



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

AUTORES:

Pico Segura, Cindy Stefanía
Villegas Bravo, Stefhanie Vanessa

TÍTULO:

“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA
TEMÁTICA DE LAS CULTURAS PREHISPÁNICAS DE LA PROVINCIA
DE MANABÍ EN LA PARROQUIA RURAL MACHALILLA CANTÓN
PUERTO LÓPEZ”

TUTORA:

Ing. Com. Montero Mueses Diana Cecilia, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**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 **Cindy Stefanía Pico Segura** y **Stefhanie Vanessa Villegas Bravo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieras en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Ing. Diana Cecilia Montero Mueses, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Cindy Stefanía Pico Segura

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia Machalilla cantón Puerto López** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015

EL AUTORA

Cindy Stefanía Pico Segura



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Stefhanie Vanessa Villegas Bravo

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia Machalilla cantón Puerto López** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015

LA AUTORA

Stefhanie Vanessa Villegas Bravo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Cindy Stefanía Pico Segura

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia Machalilla cantón Puerto López**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015

LA AUTORA:

Cindy Stefanía Pico Segura



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Stefhanie Vanessa Villegas Bravo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia Machalilla cantón Puerto López**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015

LA AUTORA:

Stefhanie Vanessa Villegas Bravo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios sobre todas las cosas por guiarme en mis pasos y en mis sueños, a mi amada madre quien ha sido mi apoyo incondicional desde pequeña y durante mis noches de tesis, a mi querido padrino que a pesar de la gran distancia que mantenemos actualmente por los diferentes destinos que vivimos, mi gratitud enorme por haberme incentivado a estudiar esta carrera que mediante su apoyo brindado logro cumplir mi meta.

También agradezco a mi bien amada familia Aguayo Segura quienes me ayudaron contantemente en todos los requerimientos e información solicitante para mi tesis sin decirme un no a cambio.

Gracias es poco para expresar la gentil colaboración del Sr Paul Villegas quien a pesar de mantener poco tiempo libre por el trabajo, brindo su gran apoyo en los hermosos diseños de la hostería.

No obstante no puedo olvidar la gentil paciencia y apoyo a mi tutora Diana Montero y demás profesores pertenecientes a la carrera, quienes ayudaron a base de sus conocimientos y experiencias para lograr un exitoso proyecto de titulación.

Y por último agradezco a mi hermana Aisha, mi prima Angie, mi papá, mis amigos, a mi familia materna, como también conocidos y demás colaboradores quienes me apoyaron y llenaban de energía y entusiasmo para cumplir cada una de mis metas sin dejarme caer.

Cindy Stefanía Pico Segura

AGRADECIMIENTO

Ante que todo debo agradecerle a la Mater ya que a través de ella es más rápido llegar a Dios y a pesar de la diferentes dificultades y alegrías que se presentaron en toda mi vida de alguna manera supieron llegar a mí y enseñarme el mejor camino, entre una de ellas fue mi Alianza de amor demostrando que jamás estoy sola con esta frase “Servus de Mariae Nunquam Peribit”, ponerme un ángel que me ha ayudado en diferentes etapas de mi vida universitaria esa persona se llama Hna. Sandra Madinyá.

Agradezco a mis padres, Dolores y Francisco, por traerme a la vida, e irme educando a lo largo de mi vida, sacrificándose para que jamás me falte nada y que todavía siguen dando el mayor esfuerzo para terminar mis estudios, siempre estaré agradecida con los de arriba porque me dio unos excelentes padres y siempre los admiro.

Agradezco a mi hermano, ya que de alguna u otra forma siempre estuvo hay para mí, a pesar de las pequeñas peleas que tengamos, siempre nos apoyaremos.

A mi novio Jimmy Cano estando a mi lado en las buenas y malas, dándome su apoyo, paciencia para seguir adelante, en cada paso de mi vida.

A mi tutora Ing. Diana Montero por la ayuda brindada durante la realización de mi Trabajo de Titulación.

Y por último agradezco a todas aquellas personas que de alguna manera contribuyeron a este triunfo.

Stephanie Vanessa Villegas Bravo

DEDICATORIA

No existe palabras para expresar mi gran contento al cumplir un sueño más y es por tal motivo que mi presente trabajo dedico con tanto amor a mis tres grandes y especiales pilares quienes fomentaron en mi la educación, humildad y la osadía ellos son mi madre Norma Segura Aguilera, mi padrino Kenneth Godwin Castro y mi difunta pero muy querida Leticia Castro persona quien en vida la considere y ame como una abuela.

Cada una de estas personas estuvieron allí ante cualquier dificultad en mi vida han sabido levantarme a través de palabras y demostraciones mediante toda mi línea de tiempo estudiantil, gracias a ellos, a sus constantes sacrificios hacia mí, logró uno de mis tantos anhelados sueños que es culminar mi carrera en la universidad deseada desde pequeña.

También dedico esto a mi Dios querido porque gracias a él tengo estos hermosos ángeles a mi lado quienes nunca me han dejado de apoyar sin pedirme nada a cambio.

Y por último también dedico a mi querida y amada hermanita Aisha Pico, quien es la luz de mis ojos y es quien dejo mi legado de que cada sueño o meta que uno tiene siempre se puede cumplir si se lucha constantemente recordando que siempre tendrá el apoyo de gente que la ama en especial el mío.

Cindy Stefanía Pico Segura

DEDICATORIA

A Dios y la MTA mostrándome con cada ejemplo diario que todo es posible.

Con amor para mis padres que hicieron todo en la vida para lograr mis sueños y mi hermano quien con su apoyo y comprensión estuvo siempre hay.

A mis abuelitos por ser como mis otros padres cuidándome y que con sus oraciones siempre han estado acompañándome en la vida.

Y por último a aquellas personas importantes en mi vida que siempre estuvieron hay ya sea con una palabra de aliento o en persona.

“Nada pasa por casualidad todo viene de la bondad de Dios” **PK**

Stephanie Vanessa Villegas Bravo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Pico Segura Cindy Stefanía	
Villegas Bravo Stefhanie Vanessa	

Ing. Diana Cecilia Montero Mueses, Mgs.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	1
GENERALIDADES	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES	3
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.6 OBJETIVOS	7
1.6.1 Objetivo General	7
1.6.2. Objetivo Específicos	8
1.7 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
1.7.1 Marco Teórico	8
1.7.1.1 Turismo	8
1.7.1.2 Sistema Turístico	11
1.7.1.3 Clasificación Nacional de Hoteles	12
1.7.1.4 Calidad en los Servicios turísticos	15
1.7.1.5 Marketing Turístico	16
1.7.1.6 Etapas Prehispánicas del Ecuador	17
1.7.2 Marco Conceptual	19
1.7.2.1 Actividades Turísticas	19
1.7.2.2 Alojamiento	19
1.7.2.3 Cultura	19
1.7.2.4 Demanda Turística	20
1.7.2.5 Destino (destino principal) de un viaje	20
1.7.2.6 Empleo en las industrias turística	20
1.7.2.7 Entorno habitual	20
1.7.2.8 Industrias turísticas	20
1.7.2.9 Oferta Turística	20
1.7.2.10 Parque Nacional	21

1.7.2.11	Producto Turístico-----	21
1.7.2.12	Servicios turísticos -----	21
1.7.2.13	Turismo interno o nacional-----	21
1.7.2.14	Turismo externo o internacional -----	21
1.7.2.15	Turista-----	22
1.7.2.16	Turismo Sostenible-----	22
1.7.3	Marco Referencial-----	22
1.7.3.1	Diez Hotel Categoría Colombia -----	22
1.7.3.2	Hostal de la Luz -----	23
1.7.4	Marco Legal-----	25
1.7.4.1	Servicio de Rentas Internas (SRI)-----	25
1.7.4.2	Ministerio de Turismo -----	26
1.7.4.2.1	Ley de Turismo -----	26
1.7.4.2.2	Reglamento General de Actividades Turísticas -----	26
1.7.4.2.3	Registro de Alojamiento, Alimentación y Bebidas -----	26
1.7.4.2.4	Renovación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento -----	26
1.7.4.2.5	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)-----	27
1.7.4.3	Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017-----	27
CAPÍTULO II-----		28
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN -----		28
2.1.	MÉTODO-----	28
2.1.1.	Inductivo-----	28
2.1.2.	Deductivo-----	28
2.2.	ENFOQUE-----	29
	Enfoque Cuantitativo -----	29
	Enfoque Cualitativo-----	29
2.3.	TÉCNICAS-----	30
2.3.1.	Técnica Documental -----	30
2.3.2.	Técnica de Campo -----	30
2.3.2.1.	Entrevista -----	30
2.3.2.2.	Encuesta -----	30

2.3.2.3. Observación -----	30
2.3.2.3.1.Observación Directa -----	31
2.3.2.3.2.Observación Indirecta-----	31
2.3.2.3.3.Observación de Campo -----	31
2.4. TIPO DE ESTUDIO-----	31
2.4.1. Tipo descriptiva -----	31
2.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACION A EFECTUAR -----	32
2.5.1. Universo – Población -----	32
2.5.2. Muestra -----	32
2.5.3. Presentación de resultados -----	33
2.5.4. Entrevistas-----	49
2.5.5. Análisis de las entrevistas efectuadas -----	51
CAPÍTULO III-----	53
ESTUDIO DE MERCADO-----	53
3.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN-----	53
3.1.1. 5 fuerzas de Porter -----	53
3.1.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores-----	53
3.1.1.2. Poder de negociación de los proveedores -----	54
3.1.1.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos -----	55
3.1.1.4. La rivalidad entre los competidores-----	56
3.1.2. P.E.S.T.A. -----	56
3.1.2.1. Factor político-----	56
3.1.2.2. Factor económico-----	58
3.1.2.1. Factor social-----	59
3.1.2.2. Factor tecnológico-----	60
3.1.2.3. Factor ambiental -----	61
3.1.3. F.O.D.A. del mercado -----	61
3.1.3.1. Fortaleza -----	62
3.1.3.2. Oportunidades-----	62
3.1.3.3. Debilidades -----	62
3.1.3.4. Amenazas-----	62

3.2.	OFERTA DEL MERCADO	63
3.3.	DEMANDA DEL MERCADO	63
CAPÍTULO IV		65
PROPUESTA DEL HOSTERÍA		65
4.1.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	65
4.1.1.	Razón social	65
4.1.2.	Objeto social	65
4.1.3.	Logo	66
4.1.4.	Slogan	66
4.1.5.	Misión	66
4.1.6.	Visión	66
4.1.7.	Valores	66
4.1.8.	Organigrama	67
4.1.9.	Estructura organizacional	68
4.1.9.1.	Nómina	68
4.1.9.2.	Funciones	68
4.1.9.3.	Horarios	72
4.1.10.	Mercado objetivo	73
4.2.	ESTUDIO TÉCNICO	73
4.2.1.	Localización de la propuesta	73
4.2.1.1.	Macro localización	73
4.2.1.2.	Micro localización	75
4.2.2.	Distribución física del espacio	76
4.2.3.	Horario de funcionamiento	85
4.2.4.	Infraestructura necesaria	85
4.2.5.	Productos a ofrecer	87
4.2.6.	Control de calidad	88
4.2.6.1.	Servicio al cliente	89
4.2.6.2.	Mantenimiento	90
4.2.6.3.	Salud, Seguridad e Higiene	90
4.2.6.4.	Ambiental	91

4.3.	ESTUDIO AMBIENTAL -----	91
4.3.1.	Permisos ambientales -----	91
4.3.2.	Permisos municipales -----	93
4.3.3.	Permiso de bombero -----	94
4.3.4.	Contribución de Cacisha -----	94
4.4.	PLAN DE MARKETING -----	95
4.4.1.	Segmentación del mercado -----	95
4.4.2.	Estrategias de posicionamiento -----	96
4.4.3.	Estrategias de marketing -----	96
4.4.4.	Marketing Mix -----	97
4.4.4.1.	Producto -----	97
4.4.4.2.	Precio -----	98
4.4.4.3.	Plaza -----	99
4.4.4.4.	Promoción -----	100
4.4.5.	Presupuesto de marketing -----	103
4.4.6.	Esquema de monitoreo de resultados esperados del mercado -----	104
4.5.	FINANCIAMIENTO -----	105
4.5.1.	Inversión Inicial -----	105
4.5.2.	Balance Inicial -----	109
4.5.3.	Estado de Pérdidas y Ganancias -----	110
4.5.4.	Flujo de Caja -----	112
4.5.5.	Balance General -----	114
4.5.6.	Evaluación del Proyecto -----	117
4.5.7.	Ratios -----	118
4.5.8.	Escenarios -----	119
4.6.	IMPACTOS -----	120
4.6.1.	Impacto ambiental -----	120
4.6.2.	Impacto Económico -----	122
4.6.3.	Impacto turístico -----	123
4.6.4.	Impacto cultural -----	124
4.6.5.	Impacto Social -----	125

4.6.6. Impacto General -----	126
CONCLUSIONES -----	128
RECOMENDACIONES -----	129
ANEXOS -----	130
BIBLIOGRAFÍA -----	160

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: TIPO DE TURISMO.....	10
TABLA 2 OCUPACIÓN DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS	34
TABLA 3 NACIONALIDAD DE TURISTAS	36
TABLA 4 EDADES DE TURISTAS	37
TABLA 5 SEXO DE TURISTAS	38
TABLA 6 MOTIVOS DE VIAJE	39
TABLA 7 TIEMPO DE PERMANENCIA.....	40
TABLA 8 PERSONAS O GRUPOS TURISTAS	41
TABLA 9 VISITAS AL PARQUE NACIONAL MACHALILLA	42
TABLA 10 VISITAS AL PNM Y ALREDEDORES	43
TABLA 11 TIPO DE ALOJAMIENTO.....	44
TABLA 12 ACEPTACIÓN DE HOSTERÍA TEMÁTICA.....	45
TABLA 13 SERVICIOS ADICIONALES.....	46
TABLA 14 PRECIOS DE LA ESTADÍA.....	47
TABLA 15 RESTAURANTE TÍPICO	48
TABLA 16 PROVEEDORES DE MACHALILLA	54
TABLA 17: NÓMINA DE PERSONAL DE LA HOSTERÍA CACISHA	68
TABLA 18 HORARIOS DEL PERSONAL DEL HOSTERÍA.....	72
TABLA 19 INFRAESTRUCTURA NECESARIA DE CACISHA	85
TABLA 20 MERCADO OBJETIVO	95
TABLA 21 TIPOS DE HABITACIONES	97
TABLA 22 PRECIO DE SERVICIOS DE LA HOSTERÍA	98
TABLA 23 PRESUPUESTO DE MARKETING	103
TABLA 24 ESQUEMA DE MONITOREO DE RESULTADOS.....	104
TABLA 25 INVERSIÓN INICIAL	106
TABLA 26 BALANCE INICIAL.....	109
TABLA 27 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	111
TABLA 28 FLUJO DE CAJA ANUAL	112
TABLA 29 BALANCE GENERAL ANUAL.....	115

TABLA 30 EVALUACIÓN DEL PROYECTO	117
TABLA 31 RATIOS FINANCIEROS	118
TABLA 32 ESCENARIO OPTIMO Y PESIMISTA.....	119
TABLA 33 PUNTAJE	120
TABLA 34 IMPACTO AMBIENTAL.....	121
TABLA 35 IMPACTO ECONÓMICO	122
TABLA 36 IMPACTO TURÍSTICO.....	123
TABLA 37 IMPACTO CULTURAL	124
TABLA 38 IMPACTO SOCIAL.....	126

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ILUSTRACIÓN 1 MAPA DE MACHALILLA-----	3
ILUSTRACIÓN 2: DISEÑO INTERIOR-----	23
ILUSTRACIÓN 3: DISEÑO EXTERIOR-----	23
ILUSTRACIÓN 4: DISEÑO EXTERIOR HOSTAL DE LA LUZ-----	24
ILUSTRACIÓN 5: DISEÑO INTERIOR HOSTAL DE LA LUZ-----	24
ILUSTRACIÓN 6 OCUPACIÓN DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS-----	35
ILUSTRACIÓN 7 NACIONALIDAD DE TURISTAS-----	36
ILUSTRACIÓN 8 EDAD DE TURISTAS-----	37
ILUSTRACIÓN 9 SEXO DE TURISTAS-----	38
ILUSTRACIÓN 10 MOTIVO DE VIAJE-----	39
ILUSTRACIÓN 11 TIEMPO DE PERMANENCIA-----	40
ILUSTRACIÓN 12 ACOMPAÑANTES-----	41
ILUSTRACIÓN 13 CONOCIMIENTO DEL PNM-----	42
ILUSTRACIÓN 14 VISITAS AL PNM Y ALREDEDORES-----	43
ILUSTRACIÓN 15 TIPO DE ALOJAMIENTO-----	44
ILUSTRACIÓN 16 ACEPTACIÓN DE LA HOSTERÍA TEMÁTICA-----	45
ILUSTRACIÓN 17 SERVICIOS ADICIONALES-----	46
ILUSTRACIÓN 18 PRECIO DE LA ESTADÍA-----	47
ILUSTRACIÓN 19: RESTAURANTE TÍPICO-----	48
ILUSTRACIÓN 20 CIFRAS CLAVES DEL TURISMO EN ECUADOR-----	57
ILUSTRACIÓN 21: POSICIONAMIENTO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA-----	58
ILUSTRACIÓN 22: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN-----	60
ILUSTRACIÓN 23 LOGO DE HOSTERÍA-----	66
ILUSTRACIÓN 24 ORGANIGRAMA DE PERSONAL DEL HOSTERÍA-----	67
ILUSTRACIÓN 25 MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN-----	74
ILUSTRACIÓN 26 MAPA DE MICRO LOCALIZACIÓN-----	75
ILUSTRACIÓN 27 GARAJE-----	77
ILUSTRACIÓN 28 ENTRADA PRINCIPAL-----	77
ILUSTRACIÓN 29 ENTRADA-----	78

ILUSTRACIÓN 30 LOBBY -----	78
ILUSTRACIÓN 31 GALERÍA -----	79
ILUSTRACIÓN 32 VISTA DE RECEPCIÓN LOBBY Y GALERÍA -----	79
ILUSTRACIÓN 33 RESTAURANTE BAR-----	80
ILUSTRACIÓN 34 VISTA DE RESTAURANTE-----	80
ILUSTRACIÓN 35 VISTA PISCINA RESTAURANTE -----	81
ILUSTRACIÓN 36 VISTA PISCINA-----	81
ILUSTRACIÓN 37 VISTA DE HABITACIÓN -----	82
ILUSTRACIÓN 38 INTERIOR DE HABITACIÓN -----	82
ILUSTRACIÓN 39 INTERIOR DE HABITACIÓN SIMPLE-----	83
ILUSTRACIÓN 40 CANCHA DEPORTIVA -----	83
ILUSTRACIÓN 41 VISTA PANORÁMICA DE LA HOSTERÍA -----	84
ILUSTRACIÓN 42 VISTA PANORÁMICA 2-----	84
ILUSTRACIÓN 43 PRODUCTOS A OFRECER-----	88
ILUSTRACIÓN 44 CONTENEDORES ECOLÓGICOS-----	91
ILUSTRACIÓN 45 FOTO DEL TERRENO DEL HOSTERÍA-----	99
ILUSTRACIÓN 46 RED SOCIAL FACEBOOK -----	101

ANEXOS.

ANEXO # 1: REQUISITOS DEL SRI PARA OBTENER EL RUC	130
ANEXO # 2: MINISTERIO DE TURISMO	131
ANEXO #2.1.: REQUISITOS DE UN ALOJAMIENTO DE LA LEY DE TURISMO.....	131
ANEXO #2.2.: REQUISITOS DE LA HOSTERÍA DEL REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.....	134
ANEXO #2.3.: REGISTRO DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	138
ANEXO #2.4.: RENOVACIÓN DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO	140
ANEXO # 3: REQUISITOS DEL IEPI (INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL) DE NO ENCONTRARSE REGISTRADA LA RAZÓN SOCIAL	143
ANEXO # 4: FORMATO DE ENCUESTA	144
ANEXO # 5: ROL DE PAGO.....	146
ANEXO # 6 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	150
ANEXO # 7 INGRESO DE VENTAS.....	152
ANEXO # 8 PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES.....	157
ANEXO # 9 COSTOS OPERACIONALES.....	158

RESUMEN

El propósito de este estudio es demostrar la viabilidad de creación de una hostería enfocada en resaltar los valores culturales de la Provincia de Manabí, convirtiéndolo como una alternativa para que los turistas conozcan más del sitio y se hospeden en un lugar donde se pueda ofrecer a las turistas un servicio de calidad, además de conocer más de la historia de esta provincia.

Se realizó un estudio, a través de encuestas y entrevistas a turistas, hoteleros, guías y entidades públicas, quienes se mostraron muy interesados en la realización de este proyecto por la generación de ingresos y el enfoque al dar a conocer las riquezas ancestrales de sus antepasados dentro de la parroquia.

La hostería tendrá de nombre Cacisha el cual contará con el servicio de alojamiento cuyas habitaciones estarán frente al mar, también contará con un restaurante - bar que ofrecerá la comida tradicional de Manabí, otros servicios que ofrecerá la hostería son de información turística, cancha deportiva, piscina y una galería de réplicas prehispánicas las cuales serán comercializadas a los turistas a precios cómodos.

Para la construcción de la hostería se necesitará de una inversión inicial de \$519.811, que será recuperado en dos años nueve meses. Para la creación del mismo se solicitará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN) por el 70% de la inversión inicial y lo restante será cubierto por las creadoras del proyecto. Mediante la elaboración del análisis financiero se concluyó que el proyecto es factible debido a que su Valor Actual Neto es \$182.097 y su Tasa interna de retorno es del 26% considerando al proyecto rentable.

Palabras claves: Hostería temática, Cultura, ancestral, parroquia Machalilla, prehispánicas.

ABSTRACT

The creation of an inn has as a main objective to show the viability of this project, focusing on the cultural values and its natural beauty that the Province of Manabí has, specially the rural parish of Machalilla. Becoming as an alternative for tourists to know the people and the history of the province while they stay in a comfortable place and receiving the best customer service.

This study was based on surveys and interviewing tourists, hotel owners, guides and public institutions, whom were interested in this project because of its potential income generation and because it is focused to make the rich history of Manabí's ancestors known by the people.

This inn will be named Cacisha, it will provide oceanfront views from each room, it will also have a restaurant and bar with traditional food of the province. Other services the inn will offer are a variety of tours, sports court, swimming pool and a gallery of pre-hispanic art replicas, which will be available for tourists to purchase.

For the construction of the lodge an initial investment of \$519.811, will be needed (70%), this cost will be recovered in 2 years and 9 months, during the construction of the inn it's necessary to ask for a loan to the National Finance Corporation (NFC), the remaining 30% will be recovered through private investors. During the financial analysis it was found that this project is feasible because its net present value is \$182.097 and the internal rate of return is 26%, considering this project profitable.

Key word: Thematic inn, culture, ancestral, the rural parish of Machalilla, Pre-hispanic.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

El deseo de conocer lugares pocos concurridos y de moda hace que el turismo sea un fenómeno social que se ha ido incrementando siendo una actividad rentable y se ha convertido en una de las fuentes de ingreso más importante para el Ecuador, a pesar de ser un país muy pequeño tiene mucho que ofrecer en cuanto se refiere a la multiculturalidad, y es por esto que se debe aprovechar al máximo los recursos que posee el país y en especial en esta zona costera ubicada en la parroquia rural Machalilla.

La parroquia es un lugar poco conocido, con grandes atractivos turísticos a ofrecer. No solo por su paisaje, las diversidad de culturas que estuvieron en este sitio, tradiciones que se fueron transmitiendo de generación en generación hasta la actualidad se siguen conservando y sus alrededores como es Puerto López, Los Frailes, entre otras sitios, así como lo es la Isla de Plata que posee una gran biodiversidad y es muy apetecida en conocer por los turistas nacionales y extranjeros, contiene adicionalmente los islote de nombres peculiares como es el Islote “Sucre” por su gran parecido al sombrero de Mariscal Antonio José de Sucre y el Islote “La Viuda” por encontrarse sola en medio del mar, además de estar ubicado cerca del Parque Nacional Machalilla, y por último la comuna Agua Blanca, quienes se caracterizan por realizar un turismo comunitario, y mantener sus costumbre bien apegadas a la cultura que se asentaron es estos sitios que son los Manteños.

Su gastronomía es única por poseer un gran variedad de platos típicos de la provincia, también su acogedor clima y más aún, llegar a una hostería temática que ofrece un nuevo concepto de hospedaje cultural, para que los turistas conozcan la historia precolombina, mediante sus cerámicas, su gastronomía, sin dejar a un lado la sostenibilidad, desarrollando en el presente proyecto la propuesta de una Hostería Prehispánica de las culturas de la provincia de Manabí y con un clima promedio que va desde los 22 °C hasta 30°C, con periodo cálidos intensos.

Mediante los resultados obtenidos a través de las encuestas se pudo constatar que la implementación de este proyecto tendría mucha acogida por lo que es algo nuevo que no existe en el país, además de promover las culturas prehispánicas de Manabí.

El resultado financiero de la propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla cantón Puerto López, es viable con una tasa interna de 26% y un periodo de recuperación de 2 años y 9 meses aproximadamente.

1.2 ANTECEDENTES

La parroquia rural Machalilla está ubicado a unos 11 km del cantón Puerto López provincia de Manabí, cuya superficie es de 14.230 has, y su territorio en su mayoría está ubicado dentro del Parque Nacional Machalilla, limitada al norte con Puerto Cayo cantón Jipijapa, al Sur Manglaralto cantón Santa Elena, Este con el cantón Julcuy en Jipijapa y Oeste el Océano Pacífico. Machalilla desde el año 4000 A.C tuvo sus primeros asentamientos aborígenes con la llegada de las culturas como son la Machalilla, Chorrera y Manteño, cuyas tribus se dedicaban directamente a la pesca y agricultura, adopta este nombre a una pareja de esposos indígenas que también se dedicaban a estas actividades, cuyo nombres del el MACHA y ella mujer LILLA.



Ilustración 1 Mapa de Machalilla

Fuente: Hostería Nantú

El territorio fue creado en 1973, perteneciendo anteriormente al cantón Jipijapa y sus primeros pobladores eran Don Melchor Baque y Don Juan Tumbaco con su llegada al lugar en 1879. La parroquia se fue desarrollando poco a poco con la creación de primer Vapor Mercante que permitía la comunicación marítima por medio de este puerto, se implementó una Iglesia Católica cuya campana fue traída desde Europa, más luego se instauró las fiestas patronales de Pedro y Pablo que son considerados los santos del mar, donde realizan procesiones vías terrestre y marítimas recorriendo los islotes la Viuda y el Islote Sucre en este último se realizan diferentes actividades que duran de 5 días.

Dentro del aspecto económico productivo de la comunidad, su principal actividad es la pesca artesanal dejando a un pequeño margen las actividades agropecuarias, comerciales y turísticas, muchos de ellos quienes se dedican a este trabajo son los hombres mientras que las mujeres se dedican al hogar, una gran proporción de habitaciones emigraron a otros sectores del país, laborando en las áreas que más se puedan adaptar debido a sus conocimientos, según datos del INEC (2010) la población contiene 4984 habitantes, siendo los hombres los mayores habitantes en el lugar a diferencia de las mujeres.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Ecuador es conocido a nivel nacional como internacional como un país multiétnico y pluricultural, incluyendo sus ecosistemas y su gran biodiversidad, según los datos del boletín por parte del Ministerio de Turismo en el año 2012 se constató que la mayoría de turistas internacionales que visitan al país el 73,8% realiza turismo de cultura, permitiéndoles conocer el sitio de mayor interés y aprendiendo más de estas culturas.

Como es el caso de la provincia de Manabí desde sus primeros asentamientos que se ha conocido las celebraciones que realizaban, la unión con la naturaleza, y la elaboración de cerámicas para su vida cotidiana y así como intercambio comercial con otras cultural, y su gastronomía que existía en la zona; todo esto encierra la provincia de Manabí y la cultura de los pueblos ecuatorianos.

Es por esto que en la actualidad el Gobierno ha implementado programas que ayudan al desarrollo del país como es el plan de buen vivir y PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador hasta el 2020) cada uno enfocan objetivos y programas que permiten desarrollar proyectos que contribuyan al crecimiento económico del país. El proyecto que se está elaborando quiere ir enfocado a estos programas en cuanto a la diversidad cultural que posee la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla por ser unos de los lugares donde se asentaron algunas culturas prehispánicas.

Comenzando con el PLANDETUR 2020 implementa programas que se relacionan con el proyecto a elaborar tal como es el Programa de Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario para el Ecuador, asemejándose al proyecto de Fortalecimiento de la identidad cultural de las nacionalidades y pueblos para el turismo de Ecuador; refiriéndose a valorar y recuperar toda cultura e historia del país, dado en el caso del proyecto directamente a la provincia de Manabí, incentivando al turista externo a conocer la historia, gastronomía, mientras que los turistas locales recuerden sus raíces y sientan orgullo de las culturas.

En el Plan del Buen Vivir existen objetivos que se relacionan con el proyecto que es construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad cuyo lineamiento es de promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva, que se enfoca en resaltar la identidad cultural que contiene la provincia dentro de un sector que esté lleno de riqueza histórica y cultural, fomentando e implementando espacios culturales dentro de la planta hotelera de esta forma se estimula y promociona al turista no solo un Ecuador ecológico sino cultural.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La parroquia rural Machalilla es un lugar privilegiado debido que cuenta con una belleza natural que es su playa y su cercanía al Parque Nacional, pero la infraestructura turística inadecuada que contiene logra que muchos de los turistas se trasladen a otros sectores para disfrutar y relajarse siendo un gran problema dentro de la comunidad ya que no permite que se genere las fuentes de ingresos que permitan que el lugar se desarrolle.

Muchos de estos turistas que llegan al lugar optan por residencias que les permita hospedarse por un periodo de corto plazo, debido a que la oferta hotelera de esta zona es muy pobre y no ofrecen los servicios que esperan los diversos turistas; tomando en cuenta que dentro del sector solo existe una hostería privada el cual no está comprometido con el medio ambiente y la cultura, a diferencia de un hotel y un hostal que no cumplen con los estándares de servicio y calidad para satisfacer a las necesidades de la demanda turística existente en la zona.

Otra falencia, existente es que no cuenta con un centro de asesoramiento turístico, que ayude a los visitantes a obtener información necesaria sobre los atractivos que tiene la Parroquia y el Cantón en sí. Cabe recalcar que dentro de las páginas web de las entidades públicas del Municipio del Cantón Puerto López y del gobierno autónomo descentralizado de Machalilla carecen de información necesaria para los turistas.

El atractivo principal que cuenta la parroquia Machalilla es su playa, y la cercanía de los diferentes puntos turísticos y culturales, que se ven afectados, al no contar con señaléticas adecuada y vigilancia que garantice la seguridad del turista; todos estos problemas conllevan a la limitación de las actividades turísticas que se puedan realizar a pesar de poseerlos, concluyendo que esta parroquia no cuenta con la infraestructura turística adecuada que exige la demanda.

El problema está en que las personas están perdiendo todas sus tradiciones, costumbres culturales a causa de la globalización, usos de nuevas tecnología y aplicación de ciencia. Más allá del hecho que muchos turistas nacionales como extranjeros desconocen los asentamientos que estuvieron en estos lugares, sus cerámicas y tradiciones entre otras cosas. El compromiso de entidades estatales, como es el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Cultura y Patrimonio, es el de “fortalecer la identidad Nacional y la Interculturalidad; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales”, buscando el desarrollo sostenible, consciente y competitivo en el dichas actividades.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál sería el impacto económico y social que generaría la creación de una Hostería Temática Cultural en Machalilla para cubrir la demanda insatisfecha por la escasa oferta que existe en la actualidad?

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General

Realizar un estudio que demuestre la factibilidad del Proyecto para la Implementación de una Hostería Temática de las Culturas prehispánicas que ofrezca los servicios de hospedaje y alimentación en la parroquia Machalilla.

1.6.2. Objetivo Específicos

- a) Identificar los recursos turísticos que posee la parroquia Machalilla y su cantón, para el desarrollo de actividades turísticas.
- b) Conocer la situación actual de la demanda turistas que buscan las hosterías, para identificar los gustos y preferencias de clientes potenciales con la finalidad de ofrecer un servicio innovador y de calidad.
- c) Determinar la factibilidad técnica y financiera, para ver la viabilidad del proyecto de la hostería temática y evitar algún tipo de riesgo al momento de iniciar el negocio.

1.7 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.7.1 Marco Teórico

1.7.1.1 Turismo

Existen una infinidad de definiciones acerca del significado de turismo, el cual cada una tiene una similitud en común, dadas estas razones se enfocara las siguientes teorías realizadas por organizaciones y autores para el mejor entendimiento del proyecto.

La Organización Mundial del Turismo define al turismo como un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.” (OMT, 1994)

Arillaga (1995), define al turismo como “todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar.” (Fuentes, 2013 : 14)

En cambio, Hunziker & Krapf (1942), indica que: “Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.” (Escuela de turismo de Murcia)

Definiendo al turismo en sí, como toda actividad cultural, social y económico que se realice mediante el desplazamiento de las personas en diferentes puntos de un determinado país, región o ciudad fuera del hogar para conocer, realizar negocios o relajarse entre amigos y familia, retornando al final de la actividad a su lugar habitual.

Para poder ejercer el turismo en cualquier localidad, debe existir algún tipo de recursos turísticos para que los visitantes puedan sentirse a gustos y traídos por el lugar y las comodidades que le ofrezcan, cercanos a estos sitios se deberá implementar plantas turísticas como alojamientos, restaurantes y otros servicios, para la permanencia y comodidad del visitante, sin afectar al área donde está ubicado.

En Ecuador existe una gran variedad de tipos de turismo que permite al visitante tener una mejor opción que se adapte a él, para recrearse dependiendo de la actividad y el tipo de viaje que este ejercerá en su visita el turista tales como son:

Tabla 1: Tipo de Turismo

TIPOS DE TURISMO SEGÚN OFERTA TURISTICA	
Turismo de Naturaleza	Ecuador debido a sus condiciones climáticas, geográficas y ecológicas cuenta con una oferta turística, que están destinados a la preservación de las áreas naturales, parques y reservas, debido a la gran biodiversidad, siendo uno de los pocos países que cuenta con una gran cantidad de especies animales y vegetales. Existe una gran cantidad de actividades que se puede realizar dependiendo la exigencia del turista.
Turismo Comunitario	Ecuador es un país multiétnico, diferenciándolos por sus rasgos físicos, su vestimenta, costumbres y dialecticos. Muchas de estas comunidades permiten que los turistas se alojen en sus viviendas y así pueden conocer todas sus tradiciones, costumbres, gastronomía.
Turismo Sostenible	Las infraestructuras turísticas, buscan desarrollar nuevos estilos de turismo, que no contengan riesgos que destruyan el medio ambiente y a las culturas, enfocándose a ofrecer un servicio de calidad a través de programas que se basen en la responsabilidad social y ambiental.
Turismo Cultural	Ecuador es un país multicultural lleno de tradiciones, costumbres, que hacen resaltar a la población, siendo reconocida por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad a las ciudades de Quito y Cuenca.
Turismo Sol y Playa	El Ecuador cuenta con extensas playas bañadas por el Océano Pacífico, cuyas cálidas aguas permite disfrutar del momento. En estos lugares se pueden encontrar distintos tipos de infraestructuras hoteleras, de restauración. Las actividades que se realizan son deportes acuáticos.

Turismo de Aventura	Se basa en múltiples actividades tales como caminatas en montañas, cabalgatas, surf, rating, entre otros, en un lugar que cumpla con las características topográficas y geográficas para la realización de estos tipos de deportes.
----------------------------	---

Fuente: visitecuador.travel

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

1.7.1.2 *Sistema Turístico*

“La actividad turística se basa en un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que se desarrollan dinámicamente mediante diferentes factores que determina un sistema óptico, por lo cual se enfoca cuatro elementos que conforman la actividad turística”: (Sancho, 1998).

- **DEMANDA:** “Conformada por un grupo de consumidores o posibles consumidores mediante el cual se le ofrece un bien o servicio turístico.”
- **OFERTA:** “Compuesta por los diferentes conjuntos turísticos que ofrecen sus servicios y productos al posible mercado para brindar una experiencia.”
- **EL ESPACIO GEOGRÁFICO:** “Espacio físico en donde se proporcionara la actividad turística.”
- **LAS OPERADORAS DEL MERCADO:** “Son aquellas organizaciones y empresas que se enfocaran en la interrelación entre la oferta y la demanda, promoviendo e incentivando el atractivo o destino, estas pueden ser las agencias de viajes, transportistas de turismo”.

1.7.1.3 Clasificación Nacional de Hoteles

Los criterios que se consideraron para clasificar la Industria Hotelera en el país, fueron realizados en la Presidencia de Gustavo Noboa Bejarano, que establecieron el Reglamento General de Actividades Turísticas, publicado el 17 de Diciembre del 2002, dicho reglamento establece la clasificación de alojamientos hoteleros en diferentes grupos: (Ministerio de Turismo, 2002)

1. Grupo 1: Alojamientos Hoteleros

a. Hoteles

- i. Hotel*
- ii. Hotel Residencia*
- iii. Hotel Apartamento*

b. Hostales y Pensiones

- i. Hostales*
- ii. Hostales Residencias*
- iii. Pensión*

c. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas

- i. Hosterías*
- ii. Moteles*
- iii. Refugios*
- iv. Cabañas*

2. Grupo 2: Alojamiento Extrahoteleros

- a. Complejos vacacionales*
- b. Campamentos*
- c. Apartamentos*

Grupo 1: Alojamientos Hoteleros

1. Hoteles

a. Hotel

“Es todo establecimiento, preste servicios de alojamiento al público, comidas y bebidas, además de tener ciertas condiciones para la categoría y tengan un mínimo de 30 habitaciones.”

b. Hotel Residencia

“Es todo establecimiento hotelero, preste servicios de alojamiento al público, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, podrá disponer de servicio de cafetería, pero no ofrecerá servicios de comedor y tendrá un mínimo de 30 habitaciones.”

c. Hotel Apartamento

“Es todo establecimiento hotelero, preste servicios de alojamiento al público en apartamentos con todos los servicios de un hotel, excepto comedor. Tendrá un mínimo de 30 apartamentos con muebles, enseres, etc., para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería.”

2. Hostales y Pensiones

a. Hostal

“Es todo establecimiento hotelero, preste servicios de alojamiento al público y alimentación, cuya capacidad no sea mayor de 29 habitaciones ni menor de 6.”

b. Hostal residencia

“Es todo establecimiento hotelero, preste servicios de alojamiento al público, alimentación y cuya capacidad no sea mayor de 11 habitaciones ni menor a 6.”

c. Pensión

“Es todo establecimiento hotelero, preste servicios de alojamiento al público, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, podrá tener servicio de cafetería y no podrá ofrecer los servicios de comedor y tendrá un máximo de 29 habitaciones y mínimo 12.”

3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas

a. Hostería

“Es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente cercas de las carreteras, que tengan jardines, zonas de recreación y deportes y en el que preste servicios de alojamiento y alimentación al público, con una capacidad no menor de 6 habitaciones.”

b. Moteles

“Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en él se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de 6 departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las 24 horas del día.”

c. Refugios

“Es todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en él se preste servicios de alojamiento y alimentación al público. Su capacidad no podrá ser menos a 6 piezas y podrá prestar sus servicios a través de habitaciones individuales, o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres que pueden contar con literas.”

d. Cabañas

“Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de 6 cabañas.”

Grupo 2: Alojamiento Extrahoteleros

○ **Complejos vacacionales**

“Son todos establecimientos de alojamiento ubicados fuera de los núcleos urbanos, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.”

- **Campamentos**

“Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.”

- **Apartamentos**

“Son todos los establecimientos turísticos que de modo habitual presten el servicio de alojamiento mediante precio. Se entienden que el alojamiento conlleva el uso y disfrute del apartamento, con su correspondiente mobiliario, equipo, instalaciones y servicios, sin que se presten los servicios de un hotel.”

Gracias a esta clasificación que da a conocer de los diferentes establecimientos hoteleros, se puede definir el tipo de alojamiento que sería la hostería además de una serie de requisitos que definen un establecimiento hotelero.

1.7.1.4 Calidad en los Servicios turísticos

Para poder definir que es la calidad de servicios turísticos es necesario primero conocer el significado separado de calidad y del servicio. La calidad se la define como las características de un bien o servicio para satisfacer las necesidades del cliente, mientras que el servicio es cualquier actividad o beneficio que se brinde u ofrezca al cliente, siendo en muchas ocasiones un bien intangible.

Según (Albretch & Zemke, 1992 : 21): “La calidad de servicio es la experiencia de un cliente con alguien de la Organización, en un ambiente de la organización o con ambos y es la oportunidad de una empresa o institución para demostrar a sus clientes, lo que es”.

La Calidad de servicio turístico se lo definiría en el criterio y la evaluación que otorga el cliente por el bien o servicio brindado por cubrir

sus necesidades, deseos u expectativas del mismo, en el caso de las empresas turísticas deberán ser competitivas y lograr ser el mejor dentro del mercado para no decaer en el mismo.

Según (Berry, Parasuram, & Zeitham, 1985 : 6) indica: “La calidad del servicio cuenta con 5 dimensiones de funcionamiento que son la responsabilidad, seguridad, tangibilidad, confiabilidad y empatía, siendo de gran importancia para los diferentes segmentos del mercado. Los compradores quienes obtienen el servicio se basan en la calidad a través de las experiencias que tienen durante el proceso”.

1.7.1.5 Marketing Turístico

Según Philip Kotler, (1992), El marketing turístico es ““Es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros.” (Ayestarán, Rangel, & Sebastián, 2012 : 116)

Según (Beranl, Marilyn ; Conde , Ernesto Manuel; Carbonell, Alejandro, 2005): “Marketing turístico implica vigilar el mercado, las preferencias y gustos de los consumidores, estar al tanto de la competencia, dominar el producto turístico, mejorar la calidad y diversificarlo, buscando las necesidades de los clientes, ajustando precios, ubicando producto y conociendo los atributos.”

El marketing turístico se basa en los gustos y preferencias que tienen los clientes o futuros clientes, basándose en cubrir sus necesidades mediante bienes o servicios que puedan ser potenciales dentro del mercado y sean del agrado del consumidor.

Según (Bowen & C. Makens , 2004) el marketing de servicio se caracteriza por:

- **INTANGIBILIDAD:** Los Servicios no se pueden ver, probar, sentir, oír, y oler antes de la compra.
- **PERECEDERO:** Los servicios no se pueden almacenar para venderlos o utilizarlos más tarde.
- **INDISOCIABLE:** Los servicios no se pueden separar de sus proveedores.
- **VARIABILIDAD:** la calidad de los servicios depende quien, cuando, donde y como los proporcione

1.7.1.6 *Etapas Prehispánicas del Ecuador*

La Historia del Ecuador es un conjunto de sucesos en el tiempo, en el cual los territorios que pertenecen a la República del Ecuador cambian en su aspecto físico y forma de gobierno. La historia se divide en cuatro etapas: Etapa Prehispánica, Etapa Hispánica, Independencia y República. (Educar, 2011)

La etapa Prehispánica en el Ecuador es el nacimiento y desarrollo de las diferentes civilizaciones a través de las necesidades que tenían, dividiéndose en cuatro períodos:

- Período Pre cerámico
 - Período Formativo
 - Período de Desarrollo Regional
 - Período de Integración
- **Período Pre cerámico o Paleoindio**
- En la Fase Pre cerámica comprende desde 8 000 a 6 000 A.C., Las Vegas, que se inició al término de la última glaciación y se encontraban ubicados en la costa ecuatoriana en Santa Elena cuya presencia se refleja en un par de osamentas, el de un hombre y una mujer encontrados llamados “Amantes de

Sumpa”. Se dio inicio a la agricultura y utilizaron la piedra para la elaboración lanzas, entre otros objetos.

- **Período Formativo**

A raíz de Las Vegas empezaron a desarrollarse, el Período Formativo que comprende desde 4 200 al 600 A.C.; iniciándose en este período, las culturas Machalilla, Valdivia, Chorrera en la costa ecuatoriana.

El descubrimiento de la Cultura Valdivia fue gracias a Emilio Estrada Icaza (1956), quienes ocuparon extensos territorios de las provincias de Manabí y Santa Elena.

Al transcurrir el tiempo, la Cultura Machalilla fue creciendo, ocupando territorios de la provincia de Manabí, y parte de las provincias vecinas de Santa Elena con importantes contactos con la región interandina.

La cultura Chorrera se extendió por toda la costa ecuatoriana y ciertos sectores de la sierra, pero su territorio principal en donde se asentó fue en “La Chorrera”, provincia de los Ríos.

- **Período de Desarrollo Regional**

El período Formativo comprende desde 500 A.C. al 500 D.C., es mejorada y se puede observar en todas las culturas del Desarrollo Regional, determinan por primera vez las organización política y social de los pueblos que la conformaron, observando en sus cerámicas las diferentes especialidades que existían en esa época como son los shamanes (curanderos o doctores) de esa época, los músicos, los guerrero y los alfareros. Entre las principales culturas están: Jama-Coaque I, Bahía, Guangala, Jambelí, Daule-Tejar.

- **Período de Integración**

Este periodo comprende desde 500 D.C. A 1 530 D.C., los que integraron este período, ya no se limitaron a adaptarse al medio ambiente que los rodeaba, sino que se aprovecharon de él para mejorar sus condiciones de vida, además

de que aparecen los expertos navegantes de la costa ecuatoriana construyendo balsas para movilizarse a diferentes puntos del país y realizar intercambios comerciales con la concha *Spondylus* perteneciente a las costas del Ecuador hasta el Golfo de México, siendo de mayor importancia que los metales preciosos, la concha se caracterizaba por sus colores únicos como son el rojo, anaranjado y púrpura, utilizados para la elaboración de diferentes utensilios.

En la costa se levantan las culturas Milagro-Quevedo y Manteño-Huancavilca, constituyeron las últimas culturas prehispánicas en la costa del Ecuador y se dieron a conocer por que deformaban el cráneo y se extraían los dientes a temprana edad, como un ritual en señal de sacrificio a sus dioses.

1.7.2 Marco Conceptual

1.7.2.1 Actividades Turísticas

“La actividad, en conjunto con los atractivos de un lugar, constituye la motivación básica del viaje. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades.” (Aguilar , Rivas , & González , 2008)

1.7.2.2 Alojamiento

“El termino de alojamiento se refiere a los servicios prestados por establecimientos comerciales a los visitantes, siendo normalmente la categoría más importante la de hoteles y establecimientos asimilados.” (OMT, Notas Metodologicas de la base de datos de estadísticas de turismo, 2013)

1.7.2.3 Cultura

“La cultura es el conjunto de formas y expresiones que caracterizarán en el tiempo a una sociedad determinada. Se entiende a las costumbres, creencias, prácticas comunes, vestimenta, rituales y maneras de ser que predominan en la gente que la integra.” (Definición ABC, 2007-2014)

1.7.2.4 *Demanda Turística*

“Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios.” (OMT, 1998 : 45)

1.7.2.5 *Destino (destino principal) de un viaje*

“El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje”. (OMT, Notas Metodologicas de la base de datos de estadísticas de turismo, 2013)

1.7.2.6 *Empleo en las industrias turística*

“Puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas, en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como cifras equivalentes a tiempo completo.”. (OMT, Notas Metodologicas de la base de datos de estadísticas de turismo, 2013).

1.7.2.7 *Entorno habitual*

“El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales.” (OMT, Notas Metodologicas de la base de datos de estadísticas de turismo, 2013).

1.7.2.8 *Industrias turísticas*

“El término industrias turísticas incluye aquellas industrias que producen productos característicos del turismo; equivale al más coloquial de sector turístico.” (OMT, Notas Metodologicas de la base de datos de estadísticas de turismo, 2013)

1.7.2.9 *Oferta Turística*

“Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, como: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión,

desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores.” (Aguilar , Rivas , & González , 2008)

1.7.2.10 Parque Nacional

“Área publica relativamente grande en la que se observa rasgos naturales de la región y se utiliza como muestra de interés natural, científico o histórico. Un parque nacional es un área especial belleza natural elegido para preservar la flora y fauna.” (Martinez, 2008)

1.7.2.11 Producto Turístico

“Es la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe.” (ESADE, 1996)

1.7.2.12 Servicios turísticos

“La normalización de los servicios turísticos, es sin duda, otra importante función a la cual debe abocarse el organismo nacional de turismo, con el propósito de lograr y mantener un alto nivel de calidad en las facilidades y servicios ofrecidos al visitante.” (Acerenza, 1991)

1.7.2.13 Turismo interno o nacional

“Denominando también turismo doméstico, se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país, fuera de un lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país.” (Acerenza, 1991)

1.7.2.14 Turismo externo o internacional

“Son los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto de aquel en el cual tienen su domicilio habitual.” (Acerenza, 1991)

1.7.2.15 Turista

“Persona que viaja una distancia mínima y pasa por lo menos una noche y menos de un año en un lugar fuera de su residencia por un propósito recreativo, familiar, convencional, deportivo o de salud, sin involucrarse en actividades lucrativas.” (Martinez, 2008)

1.7.2.16 Turismo Sostenible

“Administración responsable de los recursos en forma que cubra las necesidades económicas, sociales y estéticas de las generaciones presentes, mientras se cuida la integridad cultural, los procesos esenciales ecológicos, la biodiversidad y los sistemas que dan soporte a la vida.” (Martinez, 2008)

1.7.3 Marco Referencial

Dentro de la hotelería se encuentra una gran gama de hoteles, hostales y hosterías dirigido para diferentes segmentos, en la actualidad muchos de estos buscan nuevas ideas estratégicas introduciendo diseños innovadores en la estructura, basándose en diferentes temáticas que puedan atraer al turista nacional e internacional, en el presente proyecto se ha tomado como referencia un hotel y hostel en diferentes partes del mundo como es: Colombia y México quienes enfocan la esencia cultural del país en sus propios fundamentos de estructuración de la línea hotelera.

1.7.3.1 Diez Hotel Categoría Colombia

El Hotel Diez es de 4 estrellas ubicado en “El Poblado” en Medellín, Colombia a 3 km del Aeropuerto Olaya Herrera, su estructura temática está inspirada en las distintas regiones de la cultura colombiana, contando con una gran variedad de artesanías de los distintos sectores del país, el hotel cuenta con 115 habitaciones acondicionadas e incluye caja fuerte, TV por cable, Mini bar y baño privado; entre los servicios adicionales que el hotel ofrece se encuentra un servicio completo de spa y un centro de bienestar y baño turco.

El diseño modernista del hotel incluye terraza en la azotea, peluquería, gimnasio, boutique de recuerdos, sauna y servicios de transportes las 24

horas. Tiene un restaurante y una cafetería que incluye desayuno bufe caliente y frío gratuito y servicio de habitación las 24 horas.



Ilustración 3: Diseño Exterior



Ilustración 2: Diseño Interior

Fuente: Diez Hotel Categoría Colombia

El Hotel Diez permite al huésped estar en armonía con el medio ambiente debido al diseño artesanal y modernista que se encuentra desde la entrada del hotel hasta las habitaciones, logrando obtener más conocimientos acerca de la rica cultura colombiana, a través de fotos, diseños artesanales, vestimentas que se pueden apreciar mediante cuadros artísticos y vitrinas de vidrio en los pasillos del hotel.

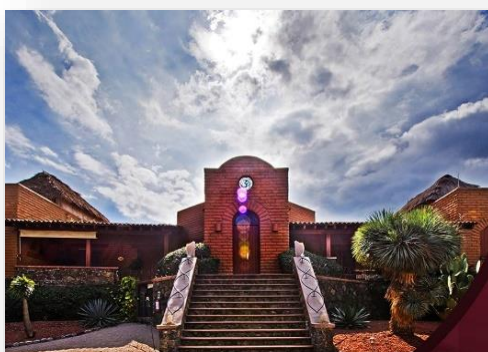
1.7.3.2 Hostal de la Luz

El hostal está ubicado en Amatlán de Quetzalcóatl en la ciudad de México, cuenta con 23 suites totalmente amobladas con terraza y oratorio o nicho de meditación; también incluye espacios decoradoras y spa con ambientes que permitan a la persona auto encontrarse, debido al ambiente natural y espiritual del mismo.

El Hostal de la Luz tiene una temática basada en la cultura Asiática y Mexicana, combinando la magia y la sabiduría de Amatlán, mucha de la arquitectura que se aprecia en el hostal se las considera sagrada que permite mantener una buena vibra en el ambiente y la persona pueda sentirse relajado, con buena salud física, mental y emocional.

Otros de los servicios que incluye dentro del hostal es que cuenta con el servicio de ama de llaves y de conserjería las 24 horas, teléfono, baños equipados, jacuzzi dependiendo la suite seleccionada, y restaurante, ambientado con un diseño de feng shui bioenergética con variedad de aromas de incienso y un canal de música holista para sentirse en paz consigo mismo.

Una de las actividades que se realizan en el hostal es la visita a la cordillera de Tepozteco, y los temazcales o Temazcalli, cuyo significado Temaz es igual a baños y Calli a casa, son baños sagrados de las culturas prehispánicas Náhuatl ubicadas en el sur y centro de México, este tipo de baños se desarrolló mediante la conquista de los españoles, donde las tribus indígenas realizaban practicas curativas contra enfermedades, partos y otros tipos de síntomas que llegase a tener la persona, considerando los elementos que forman el vientre de la madre tierra como el fuego, calor y hierbas o ramas de árboles.



**Ilustración 4: Diseño Exterior
Hostal de la luz**



**Ilustración 5: Diseño Interior Hostal
de la Luz**

Fuente: Hostal de la Luz

La combinación de estos dos hoteles, permite conocer que la demanda de hoteles temáticos culturales es algo nuevo e innovador, en la actualidad existe pocos hoteles de este tipo de segmento, el cual al turista de ahora se siente interesado en visitar, para conocer más acerca del país y buscar un lugar diferente donde se le brinde facilidades que puedan cubrir sus necesidades, debido a los servicios adicionales que un hotel corriente no puede brindar.

La implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas será dentro de la rama hotelera algo nuevo y cautivador para los turistas nacionales e internacionales que buscan conocer más del pasado del Ecuador, ya que en el país no existe un servicio de alojamiento que ofrezca este tipo de temática, con servicios adicionales para el entretenimiento y relajamiento de quien visite la hostería.

1.7.4 Marco Legal

Para la creación de cualquier tipo de negocio o actividad relacionada al turismo, es necesario conocer las los diferentes tipos de leyes que debe cumplir la persona natural o si es una sociedad la persona jurídica, además de los reglamentos que tengan que cumplir para la actividad turísticas que vaya a realizar.

Con el fin de iniciar un negocio de alojamiento, una hostería temática prehispánica en la parroquia rural Machalilla, se debe cumplir con una serie de leyes y reglamentos que son determinadas por el país y la provincia en la cual se va a encontrar el proyecto, y es por esto que son establecidas por las siguientes entidades:

1.7.4.1 Servicio de Rentas Internas (SRI)

Es una entidad autónoma del Ecuador, cuyo principal objetivo es el cobro de los impuestos, por los contribuyentes y el cumplimiento de las obligaciones tributarias para el funcionamiento de negocio su requisito

básico es el Registro Único de Contribuyentes (RUC) cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes que realizan actividades económicas.

1.7.4.2 Ministerio de Turismo

Es el ente regulador, además de fomentar las actividades turísticas del país, desarrollo sostenible, consciente del sector, planificación y desarrollo económico.

1.7.4.2.1 Ley de Turismo

La ley de turismo “Determina el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios”. (Ministerio de Turismo, 2008) (Art. 1)

Mientras que en Capítulo II habla de los principios de las actividades turísticas y las políticas con relación al sector, el Capítulo VI debe estar sujeto todo proyecto al Ministerio de Ambiente.

1.7.4.2.2 Reglamento General de Actividades Turísticas

De acuerdo con este Reglamento se han tomado en algunos artículos para la implementación de la hostería, su categorización, los servicios que debe contar para la atención a los turistas.

1.7.4.2.3 Registro de Alojamiento, Alimentación 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. (Ministerio de Turismo, s.f.)

1.7.4.2.4 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. (Ministerio de Turismo, s.f.).

1.7.4.2.5 Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)

Es una entidad pública, que tiene como función reconocer los derechos del autor reconocidos por la ley.

1.7.4.3 Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017

Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) este objetivo propone estrategias para fortalecer la identidad plurinacional e intercultural, mediante la preservación y revitalización del patrimonio y de las diversas memorias colectivas e individuales, así como mediante el impulso de industrias culturales con contenidos diversos e incluyentes. En cambio, para fomentar la apropiación de espacios públicos y la libre expresión, se introducen estrategias para la democratización y el control social de los espacios mediáticos, el fomento de la construcción libre y diversa de las memorias sociales contemporáneas, y la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público.

Fomentar la identidad nacional dentro del país, enfoca las diversidades culturales que esta tiene a través del tiempo, prevaleciendo las raíces dentro de las poblaciones ecuatorianas para que sean conocidos a nivel nacional como internacional.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MÉTODO

2.1.1. *Inductivo*

Es un razonamiento que se analiza una porción de un todo; parte de lo particular a lo general. Va de lo individual a lo universal. Del latín *inductio*, de *in*: en, y de *ducere*: conducir. Acción de inducir. Modo de razonar que consiste en sacar de los hechos particulares una conclusión general.

Según (Torres C., 2006 : 56) “Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares válidos, para llegar a conclusiones de carácter general, creando un estudio individual de los hechos y formulando conclusiones universales que se postulan como principios de una teoría.”

La elección de este método es que se basan en las experiencias y hechos que son aceptados como válidos, donde se analiza cada uno, para lograr obtener conclusiones y crear una teoría propia del proyecto a realizar.

2.1.2. *Deductivo*

Del latín *deducere*. Sacar consecuencias. Mediante este método de razonamiento se obtienen conclusiones, partiendo de lo general, aceptado como válido, hacia aplicaciones particulares.

Según (Torres C., 2006 : 56) “Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares”.

El motivo de la elección de este método es porque se basa en principios, leyes, entre otros, se define sus propias conclusiones y se aplica en la forma que mejor se la apegue a la investigación.

2.2. ENFOQUE

Los enfoques permiten crear a través de hipótesis hechos que permiten desarrollar mejor el tema de investigación, por lo tanto, se divide en dos tipos de enfoques principales para la realización del proyecto.

Enfoque Cuantitativo

Según (Gómez, 2006 : 121) “El método Cuantitativo se basa en la recolección de datos equivalentes a medir, que significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo a ciertas reglas, permitiendo clasificar los datos de acuerdo a las funciones que tiene el investigador en mente.”

El método cuantitativo se basa en la recolección de datos equivalente a medir, que significa asignar números a objetos y eventos de comportamiento que mantiene una población, basado en hipótesis, mediante el número de encuestas que se realizará la investigación, obteniendo resultados óptimos de la oferta y demanda que afectará a la población mediante el desarrollo del proyecto a elaborarse.

Enfoque Cualitativo

Según los autores (Blasco & Pérez, 2007 : 25), señalan: “La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas, recoge información como entrevistas e imágenes, describiendo las rutinas y situaciones problemáticas, o la vida de los participantes.”

El Enfoque Cualitativo se basa en la recolección de datos de las cualidades que tiene una población de manera sociológica, política, etnográfica, y geográfica, sin medir el grado de cualidades que esta puede llegar a tener

mediante el descubrimiento de la investigación, permitiendo mantener un conocimiento acerca de los gustos que tiene una población de la oferta hotelera que tiene el sector a elaborarse la indagación.

2.3. TÉCNICAS

Para realizar una investigación se utilizará distintos tipos de técnicas tales como:

2.3.1. *Técnica Documental*

(Benassini Félix & Muñoz Razo , 1998) Determinan: “Permite la recopilación de información a través de documentos gráficos formales e informales, donde el investigador fundamenta y complementa su investigación con lo aportado por diferentes autores. Los materiales de consulta suelen ser las fuentes bibliográficas, videos, mapas, entre otros.”

2.3.2. *Técnica de Campo*

“Permite la observación directa en el medio donde se presenta objeto de estudio, y entre las herramientas que se van a utilizar son”: (Pérez, 2013)

2.3.2.1. *Entrevista*

Es la recopilación verbal sobre algún tipo de interés de la investigación a realizar, sin excepción puede ser aplicada a todo tipo de personas, y puede estar o no realizado mediante cuestionarios previamente elaborados.

2.3.2.2. *Encuesta*

Es un determinado número de preguntas (cerradas o abiertas), mediante un cuestionario previamente elaborado, a través de esto se puede conocer la opinión de los entrevistados y lo responde por escrito, eligiendo o seleccionando la muestra de la población.

2.3.2.3. *Observación*

Esta técnica consiste en observar atentamente lo que se está investigando, registrarla para su posterior análisis y lo que se a utilizar son:

2.3.2.3.1. *Observación Directa*

Como su nombre lo indica se considera observación directa cuando el investigador se pone en contacto directo con el lugar de la investigación.

2.3.2.3.2. *Observación Indirecta*

Es indirecta cuando el investigador sin necesidad de entrar contacto con él, observa a través de los hechos o fenómenos realizados por otras personas como es el caso de revistas, libros, fotografías, entre otros.

2.3.2.3.3. *Observación de Campo*

Es donde el investigador acude al lugar donde se va a realizar la investigación. La técnica de campo permitirá conocer información de los gustos, preferencias que tiene la demanda turística a través de las diferentes técnicas de investigación como son las encuestas, entrevistas y observación de campo, que permite tener un resultado más eficaz ante las posibles indagaciones que se realiza, y así proyectar una mejor oferta ante las necesidades de los turistas y de la población.

2.4. TIPO DE ESTUDIO

2.4.1. *Tipo descriptiva*

Según (Vasquéz, 2005) "Estos estudios describen la frecuencia y las características más importantes de un problema. Para hacer estudios descriptivos hay que tener en cuenta dos elementos fundamentales: El tamaño de Muestra y el instrumento de recolección de datos."

La técnica descriptiva permitirá describir y detallar la importancia que tiene la población, cultura u otro fenómeno a investigar, mediante la recolección de datos, también se conocerá a través de las muestras los intereses de los consumidores que son los turistas al seleccionar un lugar de alojamiento mientras realizan sus visitas en los diferentes puntos turísticos de Machalilla.

2.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACION A EFECTUAR

2.5.1. *Universo – Población*

La implementación del proyecto se llevará a cabo en la parroquia Machalilla, tiene como objetivo la Provincia de Manabí, va dirigido a los turistas nacionales e internacionales, a quienes se le realizará las respectivas encuestas, considerando que se tomó como base la entrada de turistas extranjeros durante el período del 2011 que equivale a 158.599 (Ministerio de Turismo, 2012), a diferencia de los turistas nacionales que no cuenta con un registro de las personas que visitan la provincia.

2.5.2. *Muestra*

Para determinar la muestra se deberá tener parte de la población para realizar un estudio. En este caso se utilizará la fórmula infinita para poder calcular el tamaño de la muestra con un 95% del intervalo de confianza, el porcentaje de error es de 5%, se utilizará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Intervalo de confianza	Z	Nivel de significado E
95%	1,96	5%

En donde:

n → Tamaño de la muestra.

Z² → Intervalo de confianza. Se escogerá un 95%, siendo representado por 1,96.

P → Probabilidad de éxito, será representado con un 50%.

Q → Probabilidad de fracaso (1 - P), entonces será un 50%.

E → Margen de error 5%.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 50\% * 50\%}{5\% ^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

El resultado es de 384 personas se deberá seleccionar para realizar las respectiva encuestas.

2.1.1. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en la parroquia rural Machalilla fueron:

- **Encuestas:** Se basó en preguntas claras y concisas acerca de la demanda y oferta del proyecto, en Machalilla y Puerto López.
- **Entrevistas:** Se la realizó a personas claves para la ejecución del proyecto como son a dueño de hoteles, entidades públicas, personas de la comuna.

2.5.3. Presentación de resultados

Los resultados obtenidos de encuestas realizadas en distintos puntos del cantón Puerto López, sobre la factibilidad de la creación de una hostería temática con las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla cantón Puerto López.

Tabla 2 Ocupación de Turistas Nacionales y Extranjeros

OCUPACION	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Enfermero	36	9,38%
Artesano	35	9,11%
Desempleado	32	8,33%
Ingeniero	31	8,07%
Estudiante	30	7,81%
Camarero	26	6,77%
Biólogo	26	6,77%
Doctor	24	6,25%
Músico	24	6,25%
Psicólogo	24	6,25%
Pintor	23	5,99%
Periodista	21	5,47%
Misionero	19	4,95%
Arquitecto	18	4,69%
Chef	15	3,91%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

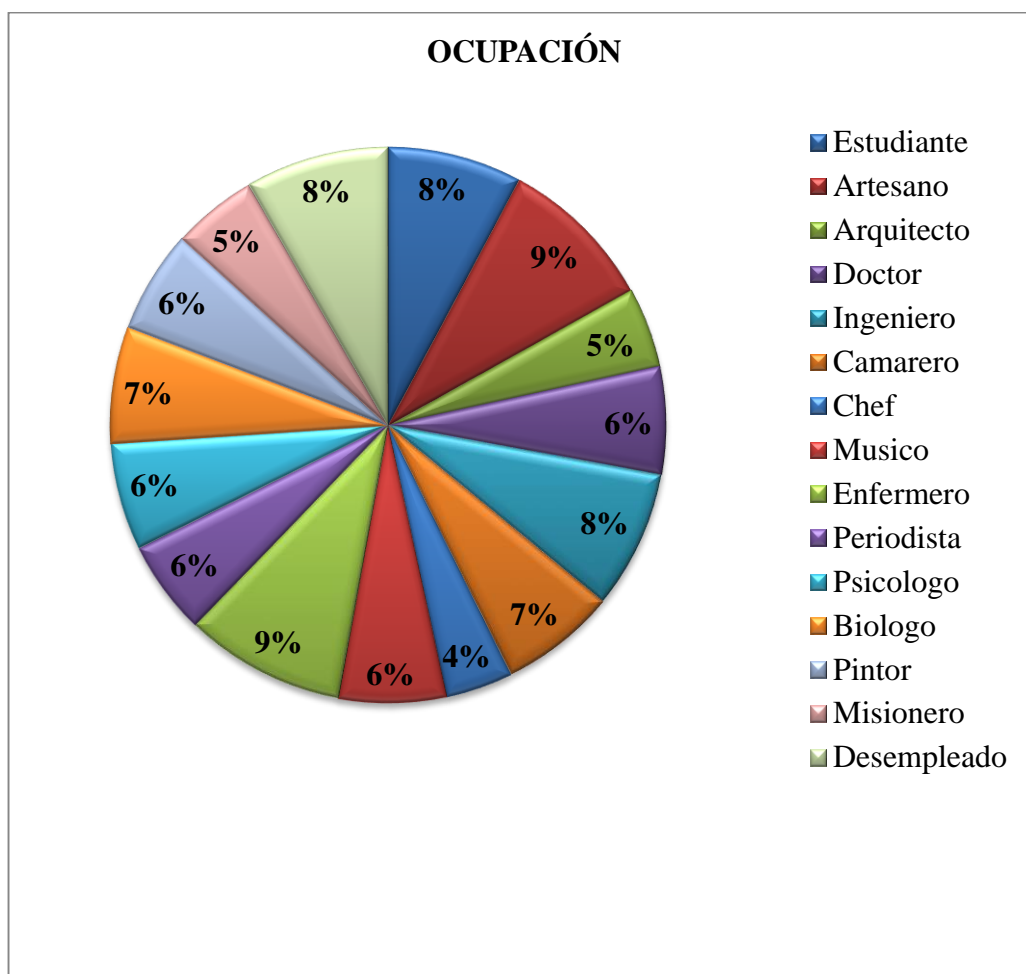


Ilustración 6 Ocupación de turistas Nacionales y Extranjeros
Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Para realización de la encuesta se ha requerido averiguar el tipo de personas, la edad y el sexo que permita identificar cuáles son los turistas que más visitan la parroquia y se sienten atraídos por el proyecto que se desea implementar, en este caso las personas quienes fueron encuestadas en su mayoría ocupando un 9% eran enfermeros ya que buscan distraer sus mentes y mantienen un tiempo limitado para conocer nuevos lugares o necesitan motivación para diseñar, mientras que en un segundo puesto es ocupado por estudiantes y otros encargados del área de salud quienes van en busca de nuevos sitios de conocimiento.

Tabla 3 Nacionalidad de turistas

PAÍS	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Ecuador	65	16,93%
Uruguay	49	12,76%
USA	37	9,64%
Italia	36	9,38%
Argentina	30	7,81%
Colombia	29	7,55%
Holanda	26	6,77%
Australia	26	6,77%
Canadá	25	6,51%
Perú	24	6,25%
Francia	19	4,95%
España	18	4,69%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

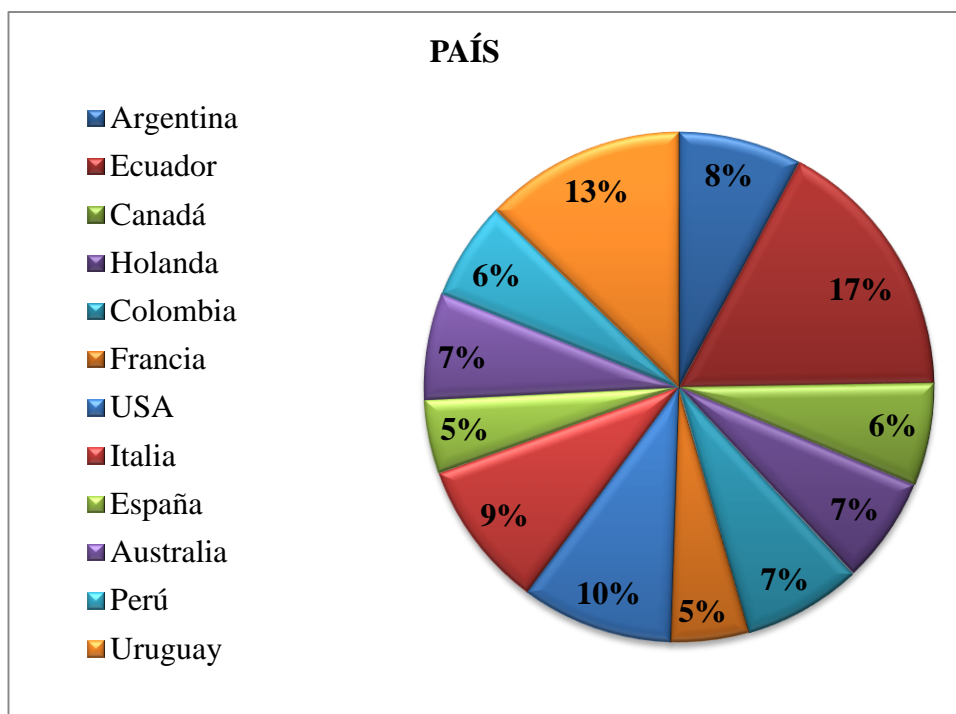


Ilustración 7 Nacionalidad de Turistas

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

El propósito de esta pregunta fue conocer de dónde proceden los turistas y poder determinar el mercado objetivo y poder ver que dependiendo de la temporada es la visita de los turistas y más se pudo encuestar a turistas extranjeros ya que nacionales equivalen al 17%.

Tabla 4 Edades de turistas

EDAD	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
18 – 28	104	27,08%
29 – 39	92	23,96%
40 – 50	79	20,57%
51 – 61	60	15,63%
61 en adelante	49	12,76%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

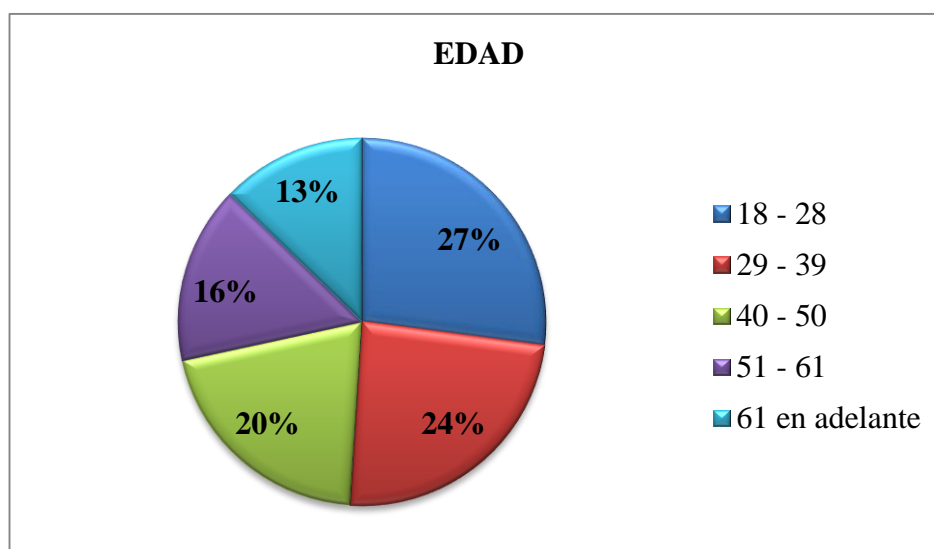


Ilustración 8 Edad de Turistas

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas

Stefhanie

Las encuestas son realizadas a personas cuyas edades predominan entre 18 hasta 61 años en adelante, debido a que algunos turistas optan retirarse a diferentes puntos de Ecuador, y se puede observar que la mayor cantidad de encuestados están en el rango de 18 a 28 años ya que ellos prefieren por entretenimiento.

Tabla 5 Sexo de Turistas

SEXO	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Masculino	201	52,34%
Femenino	183	47,66%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

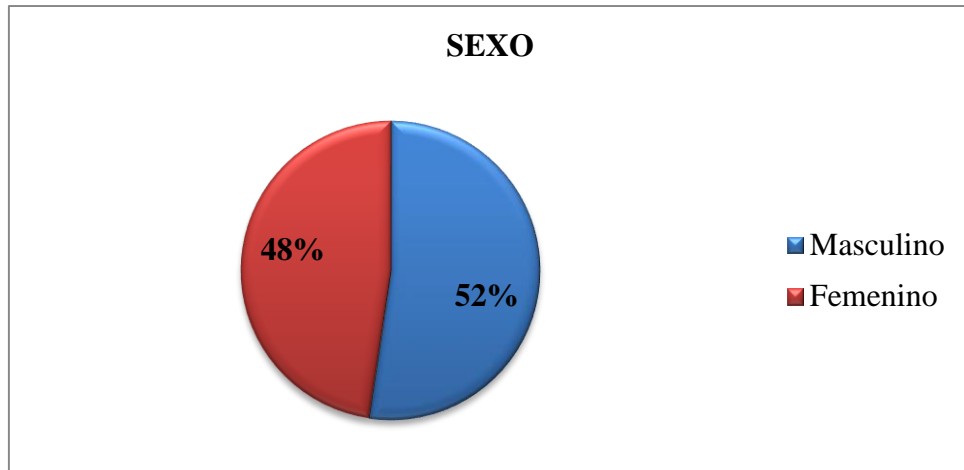


Ilustración 9 Sexo de Turistas

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Las encuestas realizadas a turistas se puede observar que predomina el sexo masculino ya que muchos de ellos van en grupos de amigos o solos y el 48% son mujeres.

Pregunta 1. Indique: ¿Cuáles son sus motivos para realizar viajes a la playa?

Tabla 6 Motivos de viaje

MOTIVO DEL VIAJE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Entretenimiento	139	36,20%
Trabajo	87	22,66%
Otros	54	14,06%
Salud	42	10,94%
Religioso	36	9,38%
Estudios	26	6,77%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

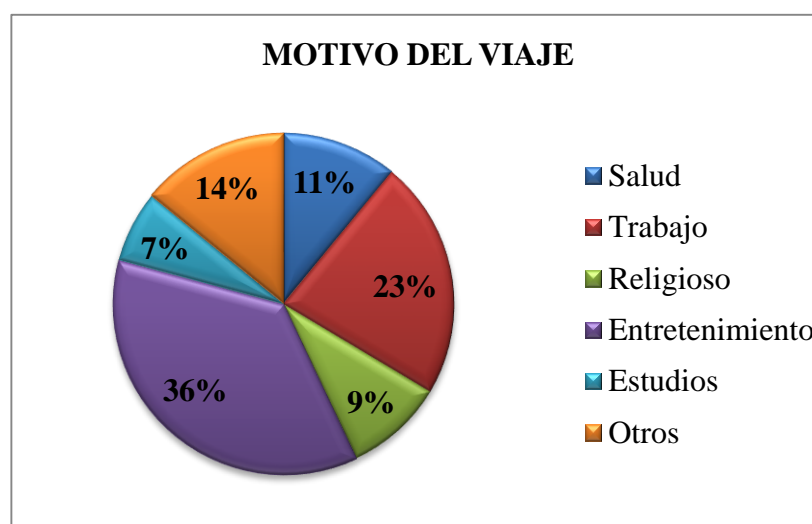


Ilustración 10 Motivo de viaje

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie.

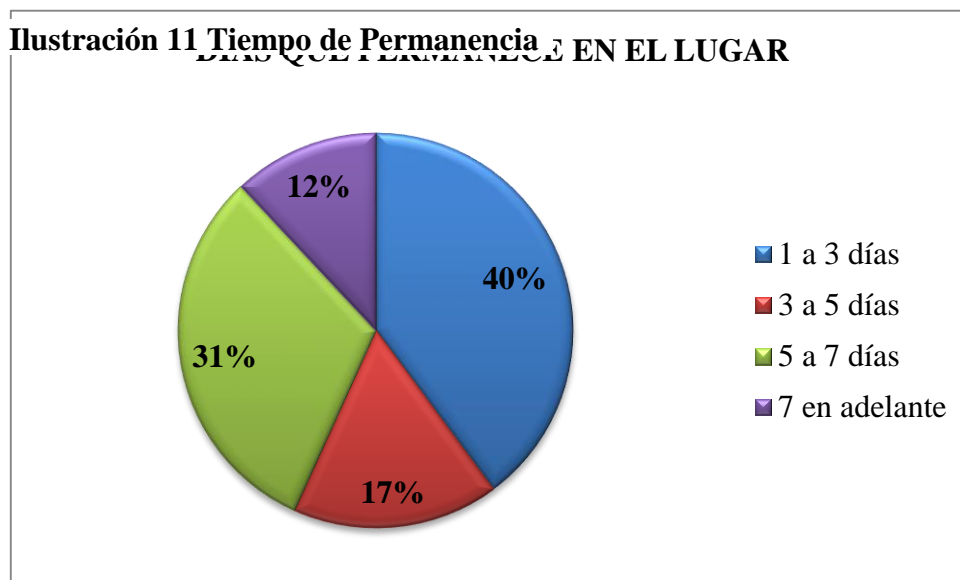
El mayor porcentaje es de 36% de turistas es por motivos de entrenamientos ya que muchos de estos viajan para distraerse de la vida cotidiana de trabajo, estudios o el simple hecho de relajarse.

Pregunta 2. ¿Cuántos días permanece en el lugar?

Tabla 7 Tiempo de Permanencia

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
1 a 3 días	153	39,84%
3 a 5 días	65	16,93%
5 a 7 días	120	31,25%
7 en adelante	46	11,98%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

La mayoría de los turistas que llegan a esta zona equivale al 40% le gusta permanecer en la playa de 1 a 3 días ya que solo van por descanso o para relajarse de la semana de trabajo, mientras que el 31% que permanece hay entre 5 a 7 días ya que podría ser que se encuentra de vacaciones y le gustaría conocer las diferentes la playa y sus alrededores.

Pregunta 3. Usualmente realiza sus viajes acompañados de:

Tabla 8 Personas o Grupos Turistas

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Familia	103	26,82%
Amigos	101	26,30%
Parejas	87	22,66%
Solo	32	8,33%
Compañeros de trabajo	32	8,33%
Otros	29	7,55%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

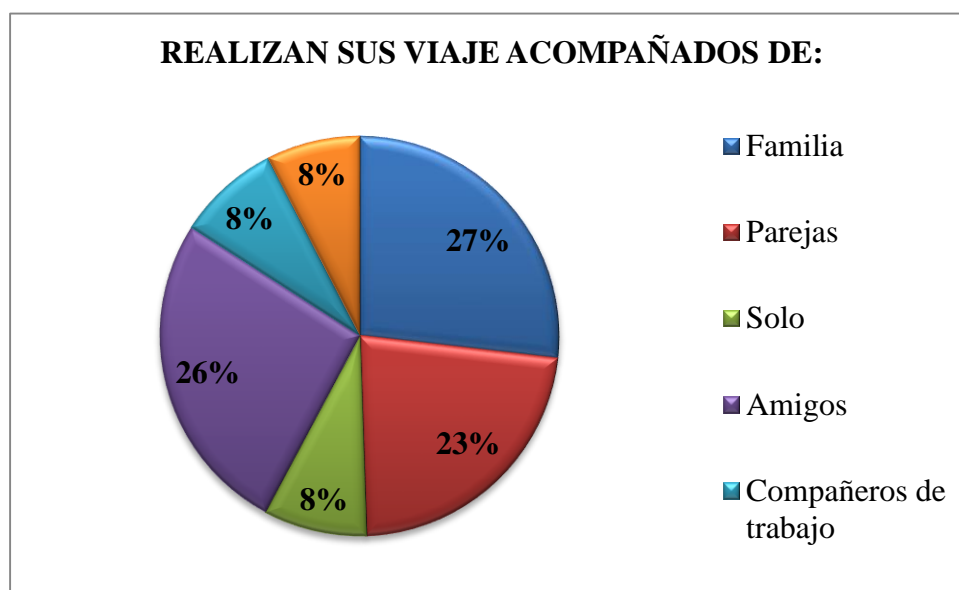


Ilustración 12 Acompañantes

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Los datos de las encuestas realizadas la mayoría de turistas viajan en familia con 27%, seguido de un 26% que representa a los que viajan en grupos de amigos mientras que los otros prefieren viajar con parejas, compañeros de trabajo o solos para llegar a conocer a más personas.

Pregunta 4. ¿Ha visitado el Parque Nacional Machalilla? (Respuesta es no pase a la pregunta 6)

Tabla 9 Visitas al Parque Nacional Machalilla

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	192	50,00%
No	192	50,00%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

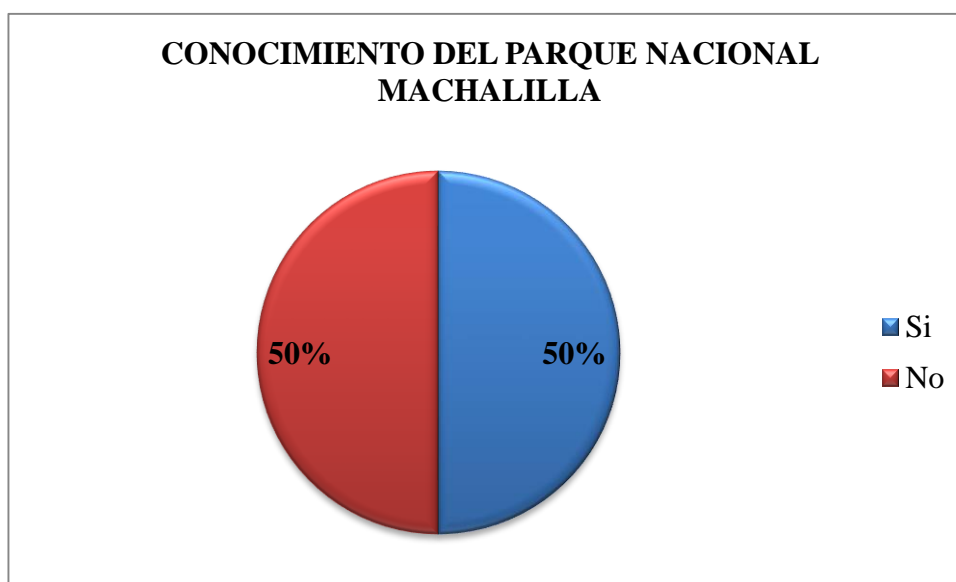


Ilustración 13 Conocimiento del PNM

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

En los datos presentados se aprecia que existe una igualdad en sus porcentajes de los encuestados debido a que muchos de ellos no conocen el Parque Nacional Machalilla, mientras que la otra mitad si ha visitado los diferentes puntos que conforman este Parque, debido a que investigan o buscan información antes de visitar el lugar.

Pregunta 5. ¿Qué lugares usualmente visita el Parque Nacional Machalilla y sus alrededores?

Tabla 10 Visitas al PNM y alrededores

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Playa "Los Frailes"	110	28,65%
Comuna de Aguas Blancas	99	25,78%
Isla de la Plata	80	20,83%
Playa Machalilla	42	10,94%
Islote "La Viuda"	35	9,11%
Islote "Sucre"	18	4,69%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

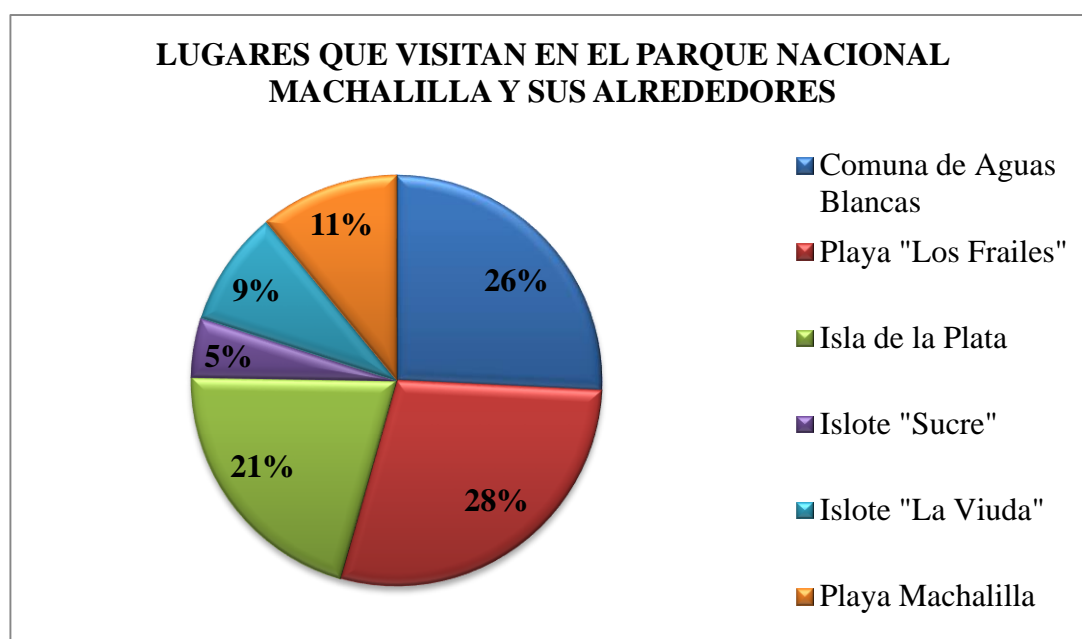


Ilustración 14 Visitas al PNM y alrededores

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Según los resultados los turistas visitan más la Playa de Los Frailes debido a la gran propaganda que se da por estar ubicado dentro de las áreas protegidas del Ecuador y es por esto que muy cotizadas por los turistas nacionales y extranjeros para visitarla y conocer la gran biodiversidad que ofrece.

Pregunta 6. ¿Qué sitios elige usted para hospedarse mientras realiza sus viajes?

Tabla 11 Tipo de Alojamiento

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Hostales	104	27,08%
Hosterías	82	21,35%
Casas Familiares	57	14,84%
Hoteles	56	14,58%
Otros	45	11,72%
Cabañas	40	10,42%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

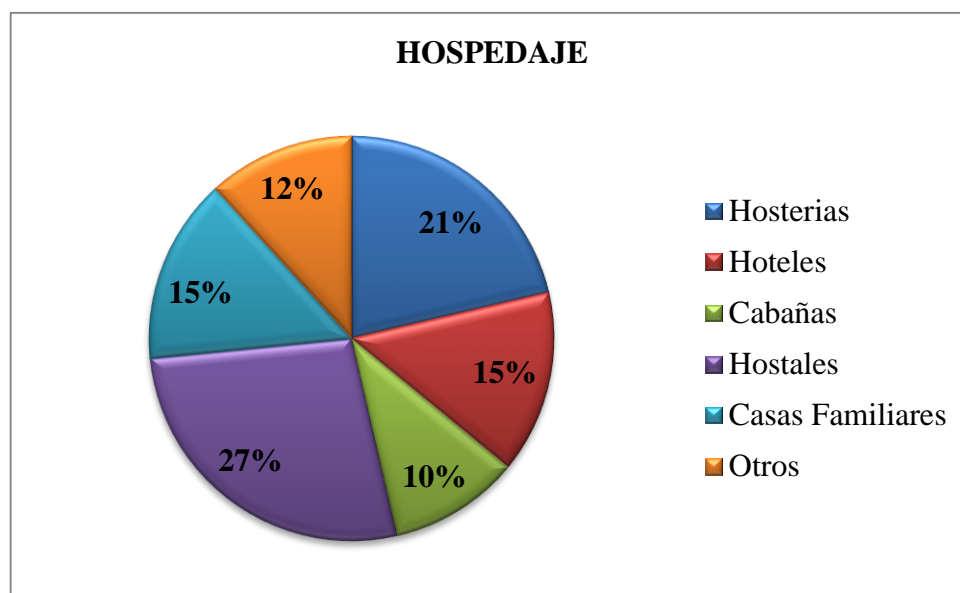


Ilustración 15 Tipo de Alojamiento

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Conforme a los resultados de las encuestas realizadas la mayoría de los turistas prefieren hospedarse en hostales y hosterías porque son económicos y confortables, aparte de dar un buen servicio, mientras que otro grupo opta por los hoteles ya que tienen más comodidad y por último las casas familiares que pertenecen a las comunas o personas que viven en el sector brindando cuartos para hospedaje.

Pregunta 7. ¿Le gustaría hospedarse en una hostería cuya temática son las culturas Prehispánicas de la Provincia de Manabí?

Tabla 12 Aceptación de Hostería Temática

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	382	99,48%
No	2	0,52%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 16 Aceptación de la Hostería Temática

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

En esta pregunta permite conocer la opinión de los turistas si le agradaría la implementación de una hostería temática en Machalilla, mediante el resultado de las encuestas el 99% tuvo aceptabilidad ante el diseño, mientras que el 1% se considera un grupo de como un grupo que prefieren los lugares tradicionales de alojamiento debido al limitado tiempo de estadía que suelen ser de paso.

Pregunta 8. ¿Qué tipos de servicios adicionales le gustaría que tenga la hostería al momento de hospedarse? Si su respuesta son otros indicar cuales son:

Tabla 13 Servicios Adicionales

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Wifi	94	24,48%
Restaurante	90	23,44%
Actividades Deportivas	78	20,20%
Galería	64	16,67%
Guianza	43	11,31%
Otros	15	3,91%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

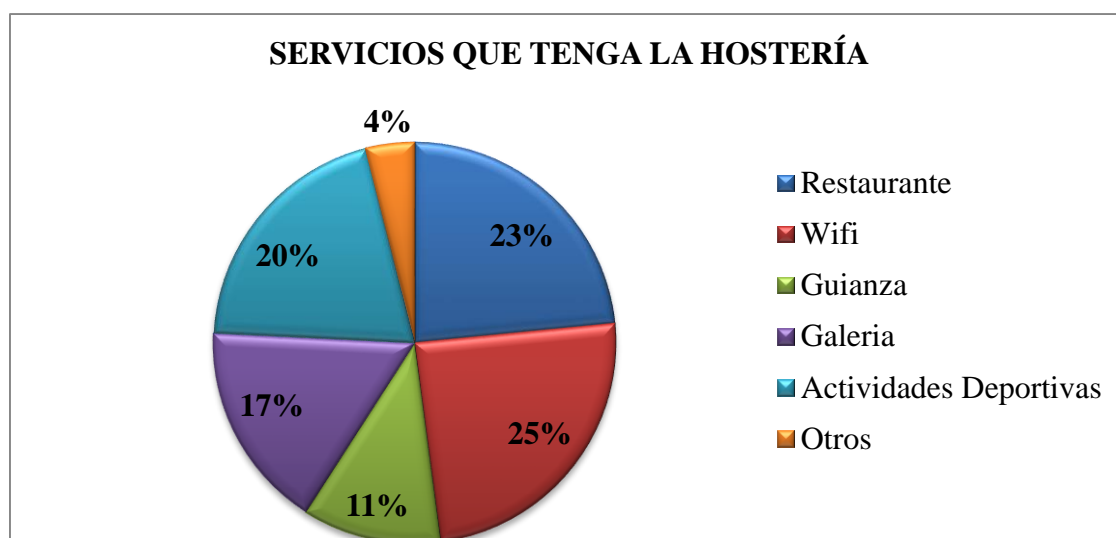


Ilustración 17 Servicios Adicionales

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Del total de los encuestados se desea descubrir qué servicios adicionales le gustaría a los turistas que tuviera la hostería, el 25% optaba por el Wifi ya que en la actualidad muchas de las personas están conectados con la tecnología y buscan hallar información a través de este medio, mientras que las actividades deportivas como la implementación de canchas también sugerida como un servicio adicional.

Pregunta 9. ¿Qué presupuesto estaría usted dispuesto a pagar por la estadía de dicho hostería temática en una noche?

Tabla 14 Precios de la Estadía

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
\$30 - \$50	180	46,88%
\$51 - \$70	120	31,25%
\$71 - \$90	64	16,67%
\$91 - \$110	20	5,21%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

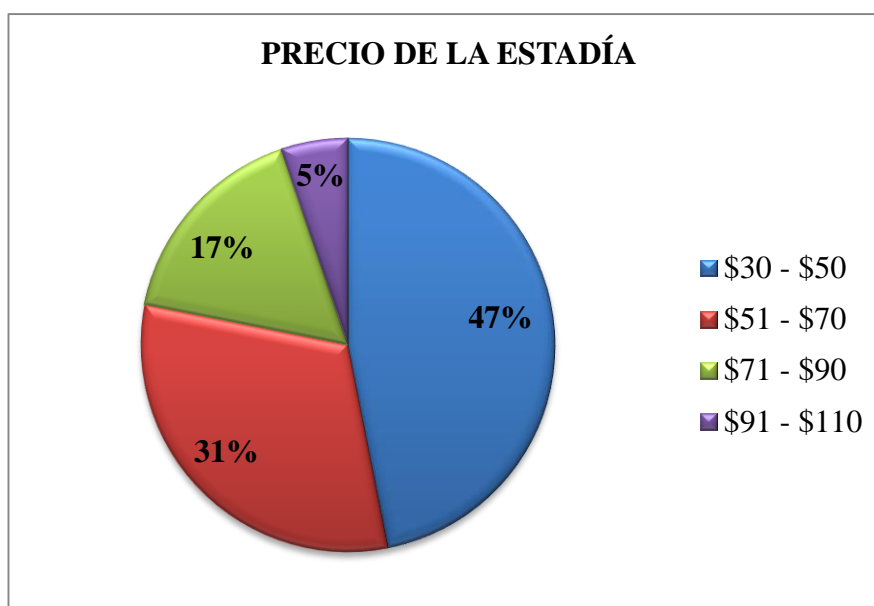


Ilustración 18 Precio de la estadía

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Se presenta el monto que los turistas estarían dispuestos a pagar por una noche en la hostería, el 47% están dentro del rango de \$30 – \$50 por lo que desean en un sitio económico que les brinde las facilidades necesarias mediante el tiempo de su estadía.

Pregunta 10. ¿Le gustaría que en el restaurante de la hostería tenga un menú típico de la provincia?

Tabla 15 Restaurante Típico

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	384	100,00%
No	0	0,00%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 19: Restaurante Típico

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Muchos de los turistas nacionales e internacionales al realizar sus viajes se sienten atraídos por conocer y saborear la comidas típicas que ofrece el lugar, tal como es visible en la encuesta, cuyo resultado equivalente al 100%, por ende al ofrecer platos típicos de la provincia no habría ningún problema en la aceptación de los clientes porque ellos en si desean ser catadores de la gastronomía ecuatoriana motivo que algunos también suelen realizar sus viajes.

2.5.4. *Entrevistas*

Para la realización del presente proyecto se realizó entrevistas a diferentes grupos de personas quienes conforman parte de la parroquia Machalilla para mantener conocimiento de cómo influenciaría la creación de una hostería dentro del sector y si estaría en la aceptación de la población.

La primera entrevista realizada fue al **guía nativo de la Comuna de Aguas Blancas, Sr. Leopoldo Ventura (Secretario de la Comuna)**, quien brindó información acerca de los diferentes asentamientos dentro de la provincia de Manabí, en especial de las culturas de la parroquia Machalilla y de la misma comuna, su opinión ante la creación de una hostería fue “es una buena alternativa para resaltar el turismo dentro de la parroquia ya que el lugar tiene mucho a ofrecer por sus playas solo falta que la población actúe y que llegue alguien que permita resaltar los asentamientos de las diferentes culturas en especial de los Manteños quienes ocuparon la mayor parte del territorio de Manabí en especial Machalilla”, y es por esto que atraería a más turistas nacionales como extranjero para que conozcan la riqueza cultural que se posee y además que a muchos de estos turistas les fascina el turismo cultural.

Actualmente la comuna de Aguas Blancas a pesar de mantener su propia directiva dentro de la misma comuna precedida por un presidente elegido por ellos, buscan brindar apoyo mediante capacitaciones a la personas quienes viven en Machalilla para el desarrollo turístico del lugar debido que dentro del sector acarrea mucho lo que es la contaminación por desechos en la arena, dando mala imagen al lugar.

Muchas de las personas quienes viven en Machalilla y en la comuna de Aguas son personas descendientes de la Manteños quienes ocuparon la mayor parte de la provincia de Manabí y se establecieron dentro de estos lugares, la diferencia que permite reconocer que los habitantes de allí son sus rasgos físicos que son inconfundibles que son: de la cara es: nariz aguileña, ojos rasgados y pequeños.

La llegada de turistas extranjeros como europeos y norteamericanos es más visible por los meses de Junio a Septiembre, motivo que desean realizar la observación de las ballenas Jorobadas que llegan a las cálidas costas ecuatorianas como las Playas de Manabí a reproducirse.

La segunda entrevista realizada fue al **Municipio de Puerto López al Ing. Wacho Mora**, quien aportó con un mapa que dividía todo el cantón con el Parque Nacional Machalilla, debido al gran problema que percata a la parroquia que es la basura, indico que el Municipio de Puerto López ya ha dialogo con el jefe parroquial de Machalilla y que trabajan en conjunto con el desarrollo de Machalilla pero lastimosamente la población no colabora.

Mora indico que se están elaborando proyectos para el año 2015, como la mejora del Malecón de la misma parroquia el cual se ha ido construyendo, y actualmente estaban preparando un castrato el cual debía ser aprobado para que este documento llegue a ser público.

La tercera entrevista fue al **Sr Flavio Montes propietario del Hostal Sol y Mar**, el lugar es uno de los pocos alojamientos que se encuentran en la parroquia y que actualmente se encuentra a la venta, estando en el mercado turístico un año, el lugar cuenta con habitaciones confortables, restaurante, bar y baño privado, el valor de cada habitación varía dependiendo si es temporada alta o baja siendo desde \$15 lo mínimo y \$30 lo máximo en el valor de las habitaciones, el hostal se encuentra a una cuadra de la playa y frente a toda la carretera de la vía Ruta del Spondylus siendo un lugar que permite a simple vista llegar y hospedarse.

Lastimosamente el menor entusiasmo por parte del dueño es muy escasa, debido a la falta de conocimiento de la implementación de su hostal al contratar personal cuyos sueldos son más altos que las ganancias que el hostal tiene, debiendo haber considerado sus ingresos, el estudio del mercado de las personas que llegarían y la temporada para luego escoger un personal adecuado

que pueda adaptarse al sistema del hostel hasta que les permita incrementar el valor de los salarios al obtener una utilidad más fuerte.

El Sr Montes indicó que para la implementación de una hostería dentro de la parroquia se debe considerar como un trabajo donde dependerá de los dueños de promocionar y permanecer al tanto con las necesidades que pueda llegar a tener el lugar, porque al ser nuevo en el mercado se necesitará totalmente dedicación y arduo trabajo para permanecer en la mente de los consumidores.

2.5.5. *Análisis de las entrevistas efectuadas*

Las entrevistas efectuadas para la elaboración del proyecto fueron dirigidas para el Municipio de Puerto López, la comuna de Aguas Blancas y al propietario del Hostal Sol y Mar, quienes consideraban que la construcción de una hostería cuya temática son las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí, fortalecería la identidad cultural en especial de la parroquia Machalilla, el cual se trata de rescatar mediante las festividades programadas en los diferentes meses del año.

Promoviendo la identidad cultural de la parroquia, se puede dar a conocer cual fueron los verdaderos asentamientos que tuvo lugar en la provincia; Machalilla siendo un puerto pesquero con una gran historia, debe trabajar en conjunto con la comunidad, su jefe parroquial y su Municipio ubicado en Puerto López, quien es el encargado de realizar obras para el avance del lugar, realizando la construcción de un malecón para atraer el turismo.

Mediante la elaboración de cada entrevista se pudo establecer como similitud es que Machalilla es una parroquia llena de recursos favorables para el buen desarrollo y crecimiento del mismo, contiene atractivos y materiales que les permite pre-fabricar diseños artísticos en los diferentes elementos que proporciona sus playas y las habilidades de los habitantes.

Lastimosamente Machalilla tiene un punto negativo siendo un lugar agradable con personas totalmente acogedoras que caracterizan al manaba, debido a que se encuentra invadido por la gran cantidad de basura que afecta la zona, muchos de los entrevistados consideran que es un mal que acecha y que la parroquia debe buscar la solución para que así crezca más el turismo en esta zona, mientras no se trabaje para mejorar el aspecto muchos de los turistas optarán ir a otras playas para conocer diferentes atractivos que le ofrecen el cantón Puerto López, los sitios que pertenecen al Parque Nacional Machalilla y la provincia de Manabí.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

En este capítulo se analizarán varios puntos del estudio de mercado actual para ver qué tan viable es un producto y segmentarlo al cual va estar dirigido y se realiza a través de varias teorías:

3.1.1. 5 fuerzas de Porter

Michael Porter, indica que existen cinco fuerzas fundamentales dentro de una empresa que determinan la rentabilidad a largo plazo de un mercado. (Coyuntura Económica, 2009)

3.1.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

El mercado de los hosterías esta abarrotado en el país y en especial la costa ecuatoriana ya que existe mucha demanda por parte de los turistas nacionales y extranjeros que desean salir de la rutina y conocer las diferentes playas o también llamada la Ruta del Spondylus que ofrece el Ecuador, y por esta razón el Gobierno ha impulsado a nuevos proyectos y mejoramiento de estos para el desarrollo del país.

Hay que considerar las nuevas amenazas en el mercado debido a que las hosterías temáticas en el Ecuador son muy pocas que existen y en especial sería la primera hostería temática prehispánica que exista en el país para promover las culturas que se asentaron en estas tierras, la comida tradicional de Manabí, además de que conozcan los atractivos de la zona y se puedan divertir con las diferentes actividades deportivas tanto en la arena como en el mar.

Es probable encontrar que con el pasar del tiempo algunos nuevos competidores, ya que ven el mercado potencial, el objetivo es diferenciar en la calidad del servicio, y en la atención personalizada a los turistas.

3.1.1.2. Poder de negociación de los proveedores

“El poder de negociación de los proveedores impacta en los costos y competitividad de las pymes, que no son, por lo general, compradoras de grandes volúmenes de insumos, mercadería o materias primas” (Galicia, 2014).

Los proveedores dentro de la grandes y pequeñas empresas son aquellos quienes facilitan la materia prima o insumos para la implementación de la hostería o el servicio del mismo, el cual será captado por los futuros clientes para brindar la mayor comodidad y el servicio en las diferentes ramas que existe dentro de la planta turística.

Entre otros proveedores se encuentran las empresas públicas que ofrecen distintos servicios tales como:

Tabla 16 Proveedores de Machalilla

PROVEEDORES	PRODUCTOS
Entidades Gubernamentales (Servicios básicos)	Agua → Empresa de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón Puerto López. Luz → CNEL Corporación Nacional de Electricidad S.A. Regional Manabí.
ITUR	Información turística de la parroquia.
Municipio de Machalilla	Ayuda a dar mantenimiento a la calles, recolección de basura.
Municipio de Puerto López	Encargado de las obras y reconstrucción de la parroquia Machalilla

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

3.1.1.1. Poder de negociación de los compradores

Los futuros compradores o clientes que vendrían hacer los turistas son aquellos que buscan nuevas opciones de alojamiento que le brinden facilidades tales como una habitación cómoda, con baño privado y den el servicio de alimentación, mucho de los clientes que llegan suelen ser de

distintos países buscando algo nuevo dentro de los servicios de alojamiento, a diferencia del turista nacional que busca hospedarse en lugares donde el precio sea favorable a su economía.

Dentro del sector turístico las temporadas de mayor nivel turístico nacional se puede encontrar entre los meses de Diciembre a Abril el cual la población de la costera visita estos sectores, a diferencia de los turistas de la sierra ecuatoriana que visitan los otros meses del año acompañado del turista extranjero, quienes consideran la mejor época del año para visitar las playas, y buscar buenos alojamientos con facilidades aptas para su estadía.

Los compradores que llegan a la parroquia buscan en el sector hotelero facilidades dentro de su tiempo de estadía, que formen parte del servicio que ellos están cancelando como restaurante, Wifi, canchas de deportes, brindar información turística ya que si ellos desean conocer o saber de un lugar que puedan visitar, también calificarán si este servicio es de su agrado determinado por la hospitalidad brindada, siendo los promotores del servicio que se les ha ofrecido ante otras personas que desean buscar un lugar diferencial de los demás que les permita satisfacer sus necesidades a la hora de viajar, tales como el resultado de las encuestas realizadas donde un 99% de turistas les gusta la idea de la implementación de las hosterías cuyas características sean diferentes que promueva la cultura de la provincia el cual se ha ido deteriorando con el tiempo.

3.1.1.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un producto o servicio sustituto es aquel que satisface las mismas necesidades al cliente (Coyuntura Económica, 2009).

Existen en el mercado productos sustitutos que están dedicados a dar alojamiento a turistas como son: los hostales, hosterías, hoteles y casas que alquilan cuarto, y que muchos de estos reciben a los turistas por bajos costo pero sin darle una atención personalizada, además de que muchos turistas

solo van de pasada porque no existe muchos lugares para hospedarse en Machalilla que le brinden diferentes servicios.

La ciudad de Puerto López es el más cercano donde existe mayor servicio sustituto debido a la gran demanda de turistas que tiene, razón por los cuales existe un gran número de servicios de alojamientos de diferentes categorías que permitan al huésped sentirse comfortable ante su visita, además de ofrecer otros servicios como es la restauración que brinda al turista diferentes platos típicos y otros servicios complementarios para la diversión de ellos.

3.1.1.4. *La rivalidad entre los competidores*

Dentro de la parroquia Machalilla el grado de rivalidad es muy baja debido que dentro del lugar solo existe es hostel Sol y playa, hostería del Parque que es privada y el hotel Machalilla de las cuales uno de ellos se encuentra en venta debido a la poca influencia de turistas que tiene el hotel y la falta de persistencia del dueño de continuar con el mismo, a pesar de mantener un año dentro del mercado.

La infraestructura hotelera de la parroquia a pesar de ser escasa carece de atractivo y servicios que buscan los turistas, debido a la poca oferta que brindan al hospedarse, la similitud que ofrece los hoteles de Machalilla son muy comunes, y no se enfocan directamente en las necesidades de su cliente, motivos por los cuales no existe rivalidad alguna entre las pocos establecimientos hoteleros.

3.1.2. *P.E.S.T.A.*

El análisis PETS A permite al negocio conocer los factores externos que pueden afectar o sacar provecho al proyecto que se vaya a implementar.

3.1.2.1. *Factor político*

El gobierno del Presidente de la República, Rafael Correa con ayuda de los diferentes Ministerio en especial el de Turismo a cargo de Sandra

Naranjo están dando a conocer un sector muy importante para el país ya que cada año se incrementa la llegada de turistas extranjeros y la movilización de turistas nacionales a diferentes puntos del país.

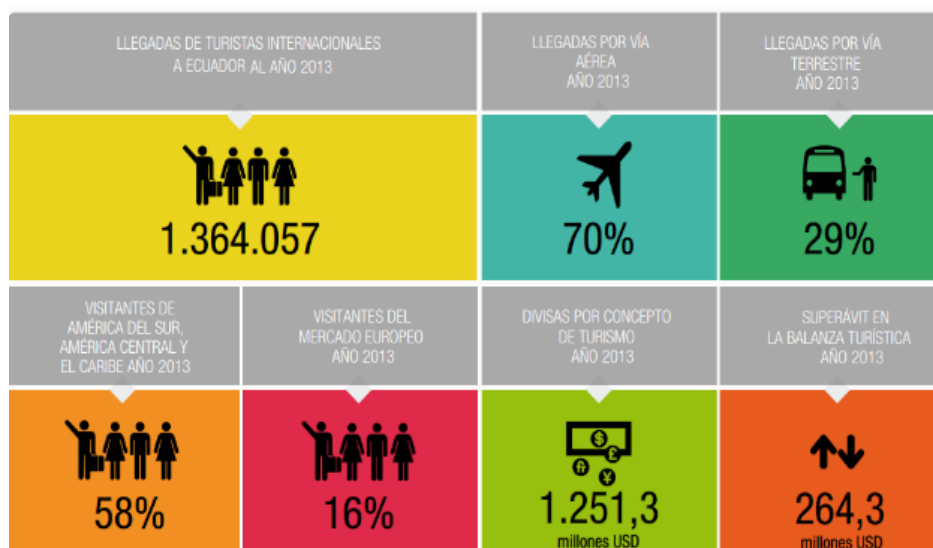


Ilustración 20 Cifras Claves del turismo en Ecuador

Fuente: Boletín 2014 Ministerio de Turismo

A través de préstamos por parte del Estado para la creación negocios turísticos o para la mejora de estos espacios que incentivan a los visitantes nacional o extranjero, además de la invitación de atraer inversionistas extranjeros que vean y conozca que pueden invertir en el Ecuador.

Con la presentación de la marca país “Ecuador Ama la vida”, es el símbolo que promociona la imagen del Ecuador, por lo que es un país pequeño y tiene mucho que ofrecer, es por esto que este sello se lo puede observar en las inversiones, turismo y exportaciones a través de esto se podrá identificar en cualquier parte del mundo y fortalecer el posicionamiento de los consumidores.

La campaña “All you need is Ecuador”, comenzó el 1 de abril del presente año en 19 ciudades, 7 en el Ecuador, donde el mundo vio aparecer diferentes letras que formaban “All You Need is” en lugares importantes y emblemáticos de Estados Unidos, México, Colombia, Holanda, Argentina, Perú, Chile, Brasil, Alemania, Francia, España e Inglaterra. Mientras que

en el país las letras fueron colocadas en algunas ciudades como Cuenca, Manta, Loja, Guayaquil, Tena, Galápagos y Quito.

3.1.2.2. Factor económico

El crecimiento económico del país se ha ido desarrollando con el actual Gobierno, incrementando más tasas de empleo en el país, debido a la importación y exportación de materia prima, insumos y actualmente el turismo, que es una fuente de empleo que se genera a través de las diferentes plantas turísticas en el país.

Según el Banco Central del Ecuador (2014), el incremento de la economía es de 3.5% debido a los aportes de las exportaciones e inversiones que han llegado a tener el país, se considera que para el 2015 este pueda llegar a tener un PIB de 4% a 4,5%.

Según datos del Ministerio de turismo (2014), indicó que Ecuador ha roto su record con el ingreso de turistas extranjeros incrementando la economía a un 17% a diferencias de años anteriores y se encuentra posicionado en el cuarto lugar de los productos no petroleros con mayor exportación del país



Ilustración 21: Posicionamiento del turismo en la economía
Fuente: CAPTUR

3.1.2.1. *Factor social*

Ecuador es un país multicultural lleno de costumbres y tradiciones que cada uno de sus pueblos han ido heredando de generación a generación por su padres, abuelos y bisabuelos exponiendo las riquezas gastronómicas, religiosas y culturales que caracteriza a la población ecuatoriana incluyendo también los rasgos físicos de cada uno que permite diferenciar de los demás pobladores de las distintas provincias y regiones que tiene el país.

Manabí es una de las provincias más privilegiadas debido a que dentro de su territorio existieron asentamientos de las culturas prehispánicas del país, que hasta la actualidad muchas de las costumbres que se realizaban anteriormente como festividades religiosas son celebradas hasta en la actualidad por los pobladores de las comunas y parroquias.

Actualmente el gobierno trata de mejorar la calidad de vida a través de los diferentes municipios que existe, incentivando a la educación dejando atrás el analfabetismo, aportando con medicinas en las brigadas de salud, mejorando la infraestructura de las vías de acceso para el ingreso de más turistas y capacitando a través de los programas del SECAP a las personas quienes ofrecen su servicio dentro de las diferentes plantas turísticas y personal que labora dentro de las carreteras.

La parroquia Machalilla lugar donde se implementará el proyecto trata de rescatar las tradiciones y costumbres motivo por el cual cada año celebra sus fiestas parroquiales de San Pedro y San Pablo, consideradas como Patrimonio Inmaterial del Ecuador por el Instituto Nacional de Patrimonios del Ecuador (2007), debido a las actividades que se realizan mediante su celebración, otra festividades culturales exponiendo las costumbre de la cultura Manteño Huancavilca.

3.1.2.2. Factor tecnológico

La tecnología a través de los aparatos electrónicos, las comunicaciones, el internet en el país está creciendo ya que está llegando hasta zonas más alejadas del país, mediante este medio las personas tienen mayor acceso a la información, y la utilización para diferentes campos uno de ellos el turismo, que pueden buscar con mayor facilidad diferentes sitios donde les gustaría visitar o conocer, y esto puede afectar de manera positiva al proyecto por los diferentes medios para darse a conocer ya sea a través de redes sociales o página web para así atraer a turistas nacionales como internacionales.

Manabí es una de las provincias donde se trata de desarrollar las nuevas tecnologías de la información y comunicación en los diferentes sectores, según los datos del INEC(2010), uno de los aparatos tecnológicos más usados son los teléfonos celulares seguido con los televisores y computadores que son utilizados en las instituciones educativas de nivel secundario, superior y dentro de los hogares, y por último el internet que es el medio que actualmente se está trabajando para que sea implementado en mayor grado dentro de los sectores rurales y urbanos que carecen en ciertas poblaciones, el objetivo es que les permita acceder con mayor rapidez a información que ofrecen las páginas web.

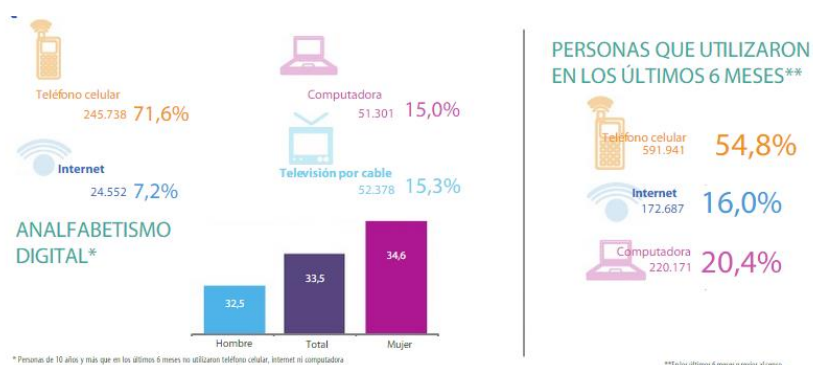


Ilustración 22: Tecnologías de la información y comunicación

Fuente: INEC - 2010

3.1.2.3. *Factor ambiental*

El medio ambiente es el lugar donde están todas las cosas vivas que rodean al ser humano permitiendo la interacción de los mismos. A medida que la población crecía, desarrollar más tecnología, y abusar de los recursos naturales del medio ambiente iba cada vez ser más nocivo para el ser humano, de esta manera muchos ecosistemas en el planeta ya han sido destruidos, y esto trae como consecuencia la muerte de los animales que viven en estos lugares y de muchas personas.

Para evitar la destrucción del medio ambiente muchos países pusieron carta al asunto para salvar estos ecosistemas y Ecuador no se queda atrás ya a través del Ministerio del Ambiente y en conjunto con otros Ministerio han enseñado a muchos ecuatorianos al cuidado de los recursos naturales que posee este país.

Además en el Ministerio de Turismo ha creado el PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible para el Ecuador), busca tener un turismo sustentable con la ayuda de empresas privadas y públicas, ya que el Ecuador es reconocido a nivel internacional por su biodiversidad que cuenta y por sus Parques Nacionales que contienen, y este proyecto a realizarse esta cerca del Parque Nacional Machalilla reconocido por sus playas, su rica cultura y la vida acuática que posee, para la conservación del área protegida y no sea alterada.

3.1.3. *F.O.D.A. del mercado*

(Conocimientos, 2009) El Análisis DAFO o en ingles SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), o conocido en algunos países FODA es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en el mercado, estas son:

- **Fortaleza**
- **Oportunidades**
- **Debilidades**
- **Amenazas**

3.1.3.1. *Fortaleza*

- La parroquia cuenta con una extensa playa.
- Variedad de Comida típica de Manabí y de las costas ecuatorianas.
- Amabilidad en las personas que habitan en la parroquia Machalilla.
- Dispone de riqueza cultural para dar a conocer a los turistas.
- Crecimiento económico en la parroquia Machalilla por nuevas plazas de trabajo.
- Orientar al turista acerca de las opciones que puede visitar.

3.1.3.2. *Oportunidades*

- Se encuentra cercano a los principales atractivos del Parque Nacional Machalilla.
- El turismo de sol y playa combinado con el turismo cultural, es preferido por los turistas.
- Las operadoras de turísticas siempre tratan de llevar a los turistas a las playas en especial a las de Manabí por sus encantos.
- Las vías de acceso que se dirigen a Machalilla se encuentra en excelente estado, permitiendo a los turistas desplazarse a este sector.
- Apoyo por parte de las entidades públicas para pequeños inversionistas que permitan impulsar al turismo.

3.1.3.3. *Debilidades*

- Desechos de basuras que se encuentran en la playa de Machalilla debido al poco cuidado que tiene los mismos pobladores del lugar.
- Falta de colaboración de los pescadores al no arrojar desechos marinos al mar.
- Falta de capacitación en servicio al cliente a los comerciantes y habitantes de la parroquia Machalilla.

3.1.3.4. *Amenazas*

- Conflictos entre el jefe parroquial y el alcalde de Puerto López para el desarrollo de la Parroquia Machalilla.

- El aguaje que hace que la marea imposibilite nadar a los turistas.
- Tener cerca a Puerto López con una gran demanda de turistas que visitan al lugar.
- El ingreso de nuevos competidores al sector.

3.2. OFERTA DEL MERCADO

La Oferta turística que ofrece la parroquia Machalilla son limitados dentro del lugar se puede encontrar pequeños restaurantes de comida típica, hostales que brindan alojamiento turísticos y artesanías que se venden, el sector depende de sus principales atractivos que son la Isla de la Plata, Islote Sucre playa de Machalilla y el sendero “El Sombrerito” atractivo que actualmente se está trabajando para el ingreso de más turistas.

Los pequeños restaurantes que se encuentran en la zona ofrecen comida típica del mar elaborados con sus principales ingredientes que son las especies marinas como pescados tales como: el lenguado, gallinazo, sardina, robalo y mariscos, entre las ventajas que tienen estos lugares de comida es la cercanía a la playa permitiendo al turistas disfrutar de la vista mientras degustan sus platos, pero existe en especial uno que se encuentra en la carretera que es: Los Frailes.

Las artesanías elaboradas con tagua, la concha *Spondylus* o con barro son realizados por los mismo pobladores del lugar, pero son muy pocos que se dedican a este negocio ya que la mayoría de ellos se dedica a la pesca.

Así mismo, el lugar actualmente existen un hotel Machalilla, hostel Sol y playa que este último actualmente se encuentra a la venta, una hostería privada perteneciente a los dueños del Banco del Pichincha, cuyas reservas son emitidas desde la ciudad de Quito, otro sitio para hospedarse es en el restaurante los Frailes cuya propietaria del lugar tiene habitaciones de alquiler para los turistas que saben llegar a la zona y desconocen de un lugar cercano que les permita hospedarse.

3.3. DEMANDA DEL MERCADO

En la parroquia Machalilla la gran afluencia de turistas se debe a los principales destinos que tiene el mismo, la mayor parte de visitantes son pertenecientes a las

provincias del Guayas y de la región Sierra, al igual que existen turistas extranjeros de distintos países del mundo como rusos, italianos, canadienses, europeos, entre otros que desean conocer la belleza natural que el Ecuador y la provincia de Manabí les puede ofrecer.

En Machalilla los turistas acuden de pasada para disfrutar de los atractivos que tiene la parroquia, debido a que no existe una oferta hotelera variada que les permita escoger el mejor lugar para descansar, sin embargo, a pesar de esta carencia no deja de ser visitado el sector y sus alrededores.

La demanda de turistas que visitan en diferentes épocas del años, se ven motivados por las playas que están en la costa ecuatoriana además de las diferentes actividades que realizan los turistas ya sea de diversión, deportes, cultural, entre otras, que le permite pasar en compañía de sus amigos, familia o pareja quienes de cada lugar desean contemplar cada estructura e historia que ofrezca el sector.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DEL HOSTERÍA

4.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1.1. Razón social

Cacisha S.A. es el nombre de la razón social de la hostería implementarse el cual se trabajará como sociedad anónima por estar compuesta por una sociedad de capital, cuya propiedad está representada por acciones conformada por una junta de accionista, que permite negociar dentro del mercado.

4.1.2. Objeto social

La sociedad tiene por objeto:

- Realizar la planificación, realización, administración y promoción de la hostería temática cultural.

- Brindar un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes y ellos puedan llegar a recomendar a la hostería con amigos y familiares.

- Enfatizar la identidad cultural de las culturas Prehispánicas de la provincia y de la parroquia resaltando su historia y sus herencias.

- Promover el turismo mediante actividades mostrando los atractivos que cuenta el cantón y la parroquia.

4.1.3. *Logo*



Ilustración 23 Logo de Hostería

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.1.4. *Slogan*

“Vive una experiencia inolvidable en un lugar ancestral”

4.1.5. *Misión*

Ofrecer un servicio personalizado con una experiencia inolvidable enfocado en un ambiente cultural prehispánico que le permita tener lo mejor de la provincia a los clientes, satisfaciendo sus necesidades.

4.1.6. *Visión*

Lograr ser uno de las mejores hosterías posicionadas en el país enfocados en la identidad cultural y nacional, siendo la primera opción por los clientes nacionales e internacionales y permitiendo expandirse en diferentes sectores ofreciendo diversas temáticas que permitan conocer mejor el Ecuador.

4.1.7. *Valores*

Para la implementación de la hostería se regirá de valores de los cuales se trabajará con los colaboradores que tengan presente la importancia de servicio al cliente, serían:

- Empatía
- Honestidad

- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto
- Confianza
- Trabajo en equipo

4.1.8. Organigrama

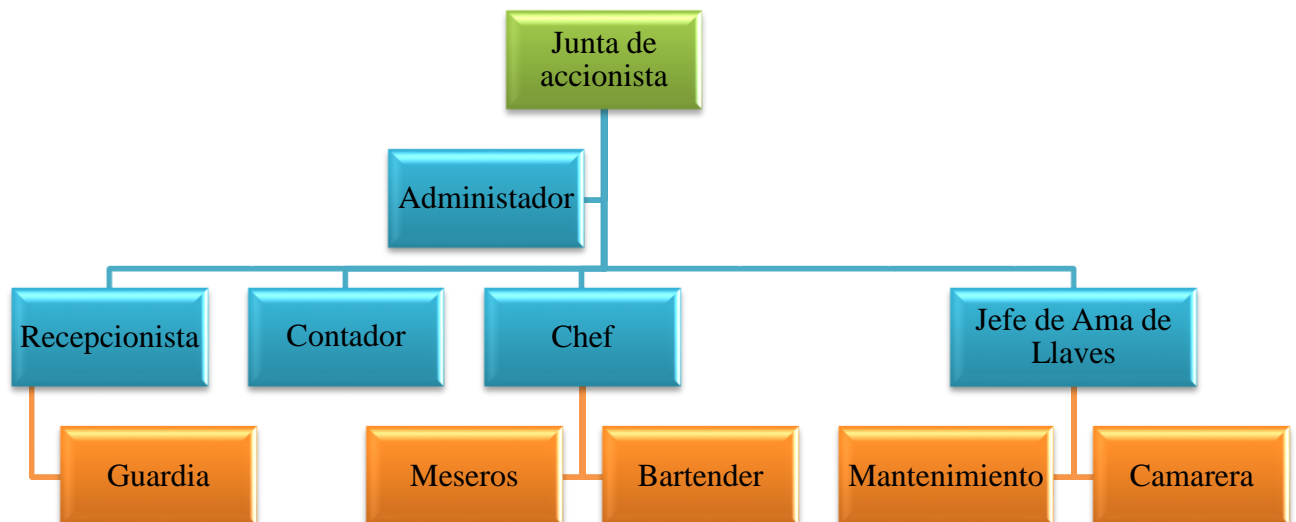


Ilustración 24 Organigrama de Personal del Hostería
Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.1.9. Estructura organizacional

4.1.9.1. Nómina

Tabla 17: Nómina de Personal de la Hostería Cacisha

PERSONAL DE LA HOSTERÍA	CANTIDAD
Recepcionista – Cajera	3
Bartender	1
Guardia	1
Meseros	2
Mantenimiento	1
Camarera	1
Chef	1
Jefe de ama de llaves	1
Contador	1
Administrador	1
Total	13

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

La hostería a implementarse contará con 13 personas encargadas de las diferentes áreas para el desarrollo del buen servicio que se les ofrecerán a los clientes.

4.1.9.2. Funciones

Administrador:

Cacisha S.A. tendrá un administrador el cual deberá cumplir funciones para el buen funcionamiento de la hostería tales como:

- Supervisar, administrar y dirigir las actividades que se realizan dentro de la hostería.
- Encargado de controlar al personal de las diferentes áreas.
- Planeación de Horarios del personal administrativo de la hostería.

- Realiza la contratación y selección del personal que laborará en el alojamiento.
- Encargado de la afiliación del personal al IESS y de los pagos que se le debe realizar estipulado en la ley.
- Capacitar al nuevo personal y rotarla en diferentes áreas para que mantengan conocimiento de todo lo que ofrece la hostería y trabajen en conjunto y ayudar a solucionar los problemas con los clientes.
- Comunicar las promociones y cambios en los precios de las habitaciones en temporada.
- Realizar un informe de las ventas realizadas mensualmente y anuales y entregarlas al área de contabilidad.
- Crea publicaciones mediante las redes sociales, con las ofertas que tiene la hostería en las diferentes temporadas del año.

Recepcionista-Cajera:

- Realizar check in y check out a los huéspedes.
- Encargado de cobrar los consumos de los huéspedes.
- Brindar información de los servicios que ofrece la hostería.
- Dar la bienvenida al huésped.
- Resolver los problemas que tenga el huésped con el servicio a ofrecer.
- Realizar reservaciones y cancelaciones de estadía de huéspedes.
- Verificar reporte de habitaciones y desayunos que presente el personal de restaurante y ama de llaves.
- Mantener aseada y ordenada la recepción.
- Facturación de la estadía de los huéspedes con tarjeta de crédito o efectivo.

Mesero:

- Realizar el Mice and Place de su área y ayudar con el de la cocina.
- Dar la bienvenida a los clientes que ingresen al restaurante.
- Ofrecer la variedad de platos que tiene el restaurante.

- Entregar y Retirar los platos de consumo de los clientes.
- Ser amistoso y cordial con los clientes
- Limpiar su área de trabajo.
- Lavar los utensilios platos a utilizarse en la hostería.
- Encargado de lavar y organizar la mercadería que llega a cocina.

Bartender:

- Encargado de realizar bebidas alcohólicas que requiera el huésped.
- Realizar el Mice and Place.
- Mantener limpia su área de trabajo.
- Realizar inventario de las bebidas existentes en el bar.

Guardia:

- Se encarga de mantener la seguridad dentro de la hostería.
- Realiza recorridos por las diferentes áreas de la hostería para verificar si están en perfecto orden.
- Revisa las cámaras de seguridad para ver si existe algún intruso al acecho.

Jefe ama de llaves:

- Encargada de mantener las habitaciones limpias y en orden.
- Realizar inventarios de los utensilios de las habitaciones y del material para uso de trabajo.
- Realizar horarios para la camarera y mantenimiento.
- Crear reporte de habitaciones indicado si están en buen estado y la disponibilidad de cada uno y entregarla a recepción.
- Supervisar el trabajo del personal de mantenimiento y camareras.
- Apoyar y capacitar al personal que se encuentre a cargo.
- Solucionar los problemas que percaten en las habitaciones.

Camarera:

- Encargada de la limpieza de las habitaciones.
- Indicar a su superior de los materiales de limpieza que faltase.
- Limpieza de las diferentes áreas de la hostería como lounge, salas de espera y galería.
- Encargada de la limpieza de ropa de los huéspedes si ellos lo requieren.
- Reponer jabonería, toallas y otro elemento que faltase o estos destruidos en la habitación.
- Indicar al jefe de algún daño que se encuentre en las habitaciones.

Mantenimiento:

- Encargado de la limpieza de la piscinas y de las áreas verdes de la hostería.
- Limpieza de los lugares inalcanzables por las camareras.
- Arreglar los artefactos e instalaciones que estén dañados o el mal estado en la hostería.

Jefe de ventas y mercadeo:

- Supervisar el área de recepción y ayudar a solucionar los problemas con los clientes.
- Realizar reservaciones en línea y por medio de llamadas telefónicas.
- Comunicar las promociones y cambios en los precios de las habitaciones en temporada.
- Realizar un informe de las ventas realizadas mensualmente y anuales y entregarlas al área de contabilidad.
- Crea publicaciones mediante las redes sociales, con las ofertas que tiene la hostería en las diferentes temporadas del año.

Chef:

- Encargado de realizar los horarios del personal de cocina y restaurante.
- Supervisar y controlar al personal.
- Realizar cambios en los menús eliminando los platos que menos consumen los clientes.
- Crear promociones en el área de restaurante.
- Planificación de platos nuevos e innovadores.
- Encargado de la elaboración de los platos que pidan los huéspedes.

Contador:

- Encargado del registro de las operaciones de la hostería como cajas chicas, ingresos y egresos.
- Pago de los proveedores.
- Archivar las facturas e ingresarlas al sistema contable.

4.1.9.3. *Horarios*

Tabla 18 Horarios del Personal del Hostería

PERSONAL ADMINISTRATIVO	TURNOS
Administrador	Lunes a Viernes 09:00 – 18:00
Jefe de A & B	Lunes a Domingo 09:00 – 18:00
Jefe de Ama de Llaves	Lunes a Sábados 09:00 – 18:00
Contador	Lunes a Sábados 09:00 – 18:00

PERSONAL OPERATIVO	TURNOS
Meseros	Lunes a Domingo 07:00 – 15:00 / 14:00 – 22:00
Bartender	Viernes a Domingo 18:00 – 02:00
Recepcionistas	Lunes a Domingo 05:00 – 14:00 / 14:00 – 22:00
Mantenimiento	Lunes a Domingo 09:00 – 17:00
Camarera	Lunes a Domingo 06:00 – 15:00

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.1.10. Mercado objetivo

Después de haber analizado la demanda, se determinó que el mercado objetivo está dirigido a turistas nacionales como extranjeros que van desde los 18 años en adelante, que tengan preferencia por el turismo del sol y playa y en especial que deseen una hostería temática de las culturas prehispánicas del Manabí y que posean un nivel socioeconómico medio y alto.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1. Localización de la propuesta

4.2.1.1. Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Manabí

Cantón: Puerto López

Parroquia: Machalilla

La hostería temática “Cacisha” estará ubicado en la parroquia rural Machalilla perteneciente al cantón Puerto López, en el camino de la ruta del Ruta del Spondylus.

Machalilla es uno de los lugares más privilegiados por sus grandes atractivos naturales, culturales que la parroquia contiene el cual muchos de estos atractivos son protegidos por el Parque Nacional Machalilla por su grandeza exótica que tiene sus playas y los animales que llegan al lugar.

Dentro de la parroquia se puede realizar distintas actividades tales como camping en las áreas de las comunas como es Aguas Blancas o también actividades deportivas como snorking, cabalgatas, exploración de aves silvestres, y animales marinos, caminatas entre otras debido a que se encuentra en un ambiente totalmente natural.

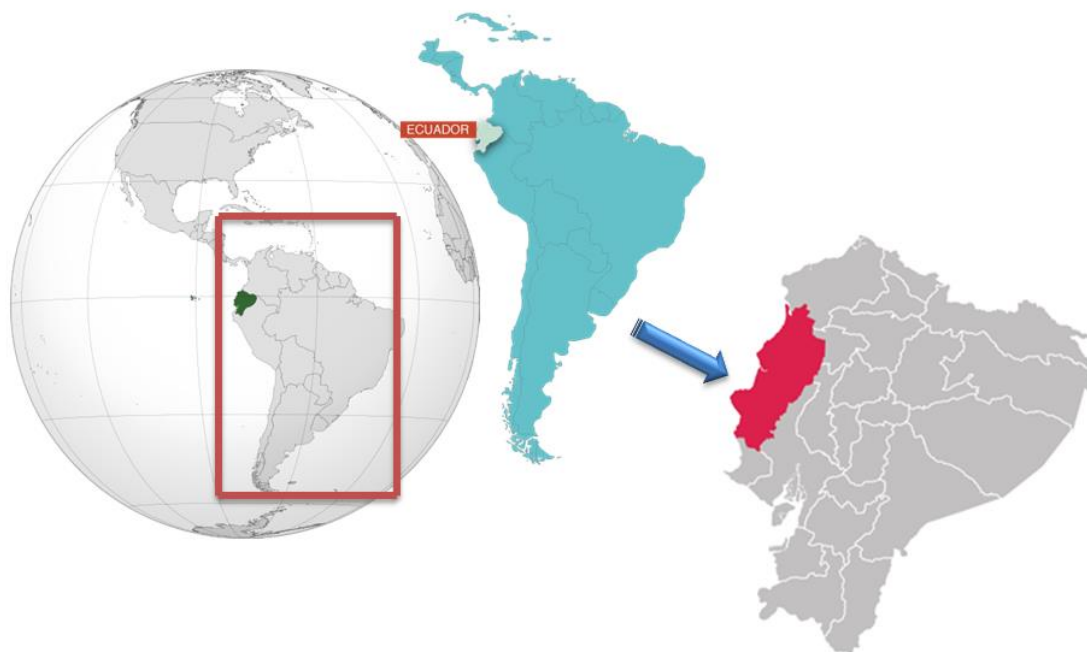


Ilustración 25 Mapa de Macro localización

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.2.1.2. *Micro localización*

Provincia: Manabí

Cantón: Puerto López

Parroquia: Machalilla

Sector: Cdla. Los Ciriales.

El terreno donde se va a construir la hostería se encuentra ubicado en la ciudadela los Ciriales, este terreno de 5 hectáreas esta frente al mar con una excelente vistas, y por el otro lado con la carretera que se encuentra en buenas condiciones permitiendo el acceso a diferentes medios de transportación como buses y carros particulares, por otra parte va a limitar con el Parque Nacional Machalilla, con las playas de los Frailes, la Tortuga y la Playita, entre otros atractivos que se va a encontrar más lejos como es la comuna de Agua Blanca, Puerto López y la Isla de la Plata.

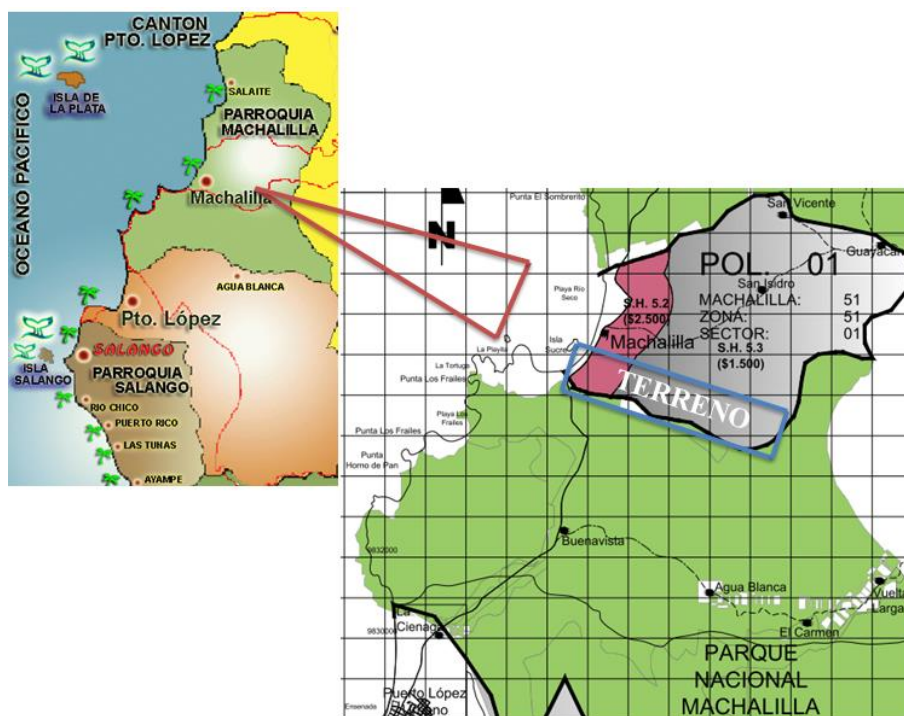


Ilustración 26 Mapa de Micro localización
Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.2.2. *Distribución física del espacio*

El terreno de la hostería “Cacisha” será distribuido de la siguiente manera:

- Tendrá un total de 12 habitaciones cada una contará con un área de 25 m².
- Recepción tendrá una dimensión total de 84 m².
- Cuenta con 40 parqueaderos para las personas que vienen a hospedarse o que van solo al restaurante.
- Tendrá una piscina para uso exclusivo de los huéspedes que será semi-olímpica 25 m de largo y 10m de ancho.
- Contará con una cancha de fútbol sintética de 55 m largo y 35 m ancho.
- El restaurante – bar tendrá una capacidad para 30 personas con un total de 100 m², y la cocina contará con un área de 35 m².
- Además de contar con áreas verdes en el terreno, tendrá una oficina, una pequeña bodega de cocina y bodega para otros implementos de la hostería.

El terreno es de 5 hectáreas pero la ocupación utilizada es 5.000 m² aproximadamente, por lo que será de grandes dimensiones que permitirá realizar futuras ampliaciones de la hostería.



Ilustración 27 Garaje

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 28 Entrada Principal

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 29 Entrada

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 30 Lobby

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 31 Galería

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

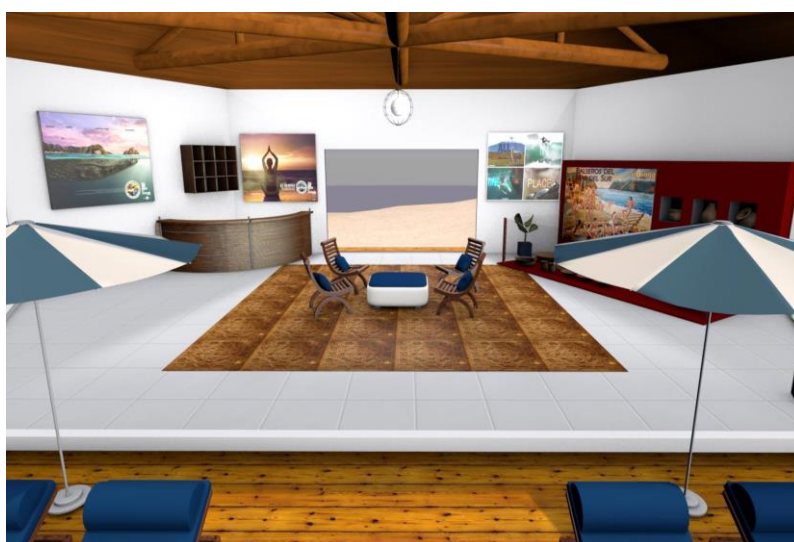


Ilustración 32 Vista de Recepción Lobby y Galería

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 33 Restaurante Bar

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 34 Vista de Restaurante

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 35 Vista Piscina Restaurante

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 36 Vista Piscina

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 37 Vista de Habitación

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 38 Interior de Habitación

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 39 Interior de Habitación Simple

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 40 Cancha Deportiva

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 41 Vista Panorámica de la Hostería

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie



Ilustración 42 Vista Panorámica 2

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.2.3. *Horario de funcionamiento*

“Cacisha” está abierto al público los 365 días del año, las 24 horas al día ofreciendo al huésped un servicio de calidad, y que cubran todas las expectativas de los clientes. Se trabaja pensando en los clientes, porque de ellos depende de la hostería.

4.2.4. *Infraestructura necesaria*

La hostería “Cacisha” contará con toda la infraestructura necesaria para brindar la mejor comodidad a los huéspedes y al personal que laborará dentro del alojamiento tales como:

Tabla 19 Infraestructura Necesaria de Cacisha

EQUIPAMIENTO DE OFICINA	
Cantidad	Artículo
2	Computadora de escritorio
2	Escritorios
1	Grapadoras
1	Impresora- Multifunción
2	Sillas de Oficina
3	Teléfono
1	Televisor
2	Juego de Esferos
2	Calculadora
2	Tijeras
1	Aire Acondicionado

EQUIPAMIENTO DE HABITACIONES	
Cantidad	Artículo
3	Cama de 3 Plazas
4	Cama de 2 Plazas
5	Cama de 1/2 Plaza
5	Juego de Sabanas de 3 Plazas
7	Juego de Sabanas de 2 Plazas
7	Juego de Sabanas de 1/2 Plaza
24	Juego de Almohadas
20	Juego de Toallas
12	Alfombra
12	Minibar
30	Juego de Tocador (Jabón – Shampoo - Rinse)
12	Lámpara de Pie
12	Servicio Higiénico
12	Ducha Privada
12	Lámpara de Techo
12	Cuadros Prehispánicos
12	Réplicas de Cerámicas Prehispánicas
12	Aire Acondicionado
12	Televisores

EQUIPAMIENTO DE COCINA	
Cantidad	Artículo
1	Cocina Industrial
1	Horno o Leña
1	Refrigeradora Industrial
1	Congelador
1	Microonda
1	Bodega de Almacenamiento de alimentos
1	Alacena
3	Juego de Ollas
3	juego de Cucharetas
3	Juegos de Sartenes
2	Licadoras
1	Batidoras

EQUIPAMIENTO DE SALÓN BAR - RESTAURANTE	
Cantidad	Artículo
15	Mantel
40	Sillas
10	Mesas
6	Juego de Cubiertos
1	Servilletas
10	Floreros
10	Juego de Vajillas
1	Equipo de Audio
3	Juegos de Coctelera
4	Juego de vasos
4	Juegos de copas
1	Televisor

EQUIPAMIENTO DE GALERÍA – LOUNGE - RECEPCIÓN	
Cantidad	Artículo
3	Vitrinas
15	Cuadros Prehispánicos
15	Réplicas de Cerámicas Prehispánicas
10	Lámparas de Techo
2	Maniquí Prehispánico
1	Caja Chica
1	Aire Acondicionado
1	Computadora de Escritorio
100	Trípticos con Información turísticas
2	Lámpara de Pie

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.2.5. Productos a ofrecer

Dentro de la hostería se ofrecerán las diferentes alternativas que permita al huésped sentirse relajado como en su propio hogar tal motivo se enfocará en los siguientes productos que se ofrecerá:



ALOJAMIENTO

- Habitaciones simples
- Habitaciones matrimoniales
- Habitaciones grupales

Con vista al mar con baño privado y televisor con tv cable



RESTAURANTE

- Gastronomía típica de Manabí
- Platos del mar
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas



ENTRETENIMIENTO

- Piscina
- Bar – Karaoke
- Cancha de fútbol, volley



SERVICIOS ADICIONALES

- Galería cultural
- Áreas verdes
- Wifi
- Parqueadero
- Información turística.

Ilustración 43 Productos a Ofrecer

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stehphanie

4.2.6. Control de calidad

Cacisha S.A. al ser una hostería cuyo fin es la satisfacción de los clientes enfocando en la cultura y la belleza natural de la provincia de Manabí, requiere de ciertas normas y procedimientos que deben ser cumplidos por el personal del establecimiento, y los futuros huéspedes para el buen funcionamiento y desarrollo de la planta turística a implementarse.

Para este control se debe realizar visitas sorpresas a cada de área, durante un periodo trimestral o mensual, para tener conocimiento de cómo labora el

personal y verificar a los encargados de cada área como manejan la supervisión y cuidado de la hostería.

Los objetivos principales de este control de calidad son:

- Cuidar el bienestar del personal que trabaja en la hostería.
- Fortalecer la cultura y respeto al medio ambiente.
- Trabajo en equipo con diferentes áreas.
- Llenar de confianza y comodidad al cliente que se alojará en la hostería.

4.2.6.1. *Servicio al cliente*

- El personal de la hostería tendrá constantemente capacitaciones como son: servicio al cliente que permita tener una buena comunicación entre el cliente y el empleado, primeros auxilios y en seguridad industrial para evitar cualquier pérdida humana o material.
- El personal de la hostería debe cumplir con las obligaciones impartidas por el jefe de área.
- Los encargados de la atención al cliente como es: restaurante, front desk o ama de llaves tendrán que mantener un aseo impecable en su área de trabajo al igual que su aspecto personal.
- El personal de front desk debe informar al cliente de los beneficios mediante su estadía, así como los respectivos horarios de atención que tiene el área de restaurante o bar y el uso de las piscinas.
- El personal de la hostería será recompensado a través de bonificaciones por su buen desempeño laboral, o ideas que brinden un mayor crecimiento para la hostería, para así a futuro ser ejemplo para sus compañeros.
- El personal de ama de llaves debe reponer día a día de los implementos que se encuentre en mal estado dentro de las habitaciones reportando esto mediante un formato que llevara el encargado.

4.2.6.2. *Mantenimiento*

- Los equipos de limpieza, maquinarias y artefactos se les hará el respectivo mantenimiento interno y externo para evitar posibles daños a futuro en un periodo bimensual o trimestral dependiendo del caso de cada máquina.
- La piscina deberá ser limpiada diariamente extrayendo cualquier suciedad que llegase a tener.
- Revisión semanalmente de la iluminación y detectores de humo que estén en buen funcionamiento.
- Los exhibidores, vitrinas que se encuentren en la galería de la hostería deberá ser inspeccionada diariamente para verificar que no existan algún tipo de daño.

4.2.6.3. *Salud, Seguridad e Higiene*

- El personal de cocina mantendrá todos los alimentos limpios, almacenados, etiquetados con su fecha de caducidad, peso, y evitar la contaminación cruzada.
- El personal de cocina deberá mantener un buen aspecto personal, estar limpio, y llevar su uniforme como es debido esto incluye: cabello recogido con su respectiva malla, zapatos antideslizantes, entre otros.
- Los alimentos que se comprarán a los proveedores deberán ser frescos y tener una documentación de respaldo se encargará de tenerla el jefe de Alimentos y Bebidas y el Proveedor.
- El personal de la hostería deberá ser revisado al ingreso y salida del su jornada laboral para evitar algún tipo de hurto.
- Se prohíbe el uso de celulares en jornadas laborales, será permitido una emergencia o en horas del almuerzo.
- Cuando cierre del restaurante los meseros deberán dejar organizado y aseado las diferentes áreas del mismo.
- Las personas que conforman cocina, no podrán laborar mientras contengan enfermedades infecciosas ya que podrían traer consecuencias a la hostería.

4.2.6.4. *Ambiental*

- Cacisha aparte de enfocarse en la cultura de la provincia tiene como fundamento principal el cuidado del medio ambiente, por lo tanto, en diferentes áreas de la hostería se colocarán tachos de basura con diferentes etiquetados que permitan separar los diferentes tipos de desechos y que permita crear un nivel de cultura de aseo a los huéspedes y al personal que labora en el mismo. .



Ilustración 44 Contenedores Ecológicos

Fuente: Contenedores de Basura

- La construcción de la hostería utilizará materiales ecológicos como bambú para evitar el riesgo de la contaminación ambiental, aparte que permitirá darle una estilo más rustico y cómodo al alojamiento.

4.3. ESTUDIO AMBIENTAL

4.3.1. *Permisos ambientales*

La creación de una hostería temática en la parroquia Machalilla, necesita de ciertos permisos ambientales para el funcionamiento, además de contar con ciertos recursos naturales que se deben cuidar.

Licencia de ambiente: “Es un documento que otorga a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que debe cumplir para prevenir, mitigar o corregir los efectos indeseables que el proyecto pueda causar en el ambiente.” (Ministerio de Ambiente, s.f.)

Pasos son:

- Ingresar a la página www.ambiental.gob.ec.
- Escoger la opción Sistema Único de Información Ambiental.
- Escoger regularización Ambiental.
- Escoger la pestaña consulta de categoría para saber la categoría del establecimiento.
- Así que este proyecto es de categoría II, ya que Construcción y/u operación de hostería y paraderos turísticos.

Procedimientos:

- Registro del encargado en el Sistema Único de Información Ambiental (SUIA):
Previamente a registrar el proyecto deberá contar con un nombre de usuario y contraseña que será asignado automáticamente.
- Registro del proyecto, en el sistema único de información ambiental:
Una vez que tenga un usuario y contraseña podrá ingresar al campo “información del proyecto”, deberá completar lo que le el sistema pida.
- Pago por servicios administrativos:
Deberá realizar el pago de \$180 al Ministerio de Ambiente en el Banco del Fomento son de:
 - Revisión y calificación de Ficha Ambiental y emisión de Licencia Ambiental \$100.
 - Pago por control y seguimiento corresponde a \$80.
- Descarga de manuales
Descargar el formato de ficha y plan de manejo ambiental, además de encontrarse con el manual para la elaboración de esta ficha ambiental.
- Ingreso de la Ficha Ambiental (FA):

Se ingresará al Sistema Único de Información Ambiental (SUIA), la ficha ambiental en donde deberá constar el plan de manejo y el proceso de información social.

- Verificación de la documentación por parte del técnico especialista:
La documentación será revisada por un técnico del MINISTERIO DEL AMBIENTE. En el caso de que no cumpla con los criterios técnicos y legales, se emitirán las observaciones para su corrección. Si los documentos están correctos, se emitirá el oficio de aprobación de la ficha y plan de manejo ambiental.
- Pre-visualización de la licencia ambiental:
Una vez emitido el oficio de aprobación de la ficha y plan de manejo ambiental, se desplegará la opción de pre-visualización de la Licencia Ambiental Categoría II y se podrá corregir algún dato mal colocado del encargado.
- Impresión:
Se podrá imprimir la licencia con la firma digital del responsable y un número único de identificación.
- Duración del proceso de regularización ambiental:
El proceso de licenciamiento tendrá una duración de 15 días a partir del ingreso de la Ficha Ambiental al Sistema Único de Información Ambiental (SUIA).

4.3.2. Permisos municipales

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Puerto López de la dirección de turismo se necesita los siguientes requisitos: (GAD del Cantón de Puerto López)

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatus, tratándose de Personas Jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
- Copia De RUC.
- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación.

- Certificado del IEPE, de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Copia de escritura de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original, copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal. (Formulario del Ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o Representante Legal, sobre los valores declarados.
- 7 fotos del establecimiento.
- Copia de pagos de predios urbanos.

4.3.3. *Permiso de bombero*

- 4 copias de planos completos con las firmas de responsabilidades.
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante.
- Copia de factura del extintor o recarga.
- Copia de Predios Urbanos (Municipio).
- Copia de Predios Urbanos (Bomberos).

4.3.4. *Contribución de Cacisha*

La hostería Cacisha al no existir un grupo de ayuda ecológico dentro de la parroquia trabajará de forma individual en el desarrollo ambiental del área, incentivando en si a la población a contribuir en el mejoramiento y resguardo de la belleza natural del sector, por lo tanto se tomará las siguientes medidas:

- Realizar mingas en la playa separando cada producto o envase encontrado en un saco diferente para luego llevarlo a una recicladora.
- Reducir el uso de agua potable evitando que existan algún tipo de riego que desperdicie el mismo.

- Sembrar plantas y árboles en las diferentes áreas verdes que existen dentro de la hostería, así permitirá purificar el aire que respiran los turistas que llegan.

4.4. PLAN DE MARKETING

4.4.1. Segmentación del mercado

Está realizada en base a muchos factores de estudio para así encontrar el mercado al cual se va a dirigir el proyecto.

Tabla 20 Mercado Objetivo

GEOGRÁFICAS	DATOS
País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Manabí
Clima	Tropical

DEMOGRÁFICAS	DATOS
Edad	18 en adelante
Sexo	Hombre y mujer
Religión	Indistinto
Nacionalidad	Nacionales y Extranjeros

SOCIOECONÓMICA	DATOS
Ingreso	Indistinto
Instrucción	Indistinto
Ocupación	Indistinto

PSICOGRÁFICOS	DATOS
Clase social	Media y Alta
Estilos de vida y valores	Viajes de Entretenimiento
Personalidad	Indistinta

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

El proyecto está dirigido a turistas nacionales y extranjeros, con edad desde 18 años en adelante, de un estatus social media y alta, ya que muchos de estos turistas van de vacaciones o para pasar un fin de semana para relajarse o

simplemente buscar diversión y conocer diferentes puntos del país y en especial de Manabí.

4.4.2. Estrategias de posicionamiento

La hostería “Cacisha” para estar posicionada dentro del mercado y ser una de las primeras opciones para los clientes se deberá trabajar con las debilidades que tenga el área donde se desea implementar, enfocando el trabajo en conjunto entre la hostería y la comunidad.

Lo primero que observan los turistas tanto nacionales como extranjero al ingresar a la parroquia el paisaje natural que posee, teniendo pequeños problemas en el lugar a base de la contaminación en la arena, se desea establecer confraternidad con los pescadores para evitar el desecho de especies marinos alrededor de la playa indicándoles que la llegada de turistas al lugar incrementaría las ganancias en la parroquia.

Otra opción es colocar letreros que indiquen el cuidado del medio ambiente dentro de las áreas del alojamiento incluso se colocará contenedores de desechos que serán clasificados dependiendo del material que se bote, esto se hará con la finalidad de cuidar la playa y las especies marinas, una vez tomada la iniciativa muchos de los habitantes tomarán como un ejemplo para implementarlo.

Una vez trabajado en estos pequeños problemas que pueden afectar a la hostería se implementarán un plan de posicionamiento para lograr ser dentro del mercado hotelero uno de los mejores con innovación por ser la primera hostería temática de las culturas prehispánicas.

4.4.3. Estrategias de marketing

La hostería Cacisha se enfatizará en ingresar al mercado hotelero a través de la comercialización, distribución y promoción que mostrará ante sus consumidores que son los clientes, brindado la mejor cortesía, limpieza y comodidad a los huéspedes mediante su periodo de estadía.

Su forma de promoción será el aspecto prehispánico que se podrá visualizar en su interior y en la galería que tendrá la hostería, cuyo fin es mostrar a los huéspedes la importancia que tiene el alojamiento al fortalecer la identidad cultural de las culturas que existen en la historia de la provincia de Manabí.

4.4.4. *Marketing Mix*

4.4.4.1. *Producto*

La hostería temática prehispánica Cacisha, brinda servicio de alojamiento, restaurante, y canchas de deportes, para satisfacer las necesidades del cliente.

La hostería tendrá capacidad para 26 personas con un total de 12 habitaciones adecuadas a la época contando con 3 simples, 3 dobles, 2 matrimoniales, 3 triples, 1 cuádruple, las que incluirán con servicios complementarios en las habitaciones como televisión, baño privado, cada una siendo diferente porque representan las culturas de esta provincia, permitiendo al turista conocer más acerca de las misma y la importancia que tiene para el manabita, mientras que el restaurante tendrá una capacidad para 32 personas, también contará con espacios de entretenimiento para los huéspedes, donde podrán tener una estadía placentera, tales como: áreas verdes con jardines, galería donde los turistas podrán observar pinturas y réplicas de piezas arqueológicas que estarán a la venta, bar karaoke, restaurante, piscina, canchas deportivas y por ultima una vista espectacular a la playa.

Su clasificación seria así:

Tabla 21 Tipos de Habitaciones

HABITACIONES SIMPLES	
Habitación	Temática
1 Simple	Las Vegas
2 Simple	Valdivia
3 Simple	Machalilla
TOTAL	3

HABITACIONES DOBLES

Habitación	Temática
1 Doble	Chorrera
2 Doble	Jama – Coaque
3 Doble	Bahía
TOTAL	3

HABITACIONES MATRIMONIALES	
Habitación	Temática
1 Matrimonial	Valdivia
2 Matrimonial	Machalilla
TOTAL	2

HABITACIONES TRIPLES	
Habitación	Temática
1 Triple	Manteño Huancavilca
2 Triple	Guangala
3 Triple	Chorrera
TOTAL	3

HABITACION CUÁDRUPLE	
Habitación	Temática
1 Simple	Manteño Huancavilca
TOTAL	1

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Steffhanie

4.4.4.2. Precio

El precio es primordial ya que estarán sujetos a los siguientes factores:

- Comparación de precios a la competencia que existan alrededor.
- Tendrá una variación del 12% dependiendo de la temporada de año en curso.

Tabla 22 Precio de servicios de la Hostería

ALOJAMIENTO	
Habitación	Precio por noche
Simple	\$ 35
Doble	\$ 45
Matrimonial	\$60
Triple	\$80
Cuádruple	\$90

ALIMENTACION	
Alimentación	Precio
Desayuno	\$ 8,00
Platos (mariscos)	\$10,00
Platos manabas	\$5,00
Limonada (Jarra)	\$4,50

BAR	
Bebidas	Precio
Cervezas nacionales	\$ 3,00
Cervezas internacionales	\$ 5,00
Vaso de whisky	\$ 7,00
Vaso de vodka	\$ 6,00
Agua	\$ 1,25
Gaseosas	\$2,00

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.4.4.3. Plaza

La hostería “Cacisha” estará ubicado en el cantón de Puerto López, en la parroquia Machalilla en la ciudadela Los Ciriales, está en una excelente ubicación entre la carretera de la costa ecuatoriana o Ruta del Spondylus y frente al mar, por último la cercanía que se encuentra con un área protegida, que es el Parque Nacional Machalilla.



Ilustración 45 Foto del terreno del Hostería

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

La playa no ha sido explotada turísticamente a diferencia de los otros sectores del cantón, al implementarse una hostería con excelente ubicación, llamaría bastante la atención de los turistas porque sería el primer alojamiento prehispánico en el lugar y en el país.

4.4.4.4. Promoción

La hostería “Cacisha” será difundido por diferentes medios de comunicación para que los turistas nacionales y extranjeros lo conozcan y sea su primera opción de hospedaje en sus próximos viajes permitiendo estar en las mentes de los consumidores. Por la cual se utilizará las siguientes herramientas de promoción:

- **INTERNET:**
 - **Página web:** Permite conocer la hostería, su ubicación, tarifas de hospedaje, y las demás cosas con las que contaría y su hermosos paisajes que tendría a sus alrededores, además tendrá números telefónicos y correo electrónico para contacto directo de la hostería para que los turistas puedan conocer afondo las tarifas y promociones.
 - **Redes sociales:** Este medio es el más visitado por la información actualizada que transmite día a día, a través de esta vía, permitirá a los turistas conocer acerca de las actividades que se realicen en el hostería, parroquia o cantón, además que este medio no genera costo alguno al anunciar alguna actividad en la paginas tales como Facebook, instagram y twitter.



Ilustración 46 Red social Facebook

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

- **Trip Advisor:** Es una página web en donde se encuentra todos los lugares de alojamiento, restauración y los turistas emiten su punto de vista acorde a la experiencia que tuvieron en el lugar.
- **TELEVISIÓN, PERIÓDICO Y RADIO:**

Son medios de comunicación en donde se emite la publicidad mediante avisos o comerciales visuales y auditivos que llegan a toda clase de consumidor permitiendo conocer el alojamiento como una alternativa de estadía, su diseño de comercialización publicitaria dependerá de la creatividad del diseñador al ser impactante y original dentro del mercado permitiendo posicionarse en la mente de los consumidores.
- **ENTIDADES PÚBLICAS:**

El gobierno actualmente está promocionando al Ecuador para que diversos grupos de personas de diferentes partes del mundo pueda conocer el país, como por ejemplo la licencia de la marca país “Ecuador ama la vida” obtiene un valor agregado al ser reconocido, certifica su origen y calidad, además existen otras

instituciones como es el ITUR que se encuentra en el cantón de Puerto López.

- **PUBLICIDAD:**

Publicidad se puede entregar en diferentes puntos del país mediante afiches, souvenir (plumas, agendas, gorras, llaveros, pulseras, botones), además de entregar dípticos a diferentes agencias de viajes.

- **PUBLICIDAD EN VIAS PUBLICAS:**

Vallas ubicados en las principales ciudades del país, como también en la Ruta del Spondylus

4.4.5. *Presupuesto de marketing*

El presupuesto para la hostería temática Cacisha se efectuará mediante el costo de los diferentes medios de promoción, el cual se lo realizará dos veces al año con el mismo valor indicado en la presente tabla de precio.

Tabla 23 Presupuesto de Marketing

MEDIO	SECCIÓN	ESPACIO	PERÍODO	COSTO
Revistas				
Transport	Media Página	Horizontal 15,5x10,50c m	c/ semestre	\$ 400,00
Volantes				
Impresión Afiches	500	A3 full color	fin de semana y feriado	\$ 200,00
Otros				
Páginas web	-	-	Diario	\$ 300,00
Obsequios promocionales	-	-	c/ semestre	\$ 200,00
Vallas publicitarias	-	-	c/ semestre	\$700,00
TOTAL PRESUPUESTO				\$ 1.800,00

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.4.6. *Esquema de monitoreo de resultados esperados del mercado*

Sirve para evaluar el lugar donde se va implementar el proyecto, que en este caso sería la parroquia rural Machalilla e identificar las posibles oportunidades que existen.

Tabla 24 Esquema de Monitoreo de Resultados

SEGUIMIENTO	ACCIÓN	% CUMPLIMIENTO
Identidad cultural	Promover a los turistas sobre la rica cultura que posee la provincia.	100%
Brindar información sobre los atractivos turísticos.	La recepción tendrá conocimientos óptimos para brindar información a los turistas sobre los atractivos que poseen el lugar y el cantón en sí.	90%
Señaléticas y vigilancia en la playa	Conversatorios con las autoridades mejorar la playa.	70%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5. FINANCIAMIENTO

4.5.1. *Inversión Inicial*

Para la creación de la hostería Cacisha se deberá contar con una inversión inicial de \$519.811, de los cuales comprenderá el valor del terreno, la cantidad de caja chica a usarse ya sea para algún imprevisto que se de en la empresa, el pago de 2 meses de sueldos para los empleados, también formará parte los equipos de producción que servirán para la elaboración de los productos que se venderán en el restaurante, los equipos de computación donde se mantendrán la documentación e información de los clientes incluyendo el valor de la compra de los artículos culturales como son los cuadros y réplicas, por último sus gastos constitucionales que se basa en la creación de planos, impuestos y consultorías que se realizan a los ingenieros civiles y arquitectos.

Tabla 25 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL

EFFECTIVO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Caja chica	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Sueldos	2	\$ 7.507	\$ 15.014
TOTAL			\$ 16.514
TERRENO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Terreno (hectárea)	5	\$ 90.000	\$ 450.000
TOTAL			\$ 450.000
EDIFICIO / INFRAESTRUCTURA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cabañas	12	\$ 900	\$ 10.800
Piscina	1	\$ 8.000	\$ 8.000
Restaurante/ Bar	1	\$ 1.900	\$ 1.900
Cancha deportiva	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Área Verde	1	\$ 1.000	\$ 1.000
TOTAL			\$ 23.700
EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	2	\$ 140	\$ 280
Sillas Ejecutivas	2	\$ 25	\$ 50
Archivadores	5	\$ 2	\$ 10
televisor 32"	14	\$ 380	\$ 5.320
Acondicionador de Aire 12BTU	12	\$ 282	\$ 3.384
Vitrina	1	\$ 150	\$ 150
Caja Registradora	1	\$ 70	\$ 70
Teléfono con extensión	14	\$ 18	\$ 252
Cámara de Seguridad	2	\$ 45	\$ 90
TOTAL			\$ 9.606
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	2	\$ 690	\$ 1.380

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla cantón Puerto López

Impresora Multifunción	1	\$ 89	\$ 89
TOTAL			\$ 1.469
MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Juego de Comedor (4 personas)	8	\$ 300	\$ 2.400
Camas de 3 Plazas	2	\$ 320	\$ 640
Camas de 2 Plazas	2	\$ 190	\$ 380
Cama de 1 1/2 Plaza	8	\$ 180	\$ 1.440
Camas literas	4	\$ 330	\$ 1.320
Juego de Toallas	32	\$ 8	\$ 256
Almohadas	25	\$ 8	\$ 188
Juego de Sabanas	32	\$ 17	\$ 528
Silla Perezosa (Habitación)	12	\$ 30	\$ 360
Lámpara de Pie	15	\$ 30	\$ 450
Parasol	12	\$ 7	\$ 80
Sillas de plástico para la playa	20	\$ 15	\$ 300
Cajoneras	12	\$ 60	\$ 720
Tacho de Basura	13	\$ 2	\$ 20
Contenedor de basura ecológica	5	\$ 25	\$ 125
Parlantes	1	\$ 148	\$ 148
TOTAL			\$ 9.354
EQUIPOS PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Licuada	2	\$ 45	\$ 90
Refrigeradora de dos puertas industrial	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Cocina de 4 hornillas con horno industrial	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Microonda	1	\$ 109	\$ 109
Batidora	1	\$ 18	\$ 18
Utensilios para cocina	1	\$ 320	\$ 320
Vajilla	15	\$ 16	\$ 240
Lavadora	1	\$ 645	\$ 645
Secadora	1	\$ 550	\$ 550
Juego de tazas	3	\$ 15	\$ 45
Congelador	1	\$ 563	\$ 563
Juego de Cristalería	4	\$ 45	\$ 180
Coctelera 16 oz alegacy	1	\$ 8	\$ 8
TOTAL			\$ 6.468
ARTICULOS CULTURALES			

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla cantón Puerto López

DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Réplicas de estatuillas	45	\$ 8	\$ 360
Cuadro	26	\$ 15	\$ 390
TOTAL			\$ 750
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	V. UNITARIO	V. TOTAL
Planos	1	\$ 500	\$ 1.500
Consultoría Técnica	1	\$ 200	\$ 200
Tasa y permisos	1	\$ 250	\$ 250
TOTAL			\$ 1.950
TOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL			\$ 519.811

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5.2. Balance Inicial

El balance inicial se dividirá en activos, pasivo y patrimonio permita conocer el valor que se prestará a la Corporación Financiera Nacional (CFN) que serán del 70% de la inversión que sería de \$363.868 durante 4 años y una tasa de interés de 9,80% cuyo cuota mensual será del \$9.194, el 30% de la inversión lo cubre los inversionistas.

Tabla 26 Balance Inicial

BALANCE INICIAL			
<u>ACTIVOS</u>			<u>PASIVOS</u>
Activo Corriente		\$ 16.514	Pasivo Largo Plazo
Caja	\$ 16.514		Documentos por pagar
			\$363.868
Activo Fijo		\$ 500.597	TOTAL PASIVOS
Terrenos	\$ 450.000		\$363.868
Edificios	\$ 23.700		
Equipos de Oficina	\$ 9.606		<u>PATRIMONIO</u>
Muebles y Enseres	\$ 9.354		Capital Propio
Equipos de Computación	\$ 1.469		\$155.943
Equipos de Producción	\$ 6.468		TOTAL PATRIMONIO
			\$155.943
Otros Activos		\$ 750	
Artículos Culturales	\$ 750		
Activo Diferido		\$ 1.950	
Gastos de Constitución	\$ 1.950		
TOTAL ACTIVOS		\$ 519.811	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$519.811

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5.3. Estado de Pérdidas y Ganancias

A través del estado de Perdida y ganancias se permitirá conocer los gastos y ganancias de la empresa, obteniendo el primer año una utilidad neta dentro del ejercicio de \$190.931 mientras que el último año será de \$299.269 considerando la inflación del 3,67% como parte de la variación de la proyección del negocio.

Entre los gastos están los sueldos del personal administrativo además de los servicios básicos que se tiene que cancelar mensualmente, los uniformes que se dará al personal que conforman la hostería, suministros de oficinas que se utilizarán para el uso de mismo incluyendo las depreciaciones de los activos fijos de la empresa, además de los costos operacionales que forman parte del servicio como restaurante, bar, galería y mano de obra directa.

Los ingresos que obtendría la hostería con una capacidad utilizada del 70% diariamente que involucra el servicio de alojamiento, restauración, bar y galería.

Tabla 27 Estado de Pérdidas y Ganancias

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 452.328	\$ 486.138	\$ 522.475	\$ 561.529	\$ 603.501
(-) Costos de Operación	\$ 72.280	\$ 76.253	\$ 79.051	\$ 81.953	\$ 84.960
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 380.048	\$ 409.885	\$ 443.424	\$ 479.576	\$ 518.541
(-) Gastos en Administración	\$ 56.244	\$ 57.253	\$ 59.254	\$ 60.841	\$ 62.996
(-) Gastos de Ventas	\$ 3.600	\$ 3.732	\$ 3.869	\$ 4.011	\$ 4.158
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 320.204	\$ 348.900	\$ 380.301	\$ 414.724	\$ 451.387
(-) Gastos Financieros	\$ 32.223	\$ 24.212	\$ 15.380	\$ 5.642	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 287.980	\$ 324.688	\$ 364.921	\$ 409.083	\$ 451.387
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 43.197	\$ 48.703	\$ 54.738	\$ 61.362	\$ 67.708
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 244.783	\$ 275.985	\$ 310.183	\$ 347.720	\$ 383.679
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 53.852	\$ 60.717	\$ 68.240	\$ 76.498	\$ 84.409
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 190.931	\$ 215.268	\$ 241.943	\$ 271.222	\$ 299.269

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5.4. Flujo de Caja

Permitirá conocer los movimientos que tiene la hostería anualmente y a su vez verificar a través de los diferentes flujos la entrada y salida del dinero en efectivo.

Tabla 28 Flujo de Caja Anual

FLUJO DE CAJA ANUAL

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 452.328	\$ 486.138	\$ 522.475	\$ 561.529	\$ 603.501
(-) Egresos de efectivo		\$ 125.957	\$ 230.070	\$ 247.377	\$ 266.055	\$ 286.248
Gastos de operación		\$ 72.280	\$ 76.253	\$ 79.051	\$ 81.953	\$ 84.960
Gastos de administración		\$ 50.077	\$ 53.035	\$ 55.036	\$ 57.113	\$ 59.268
Gastos de ventas		\$ 3.600	\$ 3.732	\$ 3.869	\$ 4.011	\$ 4.158
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 53.852	\$ 60.717	\$ 68.240	\$ 76.498
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 43.197	\$ 48.703	\$ 54.738	\$ 61.362
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 326.371	\$ 256.068	\$ 275.099	\$ 295.474	\$ 317.254

FLUJO DE FINANCIAMIENTO

Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 78.139	\$ 86.150	\$ 94.982	\$ 104.720	\$ -
Pago de intereses		\$ 32.223	\$ 24.212	\$ 15.380	\$ 5.642	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ (110.362)	\$ (110.362)	\$ (110.362)	\$ (110.362)	\$ -

FLUJO NETO DE CAJA	\$ (519.988)	\$ 216.009	\$ 145.706	\$ 164.737	\$ 185.111	\$ 317.254
---------------------------	---------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5.5. Balance General

El balance General se lo ha proyectado durante 5 años del negocio, lo cual se detalla sus activos, pasivos y patrimonios de la hostería “Cacisha”, permitiendo conocer el avance del alojamiento en las diferentes etapas de tiempo.

Los activos de la empresa estarán constituidos por los activos corrientes que conforman la caja del mismo en donde se encontrar el dinero en efectivo con que cuenta la hostería; los activos fijos que posee el alojamiento que al final del ejercicio se irán depreciando dependiendo el tiempo estipulado de uso; y los otros activos que son los artículos culturales compuestos por las réplicas y cuadros que se usarán para decoración y venta del mismo.

Pasivo son todas las deudas de la empresa y patrimonio es la utilidad que tiene la hostería.

Tabla 29 Balance General Anual

BALANCE GENERAL ANUAL

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 232.700	\$ 378.406	\$ 543.143	\$ 728.254	\$ 1.045.508
Total Activos Corrientes	\$ 232.700	\$ 378.406	\$ 543.143	\$ 728.254	\$ 1.045.508
Activos Fijos					
Terrenos	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000
Edificios	\$ 23.700	\$ 23.700	\$ 23.700	\$ 23.700	\$ 23.700
Equipos de Oficina	\$ 9.606	\$ 9.606	\$ 9.606	\$ 9.606	\$ 9.606
Muebles y Enseres	\$ 9.354	\$ 9.354	\$ 9.354	\$ 9.354	\$ 9.354
Equipos de Computación	\$ 1.469	\$ 1.469	\$ 1.469	\$ 1.469	\$ 1.469
Equipos de Producción	\$ 6.468	\$ 6.468	\$ 6.468	\$ 6.468	\$ 6.468
(-) Depreciación Acumulada	\$ (4.217)	\$ (8.435)	\$ (12.652)	\$ (16.380)	\$ (20.108)
Total Activos Fijos	\$ 496.379	\$ 492.162	\$ 487.945	\$ 484.217	\$ 480.489
Otros Activos					
Artículos.3 Culturales	\$750	\$750	\$750	\$750	\$750
Total Otros activos	\$750	\$750	\$750	\$750	\$750
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 1.950	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
(-) Amortización Acumulada	\$ (1.950)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total Activos Diferidos	\$ -	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla
cantón Puerto López

TOTAL ACTIVOS	\$ 729.830	\$ 871.318	\$ 1.031.837	\$ 1.213.221	\$ 1.526.747
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 43.197	\$ 48.703	\$ 54.738	\$ 61.362	\$ 67.708
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 53.852	\$ 60.717	\$ 68.240	\$ 76.498	\$ 84.409
Total Pasivos Corrientes	\$ 97.049	\$ 109.420	\$ 122.979	\$ 137.861	\$ 152.117
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 285.853	\$ 199.703	\$ 104.720	\$ (0)	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 285.853	\$ 199.703	\$ 104.720	\$ (0)	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 382.902	\$ 309.123	\$ 227.699	\$ 137.861	\$ 152.117
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 155.997	\$ 155.997	\$ 155.997	\$ 155.997	\$ 155.997
Utilidad del Ejercicio	\$ 190.931	\$ 215.268	\$ 241.943	\$ 271.222	\$ 299.269
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 190.931	\$ 406.199	\$ 648.142	\$ 919.364
TOTAL PATRIMONIO	\$ 346.927	\$ 562.196	\$ 804.138	\$ 1.075.360	\$ 1.374.630
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 729.830	\$ 871.318	\$ 1.031.837	\$ 1.213.221	\$ 1.526.747

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5.6. Evaluación del Proyecto

La evaluación del proyecto permitirá conocer si la hostería llegará a ser viable o no, mediante este análisis se ha llegado a la conclusión que es viable percibido por el VAN que es positivo, además tasa interno de retorno es de 26% además por cada dólar invertido se genera una ganancia de \$0,35 y su periodo de recuperación es de dos años 9 meses, por lo que se ha decidido hacer un prestamos de 4 años

Tabla 30 Evaluación del Proyecto

EVALUACIÓN PROYECTO

INVERSIÓN INICIAL	\$ (519.988)
Flujo año 1	\$ 216.009
Flujo año 2	\$ 145.706
Flujo año 3	\$ 164.737
Flujo año 4	\$ 185.111
Flujo año 5	\$ 317.254

EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 182.097
TIR	26%
B/C	\$ 0,35
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2 años, 9 meses

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5.7. Ratios

Tabla 31 Ratios Financieros

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	70,79%	71,77%	72,79%	73,86%	74,79%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	42,21%	44,28%	46,31%	48,30%	49,59%
RETORNO SOBRE ACTIVOS	Utilidad Neta / Activo Total = %	26,16%	24,71%	23,45%	22,36%	19,60%
RETORNO SOBRE CAPITAL	Utilidad Neta / Capital = %	55,03%	38,29%	30,09%	25,22%	21,77%

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.5.8. Escenarios

Tabla 32 Escenario Optimo y Pesimista

ESCENARIOS

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (519.988)	\$ (519.988)	\$ (519.988)
Flujo 1	\$ 169.583	\$ 216.009	\$ 280.627
Flujo 2	\$ 116.452	\$ 145.706	\$ 193.378
Flujo 3	\$ 132.581	\$ 164.737	\$ 215.972
Flujo 4	\$ 149.855	\$ 185.111	\$ 240.176
Flujo 5	\$ 168.322	\$ 317.254	\$ 376.434
VAN	\$ 8.370	\$ 182.097	\$ 361.331
TIR	13%	26%	39%
B/C	0,02	0,35	0,69
PRI	3 años, 7 meses	2 años, 9 meses	2 años, 1 meses

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Los escenarios del proyecto permiten conocer si el proyecto puede ser viable o no en este caso en los tres escenarios se ve que el proyecto si es viable considerando que para el escenario pesimista se utilizó una ocupación del 60% mientras que el optimista del 80% y el 70% normal considerado como rentable y recuperando la inversión en un tiempo módico de 2 años y 9 meses siendo cercano al escenario optimista a diferencia del pesimista que su tiempo de recuperación se tardaría en 3 años 7 meses con una TIR muy pobre y un beneficio de costo que no permite ver gran ganancia en la implementación del proyecto.

4.6. IMPACTOS

Los impactos son el resultado de implementación de un proyecto turístico que en este caso sería una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí ubicado en la parroquia Machalilla y los impactos que se han analizado son los siguientes: ambiental, económico, turístico, cultural y social, considerando la puntuación de cada nivel que podrían ser resultados positivos o negativos a la comunidad.

La tabla de impactos se da una valoración de 1 a 3 positivo y negativo, que se calificará según los criterios que se han determinado:

Tabla 33 Puntaje

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Alto negativo
-2	Intermedio negativo
-1	Bajo negativo
0	Nulo
1	Bajo positivo
2	Intermedio positivo
3	Alto positivo

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.6.1. *Impacto ambiental*

- La hostería estará enfocada en mantener un control a través de los desechos que arrojen los turistas, para evitar la contaminación de las aguas y del medio ambiente.
- Mantendrá un control con los alimentos que se utilizará en el restaurante para la elaboración de los platos, escogiendo la mejor calidad en sus productos, una vez terminado el producto se lo arroja en un tacho adecuado para reciclaje.

- Buscar ser un lugar natural, por tal motivo se basará en adquirir materiales que no contaminen el ambiente o pueda afectar a la vida silvestre como los animales marinos y aéreos, muchos de los implementos también será ecológicos como sillas, mesas elaboradas con bambú.
- Estará actualizada ante las normativas que el ministerio del ambiente publiquen para el cuidado del hábitat, buscando en si la preservación y conservación no solo del alojamiento sino del sector donde estará ubicado el mismo.

Tabla 34 Impacto Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
Indicadores / nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Control con los desechos que se arrojen en la playa por parte de los turistas.							X	3
Inspección y manejo de la manipulación de los alimentos del restaurante.						X		2
Adquisición de materiales adecuada.						X		2
Seguimiento de las normas y leyes ambientales.							X	3
TOTAL						4	6	10
$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2.5 = 3$								
Nivel de impacto económico: Alto positivo								

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.6.2. *Impacto Económico*

- El aporte que se haría hacia los pescadores de la parroquia por lo que se necesitaría productos frescos del mar, además de ser clientes fijos de ellos tendrían un ingreso adicional, por lo que generaría un impacto elevado.
- Al incrementar la cantidad de turistas a Machalilla crecería la demanda receptora ya que serían negocios no dedicados al turismo como es las tiendas que se encontrarían alrededor, entre otros negocios, por lo que se va a incrementar la cantidad de turistas que se muevan en la parroquia.
- Al crecimiento de demanda de turistas al lugar, toda la parroquia saliera beneficiada, ya que crecería la economía del lugar.

Tabla 35 Impacto Económico

IMPACTO ECONÓMICO								
Indicadores / nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Ingresos económicos a los pescadores.							X	3
Comercialización de productos o servicios con turistas.						X		2
Ingreso per cápita.						X		2
TOTAL						4	3	7
Nivel de impacto económico = $\frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{7}{3} = 2.33 = 2$								
Nivel de impacto económico: Intermedio positivo								

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.6.3. Impacto turístico

- Con la promoción turística que se está haciendo al país va incrementar la visita de turistas no solo extranjeros también nacionales que van a querer conocer y disfrutar diferentes puntos de país.
- Muchos de los turistas buscan actividades de sol y playa y esta hostería estaría ubicada en un punto clave para la llegada de ellos, como está ubicada entre la carretera y frente al mar, además de estar a menos de 5 minutos del Parque Nacional Machalilla, entre otras ventajas.
- Por último, será la primera hostería temática en el país, atrayendo a turistas ya sea por curiosidad o por lo que quisieran conocer más acerca de las culturas que representan a la provincia.

Tabla 36 Impacto Turístico

IMPACTO TURÍSTICO								
Indicadores / nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Incremento de turistas al país.							X	3
Ubicación de la hostería en un lugar estratégico.							X	3
Lugar innovador.							X	3
TOTAL							9	9
$\text{Nivel de impacto turístico} = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{3} = 3$								
Nivel de impacto turístico: alto positivo								

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.6.4. *Impacto cultural*

- La hostería busca que los turistas puedan reconocer la gran diversidad cultural que tiene la provincia, de los primeros residentes de estas tierras quienes dejaron sus conocimientos a través de los tiempos, muchos de los turistas se sienten y se sentirán atraídos por esto y será un motivo por el cual ellos desearán conocer el alojamiento.
- La interacción que exista entre el turista y la comunidad tendrá un impacto positivo, porque permitirá al visitante conocer mucho mejor como es la población de Machalilla, o del manabita, permitiendo mantener buenas relaciones al nivel cultural y turístico.
- Es importante resaltar la identidad cultural que un país y provincia tiene por tal motivo se mantendrá en un margen debido a que el turista busca conocer más allá de un paisaje, sino las actividades, gastronomía y artesanías que puede llegar a tener una población, permitiendo reconocer sus raíces.

Tabla 37 Impacto Cultural

IMPACTO CULTURAL								
Indicadores / nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Identificación de las culturas prehispánicas.							X	3
Interacción entre turistas, comunidad y personal de la hostería.							X	3
Incentivos en la identidad cultural de la provincia.							X	3
TOTAL							9	9
<p>Nivel de impacto turístico = $\frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{3} = 3$</p>								
<p>Nivel de impacto turístico: alto positivo</p>								

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.6.5. Impacto Social

- La implementación de la hostería permitirá ofrecer un buen servicio ante los turistas, debido a que se reclutará un personal que mantenga calidad de servicio mediante la atención al cliente, esto implicará cambiar la idea ante los turistas de que dentro del Ecuador y su población ofrece mala atención.
- La creación de una hostería con una nueva temática hará que los habitantes se sientan atraídos en querer implementar negocios como restaurantes, lugares de artesanías, esto se fijará mediante la entrada de los turistas que querrán conocer el alojamiento.
- La hostería solicitará personal mediante la apertura del mismo por ende buscará personal calificado, con deseos de superación y sobretodo que conozcan y se sientan identificados con la hotelería y la cultura ancestral de la provincia de Manabí.
- La población de Machalilla al ver el ingreso de los turistas debido a la generación de ingresos que aporta el turismo, sentirán las ganas y el entusiasmo por querer capacitarse en diferentes áreas del sector turístico, permitiendo generar ingresos a su economía.

Tabla 38 Impacto Social

IMPACTO SOCIAL								
Indicadores / nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Desarrollo y mejoramiento en la atención al servicio al cliente.						X		2
Participación de la comunidad para la creación de atractivos en Machalilla							X	3
Generación de Fuentes de Trabajo.							X	3
Motivación por parte de la comunidad para que se capaciten en distintas áreas.						X		2
TOTAL						4	6	10
Nivel de impacto turístico = $\frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5 = 3$								
Nivel de impacto turístico: alto positivo								

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

4.6.6. *Impacto General*

- Los puntajes son de acuerdo a las entrevistas realizadas a determinadas personas que conforman la parroquia y el cantón, además de las encuestas realizadas a los turistas, el plan de Desarrollo de la Parroquia de Machalilla, y por último a la observación que se realizó en esta zona parroquia.
- Los impactos son altos positivos porque se seguirá las leyes que rigen el Ministerio de Ambiente cuidando la zona para poder incrementar los ingresos de turistas al sector.
- Con los resultados que se han obtenido se puede observar que con la implementación del proyecto mejoraría un nivel de ingresos para toda

la comunidad y esto sería beneficioso, pero no todo sería de golpe, sino a través de los años.

- En la parte del impacto turístico se observa que el nivel de impacto es alto positivo por lo que va a beneficiar a la empresa y al sector en sí, porque va a hacer un destino muy conocido.
- El impacto cultural mantendrá un buen nivel debido a que muchos de los turistas se sienten atraídos por la historia y costumbres que una comunidad puede llegar a tener, en el caso de Manabí, esto es algo resaltante en especial en la parroquia Machalilla quienes celebran cada año costumbres ancestrales con la ayuda de la comuna de Agua Blanca.
- Los resultados son alto positivo ya que el cliente es la razón de ser de todo servicio turístico y en la hostería se dará un excelente servicio y contar con el personal adecuado para que brinde este servicio evitando algún tipo de imprevisto.

Tabla 39 Impacto General

IMPACTO GENERAL								
Indicadores / nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto ambiental							X	3
Impacto económico						X		2
Impacto turístico							X	3
Impacto cultural							X	3
Impacto social						X		2
TOTAL						4	9	13
$\text{Nivel de impacto turístico} = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{13}{5} = 2,6 = 3$								
Nivel de impacto económico: alto positivo								

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

CONCLUSIONES

La parroquia Machalilla es un lugar turístico con una belleza natural y cultural, por lo que posee diferentes recursos turísticos que enamora a la variedad de turistas que llegan a este sitio, lastimosamente muy pocas personas logran conocer por la poca promoción turística que se ofrece por parte de las autoridades.

Este proyecto surgió de la falta de infraestructuras hotelera dentro de la parroquia, se pudo conocer que existe una gran entrada de turistas lastimosamente al no contar con una planta turística adecuada, muchos de los visitantes deciden ir a sitios más cercano como es Puerto López.

A través de la observación y la realización de la encuesta se pudo constatar que la idea de implementar una hostería temática de las culturas prehispánicas de Manabí, se mostró un gran interés por parte de los turistas quienes llegan a la provincia y se sienten atraídos por las diferentes culturas que tiene el país, además de no existir dentro del país un lugar de alojamiento que se enfoque en la cultura de una provincia.

La hostería “Cacisha”, mantendrá un diseño contemporáneo y ecológico debido a que los turistas buscan siempre lo innovador dentro de sus viajes de ocio resaltando la comodidad y facilidad que puedan llegar a encontrar, motivo por el cual la hostería contará con un bar-restaurante que ofrece variedad de platos típicos de la provincia de Manabí, además de tener cancha deportiva y poseer un gran vista al mar, para que el huésped se sienta a gusto en las instalaciones.

RECOMENDACIONES

Para la implementación de la hostería en Machalilla, se contará con el personal capacitado de acuerdo a cada área de trabajo, incluyendo fundamentalmente el servicio al cliente, ya que de ellos dependerá el éxito del negocio.

Se creará un plan de iniciativas para trabajar en conjunto con los pobladores y así evitar la contaminación del sector mejorando los recursos que posee la parroquia, sin decepcionar a los turistas por dar una mala imagen del lugar.

Se recomienda escuchar cada una de las sugerencias brindadas por los empleados y de los huéspedes quienes permitirán a través de sus opiniones solucionar calamidades que afecten la hostería mejorando en sí el servicio y la calidad.

No perder la esencia de lo que es la hostería siempre promoviendo la identidad cultural de la provincia, y así que cada trabajador que labore en la hostería tenga conocimientos de sus raíces para así ofrecer un excelente producto y diferenciándolo de los demás.

Trabajar en la reconstrucción de los principales atractivos que cuenta la parroquia para dar un mejor resalte ante los ojos de los turistas, enfocando la cultura de cuidado y preservación a los moradores de la parroquia en especial las personas quienes viven cerca de la hostería.

ANEXOS

Anexo # 1: Requisitos del SRI para obtener el RUC

Art. 2.- Se encuentra obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes, todas las personas naturales y las sociedades que realicen actividades económicas en el Ecuador, una vez inscritos deberán cumplir con todas las obligaciones tributarias respectivas.

Art. 8.- Los obligados a inscribirse de acuerdo a la Ley del Registro Único de Contribuyentes, presentarán al momento de su inscripción, los siguientes documentos:

Sociedades Privadas:

- 1) Formularios RUC 01-A, que corresponden a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes; y RUC 01-B; ambos formularios serán suscritos por el representante legal.
- 2) Presentar original o copia certificada del documento de constitución debidamente legalizado por el organismo de control respectivo y entregar copia simple del mismo.
- 3) Presentar original o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o avalado por el organismo de control respectivo.
- 4) Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte con Visa de Inmigrante (Visa 10), del representante legal, el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- 5) Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, a nombre del representante, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- 6) Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador.

Anexo # 2: Ministerio de Turismo

Anexo #2.1.: Requisitos de un alojamiento de la Ley de Turismo

De acuerdo con la Ley de Turismo se han tomado en cuenta los siguientes Artículos para la implementación de esta hostería que son: (Ministerio de Turismo, 2008)

Capítulo I: Generalidades

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

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

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

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

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II: de las actividades turísticas y de quienes las ejercen

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

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

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

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

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b) Dar publicidad a su categoría;
- c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Anexo #2.2.: Requisitos de la hostería del Reglamento General de Actividades Turísticas

De acuerdo con Reglamento General de Actividades Turística se han tomado en cuenta los siguientes Artículos para la implementación de esta hostería que son:

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 27.- Hostería.- Deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 55.- Recepción y conserjería.- La recepción y la conserjería constituirán el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información.

Salvo que sean asumidas por otros departamentos, corresponde a la recepción, aparte de otras funciones, atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a los clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitación, atender las reclamaciones, expedir facturas y percibir el importe de las mismas.

Art. 56.- Servicio de pisos.- El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.

Art. 57.- Servicio de comedor.- La prestación del servicio de comedor tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del alojamiento, que en todo caso comprenderá un período mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda.

Art. 58.- Servicio telefónico.- El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible, directamente o a través de recepción o de conserjería, de haberla.

Art. 61.- Asistencia médica y botiquín.- En todos los establecimientos de alojamiento existirá un botiquín de primeros auxilios y se deberá disponer de asistencia médica, en caso de emergencia, para facilitarla a los clientes.

Art. 62.- Personal uniformado.- Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía.

Art. 63.- Protección contra incendios.- Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del alojamiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos o extinguidores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento, debiendo en todo caso observarse las normas establecidas por el Cuerpo de Bomberos.

Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes.

Art. 66.- Inspecciones.- El Ministerio de Turismo se encuentra facultado para realizar o disponer en cualquier tiempo inspecciones a los alojamientos, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones constantes en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus normas de aplicación y comprobar el buen funcionamiento de los mismos.

Las inspecciones se realizarán, necesariamente, con la concurrencia del administrador o administrador del alojamiento, o la persona que haga sus veces.

Art. 67.- Registro de clientes.- Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante o propietario de los mismos. Igualmente, deberán contar con un libro oficial de reclamaciones, a disposición de los clientes.

Será requisito indispensable que los clientes, antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entradas y salidas y exhiban para el efecto sus documentos de identidad.

Art. 69.- Precios.- Los precios de los diferentes servicios que presten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año.

Art. 76.- Obligaciones de los administradores de alojamientos.- Quienes administren los alojamientos tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cuidar del buen funcionamiento de las habitaciones y en especial de que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés;
- b) Comunicar a la autoridad competente cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o sospecha sobre la identidad de los clientes.

Título XII: Disposiciones generales

Art. 216.- Autorización para construcción y adecuación de edificaciones.- El Ministerio de Turismo autorizará la construcción y adecuación de edificaciones destinadas al funcionamiento de actividades turísticas, luego del estudio de la siguiente documentación, que le deberá ser presentada:

- a) Antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores.
- b) Proyecto de inversión y financiamiento.
- c) Anteproyecto arquitectónico.

Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes, el Ministerio de Turismo procederá a revisarlos y a dar su visto bueno. De no cumplirse con este requisito, los planos no podrán ser aprobados por dichas autoridades.

El Ministerio de Turismo determinará las dimensiones y características técnicas que de acuerdo a la categoría y capacidad deberán reunir las diferentes clases de alojamientos.

Las edificaciones a las que se refieren este artículo, deberán contar con accesos, medios de circulación e instalaciones adecuadas para personas con discapacidades.

Anexo #2.3.: Registro de alojamiento, alimentos y bebidas

Requisitos:

Personas Jurídicas

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos.
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 que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado, con quién verificará uno a uno el cumplimiento de TODOS los requisitos y formalidades correspondientes.

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, se procede a la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, 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:

Quince días laborables

Anexo #2.4.: 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 (Ministerio de Turismo, s.f.).

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 presenta en las oficinas del Ministerio de Turismo los requisitos descritos.
- 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 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.
- 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:

Dos días laborables

Anexo # 3: Requisitos del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual) de no encontrarse registrada la razón social

- **Búsqueda fonética:**

La búsqueda es un trámite previo al registro de la marca, nombre comercial. La búsqueda le permite tener conocimiento si una marca, nombre comercial no ha sido previamente registrada o su registro está siendo tramitado.

- **Requisitos:**

1. Formulario (solicitud de búsqueda fonética) + 1 copia
2. Papeleta de depósito por \$16 + 1 copia

- **Registro de la marca (tramite en línea):**

1. Formulario de registro de Signos Distintivos
2. Papeleta de depósito por \$208
3. Si el solicitante es persona jurídica 1 copia notariada del nombramiento del Representante Legal.
4. Si la marca es figurativa o mixta: adjuntar el logotipo en formato.jpg

- **Procedimiento:**

1. El usuario ingresa el formulario (propiedad intelectual)
2. Dentro de 15 días se realizara el Examen Forma para verificar que contenga los requisitos exigidos y en caso de presentarse alguna novedad se realiza una notificando a fin de que el usuario presente escrito de alcance.
3. Si todo esta correcto se dispone la publicación en la Gaceta mensual, que debe estar en circulación 30 días hábiles a fin de que si alguien considera que tiene legítimo interés pueda oponerse al registro.
4. Vencido el termino el proceso y si no se le presento oposición, la solicitud pasa a etapa de Examen Forma o registrabilidad donde se verifica que cumpla con los requisitos mínimos y que no esté incurso en las prohibiciones.

Tiempo Estimado de Entrega:

6 a 7 meses.

Anexo # 4: Formato de encuesta



FORMATO DE ENCUESTA

La presente encuesta es para la implementación de un Hostería temático Prehispánicos de las culturas de la Provincia de Manabí, con la finalidad de fomentar la riqueza cultural y el desarrollo de la Parroquia rural Machalilla.

Ocupación: _____ Nacionalidad: _____ Edad: ____ Sexo: M ___ F

Marque con una x la mejor opción a sus preferencias.

1. Indique: ¿Cuáles son sus motivos para realizar viajes a la playa?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| Salud | <input type="checkbox"/> | Entretenimiento | <input type="checkbox"/> |
| Trabajo | <input type="checkbox"/> | Estudios | <input type="checkbox"/> |
| Religioso | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Cuántos días permanece en el lugar?

- | | | | |
|------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1 a 3 días | <input type="checkbox"/> | 5-7 días | <input type="checkbox"/> |
| 3 -5 días | <input type="checkbox"/> | 7 en adelante | <input type="checkbox"/> |

3. Usualmente realiza sus viajes acompañados de:

- | | | | |
|---------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Familia | <input type="checkbox"/> | Amigos | <input type="checkbox"/> |
| Parejas | <input type="checkbox"/> | Compañeros de trabajo | <input type="checkbox"/> |
| Solo | <input type="checkbox"/> | Otros | _____ |

4. ¿Ha visitado el Parque Nacional Machalilla? (Respuesta es no pase a la pregunta 6)

- | | | | |
|----|--------------------------|----|--------------------------|
| Sí | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|----|--------------------------|

5. ¿Qué lugares usualmente visita el Parque Nacional Machalilla y sus alrededores?

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Comuna de Aguas Blancas | <input type="checkbox"/> | Islote “Sucre” | <input type="checkbox"/> |
| Playa “Los Frailes” | <input type="checkbox"/> | Islote “La Viuda” | <input type="checkbox"/> |
| Isla de la Plata | <input type="checkbox"/> | Playa Machalilla | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Qué sitios elige usted para hospedarse mientras realiza sus viajes?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Hosterías | <input type="checkbox"/> | Hostales | <input type="checkbox"/> |
| Hoteles | <input type="checkbox"/> | Casas Familiares | <input type="checkbox"/> |
| Cabañas | <input type="checkbox"/> | Otros | _____ |

7. ¿Le gustaría hospedarse en un hostería cuya temática son las culturas Prehispánicas de la Provincia de Manabí?

- Sí No

8. ¿Qué tipos de servicios adicionales le gustaría que tenga la hostería al momento de hospedarse? Si su respuesta son otros indicar cuales son:

- | | | | |
|-------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Restaurante | <input type="checkbox"/> | Galería | <input type="checkbox"/> |
| Wifi | <input type="checkbox"/> | Actividades Deportivas | <input type="checkbox"/> |
| Guianza | <input type="checkbox"/> | Otros | _____ |
-

9. ¿Qué presupuesto estaría usted dispuesto a pagar por la estadía de dicha hostería temático en una noche?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|------------|--------------------------|
| \$30-\$50 | <input type="checkbox"/> | \$71-\$90 | <input type="checkbox"/> |
| \$51-\$70 | <input type="checkbox"/> | \$91-\$110 | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Le gustaría que en el restaurante de la hostería tenga un menú típico de la provincia?

- Sí No

¡Gracias por su gentil colaboración!

Anexo # 5: Rol de Pago

AÑO 1

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%
Administrador	1	\$ 900	\$ 10.800	\$ 900	\$ 354	\$ 450	\$ -	\$ 1.312
Contador	1	\$ 750	\$ 9.000	\$ 750	\$ 354	\$ 375	\$ -	\$ 1.094
Jefe de Ama de Llaves	1	\$ 400	\$ 4.800	\$ 400	\$ 354	\$ 200	\$ -	\$ 583
Chef	1	\$ 550	\$ 6.600	\$ 550	\$ 354	\$ 275	\$ -	\$ 802
Recepcionista-Cajera	3	\$ 1.062	\$ 12.744	\$ 1.062	\$ 1.062	\$ 531	\$ -	\$ 1.548
Meseros	2	\$ 708	\$ 8.496	\$ 708	\$ 708	\$ 354	\$ -	\$ 1.032
Bartender	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ -	\$ 516
Camarera	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ -	\$ 516
Mantenimiento	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ -	\$ 516
Guardia	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ -	\$ 516
TOTAL	13	\$ 5.786	\$ 69.432	\$ 5.786	\$ 4.602	\$ 2.893	\$ -	\$ 8.436

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla
cantón Puerto López

COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
\$ 13.816	\$ 1.151
\$ 11.573	\$ 964
\$ 6.337	\$ 528
\$ 8.581	\$ 715
\$ 16.947	\$ 1.412
\$ 11.298	\$ 942
\$ 5.649	\$ 471
\$ 5.649	\$ 471
\$ 5.649	\$ 471
\$ 5.649	\$ 471
\$ 91.149	\$ 7.596

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla
cantón Puerto López

AÑO 2

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%
Administrador	1	\$ 900	\$ 10.800	\$ 900	\$ 354	\$ 450	\$ 900	\$ 1.312
Contador	1	\$ 750	\$ 9.000	\$ 750	\$ 354	\$ 375	\$ 750	\$ 1.094
Jefe de Ama de Llaves	1	\$ 400	\$ 4.800	\$ 400	\$ 354	\$ 200	\$ 400	\$ 583
Chef	1	\$ 550	\$ 6.600	\$ 550	\$ 354	\$ 275	\$ 550	\$ 802
Recepcionista-Cajera	3	\$ 1.062	\$ 12.744	\$ 1.062	\$ 1.062	\$ 531	\$ 1.062	\$ 1.548
Meseros	2	\$ 708	\$ 8.496	\$ 708	\$ 708	\$ 354	\$ 708	\$ 1.032
Bartender	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ 354	\$ 516
Camarera	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ 354	\$ 516
Mantenimiento	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ 354	\$ 516
Guardia	1	\$ 354	\$ 4.248	\$ 354	\$ 354	\$ 177	\$ 354	\$ 516
TOTAL	13	\$ 5.786	\$ 69.432	\$ 5.786	\$ 4.602	\$ 2.893	\$ 5.786	\$ 8.436

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla
cantón Puerto López

COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
\$ 14.716	\$ 1.226
\$ 12.323	\$ 1.027
\$ 6.737	\$ 561
\$ 9.131	\$ 761
\$ 18.009	\$ 1.501
\$ 12.006	\$ 1.001
\$ 6.003	\$ 500
\$ 6.003	\$ 500
\$ 6.003	\$ 500
\$ 6.003	\$ 500
\$ 6.003	\$ 500
\$ 96.935	\$ 8.078

INFLACIÓN

3,67%

CARGO	CANT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	1	\$ 13.816	\$ 14.716	\$ 15.256	\$ 15.816	\$ 16.397
Contador	1	\$ 11.573	\$ 12.323	\$ 12.775	\$ 13.244	\$ 13.730
Jefe de Ama de Llaves	1	\$ 6.337	\$ 6.737	\$ 6.984	\$ 7.241	\$ 7.507
Chef	1	\$ 8.581	\$ 9.131	\$ 9.466	\$ 9.813	\$ 10.174
Recepcionista-Cajera	3	\$ 16.947	\$ 18.009	\$ 18.670	\$ 19.356	\$ 20.066
Meseros	2	\$ 11.298	\$ 12.006	\$ 12.447	\$ 12.904	\$ 13.377
Bartender	1	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
Camarera	1	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
Mantenimiento	1	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
Guardia	1	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
TOTAL	13	\$ 91.149	\$ 96.935	\$ 100.493	\$ 104.181	\$ 108.004

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Anexo # 6 Amortización del Préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Inversión Inicial	\$	519.811	
Monto del Crédito	\$	363.868	
Tasa Interés Anual		9,80%	
Tasa de Interés Mensual		0,82%	
Plazo en años		4	años
Plazo en meses		48	meses
Cuota Mensual	\$	9.194	

TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL					
PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 363.868	\$ 6.222	\$ 2.972	\$ 9.194	\$ 357.646
2	\$ 357.646	\$ 6.273	\$ 2.921	\$ 9.194	\$ 351.373
3	\$ 351.373	\$ 6.324	\$ 2.870	\$ 9.194	\$ 345.049
4	\$ 345.049	\$ 6.376	\$ 2.818	\$ 9.194	\$ 338.673
5	\$ 338.673	\$ 6.428	\$ 2.766	\$ 9.194	\$ 332.245
6	\$ 332.245	\$ 6.480	\$ 2.713	\$ 9.194	\$ 325.765
7	\$ 325.765	\$ 6.533	\$ 2.660	\$ 9.194	\$ 319.231
8	\$ 319.231	\$ 6.587	\$ 2.607	\$ 9.194	\$ 312.645
9	\$ 312.645	\$ 6.640	\$ 2.553	\$ 9.194	\$ 306.004
10	\$ 306.004	\$ 6.695	\$ 2.499	\$ 9.194	\$ 299.309
11	\$ 299.309	\$ 6.749	\$ 2.444	\$ 9.194	\$ 292.560
12	\$ 292.560	\$ 6.804	\$ 2.389	\$ 9.194	\$ 285.756
13	\$ 285.756	\$ 6.860	\$ 2.334	\$ 9.194	\$ 278.896
14	\$ 278.896	\$ 6.916	\$ 2.278	\$ 9.194	\$ 271.980
15	\$ 271.980	\$ 6.973	\$ 2.221	\$ 9.194	\$ 265.007
16	\$ 265.007	\$ 7.029	\$ 2.164	\$ 9.194	\$ 257.977
17	\$ 257.977	\$ 7.087	\$ 2.107	\$ 9.194	\$ 250.891
18	\$ 250.891	\$ 7.145	\$ 2.049	\$ 9.194	\$ 243.746
19	\$ 243.746	\$ 7.203	\$ 1.991	\$ 9.194	\$ 236.543
20	\$ 236.543	\$ 7.262	\$ 1.932	\$ 9.194	\$ 229.281
21	\$ 229.281	\$ 7.321	\$ 1.872	\$ 9.194	\$ 221.959
22	\$ 221.959	\$ 7.381	\$ 1.813	\$ 9.194	\$ 214.578

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla cantón Puerto López

23	\$ 214.578	\$ 7.441	\$ 1.752	\$ 9.194	\$ 207.137
24	\$ 207.137	\$ 7.502	\$ 1.692	\$ 9.194	\$ 199.635
25	\$ 199.635	\$ 7.563	\$ 1.630	\$ 9.194	\$ 192.072
26	\$ 192.072	\$ 7.625	\$ 1.569	\$ 9.194	\$ 184.446
27	\$ 184.446	\$ 7.687	\$ 1.506	\$ 9.194	\$ 176.759
28	\$ 176.759	\$ 7.750	\$ 1.444	\$ 9.194	\$ 169.009
29	\$ 169.009	\$ 7.813	\$ 1.380	\$ 9.194	\$ 161.195
30	\$ 161.195	\$ 7.877	\$ 1.316	\$ 9.194	\$ 153.318
31	\$ 153.318	\$ 7.942	\$ 1.252	\$ 9.194	\$ 145.376
32	\$ 145.376	\$ 8.006	\$ 1.187	\$ 9.194	\$ 137.370
33	\$ 137.370	\$ 8.072	\$ 1.122	\$ 9.194	\$ 129.298
34	\$ 129.298	\$ 8.138	\$ 1.056	\$ 9.194	\$ 121.160
35	\$ 121.160	\$ 8.204	\$ 989	\$ 9.194	\$ 112.956
36	\$ 112.956	\$ 8.271	\$ 922	\$ 9.194	\$ 104.685
37	\$ 104.685	\$ 8.339	\$ 855	\$ 9.194	\$ 96.346
38	\$ 96.346	\$ 8.407	\$ 787	\$ 9.194	\$ 87.939
39	\$ 87.939	\$ 8.476	\$ 718	\$ 9.194	\$ 79.464
40	\$ 79.464	\$ 8.545	\$ 649	\$ 9.194	\$ 70.919
41	\$ 70.919	\$ 8.615	\$ 579	\$ 9.194	\$ 62.304
42	\$ 62.304	\$ 8.685	\$ 509	\$ 9.194	\$ 53.619
43	\$ 53.619	\$ 8.756	\$ 438	\$ 9.194	\$ 44.863
44	\$ 44.863	\$ 8.827	\$ 366	\$ 9.194	\$ 36.036
45	\$ 36.036	\$ 8.899	\$ 294	\$ 9.194	\$ 27.137
46	\$ 27.137	\$ 8.972	\$ 222	\$ 9.194	\$ 18.165
47	\$ 18.165	\$ 9.045	\$ 148	\$ 9.194	\$ 9.119
48	\$ 9.119	\$ 9.119	\$ 74	\$ 9.194	\$ (0)
		\$ 363.868	\$ 77.431	\$ 441.299	

PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL
1	\$ 78.112	\$ 32.212	\$ 110.325
2	\$ 86.121	\$ 24.204	\$ 110.325
3	\$ 94.950	\$ 15.375	\$ 110.325
4	\$ 104.685	\$ 5.640	\$ 110.325
	\$ 363.868	\$ 77.431	\$ 441.299

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Anexo # 7 Ingreso de Ventas

INGRESO DE VENTAS

TIPOS DE HAB.	CANT.	PERSONAS POR HAB.	CAPACIDAD	% OCUPACIÓN	% OCUPACIÓN ANUAL
Habitación Sencilla	3	3	9	2	767
Habitación Doble	3	6	18	2	767
Habitación Matrimonial	2	4	8	1	511
Habitación Triple	3	9	27	2	767
Habitación Cuádruple	1	4	4	1	256
TOTAL	12	26	66	8	3066

INFLACIÓN PRECIO 3,67%
INCREMENTO PORCENTUAL CANTIDADES 3,67%

PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento					
Habitación sencilla	\$ 35	\$ 36	\$ 38	\$ 39	\$ 40
Habitación Doble	\$ 45	\$ 47	\$ 48	\$ 50	\$ 52
Habitación Matrimonial	\$ 60	\$ 62	\$ 64	\$ 67	\$ 69
Habitación Triple	\$ 80	\$ 83	\$ 86	\$ 89	\$ 92
Habitación Cuádruple	\$ 90	\$ 93	\$ 97	\$ 100	\$ 104
Restaurante					
Desayuno Americano	\$ 8	\$ 8	\$ 9	\$ 9	\$ 9
Ceviches mixto	\$ 10	\$ 10	\$ 11	\$ 11	\$ 12
Empanadas de verde	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
Corviches pescado	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
Bollos de pescado	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4
Cazuelas de camarón	\$ 8	\$ 8	\$ 8	\$ 8	\$ 9
Hornados de pescado	\$ 7	\$ 7	\$ 7	\$ 7	\$ 8

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla cantón Puerto López

Gato Encerrado (Maduro lampreados)	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
Arroz marinero	\$ 12	\$ 12	\$ 13	\$ 13	\$ 14
Gaseosas	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
Café	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
Limonada (Jarra)	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Bar					
Cervezas	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
Coctel	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 6	\$ 6
Vaso de whisky	\$ 7	\$ 7	\$ 8	\$ 8	\$ 8
vaso de vodka	\$ 6	\$ 6	\$ 6	\$ 7	\$ 7
Agua	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1
Galería					
Cuadros Prehispánicas	\$ 35	\$ 36	\$ 38	\$ 39	\$ 40
Replicas Prehispánicas	\$ 25	\$ 26	\$ 27	\$ 28	\$ 29

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla
cantón Puerto López

CANTIDAD							
PRODUCTO	CANTIDADES SEMANAL	CANTIDADES MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento							
Habitación sencilla	15	59	706	731	758	786	815
Habitación Doble	15	59	706	731	758	786	815
Habitación Matrimonial	10	39	470	488	506	524	543
Habitación Triple	15	59	706	731	758	786	815
Habitación Cuádruple	5	20	235	244	253	262	272
Restaurante							
Desayuno Americano	47	188	2.256	2.339	2.425	2.514	2.606
Ceviches mixto	75	300	3.600	3.732	3.869	4.011	4.158
Empanadas de verde	60	240	2.880	2.986	3.095	3.209	3.327
Corviches pescado	60	240	2.880	2.986	3.095	3.209	3.327
Bollos de pescado	67	268	3.216	3.334	3.456	3.583	3.715
Cazuelas de camarón	73	292	3.504	3.633	3.766	3.904	4.047
Hornados de pescado	72	288	3.456	3.583	3.714	3.851	3.992
Gato Encerrado (Maduro lampreados)	90	360	4.320	4.479	4.643	4.813	4.990
Arroz marinero	80	320	3.840	3.981	4.127	4.278	4.436
Gaseosas	120	480	5.760	5.971	6.191	6.418	6.653
Café	70	280	3.360	3.483	3.611	3.744	3.881
Limonada (Jarra)	82	328	3.936	4.080	4.230	4.385	4.546
Bar							

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla
cantón Puerto López

Cervezas	90	360	4.320	4.479	4.643	4.813	4.990
Coctel	60	240	2.880	2.986	3.095	3.209	3.327
Vaso de whisky	40	160	1.920	1.990	2.064	2.139	2.218
vaso de vodka	30	120	1.440	1.493	1.548	1.604	1.663
Agua	170	680	8.160	8.459	8.770	9.092	9.425
Galería							
Cuadros Prehispánicas	3	12	144	149	155	160	166
Replicas Prehispánicas	4	16	192	199	206	214	222

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento					
Habitación sencilla	\$ 24.696	\$ 26.542	\$ 28.526	\$ 30.658	\$ 32.950
Habitación Doble	\$ 31.752	\$ 34.125	\$ 36.676	\$ 39.418	\$ 42.364
Habitación Matrimonial	\$ 28.224	\$ 30.334	\$ 32.601	\$ 35.038	\$ 37.657
Habitación Triple	\$ 56.448	\$ 60.667	\$ 65.202	\$ 70.076	\$ 75.314
Habitación Cuádruple	\$ 21.168	\$ 22.750	\$ 24.451	\$ 26.278	\$ 28.243
Restaurante					
Desayuno Americano	\$ 18.048	\$ 19.397	\$ 20.847	\$ 22.405	\$ 24.080
Ceviches mixto	\$ 36.000	\$ 38.691	\$ 41.583	\$ 44.691	\$ 48.032
Empanadas de verde	\$ 7.200	\$ 7.738	\$ 8.317	\$ 8.938	\$ 9.606
Corviches pescado	\$ 8.640	\$ 9.286	\$ 9.980	\$ 10.726	\$ 11.528
Bollos de pescado	\$ 11.256	\$ 12.097	\$ 13.002	\$ 13.973	\$ 15.018
Cazuelas de camarón	\$ 26.280	\$ 28.244	\$ 30.356	\$ 32.625	\$ 35.063
Hornados de pescado	\$ 22.464	\$ 24.143	\$ 25.948	\$ 27.887	\$ 29.972

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla
cantón Puerto López

Gato Encerrado (Maduro lampreados)	\$	8.640	\$	9.286	\$	9.980	\$	10.726	\$	11.528
Arroz marinero	\$	46.080	\$	49.524	\$	53.226	\$	57.205	\$	61.480
Gaseosas	\$	11.520	\$	12.381	\$	13.307	\$	14.301	\$	15.370
Café	\$	6.720	\$	7.222	\$	7.762	\$	8.342	\$	8.966
Limonada (Jarra)	\$	17.712	\$	19.036	\$	20.459	\$	21.988	\$	23.632
Bar										
Cervezas	\$	12.960	\$	13.929	\$	14.970	\$	16.089	\$	17.291
Coctel	\$	14.400	\$	15.476	\$	16.633	\$	17.876	\$	19.213
Vaso de whisky	\$	13.440	\$	14.445	\$	15.524	\$	16.685	\$	17.932
vaso de vodka	\$	8.640	\$	9.286	\$	9.980	\$	10.726	\$	11.528
Agua	\$	10.200	\$	10.962	\$	11.782	\$	12.662	\$	13.609
Galería										
Cuadros Prehispánicas	\$	5.040	\$	5.417	\$	5.822	\$	6.257	\$	6.724
Replicas Prehispánicas	\$	4.800	\$	5.159	\$	5.544	\$	5.959	\$	6.404
TOTAL	\$	452.328	\$	486.138	\$	522.475	\$	561.529	\$	603.501

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Anexo # 8 Presupuesto de Gastos Generales

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES

INFLACIÓN PRECIO

3,67%

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 56.244	\$ 57.253	\$ 59.254	\$ 60.841	\$ 62.996
Administrador	\$ 13.816	\$ 14.716	\$ 15.256	\$ 15.816	\$ 16.397
Contador	\$ 11.573	\$ 12.323	\$ 12.775	\$ 13.244	\$ 13.730
Jefe de Ama de Llaves	\$ 6.337	\$ 6.737	\$ 6.984	\$ 7.241	\$ 7.507
Chef	\$ 8.581	\$ 9.131	\$ 9.466	\$ 9.813	\$ 10.174
Servicios Básicos	\$ 7.200	\$ 7.464	\$ 7.793	\$ 8.136	\$ 8.494
Uniformes	\$ 1.170	\$ 1.213	\$ 1.257	\$ 1.304	\$ 1.351
Mantenimiento	\$ 400	\$ 415	\$ 430	\$ 446	\$ 462
Materiales de limpieza	\$ 600	\$ 622	\$ 645	\$ 669	\$ 693
Suministros de oficina	\$ 400	\$ 415	\$ 430	\$ 446	\$ 462
Depreciación de Edificios	\$ 1.185	\$ 1.185	\$ 1.185	\$ 1.185	\$ 1.185
Depreciación de Equipos de Oficina	\$ 961	\$ 961	\$ 961	\$ 961	\$ 961
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 490	\$ 490	\$ 490	\$ -	\$ -
Depreciación de Equipos de Producción	\$ 647	\$ 647	\$ 647	\$ 647	\$ 647
Amortización	\$ 1.950	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ 3.600	\$ 3.732	\$ 3.869	\$ 4.011	\$ 4.158
Gastos de Publicidad	\$ 3.600	\$ 3.732	\$ 3.869	\$ 4.011	\$ 4.158
Gastos Financieros	\$ 32.212	\$ 24.204	\$ 15.375	\$ 5.640	\$ -
Gastos de Interés	\$ 32.212	\$ 24.204	\$ 15.375	\$ 5.640	\$ -
TOTAL	\$ 92.057	\$ 85.189	\$ 78.497	\$ 70.492	\$ 67.154

DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ (4.217)	\$ (4.217)	\$ (4.217)	\$ (3.728)	\$ (3.728)
-------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

Anexo # 9 Costos Operacionales

COSTOS OPERACIONALES

INFLACIÓN

3,67%

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	\$ 16.742	\$ 17.357	\$ 17.994	\$ 18.654	\$ 19.339
Desayuno Americano	\$ 1.128	\$ 1.169	\$ 1.212	\$ 1.257	\$ 1.303
Ceviches mixto	\$ 3.150	\$ 3.266	\$ 3.385	\$ 3.510	\$ 3.639
Empanadas de verde	\$ 252	\$ 261	\$ 271	\$ 281	\$ 291
Corviches pescado	\$ 180	\$ 187	\$ 193	\$ 201	\$ 208
Bollos de pescado	\$ 402	\$ 417	\$ 432	\$ 448	\$ 464
Cazuelas de camarón	\$ 2.190	\$ 2.270	\$ 2.354	\$ 2.440	\$ 2.530
Hornados de pescado	\$ 1.166	\$ 1.209	\$ 1.254	\$ 1.300	\$ 1.347
Gato Encerrado (Maduro lampreados)	\$ 1.164	\$ 1.207	\$ 1.251	\$ 1.297	\$ 1.345
Arroz marinero	\$ 4.800	\$ 4.976	\$ 5.159	\$ 5.348	\$ 5.544
Gaseosas	\$ 750	\$ 778	\$ 806	\$ 836	\$ 866
Café	\$ 420	\$ 435	\$ 451	\$ 468	\$ 485
Limonada (Jarra)	\$ 1.140	\$ 1.182	\$ 1.225	\$ 1.270	\$ 1.317
Bar	\$ 3.772	\$ 3.910	\$ 4.054	\$ 4.202	\$ 4.357
Cervezas nacionales	\$ 918	\$ 952	\$ 987	\$ 1.023	\$ 1.060
Cervezas internacionales	\$ 1.080	\$ 1.120	\$ 1.161	\$ 1.203	\$ 1.247
Vaso de whisky	\$ 864	\$ 896	\$ 929	\$ 963	\$ 998

Propuesta para la implementación de una hostería temática de las culturas prehispánicas de la provincia de Manabí en la parroquia rural Machalilla cantón
Puerto López

vaso de vodka	\$ 310	\$ 321	\$ 333	\$ 345	\$ 358
Agua	\$ 600	\$ 622	\$ 645	\$ 669	\$ 693
Galería	\$ 924	\$ 958	\$ 993	\$ 1.030	\$ 1.067
Cuadros	\$ 540	\$ 560	\$ 580	\$ 602	\$ 624
Replicas Prehispánicas	\$ 384	\$ 398	\$ 413	\$ 428	\$ 444
Mano de obra Directa	\$ 49.780	\$ 52.966	\$ 54.910	\$ 56.925	\$ 59.014
Recepcionista	\$ 16.239	\$ 17.301	\$ 17.936	\$ 18.595	\$ 19.277
Mesero	\$ 10.944	\$ 11.652	\$ 12.080	\$ 12.523	\$ 12.983
Camarera	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
Mantenimiento	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
Guardia	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
Bartender	\$ 5.649	\$ 6.003	\$ 6.223	\$ 6.452	\$ 6.689
TOTAL	\$ 71.218,19	\$ 75.190,96	\$ 77.950,47	\$ 80.811,25	\$ 83.777,03

Elaborado por: Pico Cindy & Villegas Stefhanie

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (1991). *Administración del Turismo: Conceptualización y organización*. Mexico: Trillas .
- Aguilar , V., Rivas , H., & González , R. (Julio de 2008). *GLOSARIO DE TERMINOS TECNICOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD TURISTICA HABITUALMENTE EMPLEADOS EN CHILE*. Obtenido de Servicio Nacional de Turismo – Departamento de Planificación: http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Aguilar, Rivas, & González. (Julio de 2008). *GLOSARIO DE TERMINOS TECNICOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD TURISTICA HABITUALMENTE EMPLEADOS EN CHILE*. Obtenido de Servicio Nacional de Turismo – Departamento de Planificación: http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Albretch, K., & Zemke, R. (1992 : 21). *Calidad de los Servicios Turísticos*. Legis Fondo Editorial.
- Ayestarán, R., Rangel, C., & Sebastián, A. (2012 : 116). *Planificación estratégica y gestión de la publicidad*. Madrid: ESIC Editorial.
- Benassini Félix, M., & Muñoz Razo , C. (1998). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Mexico : Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=1ycDGW3ph1UC&dq=Investigaci%C3%B3n+documental+La+investigaci%C3%B3n+de+car%C3%A1cter+documental+se+apoya+en+la+recopilaci%C3%B3n+de+antecedentes+a+trav%C3%A9s+de+documentos+gr%C3%A1ficos+formales+e+informales,+cualquie>

- Beranl, Marilyn ; Conde , Ernesto Manuel; Carbonell, Alejandro. (2005). *La Gestion del Marketing en el Turismo*. Obtenido de Investigacion y Marketing: <http://www.aedemo.es/aedemo3/socios/revista87/ad-87-01.pdf>
- Berry, Parasuram, & Zeitham. (1985 : 6).
- Blasco, & Pérez. (2007 : 25).
- Bowen , J., & C. Makens , J. (2004). Características del Marketing de Servicios. En *Marketing Para Turismo* (pág. 25).
- *Conocimientos*. (2009). Obtenido de <http://www.conocimientosweb.net/portal/article2181.html>
- *coyuntura económica*. (2009). Obtenido de <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- *Coyuntura Económica*. (2009). Obtenido de <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- *Definición ABC*. (2007-2014). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/social/cultura.php#ixzz3IIS8p2Uo>
- *Educar*. (2011). Obtenido de <http://www.educar.ec/noticias/his-ecuador.pdf>
- Escuela de turismo de Murcia. (s.f.). *El turismo, conceptos y definiciones e importancia actual*. Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Fuentes, A. (2013 : 14). *Universidad Israel*. Obtenido de <http://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/1437/1/GUIA%20MUNDO%20HOTELERO%20%26%20TUR%20C3%8DSTICO%202013.pdf>
- GAD del Cantón de Puerto López. (s.f.).

- Galicia, B. (2014). Obtenido de <http://www.buenosnegocios.com/notas/683-el-poder-negociacion-los-proveedores>
- Gómez. (2006 : 121).
- Martínez, H. (2008). *Diccionario del Hospitalidad (Cerca de 3000 terminos sobre Alojamiento, Instalaciones, Restaurantes, Tiempo Compartido, Clubes, Turismo y Aviación, Operaciones, Gerencia, Mercadeo, Empresas, Derecho y Sistemas)*. Quito, Ecuador: Graficas Cobos. Obtenido de www.grafcobos.com
- Merino, S., Pintado, T., Sánchez, J., Grande, I., & Estévez, M. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid.
- *Ministerio de Ambiente.* (s.f.). Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/31940/36435/Manual+de+la+categor%C3%ADa+II.pdf/628a8dbd-6550-4f32-906a-834310d99a39?version=1.0>
- *Ministerio de Turismo.* (s.f.). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/>
- *Ministerio de Turismo.* (s.f.). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/renovacion-de-la-licencia-unica-anual-de-funcionamiento/>
- *Ministerio de Turismo.* (17 de Diciembre de 2002). Obtenido de Comisión Jurídica : <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Tur%CC%81sticas.pdf>
- *Ministerio de Turismo.* (6 de Mayo de 2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- *Ministerio de Turismo.* (2012). Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis_Turismo_folleto_espanol_completo.pdf
- OMT. (1994).

- OMT. (1998 : 45).
- OMT. (2013).
- OMT. (2013). *Notas Metodologicas de la base de datos de estadísticas de turismo*. (T. Rifal, Ed.) Obtenido de ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO(UNWTO):
<http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>
- Pérez, M. B. (2013). *El Proceso de Investigacion: Visión general de desarrollo*. Barranquilla, Colombia : Universidad del Norte. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=jjBKBAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Sancho, A. (1998). (Organización Mundial del Turismo) Obtenido de <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). PLAN NACIONAL BUEN VIVIR 2013-2017. Obtenido de www.planificacion.gob.ec
- Torres C. (2006 : 56). *Metodología de la investigación*. México.
- Vasquéz. (2005). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales5/eco/tiposestu.htm>