en el cual se observa el jardín, pista y la piscina.
- **BUNGALOW SUITE DELUXE:** Este es un Bungalow más completo con espacios más amplios y con vista panorámica a la playa, al jardín y todo el

centro del resort, además posee más servicios que los otros tipos de Bungalow.

## PRECIO

**Tabla #22:** Detalles de valores de las cabañas

HABITACION	INDIVIDUAL	DOBLE	CUADRUPLES
BUNGALOW SIMPLES	\$200	\$180	\$160
SUITE (VISTA AL JARDIN Y A LA PLAYA)	\$260	\$240	--
SUITE DELUXE (VISTA PANORAMICA)	\$300	\$280	--

**Elaborado por:** Los Autores

Los precios son por persona con un servicios **“todo incluido”** (excepto bebidas alcohólicas y actividades deportiva no especificadas en el paquete).

## PLAZA

Ayangue es el lugar escogido para realizar este proyecto ya que cumple con las características necesarias para la construcción del mismo, posee aguas tranquilas, es decir tiene la característica de una laguna de agua salada permitiendo así al turista disfrutar del mar de una manera muy tranquila.

Cumbres de Ayangue es una playa que no ha sido explotada turísticamente con el potencial que se debe es por ello que el proyecto dará un realce al lugar ya que es el pionero en la provincia y en el país.



**Grafico #23:** Espacio físico  
**Elaborado por:** me Los Autores

## **PROMOCION**

Los métodos de difusión y promoción de “BUNGALOW – SÚN” serán los siguientes:

- Publicidad: radio y televisión.
- Promoción en estados de cuentas.
- Internet: página web Correos electrónicos y redes sociales (Facebook ,instagram, twitter).
- Centro de información: Islas en centros comerciales.
- Merchandising: plumas, camisetas, gorras, adhesivos, etc. Que tengan el logo de la propuesta y números der teléfonos de los establecimiento.

## **PRESUPUESTO DE MARKETING**

**Tabla #23:** Presupuesto de marketing que se realizara

<b>Producto</b>	<b>Costo anual</b>
Página web	1.800,00
Radio	5.000,00
Tv	7.000,00
Islas comerciales	5.000,00
Afiches y obsequios	2.500,00
Total	21.300,00

**Elaborado por:** Los Autores

## CAPÍTULO # 5

### INVERSION INICIAL

Tabla #24: Inversión Inicial

<b>CAJA</b>	<b>\$ 10.000,00</b>		
<b>TERRENO</b>	<b>\$ 200.000,00</b>		
<b>TOTAL DE TERRENO</b>	<b>\$ 200.000,00</b>		
<b>EDIFICIOS/INFRAESTRUCTURA</b>	<b>TAMAÑO (m2)</b>	<b>PRECIO (m2)</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
CABAÑAS			
SENCILLAS	40	\$ 110,00	\$ 4.400,00
DOBLES	45	\$ 110,00	\$ 4.950,00
TRIPLES o CUADRUPLES	52	\$ 110,00	\$ 5.720,00
SUITE y SUITE DELUXE	65	\$ 110,00	\$ 7.150,00
RESTAURANTES	150	\$ 65,00	\$ 9.750,00
PISCINA	70	\$ 240,00	\$ 16.800,00
VESTIDORES	15	\$ 45,00	\$ 675,00
BARES	50	\$ 125,00	\$ 6.250,00
PISTA DE BAILE	1000	\$ 20,00	\$ 20.000,00
HALL DE INGRESO	35	\$ 150,00	\$ 250,00
<b>TOTAL DE GASTOS DE EDIFICIOS/INFRAESTRUCTURA</b>			<b>\$ 80.945,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUNTACION</b>			<b>\$ 1.800,00</b>
<b>MUEBLES Y ENCERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>

SILLAS EJECUTIVAS	4	\$ 35,00	\$ 140,00
JUEGO DE COMEDOR (4 SILLAS)	16	\$ 140,00	\$ 2.240,00
CHAROLES	20	\$ 3,00	\$ 60,00
SET VAJILLAS Y CUBIERTOS	50	\$ 10,00	\$ 500,00
SET MANTELERIA	20	\$ 10,00	\$ 200,00
CAMAS SIMPLES	10	\$ 500,00	\$ 5.000,00
CAMAS LITERAS	8	\$ 650,00	\$ 5.200,00
CAMAS DOBLE - DELUXE KING	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00
SET SABANAS	50	\$ 20,00	\$ 1.000,00
ALMOHADAS	50	\$ 10,00	\$ 500,00
LAMPARAS	-	-	-
HAB. INTERIOR	25	\$ 30,00	\$ 50,00
HAB. EXTERIOR	25	\$ 15,00	\$ 375,00
OFICIONAS	3	\$ 22,00	\$ 66,00
BAR-KARAOKE	10	\$ 10,00	\$ 100,00
ARMARIOS	17	\$ 110,00	\$ 1.870,00
VELADORES	17	\$ 50,00	\$ 850,00
SOFAS	25	\$ 170,00	\$ 4.250,00
BAÑOS	25	\$ 500,00	\$ 12.500,00
TACHOS DE BASURA	20	\$ 10,00	\$ 200,00
TACHOS DE BASURA AREA SOCIAL	16	\$ 15,00	\$ 240,00
IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	20	\$ 15,00	\$ 300,00
SET DE UTENCILLOS DE COCINA	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENCERES</b>			<b>\$ 38.541,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>	<b>CANTIDADES</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
TELEVISORES	20	\$ 620,00	\$ 12.400,00



MINIBAR	17	\$ 500,00	\$ 8.500,00
LAVADORAS	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00
COCINA INDUSTRIAL	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
EQUIPOS DE AUDIO	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
<b>TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 30.350,00</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCION E INSTALACION</b>	<b>VALORES</b>		
DIRECCION TECNICA	\$ 8.945,00		
PLANOS Y MAQUETAS	\$ 3.000,00		
IMPUESTOS TASAS Y PERMISOS	\$ 5.500,00		
<b>TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCION E INSTALACION</b>	<b>\$ 17.445,00</b>		
<b>GASTOS DE SUMINISTROS DE OFICINAS</b>	\$ 200,00		
<b>TOTAL DE GASTOS DE SUMINISTROS DE OFICINAS</b>	<b>\$ 200,00</b>		
<b>PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>	<b>VALORES ANUALES</b>		
PAGINA WEB	\$ 1.800,00		
ISLAS COMERCIALES Y AFICHES	\$ 7.500,00		
RADIO Y TV	\$ 12.000,00		
<b>TOTAL DE GASTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>	<b>\$ 21.300,00</b>		
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>VALORES</b>		
CAJA	\$ 10.000,00		
TERRENO	\$ 200.000,00		
INFRAESTRUCTURA	\$ 80.945,00		
MUEBLES Y ENCERES	\$ 38.541,00		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.800,00		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 30.350,00		
GASTOS DE CONSTITUCION E INSTALACION	\$ 17.445,00		
SUMINISTROS DE OFICINAS	\$ 200,00		

GASTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD	\$ 21.300,00
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 400.581,00</b>

Elaborado por: Los Autores

## **BALANCE INICIAL**

**Tabla #25:** Balance Inicial

<b>ACTIVOS</b>			
<b>Activo Corriente</b>		\$ 10.000,00	
Caja	\$ 10.000,00		
<b>Activo Fijo</b>		\$ 351.836,00	
Suministro de oficina	\$ 200,00		
Terrenos	\$ 200.000,00		
Edificios	\$ 80.945,00		
Muebles y Enseres	\$ 38.541,00		
Equipos de Computación	\$ 1.800,00		
maquinaria y equipos	\$ 30.350,00		
<b>Activo Diferido</b>		\$ 38.745,00	
Gastos de Constitución	\$ 17.445,00		
Gastos de Publicidad	\$ 21.300,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 400.581,00</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>Pasivo Corriente</b>		\$ 280.406,70	
Documentos por pagar	\$ 280.406,70		
<b>TOTAL PASIVOS</b>			<b>\$ 280.406,70</b>
<b>PATRIMONIO</b>		\$ 120.174,30	
Capital Propio	\$ 120.174,30		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>\$ 120.174,30</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b>\$ 400.581,00</b>

Elaborado por: Los Autores

## DETALLE DEL FINANCIAMIENTO

### TABLA DE AMORTIZACIÓN

**Tabla #26:** Tabla de Amortización mensual

<b>CUADRO DE AMORTIZACIÓN MENSUAL DEL PRÉSTAMO (M. FRANCES)</b>					
<b>(En Dólares)</b>					
<b>Año</b>	<b>Principal</b>	<b>Pago Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Cuota Anual</b>	<b>Saldo</b>
1	280.406,70	6.762,37	2.219,89	8.982,25	273.644,33
2	273.644,33	6.815,90	2.166,35	8.982,25	266.828,43
3	266.828,43	6.869,86	2.112,39	8.982,25	259.958,57
4	259.958,57	6.924,25	2.058,01	8.982,25	253.034,32
5	253.034,32	6.979,07	2.003,19	8.982,25	246.055,25
6	246.055,25	7.034,32	1.947,94	8.982,25	239.020,94
7	239.020,94	7.090,00	1.892,25	8.982,25	231.930,93
8	231.930,93	7.146,13	1.836,12	8.982,25	224.784,80
9	224.784,80	7.202,71	1.779,55	8.982,25	217.582,09
10	217.582,09	7.259,73	1.722,52	8.982,25	210.322,36
11	210.322,36	7.317,20	1.665,05	8.982,25	203.005,16
12	203.005,16	7.375,13	1.607,12	8.982,25	195.630,03
13	195.630,03	7.433,52	1.548,74	8.982,25	188.196,52
14	188.196,52	7.492,36	1.489,89	8.982,25	180.704,15
15	180.704,15	7.551,68	1.430,57	8.982,25	173.152,47
16	173.152,47	7.611,46	1.370,79	8.982,25	165.541,01
17	165.541,01	7.671,72	1.310,53	8.982,25	157.869,29

18	157.869,29	7.732,46	1.249,80	8.982,25	150.136,83
19	150.136,83	7.793,67	1.188,58	8.982,25	142.343,16
20	142.343,16	7.855,37	1.126,88	8.982,25	134.487,79
21	134.487,79	7.917,56	1.064,70	8.982,25	126.570,23
22	126.570,23	7.980,24	1.002,01	8.982,25	118.589,99
23	118.589,99	8.043,42	938,84	8.982,25	110.546,58
24	110.546,58	8.107,09	875,16	8.982,25	102.439,48
25	102.439,48	8.171,27	810,98	8.982,25	94.268,21
26	94.268,21	8.235,96	746,29	8.982,25	86.032,25
27	86.032,25	8.301,17	681,09	8.982,25	77.731,08
28	77.731,08	8.366,88	615,37	8.982,25	69.364,20
29	69.364,20	8.433,12	549,13	8.982,25	60.931,08
30	60.931,08	8.499,88	482,37	8.982,25	52.431,20
31	52.431,20	8.567,17	415,08	8.982,25	43.864,02
32	43.864,02	8.635,00	347,26	8.982,25	35.229,02
33	35.229,02	8.703,36	278,90	8.982,25	26.525,67
34	26.525,67	8.772,26	209,99	8.982,25	17.753,41
35	17.753,41	8.841,71	140,55	8.982,25	8.911,70
36	8.911,70	8.911,70	70,55	8.982,25	0,00

**Elaborado por:** Los Autores

## DETALLE DE INGRESOS

### PROYECCIONES DE INGRESOS

**Tabla #27:** Proyecciones de ingresos

<b>PERIODO</b>	<b>CANTIDADES A VENDER</b>
Enero	260
Febrero	260
Marzo	260
Abril	260
Mayo	260
Junio	260
Julio	260
Agosto	260
Septiembre	260
Octubre	260
Noviembre	260
Diciembre	260
<b>Total Cantidades Anual</b>	<b>3120</b>
<b>Precio por persona por paquete de 3 días es de \$200 y cada año incrementará el 5% anual</b>	
<b>Incremento anual de cantidades a vender 10%</b>	

Elaborado por: Los Autores

## RUBRO DE EGRESOS

Tabla #28: Rubro de Egresos

RUBROS DE EGRESOS	VALOR POR MES
<b>COSTOS DEL PROYECTO:</b>	
Costo de ventas (Costos de producción)	30% sobre las ventas
	<b>VALOR POR MES</b>
Porcentaje de inflación para proyección anual de costos y gastos 4,90% anual	
Tasa costo de oportunidad para evaluar el proyecto 12%	

Elaborado por Los Autores

## INGRESOS MENSUALES

Tabla #29: Ingresos Mensuales

PROYECCION MENSUAL DE INGRESOS PRIMER AÑO						
RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
# de usuarios (Cant.)	260	260	260	260	260	260
Precio/usuario	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Total de ingresos</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>
MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
260	260	260	260	260	260	<b>3120</b>
\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>7.488.000</b>

Elaborado por: Los Autores

## INGRESOS ANUALES

**Tabla #30:** Ingresos Anuales

<b>PROYECCION ANUAL DE INGRESOS</b>					
<b>RUBRO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
# de usuarios (Cant.)	3120	3432	3775	4153	4568
Precio/usuario	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50	\$ 231,53	\$ 243,10
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$ 624.000,00</b>	<b>\$ 720.720,00</b>	<b>\$ 832.431,60</b>	<b>\$ 961.458,50</b>	<b>\$ 1.110.484,57</b>
# de usuarios (Cant.)	<b>INCREMENTO DEL 10% ANUAL</b>				
Precio	<b>INCREMENTO DEL 5% ANUAL</b>				

**Elaborado por:** Los Autores

## DETALLE GASTOS

### DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

**Tabla #31:** Tabla de Depreciación

<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>VALORES</b>	<b>Depreciación/amortizaciones</b>			
<b>TOTAL DE GASTOS DE TERRENO</b>	\$ 200.000,00	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	Valor Residual 10%	Costo - V.R
<b>TOTAL DE GASTOS DE INFRAESTRUCTURA</b>	\$ 80.945,00	\$ 303,54	\$ 3.642,53	\$ 8.094,50	\$ 72.850,50
<b>TOTAL MUEBLES Y ENCERES</b>	\$ 38.541,00	\$ 289,06	\$ 3.468,69	\$ 3.854,10	\$ 34.686,90
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION</b>	\$ 1.800,00	\$ 45,00	\$ 540,00	\$ 180,00	\$ 1.620,00
<b>TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>	\$ 30.350,00	\$ 227,63	\$ 2.731,50	\$ 3.035,00	\$ 27.315,00

**Elaborado por:** Los Autores



SUELDOS

Tabla #32: Sueldos

AÑO 1					
Gastos administrativos	Valores	# empleados	Sueldo base mensual	Fondo reserva	Décimo tercero
Gerente general	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00		\$ 100,00
Contador	\$ 900,00	1	\$ 900,00		\$ 75,00
Mantenimiento	\$ 340,00	4	\$ 1.360,00		\$ 113,33
Recepción	\$ 340,00	2	\$ 680,00		\$ 56,67
Gerente de alimentos y bebidas	\$ 850,00	1	\$ 850,00		\$ 70,83
Cocineros	\$ 550,00	4	\$ 2.200,00		\$ 183,33
Barman	\$ 450,00	3	\$ 1.350,00		\$ 112,50
Camareras	\$ 400,00	4	\$ 1.600,00		\$ 133,33
Personal deporte	\$ 380,00	3	\$ 1.140,00		\$ 95,00
<b>Total de gastos administrativos</b>		23	\$ 11.280,00		\$ 940,00
Décimo cuarto	Aporte patronal	Vacaciones	Sueldo total mensual	Anual	Total anual
\$ 28,33	\$ 145,80	\$ 50,00	\$ 1.524,13	12	\$ 18.289,60
\$ 28,33	\$ 109,35	\$ 37,50	\$ 1.150,18	12	\$ 13.802,20
\$ 28,33	\$ 165,24	\$ 56,67	\$ 1.723,57	12	\$ 20.682,88
\$ 28,33	\$ 82,62	\$ 28,33	\$ 875,95	12	\$ 10.511,44
\$ 28,33	\$ 103,28	\$ 35,42	\$ 1.087,86	12	\$ 13.054,30
\$ 28,33	\$ 267,30	\$ 91,67	\$ 2.770,63	12	\$ 33.247,60
\$ 28,33	\$ 164,03	\$ 56,25	\$ 1.711,11	12	\$ 20.533,30
\$ 28,33	\$ 194,40	\$ 66,67	\$ 2.022,73	12	\$ 24.272,80
\$ 28,33	\$ 138,51	\$ 47,50	\$ 1.449,34	12	\$ 17.392,12
\$ 255,00	\$ 1.370,52	\$ 470,00	\$ 14.315,52		<b>\$ 171.786,24</b>
AÑO 2					

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Valores</b>	<b># empleados</b>	<b>Sueldo base mensual</b>	<b>Fondo reserva</b>	<b>Décimo tercero</b>
Gerente general	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Contador	\$ 900,00	1	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Mantenimiento	\$ 340,00	4	\$ 1.360,00	\$ 113,33	\$ 113,33
Recepción	\$ 340,00	2	\$ 680,00	\$ 56,67	\$ 56,67
Gerente de alimentos y bebidas	\$ 850,00	1	\$ 850,00	\$ 70,83	\$ 70,83
Cocineros	\$ 550,00	4	\$ 2.200,00	\$ 183,33	\$ 183,33
Barman	\$ 450,00	3	\$ 1.350,00	\$ 112,50	\$ 112,50
Camareras	\$ 400,00	4	\$ 1.600,00	\$ 133,33	\$ 133,33
Personal deporte	\$ 380,00	3	\$ 1.140,00	\$ 95,00	\$ 95,00
<b>Total de gastos administrativos</b>		23	\$ 11.280,00	\$ 940,00	\$ 940,00
<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Sueldo Total Mensual</b>	<b>Anual</b>	<b>Total anual</b>
\$ 28,33	\$ 145,80	\$ 50,00	\$ 1.624,13	12	\$ 19.489,60
\$ 28,33	\$ 109,35	\$ 37,50	\$ 1.225,18	12	\$ 14.702,20
\$ 28,33	\$ 165,24	\$ 56,67	\$ 1.836,91	12	\$ 22.042,88
\$ 28,33	\$ 82,62	\$ 28,33	\$ 932,62	12	\$ 11.191,44
\$ 28,33	\$ 103,28	\$ 35,42	\$ 1.158,69	12	\$ 13.904,30
\$ 28,33	\$ 267,30	\$ 91,67	\$ 2.953,97	12	\$ 35.447,60
\$ 28,33	\$ 164,03	\$ 56,25	\$ 1.823,61	12	\$ 21.883,30
\$ 28,33	\$ 194,40	\$ 66,67	\$ 2.156,07	12	\$ 25.872,80
\$ 28,33	\$ 138,51	\$ 47,50	\$ 1.544,34	12	\$ 18.532,12
\$ 255,00	\$ 1.370,52	\$ 470,00	\$ 15.255,52		<b>\$ 183.066,24</b>

<b>INFLACION 4,90%</b>						
<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gerente general	1	\$ 18.289,60	\$ 19.489,60	\$ 20.444,59	\$ 21.446,38	\$ 22.497,25

Contador	1	\$ 13.802,20	\$ 14.702,20	\$ 15.422,61	\$ 16.178,32	\$ 16.971,05
Mantenimiento	4	\$ 20.682,88	\$ 22.042,88	\$ 23.122,98	\$ 24.256,01	\$ 25.444,55
Recepción	2	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.739,82	\$ 12.315,07	\$ 12.918,51
Gerente de alimentos y bebidas	1	\$ 13.054,30	\$ 13.904,30	\$ 14.585,61	\$ 14.585,61	\$ 15.300,31
Cocineros	4	\$ 33.247,60	\$ 35.447,60	\$ 37.184,53	\$ 39.006,57	\$ 40.917,90
Barman	3	\$ 20.533,30	\$ 21.883,30	\$ 22.955,58	\$ 24.080,41	\$ 25.260,35
Camareras	4	\$ 24.272,80	\$ 25.872,80	\$ 27.140,57	\$ 28.470,45	\$ 29.865,51
Personal deporte	3	\$ 17.392,12	\$ 18.532,12	\$ 19.440,19	\$ 20.392,76	\$ 21.392,01
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>\$ 171.786,24</b>	<b>\$ 183.066,24</b>	<b>\$192.036,49</b>	<b>\$ 200.731,58</b>	<b>\$ 210.567,43</b>

Elaborado por: Los Autores

## PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Tabla #33: Proyección de Costos y Gastos

PROYECCION MENSUAL Y ANUAL DE COSTOS Y GASTOS GENERALES						
RUBROS DE EGRESOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS DEL PROYECTO:</b>						
Misceláneos varios	\$ 15.600,00	\$ 187.200,00	\$ 216.216,00	\$ 249.729,48	\$ 288.437,55	\$ 333.145,37
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 15.600,00</b>	<b>\$ 187.200,00</b>	<b>\$ 216.216,00</b>	<b>\$ 249.729,48</b>	<b>\$ 288.437,55</b>	<b>\$ 333.145,37</b>
<b>GASTOS GENERALES DEL PROYECTO:</b>						
<b>Gastos de Administración</b>						
Sueldos del personal	\$ 14.315,52	\$ 171.786,24	\$ 183.066,24	\$ 192.036,49	\$ 200.731,58	\$ 210.567,43
Servicios Básicos	\$ 1.110,00	\$ 13.320,00	\$ 13.919,40	\$ 14.545,77	\$ 15.200,33	\$ 15.884,35
Suministros y materiales en general	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.508,00	\$ 2.620,86	\$ 2.738,80	\$ 2.862,04

Depreciación Eq. de computación	\$ 45,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ -	\$ -
Depreciación Muebles y encerres	\$ 289,06	\$ 3.468,69	\$ 3.468,69	\$ 3.468,69	\$ 3.468,69	\$ 3.468,69
Depreciación Maquinaria y Equipos	\$ 227,63	\$ 2.731,50	\$ 2.731,50	\$ 2.731,50	\$ 2.731,50	\$ 2.731,50
Depreciación de Edificios	\$ 303,54	\$ 3.642,53	\$ 3.642,53	\$ 3.642,53	\$ 3.642,53	\$ 3.642,53
Amortización Activos Intangibles	\$ 645,75	\$ 7.749,00	\$ 7.749,00	\$ 7.749,00	\$ 7.749,00	\$ 7.749,00
<b>Gastos de Ventas</b>						
Publicidad	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.360,00	\$ 6.741,60	\$ 7.146,10	\$ 7.574,86
<b>Gastos Financieros</b>						
Intereses sobre préstamo	\$ 2.219,89	\$ 26.638,64	\$ 18.551,68	\$ 9.696,46	\$ -	\$ -
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 19.856,38</b>	<b>\$ 238.276,59</b>	<b>\$ 242.537,04</b>	<b>\$ 243.772,90</b>	<b>\$ 243.408,52</b>	<b>\$ 254.480,40</b>

**Elaborado por:** Los Autores

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

**Tabla #34:** Estado de Resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INGRESOS	\$ 624.000,00	\$ 720.720,00	\$ 832.431,60	\$ 961.458,50	\$ 1.110.484,57
(-) Costo de Ventas	\$187.200,00	\$ 216.216,00	\$ 249.729,48	\$ 288.437,55	\$ 333.145,37
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 436.800,00</b>	<b>\$ 504.504,00</b>	<b>\$ 582.702,12</b>	<b>\$ 673.020,95</b>	<b>\$ 777.339,20</b>
(-)Gastos Generales	\$ 238.276,59	\$ 242.537,04	\$ 243.772,90	\$ 243.408,52	\$ 254.480,40
<i>= Utilidad/Perdida antes de participación e impuestos</i>	<b>\$ 198.523,41</b>	<b>\$ 261.966,96</b>	<b>\$ 338.929,22</b>	<b>\$ 429.612,43</b>	<b>\$ 522.858,80</b>
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 29.778,51	\$ 39.295,04	\$ 50.839,38	\$ 64.441,86	\$ 78.428,82
<i>= Utilidad/Perdida antes de imptos</i>	<b>\$ 168.744,90</b>	<b>\$ 222.671,92</b>	<b>\$ 288.089,84</b>	<b>\$ 365.170,56</b>	<b>\$ 444.429,98</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 37.123,88	\$ 48.987,82	\$ 63.379,76	\$ 80.337,52	\$ 97.774,60
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 131.621,02</b>	<b>\$ 173.684,10</b>	<b>\$ 224.710,08</b>	<b>\$ 284.833,04</b>	<b>\$ 346.655,38</b>

**Elaborado por:** Los Autores

## FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla #35: Flujo de Caja Proyectado

PROYECCION ANUAL DEL FLUJO DE CAJA						
RUBROS	ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><i>Ingresos de Caja</i></b>						
Total de ingresos	-	624.000,00	720.720,00	832.431,60	961.458,50	1.110.484,57
<b><i>Egresos de Caja</i></b>						
Costo de Ventas	-	187.200,00	216.216,00	249.729,48	288.437,55	333.145,37
Gastos generales (menos deprec. y amort.)	-	<b>220.144,88</b>	<b>224.405,32</b>	<b>225.641,18</b>	<b>225.816,81</b>	<b>236.888,68</b>
Participación a trabajadores	-	-	29.778,51	39.295,04	50.839,38	64.441,86
Impuesto a la Renta	-	-	37.123,88	48.987,82	63.379,76	80.337,52
Pago del préstamo(pago principal)	-	85.125,86	93.212,81	102.068,03	-	-
<b>Total Egresos</b>	-	<b>492.470,73</b>	<b>600.736,52</b>	<b>665.721,56</b>	<b>628.473,50</b>	<b>714.813,44</b>
<b>= Flujo Neto de Caja</b>	(400.581)	<b>131.529,27</b>	<b>119.983,48</b>	<b>166.710,04</b>	<b>332.984,99</b>	<b>395.671,13</b>

Elaborado por: Los Autores

## **BALANCE GENERAL PROYECTADO**

**Tabla #36:** Balance General

<b>PROYECCION ANUAL BALANCE GENERAL</b>						
<b>ACTIVOS</b>	<b>INICIAL</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	10.000,00	141.529,27	261.512,75	428.222,79	761.207,78	1.156.878,91
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	-	-	-	-	-	-
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Suministro de oficina	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Edificios	\$ 80.945,00	80.945,00	80.945,00	80.945,00	80.945,00	80.945,00
Muebles y Enceres	\$ 38.541,00	38.541,00	38.541,00	38.541,00	38.541,00	38.541,00
Maquinarias y Equipos	\$ 30.350,00	30.350,00	30.350,00	30.350,00	30.350,00	30.350,00
Terreno	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
(-) Depreciación Acumulada	-	(10.382,72)	(20.765,43)	(31.148,15)	(40.990,86)	(50.833,58)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	-	-	-	-	-	-
Gastos de constitución	38.745,00	38.745,00	38.745,00	38.745,00	38.745,00	38.745,00
(-) Amortización Acumulada	-	(7.749,00)	(15.498,00)	(23.247,00)	(30.996,00)	(38.745,00)
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>400.581,00</b>	<b>513.978,55</b>	<b>615.830,32</b>	<b>764.408,64</b>	<b>1.079.801,92</b>	<b>1.457.881,33</b>
<b>PASIVOS</b>	-	-	-	-	-	-
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	-	-	-	-	-	-
Participación a trabajadores por pagar	-	29.778,51	39.295,04	50.839,38	64.441,86	78.428,82
Impuesto a la Renta por Pagar	-	37.123,88	48.987,82	63.379,76	80.337,52	97.774,60
<b>PASIVO DE LARGO PLAZO</b>	-	-	-	-	-	-
Prestamos por Pagar	280.406,70	195.280,84	102.068,03	-	-	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>280.406,70</b>	<b>262.183,23</b>	<b>190.350,90</b>	<b>114.219,15</b>	<b>144.779,39</b>	<b>176.203,42</b>

<b>PATRIMONIO</b>	-	-	-	-	-	-
Capital	120.174,30	120.174,30	120.174,30	120.174,30	120.174,30	120.174,30
Utilidad Neta del Ejercicio	-	131.621,02	173.684,10	224.710,08	284.833,04	346.655,38
Utilidad de Años Anteriores	-	-	131.621,02	305.305,12	530.015,19	814.848,23
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>120.174,30</b>	<b>251.795,32</b>	<b>425.479,42</b>	<b>650.189,49</b>	<b>935.022,53</b>	<b>1.281.677,92</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>400.581,00</b>	<b>513.978,55</b>	<b>615.830,32</b>	<b>764.408,64</b>	<b>1.079.801,92</b>	<b>1.457.881,33</b>

**Elaborado por:** Los Autores



## EVALUACIÓN FINANCIERA: VAN-TIR-B/C-PRI

**Tabla #37:** Evaluación Financiera

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>		
TASA DE DESCUENTO =	12,00%	Tasa de costo de oportunidad para evaluar los flujos netos de efectivo del proyecto.
VALOR PRESENTE NETO (VAN) =	\$ 327.945,77	Valor neto que genera el proyecto durante su horizonte de proyección. Si es mayor a cero (positivo), el proyecto es factible financieramente
TASA INTERNA DE RETORNO TIR =	37,08%	Tasa de retorno del proyecto. Si es mayor a la tasa de costo de oportunidad, se aprueba el proyecto.
RELACIÓN BENEFICIO COSTO Rb/c =	\$ 0,82	Mide el valor neto que se genera para el proyecto, por cada dólar invertido.
PERIODO DE RECUPERACIÓN =	2,89	Tiempo en que se recupera la inversión inicial, basados en los flujos netos de caja, equivale a 2 años y 10 meses aproximadamente

**Elaborado por:** Los Autores

## PUNTO DE EQUILIBRIO

**Tabla #38:** Punto de Equilibrio

### Calculo del punto de equilibrio en dólares

Determinar el nivel mínimo de ingresos totales que debe tener el proyecto para cubrir todos sus costos

Es decir, el nivel de ingresos donde el proyecto se encuentra en su nivel de equilibrio, donde no hay ganancias pero tampoco perdidas

Ganancia es igual a cero

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

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES: Gastos Generales	\$ 238.276,59	\$ 242.537,04	\$ 243.772,90	\$ 243.408,52	\$ 254.480,40
COSTOS VARIABLES: Costos de Ventas	\$ 187.200,00	\$ 216.216,00	\$ 249.729,48	\$ 288.437,55	\$ 333.145,37
% COSTOS VARIABLES: Costo de Ventas / Ingresos Totales	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%
<b>Punto de Equilibrio =</b>	\$ 340.395,13	\$ 346.481,48	\$ 348.247,00	\$ 347.726,46	\$ 363.543,42

**Elaborado por:** Los Autores

## RAZONES FINANCIERAS

**Tabla #39:** Análisis de Rentabilidad del Proyecto

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO							TIPS DE Interpretación para realizar el análisis
INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>MARGEN BRUTO</b>	Utilidad Bruta/ Ingresos Totales= %	70%	70%	70%	70%	70%	Indica el % que se obtiene de utilidad por ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de producción/operación.
<b>MARGEN NETO</b>	Utilidad Neta / Ingresos Totales= %	21%	24%	27%	30%	31%	Mide el % de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos
<b>ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)</b>	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,26	\$ 0,28	\$ 0,29	\$ 0,26	\$ 0,24	Es el valor que se generaría por cada dólar invertido en los activos de la empresa.
<b>ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)</b>	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1,10	\$1,45	\$ 1,87	\$ 2,37	\$ 2,88	Es el valor que se generaría por cada dólar que inviertan los accionistas.

**Elaborado por:** Los Autores

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

**Tabla #40:** Análisis de Sensibilidad

<b>ESCENARIOS</b>			
	<b>ESCENARIO NORMAL</b>	<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ 400.581,00	\$ 400.581,00	\$ 400.581,00
Flujo 1	\$ 131.529,27	\$ 95.129,27	\$ 167.929,27
Flujo 2	\$ 119.983,48	\$ 90.208,28	\$ 149.758,68
Flujo 3	\$ 166.710,04	\$ 132.319,68	\$ 201.100,40
Flujo 4	\$ 332.984,99	\$ 293.264,13	\$ 372.705,86
Flujo 5	\$ 395.671,13	\$ 349.793,53	\$ 441.448,72
-	-	-	-
VPN	\$ 327.945,77	\$ 210.097,12	\$ 445.794,42
TIR	37,08%	28,29%	45,73%
B/C	0,82	0,52	1,11
PRI	2,89	3,28	2,41
<p>Para la elaboración del escenario pesimista se consideraron dos variables, la ocupación que disminuyó al 55% siendo la ocupación normal el 60% y una inflación en sueldos, gastos de 4,9% anual y para la elaboración del escenario optimista se consideró una ocupación del 65% y una inflación del 4.9% anua.</p>			

**Elaborado por:** Los Autores.

## CONCLUSIONES

El Ecuador es un país que está creciendo turísticamente a pasos agigantados acaparando nuevas tendencias de mercado con la gran promoción que le está dando el gobierno nacional mediante su ministerio de turismo, es por eso que cada día salen nuevo proyecto que incentivan a los turistas nacionales y extranjeros a conocer el país.

Ayangue es una comuna potencialmente turística ya que posee atractivos diversos y diferentes a otras playas convencionales que Ecuador posee, pero un inexistente plan de promoción turística por descuido de las autoridades competentes de Ayangue ha provocado que la falta de éxito en la comuna sea su mayor debilidad.

Además la falta de conocimientos de los ecuatorianos y turistas extranjeros acerca de esta atractiva comuna turística se ha convertido en unos de los mayores impedimentos de progreso del lugar, por tal motivo con el proyecto propuesto queremos darle realce a este lugar y sobre todo a generar más ingreso a la comunidad.

Es aquí donde nació la idea de crear un resort innovador y llamativo para todos los turistas solteros, el cual brindara acogida a todos las personas que visiten el establecimiento para hacerlos disfrutar de una experiencia única y divertida de la cual se llevaran los más gratos recuerdos y anécdotas.

Bungalow Sun Resort es un proyecto muy interesante tanto para el turista como para los inversionistas, ya que está dirigido a un mercado que genera muchos ingresos y

más que nada la predisposición que tienen los turistas de viajar en busca de cosas nuevas como amistad, adrenalina y sobre todo mucha diversión.

Claramente se pudo observar por medio de las encuestas que los turistas estarían dispuestos a pernoctar en un lugar con paisajes diferentes a los de playas habituales o tradicionales y visitar un lugar que les ofrece las mayores comodidades, nuevas experiencias y les garantice un ambiente divertido.

Un resort para solteros es una propuesta innovadora y muy atractiva para los turistas según las encuestas aplicadas en el estudio de mercado, ya que es implementado en un lugar atractivo, distinto y poco visitado siendo así el primer resort en su tipo en brindar un servicio solo para turistas solteros que sólo buscan diversión.

Por tal motivo esto generara turismo en Ayangue y a más de beneficiar a su comunidad indirectamente genera una alternativa nueva para los turistas y un gran desarrollo para esta comuna.

## RECOMENDACIONES

Para el éxito e implementación de este proyecto, se debe contar con el personal capacitado y especializado y preparado en cada área del establecimiento ya que es parte fundamental el servicio al cliente para que el huésped se sienta satisfecho, es por eso que el resort contara con estándares de calidad y normas establecidas por el ministerio de turismo para brindar un servicio de calidad y amigable con el ambiente.

La idea principal del establecimiento es ofrecer una experiencia única e inolvidable por tal motivo para generar una mejora continua se encuestara a los huéspedes y habrá un buzón de sugerencias para implementar o eliminar cualquier servicio que no favorezca a la imagen del resort ya que la idea es ser un lugar innovador y creativo para el mercado.

El plan de marketing es una parte fundamental de este proyecto ya que dará estabilidad a largo plazo y creara una imagen para el consumidor por eso se establecera alianzas y convenios con diferentes instituciones para que la imagen impacte al consumidor y llame la atención al ver su publicidad.

Otro punto muy importante es el tratamiento que se dará a los desechos o residuos, los cuales se reciclaran según las normas ISO para fortalecer y contribuir con las campañas que se realizan al cuidado del medio ambiente.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABC, D. (2007). *Definiciones ABC*. Recuperado el 31 de Julio de 2014, de <http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>
- Ávila, R. (2000). *Turismo Sostnible*. Madrid : IEPALA Editorial.
- Ayala, V. (2012). *Las Maximas de la Hoteleria*.
- Bello, A. (2004). *La fiesta, La otra cara del patrimonio*.
- Blasco, M. (2005). *Jornadas sobre Turismo Sostenible en Aragón*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>
- Bonilla, J. (s.f.). "El turismo como factor de integración entre los pueblos de Sara Spinelli".
- Castro, R. Q. (2010). *Elementos de Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Escalona, F. M. (2011). *TEORÍA GENERAL DEL TURISMO. REFERENCIA LAS*. Madrid: Editorial Alianza.
- Fernández Fúster, L. (1991). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid : Alianza Editoria.
- FERRER, J. (2010). *Conceptos Basicos de metodologia de investigacion*.
- Gahona, G. (2014). *Estadística, población y muestra*.
- Goldman, D. (28 de Enero de 2013). Innovar, la teoria de la diversion Volkswagen.
- Guerrero, R. (13 de Septiembre de 2009). *Blogger.com*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de Geografía Del Turismo: <http://rodguerrero-turismo.blogspot.com/2009/09/clase-12-de-agosto-conceptos-generales.html>
- Medina, E. (2014). *Proyecto de inversión para la creación de "Bungalow Sun Resort" ubicado en Cumbres de Ayangue, Provincia de Santa Elena enfocado en turistas solteros nacionales y extranjeros*. Guayaquil.



O.M.T. (2013). *Organizacion Mundial del Turismo*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

R.A.E. (2011). *Real Academia Española*. Recuperado el 31 de Julio de 2014, de <http://lema.rae.es/drae/?val=Diversion>

<http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador/perfil-del-ecuador/situacion-geografica-superficie-agricola-y-clima>

<http://www.quito.com.ec/la-ciudad/sobre-quito/historia-de-quito/quito-contemporaneo>

[http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo\\_nacional\\_final.pdf](http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf)

<http://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/esmeraldas/sua.php>

<http://www.definicionabc.com/general/diversion.php>

<http://definicion.de/fiesta/>

<http://www.definicionabc.com/general/diversion.php#ixzz33utARuvy>

<http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>

<http://concepto.de/concepto-de-turismo/#ixzz33uqaqwWX>

<http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

<http://books.google.com.ec/books?id=pPM2TgQsx8wC&pg=PA6&dq=muestra+estadistica&>

hl=es&sa=X&ei=Cf2eU\_ODIrbMsQS-  
z4CoAw&sqi=2&ved=0CCAQ6AEwAQ#v=onepage&q=muestra%20estadistica&f=false  
<http://cenevalenlinea.com/estrategias/item/87-estad%C3%ADstica-poblaci%C3%B3n-y-muestra.html>  
<http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>  
  
<http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>  
  
<http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/20/enfoque-cuantitativo-y-cualitativo>  
  
<http://teoriadelturismojb.blogspot.com/2012/10/el-turismo-como-factor-de-integracion.html>  
  
<http://www.eumed.net/rev/ea/07/fme.html>  
  
<http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/download/669.pdf>  
  
<http://www.lacamara.org/ccg/PERMISOS%20AMBIENTALES.pdf>  
  
<http://es.slideshare.net/amchamguayaquil/licencias-ambientales-ministra-de-ambiente>  
  
<http://www.periodicolaprimeracom/2013/03/requisitos-para-permisos-anuales-de.html>  
  
<http://bomberoslalibertad.gob.ec/index.php/component/content/category/2-acerca-de>

<http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>