



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

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

TÍTULO:

**Ingeniero en Administración de empresas turísticas y
hoteleras**

Tema:

**Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con
habitaciones de tubos de hormigón en el poblado de Montañita,
provincia de Santa Elena.”**

AUTOR (ES):

**Coveña Pérez, Jorge Leopoldo
Guerrero Viteri, Daniel Mauricio**

TUTOR:

Ing. Said Diez Farhat, MBA

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Jorge Leopoldo Coveña Pérez y Daniel Mauricio Guerrero Viteri**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR (A)

Ing. Said Vicente Diez Farhat, MBA.

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

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jorge Leopoldo Coveña Pérez

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con habitaciones de tubos de hormigón en el poblado de Montañita, Provincia de Santa Elena**” previa a la obtención del Título de **Ingeniero 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 AUTOR

Jorge Leopoldo Coveña Pérez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Daniel Mauricio Guerrero Viteri**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con habitaciones de tubos de hormigón en el poblado de Montañita, Provincia de Santa Elena**” previa a la obtención del Título de **Ingeniero 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 AUTOR

Daniel Mauricio Guerrero Viteri



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

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

AUTORIZACIÓN

Yo, Jorge Leopoldo Coveña Pérez

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con habitaciones de tubos de hormigón en el poblado de Montañita, Provincia de Santa Elena”**, 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

EL AUTOR:

Jorge Leopoldo Coveña Pérez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Daniel Mauricio Guerrero Viteri**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con habitaciones de tubos de hormigón en el poblado de Montañita, Provincia de Santa Elena”**, 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

EL AUTOR:

Daniel Mauricio Guerrero Viteri

Agradecimiento

A Dios por darme la vida y a la mejor familia que una persona puede desear.

A mi Madre María Elvira Viteri Cárdenas por ser una madre que ha luchado toda su vida por mi bienestar y el de mis hermanos.

A mi Padre Bolívar Guerrero Hidalgo por su entrega y dedicación en cada una de mis etapas de la vida.

A mi Ñaña María Verónica porque gracias a ella soy un hombre de bien.

A mis Abuelos Isabel Cárdenas de Viteri y Eloy Viteri Pesantes por siempre motivarme a estudiar, por enseñarme que la educación es el mejor legado que nos pueden dejar.

A mi novia Andrea Zambrano por su amor y apoyo.

Daniel Mauricio Guerrero Viteri

Agradecimiento

Primero a Dios por brindarme la vida y darme la oportunidad de tener una familia muy generosa y buena.

A mi madre, Eva Isabel Pérez Mite, que a pesar que no está con nosotros terrenalmente, me dio la vida, siempre la llevo presente en mi corazón.

A mis tías, Rosa, Carmen, Jacqueline y Lourdes que han sido un pilar fundamental en mi vida y han sido modelos a seguir ya que gracias a sus esfuerzos y sacrificios he tenido una educación de primera.

A mi primo José Bajaña, ya que él ha sido un hermano y ha estado siempre presente en todo momento apoyándome incondicionalmente.

A mi abuela querida Esther, que siempre me ha cuidado desde pequeño.

A mi novia Katherine Veintimilla por acompañarme durante este proceso de titulación y apoyarme en todo momento.

Jorge Leopoldo Coveña Pérez

Dedicatoria

A mi Madre que es mi vida y la amo demasiado, gracias por el apoyo constante, el amor que me das todos los días y por enseñarme que juntos podemos vencer cualquier adversidad.

Gracias por todos los sacrificios que has hecho a lo largo de mi vida, para ayudarme a ser ese hombre del cual tú estés orgulloso, no me alcanzara la vida para agradecerte tu infinito amor.

A mi Abuela que siempre está pendiente de mis estudios, motivándome para no rendirme y llegar a la meta, me alegra que pueda ver a su nieto convertirse en el ingeniero que siempre quiso.

Las frase de mi abuela siempre la tengo presente, “Por encima de nuestras cabezas solo está el cielo”

Daniel Mauricio Guerrero Viteri

Dedicatoria

A mi querida Madre, que dio todo de ella por darme la vida y hacer ese sacrificio único, espero que me vea de donde sea que ella se encuentre y se sienta orgullosa de los logros que he alcanzado.

A mis Tías, que han sido madres y han dado todo por mí a pesar de las dificultades y adversidades que hemos pasado, siempre me han encaminado por un buen rumbo y tratado de enseñarme sobre la vida, las quiero a ellas con todo mi corazón.

Gracias a ellas he tenido una formación excelente ya que se han dedicado y enfocado en mí, para ser un profesional, la constancia y determinación para apoyarme en todo momento han dado frutos y los pequeños granos de arena que han ido poniendo me han brindado la oportunidad de cumplir todas mis metas.

A mi abuela, por ser como es, mí todo y siempre estar conmigo compartiendo buenos momentos.

Jorge Leopoldo Coveña Pérez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

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

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
COVEÑA PÉREZ JORGE LEOPOLDO	
GUERRERO VITERI DANIEL MAURICIO	

Ing. Said Vicente Diez Farhat, MBA

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

Agradecimiento	v
Dedicatoria	vii
Resumen ejecutivo	xvi
Abstract	xvii
Introducción del proyecto	1
Antecedentes	3
Planteamiento del proyecto	5
Formulación del proyecto	7
Justificación	8
Objetivos del proyecto	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos	10
1. Capítulo 1	
1.1 Marco teórico	11
1.2 Marco conceptual	14
1.3 Marco legal	18
1.3.1 Ley de turismo	18
1.3.2 Reglamento general de la ley de turismo	20
1.3.3 Registro de alojamiento, alimentos y bebidas	21
1.3.4 Renovación de la licencia única anual de funcionamiento	26
1.4 Metodología de la investigación	28
1.4.1 Enfoque	28
1.4.2 Técnicas de investigación	29
1.4.3 Tipos de estudio	30
1.5 Universo – Población	31
1.6 Muestra	32
1.7 Técnicas de recolección de datos	34

1.8 Modelo de encuesta	35
1.9 Interpretación de resultados	38
1.10 Entrevistas	49
1.11 Análisis de las entrevistas efectuadas	53
2. Capítulo 2	
2.1 Estudio de mercado	55
2.2 Fuerzas de Porter	56
2.3 P.E.T.S.A	58
2.4 F.O.D.A. del mercado	65
2.5 Oferta de mercado	66
2.6 Demanda	67
3. Capítulo 3	
3.1 Razón social o nombre del proyecto	68
3.2 Objeto Social	68
3.3 Logo	69
3.4 Slogan	69
3.5 Misión	69
3.6 Visión	69
3.7 Valores	70
3.8 Organigrama	70
3.9 Mercado objetivo	71

4. Capítulo 4	
4.1 Localización del proyecto de titulación	72
4.1.1 Macro localización	72
4.1.2 Micro localización	73
4.2 Distribución física del espacio	73
4.3 Horario de funcionamiento	74
4.4 Productos a ofrecer	74
4.5 Control de calidad	74
4.6 Permisos ambientales	76
4.7 Permisos municipales	80
4.8 Permiso bomberos	81
5. Capítulo 5	
5.1 Segmentación de mercado	85
5.2 Estrategias de posicionamiento	86
5.3 Marketing Mix	87
5.3.1 Producto	87
5.3.2 Precio	88
5.3.4 Plaza	88
5.3.4 Promoción	89
5.4 Presupuesto de marketing	89
6. Capítulo 6	
6.1 Inversión Inicial	90
6.2 Balance Inicial	94
6.3 Depreciación de Activos	95
6.4 Tabla de Amortización	96
6.5 Rol de Pago	98
6.6 Ingresos por Ventas	99
6.7 Detalle de Gastos	100
6.7.1 Proyección de Gastos a 5 años	102

6.7.2 Costos de Operaciones	102
6.8 Estado de Resultados Proyectados	103
6.9 Flujo de Caja	104
6.10 Balance General	105
6.11 Evaluación Financiera	106
6.12 Ratios Financieros	107
6.13 Análisis de Sensibilidad	108
Conclusiones	109
Recomendaciones	111
Bibliografía	112
Anexos	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad de los encuestados	38
Tabla 2: Destino preferido por los turistas	39
Tabla 3: Preferencia al momento de viajar	40
Tabla 4: Momento de viaje	41
Tabla 5: Factores importantes al elegir el hotel	42
Tabla 6: Conocimiento sobre el hotel	43
Tabla 7: Aceptación del hotel	44
Tabla 8: Precio a pagar por noche	45
Tabla 9: Noches a hospedarse en el hotel	46
Tabla 10: Opinión sobre baños compartidos	47
Tabla 11: Servicios adicionales	48
Tabla 12: Presupuesto de Marketing	89
Tabla 13: Inversión Inicial	90
Tabla 14: Balance Inicial	94
Tabla 15: Depreciación de Activos	95
Tabla 16: Tabla de amortización de préstamo	96
Tabla 17: Tabla de amortización anual	96
Tabla 18: Tabla de amortización mensual	97
Tabla 19: Rol de pagos	98
Tabla 20: Ingresos por venta	99
Tabla 21: Presupuesto de gastos	100
Tabla 22: Proyección de gastos a 5 años	102
Tabla 23: Costos operativos	102
Tabla 24: Estado de pérdidas y ganancias (Proyección 5 años)	103
Tabla 25: Flujo de caja anual	104
Tabla 26: Balance general	105
Tabla 27: Evaluación de proyecto	106
Tabla 28: Razones financieras	107
Tabla 29: Análisis de sensibilidad	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Análisis de la edad de los encuestados	39
Gráfico 2: Análisis del destino preferido de los turistas	40
Gráfico 3: Análisis de preferencia al momento de viajar	41
Gráfico 4: Análisis de época preferida para viajar	42
Gráfico 5: Análisis de factores importantes para elegir un hotel	43
Gráfico 6: Análisis de número de personas que conocen sobre el tema	44
Gráfico 7: Análisis de aceptación del hotel	45
Gráfico 8: Análisis de precio a pagar por persona	46
Gráfico 9: Análisis de noches a hospedarse en el hotel	47
Gráfico 10: Análisis de opinión sobre baños compartidos	48
Gráfico 11: Análisis de servicios adicionales para el hotel	49
Gráfico 12: Evolución del PIB	59
Gráfico 13: Inflación en Ecuador	59
Gráfico 14: Tasa de desempleo	60
Gráfico 15: Llegadas de extranjeros a Ecuador	61
Gráfico 16: Uso de celular, internet y computadoras	62
Gráfico 17: Análisis del trabajo en la provincia de Santa Elena	63
Gráfico 18: Situación de los cantones de Santa Elena	64
Gráfico 19: Logo del hotel	69
Gráfico 20: Organigrama	70
Gráfico 21: Macro localización del hotel	72
Gráfico 22: Distribución del espacio	115

Índice de imágenes

Imagen 1: Sistema de aguas lluvias	51
Imagen 2: Ubicación del hotel	88

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto consiste en el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de un hotel con habitaciones de tubos de hormigón, el cual se lo ubicará en la comuna de Montañita que pertenece a la parroquia Manglaralto, ubicado en la Provincia de Santa Elena.

El hotel desde su creación se llamará Tubes Inn S.A. contará con logo y slogan propio con un diseño innovador, lo cual permitirá ganar espacio en el mercado local para poder posicionar la marca en la mente de los futuros clientes potenciales.

El hotel contará con 20 habitaciones, las cuales tendrán una cama de 2 plazas, un velador, una lámpara, un televisor de 22 pulgadas y un aire acondicionado, los baños serán compartidos para mujeres y para hombres, un espacio para el alquiler de carpas, la recepción y la cocina que será de uso general por parte de los huéspedes.

El objetivo del hotel será satisfacer las necesidades de los clientes que busquen un lugar donde hospedarse en Montañita, el valor de la noche será de 10 por persona, el precio se lo determinó luego del estudio de mercado, cabe recalcar que el valor es competitivo con los demás lugares de alojamiento en la zona.

El estudio financiero del plan de negocios determinó que la puesta en marcha del negocio es muy factible y que generará ganancias a corto plazo dado que la inversión inicial es de \$113.560,57, el VAN \$51.343,05 es mayor a 0, es decir, el proyecto recuperará lo que se invirtió, por otro lado el TIR que corresponde a la rentabilidad del proyecto cuando el VAN es igual a 0, el TIR es igual a 31%.

Palabras claves: tubos - hormigón, habitaciones, alojamiento, competitivo, comuna, huéspedes

ABSTRACT

The project involves the development of a Feasibility study for the creation of a hotel with rooms made of concrete pipes, which would be located in the town of Montañita belonging to the Manglaralto, located in the Province of Santa Elena.

The hotel since its creation will be called Tubes Inn S.A. will have its own logo and slogan with innovative design; with all of these brand new ideas we are looking forward to get the local market to position our product in every single person that visits the place and of course potential future customers.

The hotel will feature 20 rooms, which have a double bed, a nightstand, a lamp, a 22-inch TV and air conditioning, the bathrooms will be shared for women and for men, we will have a space for rental of tents. Our reception will open for our entire guest to provide the best service and we will have a common kitchen this one is going to be for the guests.

The aim of the hotel is to provide a place to stay and look forward for the needs of all customers who are looking for a place to stay in Montañita, the price of the night will be \$10 per person. The price was set on a study of the market; the price is competitive with other places which offer an accommodation around the area.

The financial study that was made for the business plan determined that the implementation of the project is very viable, and generate short-term gains since the initial investment is \$ 113,560.57, \$ 51,343.05 VAN is greater than 0 i.e. the project will recover what was invested, on the other hand the TIR corresponding to the profitability of the project when VAN is equal to 0, the TIR is equal to 31 %.

Key words: tubes, concrete, rooms, accommodation, competitive, commune, guest

INTRODUCCIÓN

El turismo en el Ecuador ha crecido exponencialmente en los últimos años debido a sus diferentes atributos que posee con una vasta cantidad de lugares por conocer, sus 4 regiones que son: Costa, Sierra, Oriental e Insular, en las cuales se puede contemplar mucha diversidad de flora, las plantas y flores más exóticas que pueden existir en el mundo, así como su fauna, especies nunca antes vistas. Se puede descubrir algo nuevo en cada rincón de este país donde en cada paso que se dé hay una nueva sorpresa por ver.

El hecho que Ecuador cuente con todas estas riquezas no quiere decir que no necesite el apoyo para explotar estos atractivos turísticos, gracias a la intervención por parte del gobierno e invertir para dar a conocer las maravillas que existen en el país y así hacer del mismo en algunos años una potencia turística del mundo, por esta razón, debe estar preparado para recibir a los turistas que vienen a conocer el país.

Es por eso que debe estar preparada su infraestructura hotelera, así como la prestación de servicios los cuales son requeridos para el turismo como son: restaurantes, transporte, operadoras de turismo y demás servicios complementarios. Debe ser lo mejor brindando un servicio de calidad y el personal que lo brinde sea capacitado para sus acciones.

La industria hotelera ha cambiado desde 100 años atrás, antes el viajero solo buscaba un lugar donde dormir y comer, pero ahora la demanda de los turistas es de encontrar todo lo que necesitan en un mismo lugar que pueda satisfacer sus necesidades y tengan las comodidades requeridas en un mismo lugar.

En los últimos años, cada vez más personas apuntan a hospedarse en hoteles que sean ecológicos, rústicos, sencillos y económicos por esta razón se quiere implementar

un hotel con una idea nueva en el Ecuador, que sea único y que marque la diferencia para que los clientes vivan una nueva experiencia.

El motivo principal que impulsó a realizar este proyecto, el cual consiste en incentivar una nueva tendencia en infraestructura hotelera es así que la propuesta para implementar un hotel con habitaciones de tubo de hormigón en el poblado de Montañita, este hotel está enfocado en todos los turistas que acuden a este balneario que ya lo hacen por razones de ocio o por sencillamente conocer un nuevo lugar y así tener una buena experiencia y disfrutar de unas vacaciones.

ANTECEDENTES

Ecuador es un país rico en biodiversidad el cual cuenta con muchos lugares turísticos magníficos para ser explorados y que esconden una maravillosa cultura desde sus bases, dado ese motivo nos hemos enfocado en el poblado de Montañita que es una comuna de Manglaralto, provincia de Santa Elena, el cual se encuentra ubicada en las costas del Ecuador, exactamente a 200 km de Guayaquil, su nombre lo recibe por estar localizada entre cerros y una amplia vegetación.

Su historia se remonta en dos situaciones interesantes, la antigua y la moderna, la antigua se refiere a los asentamientos que había en el sector donde ahora es la comuna, la cultura Valdivia la cual tiene una antigüedad de 3500 A.C. más conocida por sus diferentes y extraordinarios trabajos en cerámica en la mayoría de estos trabajos destacan las figurillas de sexo femenino, las cuales son reconocidas a nivel mundial como las “Venus de Valdivia”.

La historia moderna, por otro lado, se remonta hace pocos años cuando unos surfistas emprendieron un viaje a la costa y encontraron la punta de Montañita la cual tenía unas olas magníficas para poder practicar el deporte, por esta razón y su belleza natural comenzó a volverse popular entre todos los turistas y actualmente es un lugar que está en auge para realizar todo tipo de actividades deportivas y de turismo por su ubicación privilegiada.

Montañita es un lugar ideal para encontrar gente de distintos lugares del mundo cada uno formando parte de la cultura viajera; mucha gente se queda por más tiempo de lo previsto, allí encuentran lo que buscan un pueblo en donde desde el primer día que se llega la gente lo recibe muy bien, en un ambiente de paz y prometedor de aventuras. (Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Local, 2014)

Siendo este lugar potencialmente turístico, es la razón porque acuden gran cantidad de turistas extranjeros y nacionales; además, de ser una sede que está vinculada al surf y otras actividades alternativas como festivales y eventos que son reconocidos internacionalmente, además para la recreación, relajación y apreciación de la naturaleza es por eso que ha ido creciendo el turismo en este poblado.

La Capacidad de Carga Efectiva de Montañita, de acuerdo con un estudio del Programa de Manejo de Recurso Costeros 4 es de 12.519 turistas. Siendo este el número que soporta este balneario en función de los servicios que posee para la completa satisfacción de los visitantes.

Sin embargo, el mayor problema que enfrenta Montañita es la saturación de sus recursos particularmente en los feriados. (Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Local, 2014)

Los turistas de Montañita tanto nacionales como internacionales, en años anteriores llegaban para presenciar los campeonatos de surf que allí se realizan con frecuencia, debido a las grandes olas que se forman, sin embargo, ahora se ven también atraídos por la presencia de individuos de diferentes culturas.

Las artesanías realizadas por gente local e internacional, la comida y el ambiente de tolerancia. Muchos también ven en Montañita un gran atractivo natural en el cual se pueden obtener bellas fotografías y presenciar maravillosos atardeceres. La mayor parte de turistas son jóvenes en busca de aventura. (Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Local, 2014)

Desde sus inicios Montañita ha ido evolucionando con el paso de los años, su estructura organizacional ha mejorado ya que la participación comunitaria ha sido la base de las mejoras que existen, debido a estos procesos la calidad del servicio y hospitalidad de los distintos establecimientos de hospedaje que han ido creciendo para la comodidad de todas las personas que decidan ir este lugar.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El Turismo en el Ecuador es la actividad con más crecimiento en los últimos años dado que el gobierno nacional impulso una campaña a nivel mundial para atraer a visitantes de todas partes del mundo para que elijan al Ecuador como su próximo destino turístico.

El objetivo del Ecuador es posicionarse en la mente de los turistas para que vean al país como un lugar que cuenta con una biodiversidad, paisajes únicos en el mundo, y así poder competir con las potencias mundiales en lo que respecta al turismo los pioneros son Francia, España, Alemania, Estados Unidos.

Ecuador cuenta con muchos atractivos turísticos que no son explotados por parte de los habitantes del lugar o por las autoridades competentes, algunos los tienen abandonados lo cual no beneficia al turismo local ni al desarrollo de la economía del lugar pero para que el país se convierta en destino turístico se necesita desarrollar la infraestructura hotelera, equipamientos, planta e instalaciones necesarias para la promoción turística del sitio.

Montañita cuenta con servicios de hospedaje, alimentación, transportación, entretenimiento y servicios básicos que son los requisitos primordiales para que un lugar sea considerado como un destino turístico.

Montañita, es una de las playas más destacadas y hermosas del país, recibe turistas de países como Argentina, Chile, Uruguay, Estados Unidos y países de Europa entre otros, que buscan un espacio de diversión nocturna y de relajación en una de las mejores playas que posee el Ecuador.

La mayoría de turistas viajan entre amigos, pareja, familia o en ocasiones solos buscando una opción de descanso y recreación ideal para olvidarse por un rato de los problemas del diario vivir y sobretodo en un lugar que sea accesible y convenientes para la economía del viajero.

Montañita se dio a conocer por su hermosa playa, por su excepcional clima, por la calidez de la personas de la comuna, por su ambiente de relax y tranquilidad y por su olas de gran tamaño que hacen que los turistas que les gusta el surf denominen a Montañita como uno de los mejores lugares para practicar este deporte.

La playa de Montañita se ha convertido en el destino preferido de personas de todas las edades por lo cual se ha incrementado la demanda de lugares para hospedarse durante fines de semana y feriados lo cual ha llevado a los habitantes del lugar a improvisar en sus casas convirtiéndolas en establecimientos de hospedaje, lo cual no es lo más apropiado para la satisfacción de los turistas.

A los turistas no les queda más opción que hospedarse en casas improvisadas por dos razones, la primera es por los precios pocos accesibles por parte de la mayoría de hoteles y la segunda es por no encontrar un lugar para dormir por la gran demanda existente en el lugar.

En el país no existe un proyecto como el que se está planteando con un diseño de las habitaciones únicas para innovar la infraestructura hotelera y promover el turismo local e internacional y convertirnos en el destino turístico ideal para los amantes de la playa.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

¿Es factible la creación de un hotel con habitaciones de tubo de hormigón para promover una nueva tendencia en infraestructura hotelera promoviendo el turismo y el desarrollo económico de la población de Montañita?

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

En la última década la actividad turística en el Ecuador se ha desarrollado de manera favorable, cada año crece el número de turistas en todo el mundo, millones de turistas buscan destinos naturales, que los llenen de vida, lugares del cual puedan aprender la historia, cultura, costumbres y tradiciones.

En la provincia de Santa Elena a lo largo de la ruta del sol se puede disfrutar del sol, playa, gastronomía y entretenimiento destinado a todas las personas que se decidan a visitar la Provincia de Santa Elena.

Montañita es una de las playas más visitadas y hermosas del país, recibe turistas de todas las edades que visitan el lugar buscando aventura, buenas olas y sobre todo diversión, la mayoría viaja con amigos, en pareja, familia o solos con la idea de salir de la rutina dejando a un lado los problemas.

El incremento de turistas que visitan Montañita ha causado que la infraestructura hotelera no pueda abastecerse para brindar un servicio de alojamiento a todas las personas que busquen un lugar para hospedarse, lo que deriva que los turistas tengan que dormir en los carros y en la playa, esto debido a la masiva afluencia de turistas durante feriados, fin de semanas y temporada playera.

La mayor parte de turistas que visitan Montañita son turistas internacionales que se deciden a visitar la playa por las buenas críticas que ha ganado los atractivos de la zona, la mayoría de turistas no dominan el idioma por esa razón los empleados del hotel tendrán que dominar dos idiomas básicos que serán el español y el inglés.

Las personas encargadas del manejo del hotel serán personas autóctonas de la comuna las cuales se las capacitará para que realicen un trabajo de manera eficiente y quien mejor que habitantes de la comuna para que les cuenten a los turistas de la historia del pueblo.

La mayoría de turistas que visitan montañita buscan lugares donde hospedarse que ofrezca un servicio de alojamiento económico, pero sin dejar a un lado la comodidad y la seguridad de las instalaciones para brindar un ambiente confortable y cálido para la satisfacción de los turistas.

En Montañita se brindará un servicio de alojamiento único destinado para todo tipo de personas que buscan vivir una experiencia inolvidable, como dormir en habitaciones de tubo de hormigón a un precio accesible para los viajeros que elijan este lugar como su destino turístico ideal para pasar momentos y experiencias únicas.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un hotel Ecológico elaborado con tubos de hormigón en la playa de Montañita, provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los atractivos de la comuna Montañita, como modelo de promoción del lugar.
2. Diseñar campañas de marketing para dar a conocer el hotel dirigida a nuestro mercado objetivo.
3. Desarrollar un estudio financiero para conocer la viabilidad del proyecto y evaluar la factibilidad económica.

CAPITULO 1

1.1 Marco Teórico

Según (Barreto, 2007:9), “El turismo es un fenómeno social que actualmente abarca el mundo entero desde el punto de vista geográfico y todos los estratos y grupos sociales”.

Afirma, (Turismo, 2014:25) “La relativa juventud del turismo como una actividad humana generalizada en las sociedades desarrolladas con implicaciones culturales, sociales y económicas y de reconocido interés científico condiciona que aun esté abierto un amplio debate académico sobre su exacta definición. En efecto, conceptualizar la palabra "turismo" representa adentrarse en una tarea ardua y compleja dado su carácter poliédrico dentro de un universo semántico difuso. Se presenta como un concepto concreto en los diccionarios y en las enciclopedias básicas, que coinciden en identificarlo con los apelativos viaje, estancia y actividad durante el tiempo libre de la civilización del ocio.”

(Turismo, 2014:26) Por ejemplo: “A la complejidad de la actividad, se le añade su manifestación dinámica, el continuo crecimiento cuantitativo y cualitativo que hace que el turismo se redescubra constantemente, de tal forma que la visión que puede tenerse en un momento determinado pueda variar y las definiciones que ahora sirven pueden ser pobres en el futuro para describirlo.”

(Segitur, 2014:4) También se podría definir el TURISMO diciendo que es un fenómeno socio-económico que influye de gran manera en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, o que es el movimiento de humanos para intercambiar conocimientos, cultura, aventuras, idiomas, etc.

Según Petrocchi (Petrocchi, 2001:18), el modelo propuesto por Inskeep describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por tres niveles de elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico ocupa una posición central, recibiendo el status de principal elemento del sistema turístico. En segundo plano están los elementos de la industria turística. En tercer lugar el modelo indica la posibilidad de consumo del producto turístico por visitantes al igual que por residentes.

El modelo propuesto por Colin Hall (Hall, 2001:81) también presenta interrelaciones más detalladas. El centro de atención está entre oferta y demanda. Según el modelo, de esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos

Según Moscardo (Cooper, 2001:88-90) presenta interrelaciones más detalladas, colocando los elementos en una secuencia lógica y describiendo al turismo como un proceso circular. Cada elemento pasa a ocupar una posición específica dentro del sistema relacionándose directamente sólo con los elementos que le son pertinentes. El modelo de Moscardo entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino. Éstos a la vez, retroalimentan el sistema por medio de las variables de marketing, influyendo directamente sobre los turistas

El modelo de Palhares (Palhares, 2002:58) también se enfoca en la interrelación entre origen y destino. El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.

El producto turístico se constituye con el trabajo de muchas empresas, que no siempre se relacionan. Para identificar qué empresas se pueden considerar como “empresas de turismo”, según Krippendorf (Krippendorf, 1971:43), basta elegir aquellas que proveen, no importa de qué manera, bienes materiales o servicios turísticos, que sirven para la satisfacción de necesidades de turistas, y, que durante la distribución

entran en contacto con ellos. Como existen muchos tipos de necesidades, las empresas asumen mayor o menor importancia para el turista en función de la satisfacción que la misma les proporciona.

Lopez (Agui, 1994:27) propone que se considera al turismo como la actividad de toda persona que viaje durante veinticuatro horas o más por cualquier otro país que el de su residencia habitual.

De acuerdo a Theobald (Theobald, 1994:12), es ampliamente reconocido que existen dos tipos diferentes de definiciones del turismo, cada una con su propio uso y racionalidad: las definiciones técnicas y las definiciones conceptuales. Las definiciones técnicas son las que proveen información turística para propósitos estadísticos principalmente y también, en ocasiones, para propósitos legislativos.

De acuerdo a Pedreño Muñoz (Muñoz, 1996:26-27), el producto turístico no es fácil ni sencillo de definir. Se trata de un conjunto de bienes y servicios heterogéneos, de un conjunto de actividades productivas muy interrelacionadas.

Para Vogeler Ruiz y Hernández Armand (Ruiz & Armand, 2000:291-292), el “producto turístico es una relación de experiencias que se manifiestan en la forma de servicios recibidos.”

Para Figuerola (Figuerola, 1985:71), el turismo no es ni un sector independiente de la economía, ni una rama productiva específica en el sector servicios de la economía ni una industria. Si por industria se entiende el conjunto de operaciones que concurren a la transformación de materias primas y a la producción de riqueza, muchos de los actos turísticos implican esta transformación, pero muchos otros no.

Wilson, (Wilson, 1998:55) concluye que no hay un único mercado turístico ni una industria como tal, sino que existen muchos mercados turísticos donde los productos turísticos son servidos y comerciados por un rango de industrias, algunas de las cuales

pueden ser clasificadas como “industrias relacionadas con el turismo” si la mayor parte de su actividad es generada por la actividad del mercado turístico.

1.2 Marco Conceptual

Turismo.-

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (OMT, 2014)

Comuna.-

Forma de organización social y económica basada en la propiedad colectiva y en la eliminación de los tradicionales valores familiares. (Española, 2014)

Hotel.-

Establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros. (Española, 2014)

Huésped.-

Persona alojada en un establecimiento de hostelería. (Española, 2014)

Hormigón.-

Mezcla compuesta de piedras menudas y mortero de cemento y arena. (Española, 2014)

Excursionista (o visitante del día.-

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (OMT, 2014)

Formas de turismo.-

Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional. (OMT, 2014)

Demanda turística.-

Es la que se encuentra formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (OMT, 2014)

Oferta turística.-

La demanda turística es la cantidad de servicios turísticos que se desean adquirir a distintos precios y depende de diversos factores, siendo el precio el más significativo. (GiteTur, 2014)

Destino turístico.-

El *destino principal de un viaje turístico* es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. (OMT, 2014)

Comunidad.-

Conjunto de las personas de un pueblo, región o nación. (Española, 2014)

Gasto turístico.-

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. (OMT, 2014)

Motivo (principal) de un viaje turístico.-

El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.) (OMT, 2014)

Turismo internacional.-

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores. (OMT, 2014)

Turismo interno.-

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. (OMT, 2014)

Viaje turístico.-

El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso.

Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos. (OMT, 2014)

Visitante.-

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (OMT, 2014)

Turismo nacional.-

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores. (OMT, 2014)

Turismo receptor.-

Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor. (OMT, 2014)

Servicios.-

Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones del consumo, o facilita el intercambio de productos o activos financieros. No pueden ser objeto de comercio separado de su producción. En el momento de concluir su producción, deben haber sido proporcionado a los consumidores. (OMT, 2014)

1.3 Marco Legal

1.3.1 Ley de turismo:

Capítulo I: Las actividades turísticas y su Categorización

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.3.2 Reglamento general de la ley de turismo:

Capítulo II: Del registro único de turismo

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

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

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

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel

nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Capítulo IV: De la licencia única anual de funcionamiento.

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

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

Fuente: Ministerio de Turismo

1.3.3 Registro de alojamiento, alimentos y bebidas

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

1. Alojamiento;
2. Servicio de alimentos y bebidas;

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

Requisitos:

Personas Naturales

1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de la cédula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
 - Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum
 - Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
 - Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

(Formulario del Ministerio de Turismo)

9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
10. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

Personas Jurídicas

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de identidad
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:

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

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

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

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

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

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

(Formulario del Ministerio de Turismo)

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

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

Procedimiento:

- Recepción de requisitos y formalidades para el registro:

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

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

Una vez ingresado el expediente pasará a conocimiento del Director de Desarrollo o quien realiza esta función en las Coordinaciones Zonales del

Ministerio de Turismo. El Jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo

- Evaluación:

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

- Actividad Turística
- Tipo
- Capacidad
- Categoría
- Dirección
- Nombre del propietario
- Luego de la Evaluación, se otorga la Clasificación y la categoría, la misma que debe estar de acuerdo a la Normativa vigente. En estas Normativas se establecen todos los requerimientos.
- Realizada la evaluación se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de cuentas bancarias:

- Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el Registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística
- Para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (en el caso de un establecimiento que pertenezca a un Municipio no descentralizado) deberá realizar el depósito en la Tesorería de la Institución.

Tiempo Estimado de Entrega:

(15) Quince días laborables

1.3.4 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.

Requisitos:

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

Procedimiento:

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

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

Fuente: Municipio de Santa Elena

Tiempo Estimado de Entrega:

(2) Dos días laborables

1.4 Metodología

La creación de un hotel con habitaciones de tubo de hormigón en el poblado de Montañita, es la idea principal para promover una nueva tendencia de infraestructura hotelera de la zona, cambiando la visión turística y promoviendo al desarrollo económico de la comunidad.

Para este proyecto se ha elegido la metodología que es el análisis cuantitativo-deductivo con la finalidad de recoger la mayor cantidad de información que sea útil para definir la factibilidad y los riesgos que pudieran suscitarse a lo largo de la puesta en marcha del hotel.

1.4.1 Enfoque

Enfoque Cuantitativo

La investigación cuantitativa proporciona a profundidad los datos que se van a analizar para determinar aspectos importantes que permitan predecir el comportamiento de la población que se va a estudiar.

Se utiliza en diferentes ámbitos, desde estudios de opinión hasta diagnósticos para establecer políticas de desarrollo. Descansa en el principio de que las partes representan al todo; estudiando a cierto número de sujetos de la población (muestra) nos podemos hacer una idea de cómo es la población en su conjunto. Concretamente, se pretende conocer la distribución de ciertas variables de interés de una población. (Hueso y Cascant, 2012:117)

1.4.2 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación que se han escogido son: técnica documental y técnica de campo.

La técnica documental se basa en reunir toda la información necesaria por parte del investigador para el estudio de los procesos y de las teorías por medio de la investigación en las diversas fuentes de información para analizar los datos de interés relacionado con el estudio.

“La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información”
(Baena ,1985:18)

La técnica de campo permitirá al investigador realizar un estudio más profundo y en observación del objeto de estudio que ayuden a palpar la realidad presente del lugar, problemas de la comunidad, seguridad, comportamiento de la población que se estudiara, opiniones sobre el proyecto entre otras, ese será el objetivo primordial al realizar la salida de campo.

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva. (Jesús Ferrer, 2010:76)

Entre algunas herramientas tenemos los cuestionarios, observación directa, entrevistas y encuestas.

Las técnicas de investigación más usadas por los investigadores tenemos:

a) **Cuestionarios:** Estarán compuesto por preguntas abiertas y cerradas que permitirán determinar los gustos y preferencias de nuestro mercado objetivo y descubrir la opinión de las personas sobre la propuesta del proyecto.

b) **La entrevista estructurada:** Se organizará entrevistas cuyas preguntas se entregarán con anticipación a las autoridades de la parroquia para que reúnan toda la información necesaria para que éstas sean contestadas y a su vez poder conocer sus opiniones, despejando alguna duda acerca de la realización del proyecto.

c) **Observación Indirecta:** Es la técnica que se basa en recoger la información de los conocimientos, datos, acerca de un fenómeno estudiado por otros investigadores.

d) **Observación Directa:** Es la investigación que se realiza de manera personal en la cual el investigador se relaciona de forma directa con el medio que se va a investigar.

1.4.3 Tipos de estudio

“Los estudios exploratorios y los estudios descriptivos son los dos niveles en los que habitualmente han de trabajar quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática ulterior, o bien formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior” (Ander- Egg, 1977: 40)

Estudios de tipo exploratorio.- Es aplicable cuando el tema elegido no ha sido estudiado a profundidad, recogiendo información necesaria dando la pauta para futuros estudios relacionados.

Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables (Dankhe, 1986:84).

Estudios descriptivos.- Tiene como propósito describir el fenómeno que se va a estudiar, se definen como mínimo dos variables a tomar en cuenta y se miden los conceptos con el fin de describirlos.

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández y Batista, 2003:117).

1.5 Universo – Población

La población es el colectivo sujeto del estudio, cabe distinguir entre Población (colectivo en el que estamos considerando la magnitud sujeta a estudio) y Universo (colectivo de todos los elementos sujetos del estudio, en el que no consideramos la magnitud). El universo es, por tanto, el conjunto de individuos que poseen la característica o características sujetas a estudio, y éstas en su conjunto forman la población. (Conceptos Basico Inferencia, 2014)

La población o universo está compuesto por las personas que habitan en la ciudad de Guayaquil, ya que ellos representan un alto porcentaje de los turistas que acuden a Montañita, y de los habitantes de la comuna.

Los datos obtenidos muestran que la población de Guayaquil es 2`291.158 y en la comuna Montañita aproximadamente viven 1000 personas. Se lo considera una población infinita porque sobrepasa los 100.000 elementos.

1.6 Muestra

Para realizar un estudio pertinente y obtener resultados que reflejen con el número de la población, se debe establecer si es finita o infinita, en este caso es infinita dado por la cantidad de elementos que existen. Este cálculo se lo realiza para simplificar procesos, reducir costos y para que los resultados sean los más acertados de la población. Para lo cual utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Grado de confianza que adopta los siguientes valores

U= Universo

P= Probabilidad de éxito

Q=Probabilidad de fracaso (1- p)

E= Error (entre el 1% y 5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1.8416 * 0.25}{(0.05)^2}$$

0.0025

0.9416

$n = \frac{0.9416}{0.0025} = 384.16$

0.0025

El resultado de la fórmula utilizada demuestra que se debe escoger 384 elementos de los dos lugares antes mencionados para realizar el estudio, con este número se procede a realizar los distintos procesos para obtener información que sea de ayuda para el desarrollo de otras variables.

1.7 Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas que serán utilizadas son las más básicas e indispensables para recolectar datos que sean precisos.

Cuestionarios: Se formularán una serie de preguntas, las cuales estarán enfocadas en los gustos y preferencias de las personas para poder determinar que buscan o que les interesa al ir a Montañita, cual es la motivación para acudir al lugar.

Entrevista: Se realizan preguntas de abiertas a cerradas, al presidente de la comunidad para obtener la información que se desee, además esta persona es la que está a cargo del lugar así que él puede brindar información valiosa.

Observación Indirecta: Mediante la recolección de información o teorías realizadas por terceros se tendrá otra apreciación de las diversas situaciones que se relacionan con el lugar y será de base para realizar estudios que sean similares.

Observación Directa: Esta técnica es la más importante ya que así se corrobora los datos analizados, además de ver a la comunidad en general en todas sus actividades, como desempeñan ya sea cada individuo o todo el grupo en general.

1.8 Modelo de Encuesta

ENCUESTA

Edad:

Sexo: F

M

1.- Al momento de viajar a la playa ¿Cual playa elige como destino?

- a) Salinas
- b) Montañita
- c) San pablo
- d) Canoa

2.- ¿Cuándo viaja lo prefiere hacer?

- a) solo
- b) Pareja sentimental
- c) Amistades
- d) Familiares

3.- ¿Prefiere viajar a la playa?

- a) Entre semana
- b) Fines de semana
- c) Feriados
- d) Temporada

4.- Al elegir un hotel ¿Qué es lo primero que busca?

- a) Precio
- b) Comodidad
- c) Seguridad
- d) Ubicación
- e) Otro

5.- ¿Ha escuchado sobre los hoteles cuyas habitaciones son de tubos de hormigón?

- a) si
- b) no

6.- ¿Le gustaría hospedarse en un hotel cuyas habitaciones sean tubos de hormigón?

- a) si
- b) no

7.- ¿Cuánto le gustaría pagar por el servicio de alojamiento por noche por persona?

- a) \$5 - \$10
- b) \$10 - \$15
- c) \$15 en adelante

8.- Numero de noches que se alojaría en el hotel

- a) 1 o 2 noches
- b) 2 o 4 noches
- c) 5 noches en adelante

9.- **¿Estaría dispuesto a usar baños que sean compartidos con otros huéspedes?**

- a) Si
- b) No

10.- **¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales cree usted que son necesarios en un hotel ubicado en la playa?**

- a) Wifi
- b) Piscina
- C) Parqueo
- D) Tv cable

1.9 Interpretación de Resultados

Tabla # 1: Edad de los encuestados

Rango de Edad	Encuestados	Porcentajes
15– 20	125	32,55%
21 – 26	167	43,49%
27 – 32	60	15,63%
33 – 38	32	8,33%
Total de encuestas:	384	100,00%

Elaborado por: Los autores

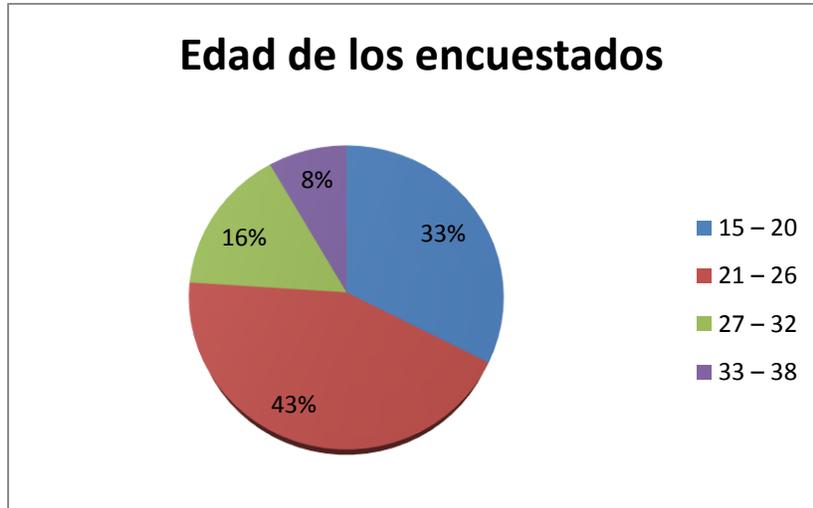


Grafico # 1 : Edad de los encuestados
Elaborado por : Los autores

Las encuestas se las realizaron a personas de diferentes edades el rango de estas fue de 15 a 38 años de edad, se muestra que el grupo mayor de personas encuestadas oscilan entre 21 a 26 años con un porcentaje de 43,49%.

1.- Al momento de viajar a la playa ¿Cual playa elige como destino?

Tabla 2: Destino preferido de turistas

Opciones	N. de personas	Porcentajes
Salinas	135	35%
Montañita	127	33%
San Pablo	89	23%
Canoa	33	9%
Total de encuestas	384	100%

Elaborado por: Los autores

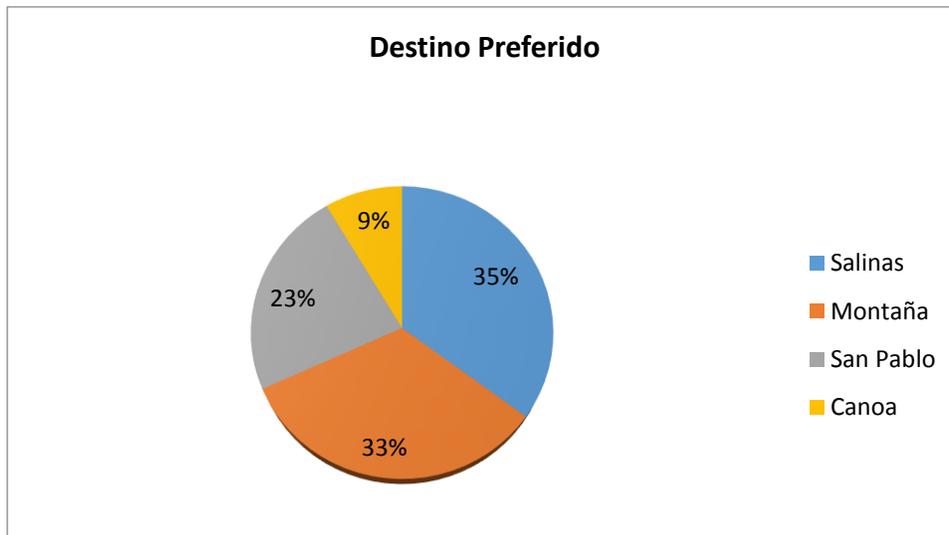


Grafico 2: Análisis del destino preferido de los turistas
Elaborador por: Los autores

El 35% de los encuestados escogió como destino preferido salinas, ya que es un lugar popular, por la distinta oferta turística que posee y por su ubicación dado que es cerca. En segundo lugar, está la comuna de Montañita debido a su crecimiento en todas las áreas turísticas.

2.- ¿Cuándo viaja lo prefiere hacer?

Tabla 3: Preferencia al momento de viajar

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
Solo	63	16%
Pareja sentimental	89	23%
Amistades	145	38%
Familiares	87	23%
Total de encuestas:	384	100%

Elaborado por: Los autores

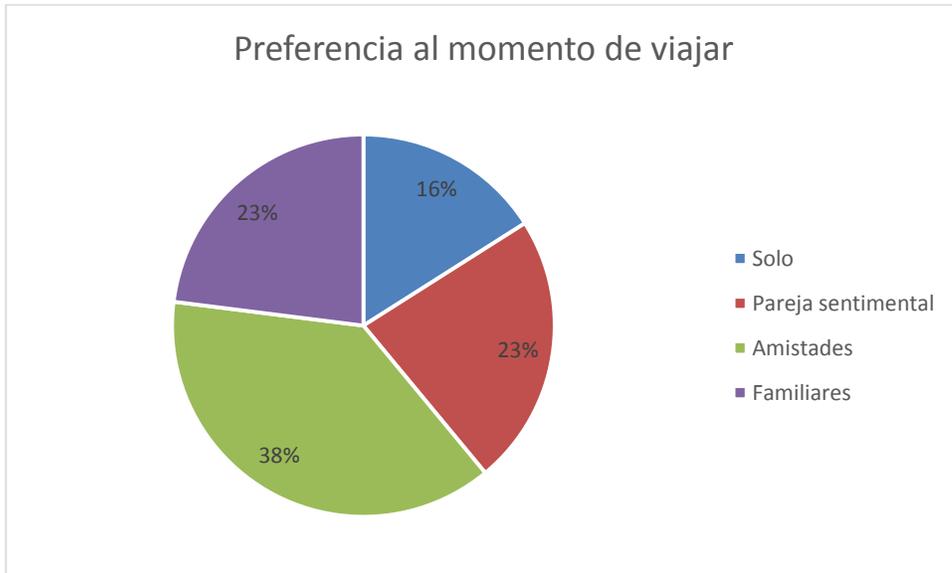


Grafico 3: Análisis de preferencia al momento de viajar
Elaborador por: Los autores

Las preferencias de los turistas al momento de emprender un viaje es hacerlo con la compañía de sus amigos, en segundo lugar está con la familia. Las personas que fueron encuestadas demuestran un índice alto al momento de emprender un viaje, lo desean hacer acompañados.

¿Prefiere viajar a la playa?

Tabla 4: Momento de viaje

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
Entre semana	37	10%
Fines de semana	81	21%
Ferriados	95	25%
Temporada	171	44%
Total	384	100%

Elaborado por: Los autores



Grafico 4: Análisis de época preferida para viajar
Elaborador por: Los autores

El 44% de los encuestados nos demuestran que la época idónea para viajar a un destino de playa es en la temporada, el segundo lugar son los feriados que cuentan con el 25% ya que se dispone de más tiempo.

4.- Al elegir un hotel ¿Qué es lo primero que busca?

Tabla 5: Factores importantes al elegir un hotel

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
Precio	152	40%
Comodidad	81	21%
Seguridad	70	18%
Ubicación	55	14%
Otro	26	7%
Total	384	100%

Elaborado por: Los autores



Grafico 5: Análisis de factores importantes para elegir un hotel
Elaborador por: Los autores

El 40%, indica que los costos o el gasto para hospedarse es el más importante. La comodidad es la segunda, ya que manifestaron que el hotel debe tener todas las comodidades para el huésped, la seguridad también es un factor importante. Otro factor de relevancia para algunos encuestados es el agua caliente y el tv cable en las habitaciones.

5.- ¿Ha escuchado sobre los hoteles cuyas habitaciones son de tubos de hormigón?

Tabla 6: Conocimiento sobre el hotel

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
Si	264	68,75%
No	120	31,25%
TOTAL	384	100,00%

Elaborado por: Los autores



Grafico 6: Análisis de número de personas que conocen sobre el tema
Elaborado por: Los autores

El 69% de los encuestados contestaron de manera afirmativa acerca de que conocen o han escuchado hablar sobre el tema, mientras que el 31% restante manifestaron que nunca habían escuchado acerca de esto.

6.- ¿Le gustaría hospedarse en un hotel cuyas habitaciones sean tubos de hormigón?

Tabla 7: Aceptación del hotel

Respuesta	N. de Personas	Porcentajes
Si	305	79,43%
No	79	20,57%
TOTAL	384	100,00%

--	--	--

Elaborado por: Los autores



Grafico 7: Analisis de aceptacion del hotel
Elaborado por : Los autores

Del 100% de los encuestados, el 79% dijo estar de acuerdo con hospedarse en el hotel, por otro lado el 21% manifestó que no lo haría, por no sentirse agusto alojándose en hoteles que cuenten con habitaciones de tubos de hormigón.

7.- ¿Cuánto le gustaría pagar por el servicio de alojamiento por noche por persona?

Tabla 8: Precio a pagar por noche

Precio	N. de Personas	Porcentajes
5 – 10	101	26,30%
10 – 15	256	66,67%

15 o más	27	7,03%
TOTAL	384	100,00%

Elaborado por: Los autores

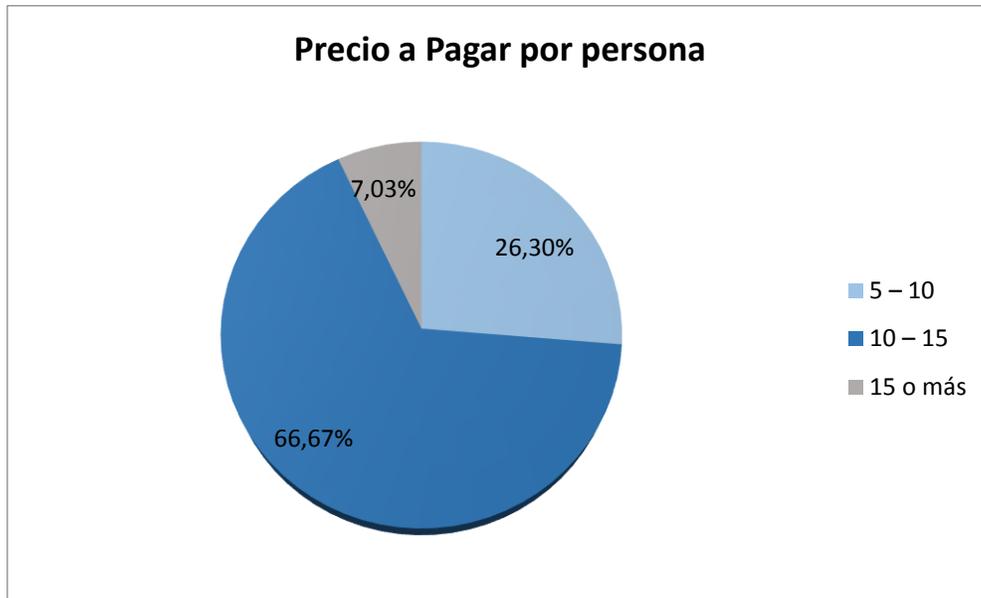


Gráfico 8: Análisis de precio a pagar por persona.

Elaborado por: Los autores

El 26,30% de los encuestados estarían cómodos pagando la estadía por persona un valor de \$5 a \$10, el 66,67% de los encuestados manifestó que estarían de acuerdo en pagar por noche un valor entre \$10 a \$15 y por último un 7,03% podrían pagar por noche \$15 o más.

8.- ¿Cuántas noches estaría dispuesto a hospedarse en el hotel?

Tabla 9: Noches a hospedarse en el hotel

N° de noches	N. de Personas	Porcentajes
1 o 2	198	51,56%

2 o 4	160	41,67%
5 en adelante	26	6,77%
TOTAL	384	100,00%

Elaborado por: Los autores



Gráfico 9: Análisis de noches dispuesta a hospedarse

Elaborado por : Los autores

El mayor porcentaje de personas encuestadas con un 51% podría hospedarse de 1 a 3 noches en el hotel, mientras que el 42% pasaría de 3 a 5 noches en el hotel, el porcentaje menor que es el 7% podría hospedarse de 5 noches o más en el hotel.

9.- ¿Estaría dispuesto a usar baños que sean compartidos con otros huéspedes?

Tabla 10: Opinión sobre baños compartidos.

Opciones	N. de Personas	Porcentajes
Si	268	69,80%

No	116	30,20%
TOTAL	384	100,00%

Elaborado por: Los autores

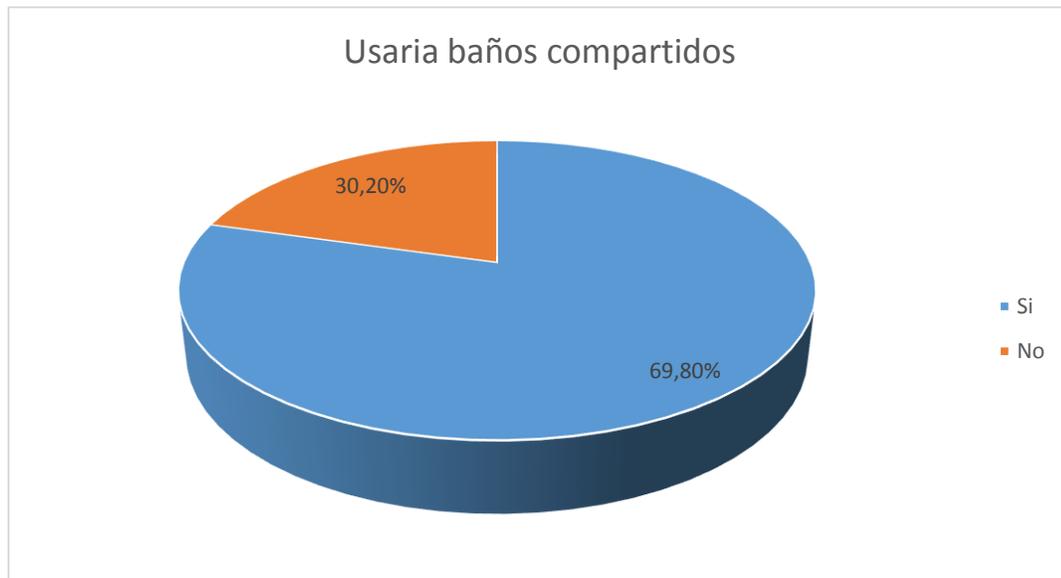


Gráfico 10: Análisis de opinión sobre baños compartidos.

Elaborado por: Los autores.

El 69,80% de los encuestados manifestó que no tendrían problemas que el hotel cuente con baños compartidos para el uso de los huéspedes, el 30.20% no estarían de acuerdo que tengan que usar baños compartidos con otros huéspedes.

10.- ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales cree usted que son necesarios en un hotel de playa?

Tabla 11: Servicios adicionales

Servicios	Encuestados	Porcentajes
Wi-Fi	118	30,73%

Piscina	138	35,94%
Parqueo	97	25,26%
Tv Cable	31	8,07%
TOTAL	384	100,00%

Elaborado por: Los autores.



Gráfico 11: Análisis de servicios adicionales para el hotel

Elaborado por: Los autores

El 35,94% de los encuestados dijeron que les gustaría que el hotel cuente con una piscina, el 30,73% preferirían contar con wi-fi en el hotel para el uso de los huéspedes, el 25,26% manifestaron que prefieren contar con parqueo, el 8,07% desean que el hotel cuente con televisión por cable.

1.10 Entrevistas

Entrevista realizada el día 27 de diciembre del 2014 al Presidente de la comuna de Montañita, el Lcdo. Xavier González

1. **¿Cuál es la situación del desarrollo de la actividad turística en Montañita en el último año?**

La actividad turística en la comuna se ha incrementado en los últimos años, siendo este último año el mejor según los propietarios de hoteles, restaurantes, tiendas, bares y discotecas. Se espera que siga incrementando la cantidad de turistas y así generar empleo para las personas residentes del lugar.

2. **¿Cuál es el índice de visitantes que acuden a Montañita entre extranjeros y locales?**

No hay manera de tener el número exacto de personas que visitan Montañita, por lo que no se tiene un registro para el control de entrada y salidas.

3. **¿Tienen algún programa que su función sea dar capacitaciones, charlas, seminarios sobre temas como servicios turísticos, al cliente, calidad y hotelería?**

Se ha tratado de realizar capacitaciones en lo que respecta al servicio al cliente y de hotelería por medio del Ministerio de Turismo, pero las pocas veces que se han realizado no ha tenido acogida por las personas, ni por los hoteles, restaurantes, bares y discotecas.

4. **¿Podría comentarnos un poco sobre los problemas que existen en Montañita?**

La comuna cuenta con algunos problemas, los más importantes son el problema del alcantarillado el cual ya se están haciendo los trabajos para poder mejorar este problema, otra de las complicaciones es la inseguridad que se ha incrementado en los días de mayor afluencia

de turistas, esto perjudica a la imagen de la zona y ahuyenta a los turistas.

El mayor de los problemas de la comuna es el sistema de alcantarillado, los residuos líquidos de los habitantes de la zona se van al estero que está ubicado a solo 30 metros de la playa, el año pasado el agua del estero se mezcló con el agua de la playa y se contaminó la playa lo cual trajo muchos problemas en el ámbito ambiental y dio pauta para que se hagan los trabajos respectivos para corregir este error.

La obra de alcantarillado en la comuna tuvo un costo de \$82.200 dólares y se dio plazo 6 meses, luego de retrasos de la obra finalmente esta fue entregada con algunos meses de retraso.

La obra no beneficia a todas las personas dado que fue hecha solo en una parte de la comuna, por este motivo ya se está contratando otra más para culminar el 100% del proyecto y así satisfacer a todos los habitantes con el sistema de alcantarillado.

En la actualidad las aguas residuales son enviadas a un sistema de bombeo, luego se las traslada a los pozos de oxidación donde deberán ser tratadas mediante el sistema de biorremediación, esto hace que el agua contaminada sea tratada con microorganismos lo cual vuelve el



agua contaminada a su condición natural.

Sistema de aguas de lluvia en Montañita

Imagen 2: Sistema de aguas lluvias

Fuente: El Universo

5. ¿Cuáles son las principales fuentes de ingreso de los comuneros?

Las principales fuente de ingreso de los comuneros es gracias al turismo, los comuneros trabajan en bares, discotecas, hoteles, restaurantes entre otras, otras fuentes de ingreso son por la artesanía y la pesca pero en menor proporción que la del turismo.

Entrevista al Vice-Presidente de la Comuna Montañita

1. ¿Qué hace cuando tiene dificultades para resolver un problema?

Para poder resolver cualquier inconveniente o problema que este fuera de mis manos obviamente opto por acudir por las sugerencias y opiniones de mi colega el presidente de la comunidad, quien es la persona más adecuada para ayudar en el proceso de la gestión de problemas de nuestra comunidad.

2. ¿Qué proyectos o ideas fueron vendidos y llevados a cabo gracias a usted?

Los proyectos que realizamos en la comunidad son en conjunto con el presidente de la comunidad y el Municipio de Santa Elena, el trabajo en equipo ha dado como resultado de la gestión grupal es el malecón, el cual es un proyecto que brinda una mejor apreciación de la comuna.

3. ¿Cuénteme sobre alguna situación en que haya propuesto una mejora para el área en donde estaba?, ¿cómo fue?, ¿cuáles fueron los resultados?

Las mejoras son continuas, puesto que al hacer obras hay que proseguir para brindar un mejor servicio a nuestra comunidad la cual nos importa, como le mencioné el proyecto de nuestro malecón, fue una mejora sorprendente ya que antes se encontraba descuidada pero se pudo rescatar el lugar gracias al apoyo del municipio.

4. Deme un ejemplo de una tarea que te demandó más esfuerzo.

El sistema de alcantarillado es un problema que aún no se soluciona; sin embargo, estamos gestionando para dar una pronta y eficaz solución a esta

situación, es un proceso largo y nos enfocamos en eso por el momento tratando de solucionar lo más pronto posible.

5. **¿Cómo maneja los reclamos e inquietudes de los comuneros?**

Nuestra casa comunal tiene las puertas abiertas para cualquier propuesta o preguntas por parte de los comuneros, nuestras laborales como líderes comunales es servir a nuestra comunidad aclarando dudas a cada uno de ellos, con esto tienen más inclusión y voz de opinión en la toma de decisiones de nuestra comunidad.

1.11 Análisis de entrevistas efectuadas.

El día 27 de diciembre del año 2014 nos dirigimos hacia la comuna de Montañita con el objetivo de realizar las entrevistas al Presidente de la comuna y al Vice-Presidente.

La entrevista se efectuó en las instalaciones de la casa comunal, en el despacho del presidente de la comuna el Lcdo. Javier González, el cual nos atendió de manera amable y respondió las preguntas de forma objetiva, comenzó contando cómo era montañita hace 10 años y como es ahora.

Continuó la entrevista contando que la situación que vive la comuna en estos momentos es favorable dado al crecimiento de la llegada de turistas a Montañita, supo manifestar que la mayoría de los ingresos de la comuna se debe al turismo.

Continuó hablando de los problemas principales que tienen preocupados a la comuna que es el alcantarillado, dicho esto, indicó que el estudio para realizar este trabajo ya está hecho y lo están aplicando. Otro de los problemas es la falta de

infraestructura hotelera para satisfacer la demanda de turistas durante los fines de semana y feriados.

El Vice-Presidente de la comunidad el Sr. Víctor Hugo Yagual, facilitó ciertos datos sobre los proyectos que han realizado a lo largo de su periodo, comentó con más detalle el proyecto de alcantarillados y alternativas para la prevención que el agua contaminada llegue al río y a su vez desemboque en el mar, por esa razón la gestión para la creación de un sistema de aguas servidas se ha implementado a lo largo del año, además de contar con una estación de bombeo y una piscina de oxidación.

Continuando con el malecón los trabajos de asfaltado y la recuperación del estero como parte de la iniciativa de tener una comunidad más turística y apreciar sus atractivos como destino. Cabe recalcar que el Sr. Yagual, dice que gracias a la ayuda de las autoridades competentes se han desarrollado e implementado los proyectos que estaban en mente y fueron un pilar fundamental para su proceso, reconociendo que el trabajo en conjunto ha dado como resultado los avances que por hoy cuenta la comunidad de Montañita.

En cuanto a la resolución de problemas que tenga la comunidad se mantiene una comunicación con los comuneros ya que las puertas de la casa comunal estarán abiertas para la disposición de ellos, pactando una cita para discutir ciertas inquietudes que tengan los pobladores, de esa manera hay una inclusión y voz de opinión de todos.

CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Estudio de Mercado

- (Kotler, Bloom y Hayes, 1995:5) el **estudio de mercado** "Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".
- (Randall, 2000:55), define el **estudio de mercado** de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing".
- Según Malhotra, los **estudios de mercado** "Describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor"(Malhotra, 1987:32)

El estudio de mercado tiene como objetivo saber el nivel de aceptación que tienen las personas con el proyecto, conocer las ventajas y desventajas del producto o servicio que se va a ofrecer y determinar del mercado específico donde incursionar.

Con el estudio de mercado se podrá definir específicamente a qué sector del mercado local va a tener mayor aceptación la propuesta y con esto se podrá realizar las estrategias de marketing para dar a conocer el producto y saber cómo llegar a los potenciales futuros clientes.

2.2 Fuerzas de Porter

1.- Entrada de nuevos competidores:

Este proyecto con una idea diferente de la infraestructura de las habitaciones del hotel será considerado como el pionero en el Ecuador y en Sudamérica, por ese motivo se patentará la idea en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) con el objetivo de que nadie pueda imitar la propuesta de hacer un hotel de las mismas características, así se evita la entrada de nuevos competidores al mercado que nos perjudique en el posicionamiento adquirido y en la disminución de clientes.

2.- La amenaza de sustitutos:

Los bienes o productos sustitutos son aquellos que tienen características diferentes pero que compiten en un mismo mercado y que puedan satisfacer la misma necesidad. Por ejemplo: Si una persona quiere hospedarse en un hotel, pero este a su vez no tiene habitaciones disponibles para el huésped, las personas buscarán un hostel que tiene características diferentes al hotel pero se podrá satisfacer la misma necesidad.

En la zona donde se establecerá el hotel si existen productos sustitutos entre ellos los hoteles, hostales, cabañas, casas que alquilan cuartos a los turistas etc. Estos

productos o servicios sustitutos se han ido desarrollando de tal manera que se van posesionando en el mercado local.

Estos lugares pueden ser elegidos por los turistas que visiten la playa y que prefieran otro tipo de servicio del cual se va a ofrecer en las instalaciones del hotel, esto podría disminuir los ingresos económicos del establecimiento.

3.- El poder de negociación de los compradores:

Los compradores serían los clientes a los cuales se les brindará el servicio de hospedaje, el poder de negociación de los compradores es alto por lo que alrededor se pueden encontrar productos sustitutos, por esa razón hay que saber manejar esta debilidad con estrategias de mercado para no dejar ir a ningún cliente.

4.-El poder de negociación de los proveedores:

El poder de negociación de los proveedores depende del sector de la industria de cual se hable, en este caso la industria hotelera tiene muchos proveedores respetados que brindan servicios de manera eficiente, lo cual reduce significativamente el poder de negociación de proveedores.

Se acostumbra a tener algunos proveedores que ofrezcan el mismo producto, al contar con más de un proveedor se iguala la balanza, dado que si ellos comienzan a subir los precios o a imponer condiciones tendremos un proveedor adicional que cubra la demanda de lo que se necesite y brinde mayores facilidades.

5.- Rivalidad entre los competidores existentes:

La rivalidad entre los competidores existentes se desarrolla con el objetivo de mejorar su posición relativa, utilizando tácticas como la competencia en precios,

introducción de nuevos productos, incrementos en la calidad de servicio al cliente, batallas publicitarias, etc. (Del prado, 1998:38)

La rivalidad entre los competidores en la zona es muy baja, es decir los establecimientos no hacen guerras de precios ni de publicidad para atacarse entre ellos, tratando de ganar espacio en el mercado local con el objetivo de que sean los turistas que elijan por su propia cuenta el lugar idóneo para hospedarse.

2.3 Análisis PETSA

1.- Político:

El entorno político que se vive en el Ecuador es el mejor panorama de la historia del país, el Presidente Rafael Correa Delgado lleva ya siete años en el poder y le restan tres años más en su actual cargo, en este período presidencial se ha venido desarrollando una estrategia turística para impulsar el desarrollo de la industria del turismo en general.

El Ministerio de Turismo creó la campaña llamada "All You Need Is Ecuador" que es la principal carta de presentación del turismo del Ecuador a nivel internacional, el objetivo de esta campaña es de que se pueda posesionar en la mente de los viajeros que buscan destinos turísticos diferentes y que deseen vivir una experiencia única.

Como muestra de la gran importancia que le están dando al turismo, el gobierno y el ministerio están abiertos a desarrollar y a invertir en nuevos proyectos que impulsen el desarrollo turístico de algún sector específico. Por otro lado se busca la ayuda económica por parte de inversionistas extranjeros para hacer realidad estos proyectos.

2.- Económico:

La economía del país se ha incrementado llegando a ser en los últimos años la octava economía más grande en América Latina, este crecimiento permitió que la economía no haya entrado en recesión durante la última gran crisis mundial que se dio en el 2009.

Según el FMI (Fondo Monetario Internacional) se mantiene las perspectivas de crecimiento de la economía ecuatoriana en el presente año, también pronostica que el PIB (Producto Interno Bruto) se incrementará un 4% o 5% hasta finales de este año, y pronostica una subida semejante para el año 2015.

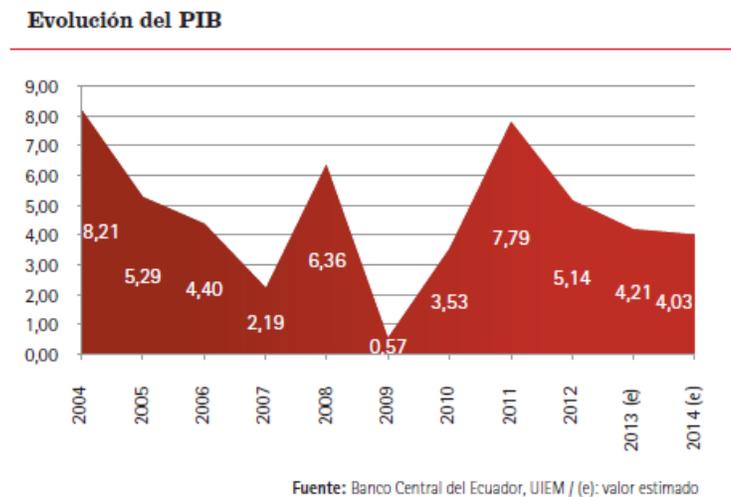


Grafico 12: Evolución de PIB
Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación con la cual cerró el año 2014 el país es de 3.67% la misma que supera a la inflación con la cual se terminó el año 2013 que fue de 2.70%

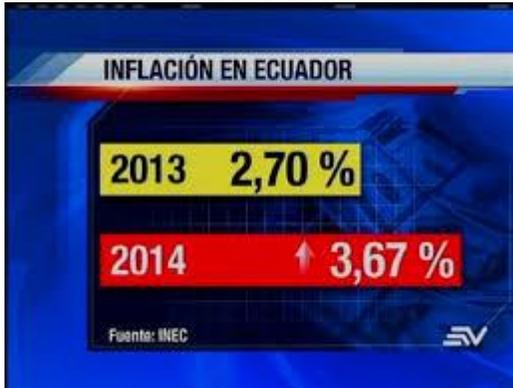


Grafico 13: Inflación en el Ecuador
Fuente: INEC

La tasa de desempleo estimado para el término del 2014 es del 5%

Tasa de desempleo

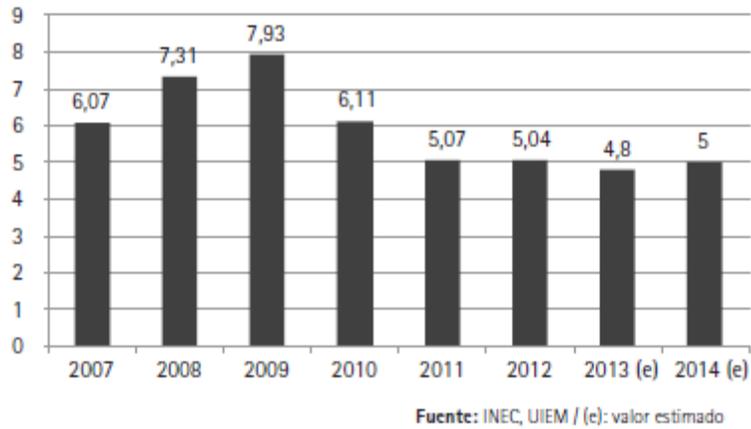


Grafico 13: Tasa de desempleo
Fuente: INEC

El turismo se ubica en la cuarta posición en los rubros económicos del país pero el objetivo del gobierno es que los ingresos por turismo en el país se aumenten para que en un futuro la economía no esté dependiendo de los ingresos económicos por parte del petróleo.

Según los informes de migración el Ecuador recibió 1570 millones de visitantes en el 2013 de distintas nacionalidades, pero para el término de este año se espera un crecimiento del 15% en comparación del año anterior.

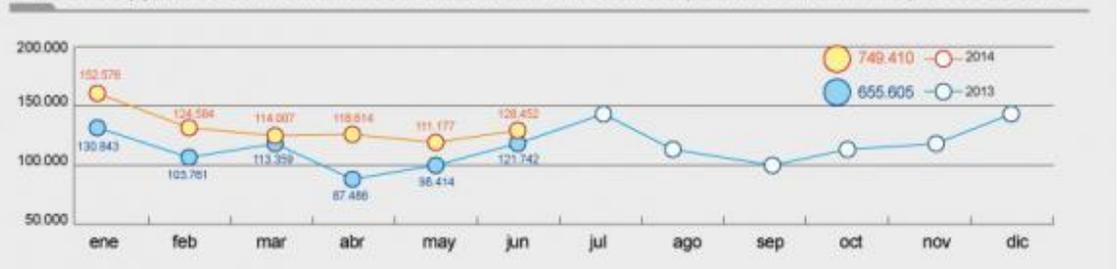
Principales indicadores DE TURISMO

Cifras clave



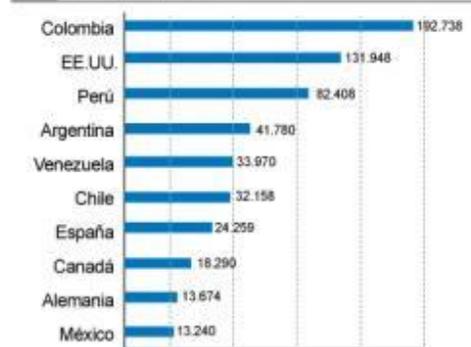
Llegadas de extranjeros al Ecuador en el primer semestre 2013 - 2014

Entre enero y junio de 2014, el número de visitas creció 14,3% en comparación con el mismo período de 2013

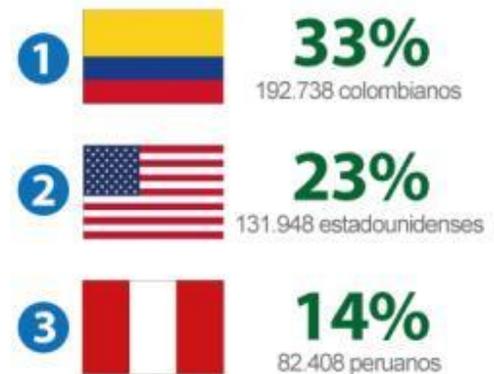


Principales mercados turísticos al Ecuador

Enero - junio de 2014



Fuente: Ministerio de Turismo - Dirección Nacional de Migración



Diseño: Juan Carlos Morán Calderón

Grafico 14: Llegadas de extranjeros al Ecuador
Fuente: Ministerio de Turismo

La inversión por parte del gobierno ha sido de 40 millones anuales pero se espera que la inversión supere los 660 millones en los próximos 4 años, para así convertir al país en el destino turístico preferido por parte de los turistas extranjeros.

3.- Tecnológico:

La tecnología ha tenido un crecimiento a nivel mundial y el país no se queda atrás, el gobierno invierte millones de dólares en la tecnología porque saben que el futuro de todos los sectores que van de la mano con la tecnología.

Con lo que tiene que ver con el turismo el internet es la herramienta más útil para promocionar el país como destino turístico para por medio de este dar a conocer lo que se puede ofrecer al turista.

El uso de la tecnología permite la innovación con nuevas tendencias que ayuden a dar un mejor servicio para la satisfacción de los clientes, permite también estar informados y en contacto con las inquietudes y sugerencias de las personas mediante la página web o mediante redes sociales.

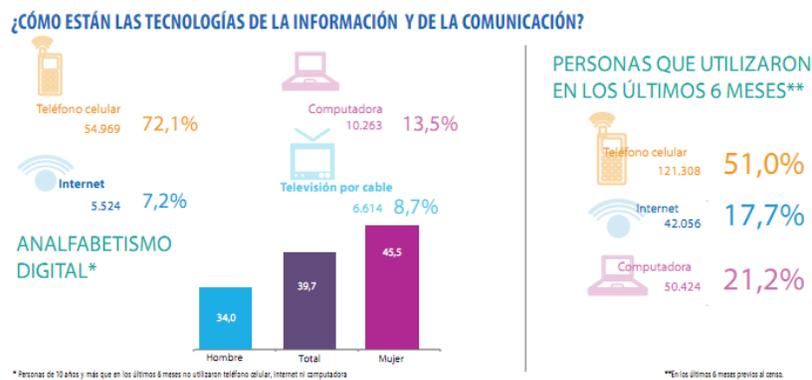


Grafico 15: Uso de celular, internet y computadoras
Fuente: INEC

4.- Social:

En la provincia de Santa Elena, parroquia de Manglaralto queda ubicada la comuna de Montañita a unos 215km de la ciudad más grande del país como lo es Guayaquil.

Montañita fue constituida en el año de 1938 como una comuna que pertenece a la parroquia de Manglaralto, cuenta con aproximadamente 1440 hectáreas y con una población de 1000 personas según el último censo.

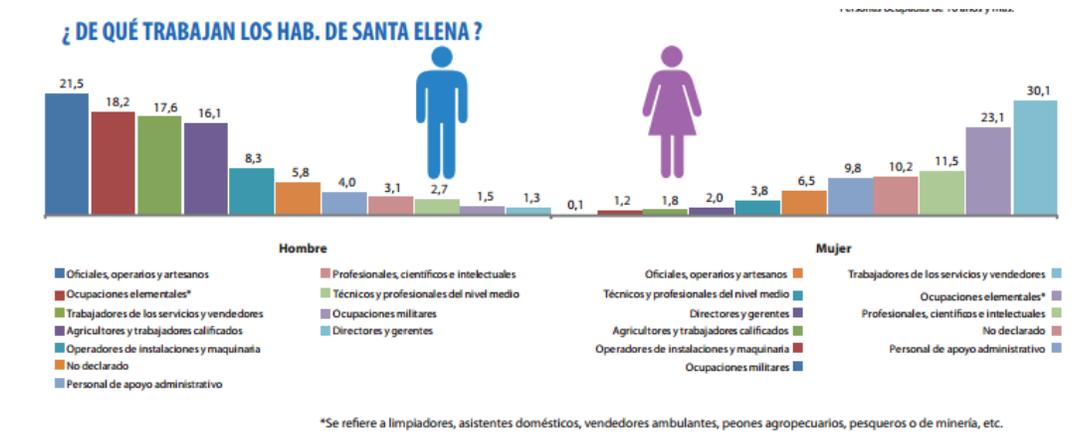


Grafico 16: Análisis del Trabajo en la provincia de Santa Elena
Fuente: INEC

El desarrollo de la actividad turística de la zona los ha obligado de cierta manera a aprender un idioma nuevo que es el inglés, y a su vez, aprender a cómo manejar un negocio de la manera correcta para brindar un mejor servicio a los turistas que visitan la playa de Montañita.

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LOS CANTONES?

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres****	Analfabetismo	Edad promedio
La Libertad	48.030	30,6%	47.912	31,6%	95.942	28.311	28.288	23.579	449,5	5,1%	27
Salinas	35.436	22,6%	33.239	21,9%	68.675	27.053	27.020	16.172	468,5	4,5%	26
Santa Elena	73.396	46,8%	70.680	46,6%	144.076	46.529	46.446	34.564	491,8	5,5%	27
Total	156.862	100%	151.831	100%	308.693	101.893	101.754	74.315			

* Particulares y colectivas ** Particulares *** Particulares ocupadas con personas presentes **** Niños menores de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)

Grafico 17: Situación de los cantones
Fuente: INEC

5.- Ambiental:

En los últimos años las personas están tomando conciencia acerca de cuidar el medio ambiente para evitar las consecuencias del calentamiento global, por esta razón los gobiernos de todo los países de mundo van creando leyes para hacer respetar ciertos parámetros importantes para la prevención, control y sanción a las personas o empresas que no acaten las leyes.

La Ley que rige en el Ecuador establece los principios y los lineamientos correctos que deben de seguir las empresas públicas y privadas para asegurarse que el manejo de la política ambiental sea el apropiado para no atentar contra el medio ambiente y así evitar sanciones por incumplir a la normativa.

El Ministerio del Ambiente es la cartera de estado que se encarga de coordinar que todos cumplan con las leyes, por su parte, debe coordinar con los organismos competentes las fichas técnicas de control para el cumplimiento de las normas de calidad ambiental que se establecieron en los artículos de la ley ambiental.

Por otro lado, la ley ambiental determina que las obras públicas o privadas que al realizarse puedan causar impactos ambientales no convenientes deberán pasar una revisión de la comisión encargada para dar a conocer si se puede realizar el proyecto.

2.4 Foda

Fortalezas

- Contamos con un concepto innovador en hospedaje.
- Participación e inclusión de la comunidad.
- Las instalaciones en base a tubos de hormigón será segura y cómoda.
- El servicio al cliente cumplirá con los estándares de calidad.
- El personal estará enfocado a la metodología KAIZEN

Oportunidades

- Montañita es un destino turístico que está en crecimiento y forma parte de la Ruta de la Spondylus que es promocionada por el gobierno nacional.
- Las rutas de acceso están en óptimas condiciones para acudir a Montañita.
- El turismo de playa es el más seleccionado al momento de emprender un viaje.

Debilidades

- El hotel no contará con un servicio de restauración.
- Los baños no se encontrarán en las mismas habitaciones.
- Falta de señalización en el poblado que brinde una información adecuada y precisa.
- El hotel no contará con parqueadero propio

Amenazas

- Competitividad de tarifas hoteleras.
- Los servicios que brindan otros hoteles son distintos.
- Montañita cuenta con muchos lugares para hospedarse.

2.5 Oferta del Mercado

En una negociación, propuesta de un país de proceder a una mayor liberalización, generalmente una oferta de aumentar el acceso a sus mercados. (Organización Mundial del Comercio, 2014)

La comunidad de Montañita posee una oferta turística muy amplia desde sus hoteles, hostales y hosterías en cuanto al hospedaje. Una gran variedad de alimentos, debido a que los restaurantes tienen muchas influencias de comida local e internacional. Además de ofertar diferentes alternativas de productos y servicios de entretenimiento, artesanías locales y como los pequeños bares que son típicos, también las discotecas que se encuentran en la calle principal. Sin embargo, la mayoría de estos locales pertenecen a las familias que habitan en la comunidad y el restante pertenece a extranjeros que se han establecido en el lugar.

El mayor atractivo que posee esta comunidad es su playa, por esa razón es que existe un índice alto de turistas que visitan este lugar. Por ese motivo hay una gama amplia de hoteles que se encuentran en el centro de Montañita y en los alrededores del mismo.

Los siguientes hoteles, hostales y cabañas que son nombrados son algunos de los más conocidos en el sector: Native Nature Guest House, Tiki Limbo, Cabaña la Tortuga, Slow House, Piano Piano Hotel, Montañita Cabañas, Hostal Rosa Mística, Riviera Pacific Suites, Hostería La Barquita, Hotel Montañita; dichos establecimientos tienen buena acogida por los turistas y cuentan con precios relativamente similares en cuestión de tarifas. En cuanto a sus comodidades dependen de cada uno de los hoteles ya que cada uno cuenta con su característica la cual lo identifica.

En cuanto a los restaurantes existen diferentes especialidades debido a las distintas tendencias que se manejan en el mercado además de tener turistas de todos los alrededores del mundo y tratar de satisfacer sus necesidades alimenticias, por lo general

se encuentran comida típica ecuatoriana, platos especiales de la costa y de la sierra, en cuanto al ámbito internacional se encuentran variaciones argentinas, españolas, francesas, israelís e italianas. Los más conocidos son “Alcatraz”, “Tiki Limbo”, “Safari Café” y “Marea Pizzería”.

2.6 Demanda

Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (Española, 2014)

En la comuna Montañita, se ha evidenciado una gran afluencia de turistas en los últimos años, entre ellos que son nacionales y extranjeros, debido al crecimiento de la demanda en el lugar existen una gran variedad de hoteles en los cuales los turistas pueden hospedarse.

En su mayoría los turistas que son nacionales, pertenecen a la ciudad de Guayaquil ya que su posición geográfica es muy cercana a las costas, además de los habitantes de los distintos cantones de la provincia del Guayas y también las personas que son residentes en la provincia de Santa Elena.

Los turistas extranjeros que acuden al poblado de Montañita, en su mayoría son argentinos y chilenos que son provenientes de Sudamérica, además de los visitantes norteamericanos que son un grupo grande; considerando que hay un porcentaje en crecimiento de llegadas de turistas provenientes de Europa, como los turistas franceses, alemanes y holandeses.

Los cuales vienen por distintos motivos ya sea por ocio o solo por conocer Montañita, ya que se está siendo reconocida internacionalmente por los distintos eventos que se realizan.

CAPITULO 3

3.1 Razón social

Tubes Inn S.A. corresponde a la razón social de nuestro proyecto el cual se creará como una sociedad anónima que cuyos titulares tienen una participación en el capital social de la empresa, por medio de las acciones adquiridas por cada uno de ellos los cuales tendrán distintos porcentajes de participación y de valor nominal de sus acciones.

3.2 Objeto social

- Ser una empresa socialmente responsable con el medio ambiente.
- Prestación de los servicios hoteleros y turísticos relacionados con el hotel
- Alquiler de habitaciones a turistas nacionales e internacionales

3.3 Logo



Grafico 18: Logo del hotel
Elaborado por: Los autores

3.4 Slogan

Siéntete como en casa a pesar de la distancia.

3.5 Misión

Ser un hotel con el objetivo de superar las expectativas de los huéspedes brindando una atención amable, cálida y respetuosa, que le permita sentirse en un ambiente amigable para que recuerden la experiencia vivida como única e inigualable.

3.6 VISIÓN

Consolidarnos como el hotel líder del mercado, siendo reconocidos por el servicio de calidad que brindamos a nuestros clientes para superar las expectativas y participar en el desarrollo turístico, económico, social y hotelero de Montañita.

3.7 Valores

Los valores que formaran parte de la empresa son:

- Respeto
- Honestidad
- Disciplina
- Pro actividad
- Autocrítica
- Perseverancia
- Responsabilidad
- Honradez
- Justicia
- Solidaridad

3.8 Organigrama

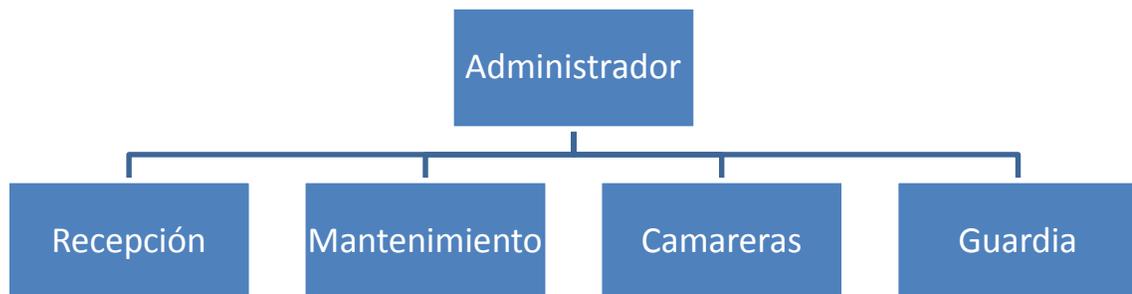


Grafico 19: Organigrama
Elaborado por: Los autores.

3.9 Mercado Objetivo

La participación de diferentes grupos para promover la comuna de Montañita como sede de eventos o campeonatos de surf internacionales, además de la promoción por parte del gobierno ha dado como resultado el reconocimiento del poblado a nivel internacional.

La oferta que tiene este lugar ha crecido conforme pasan los años debido a que cada año acuden más turistas, es así que se intenta innovar con nuevas alternativas para que no solo sea una visita recreativa sino una experiencia única y nueva.

Es así que el mercado en particular al cual va dirigido este proyecto es a los ciudadanos de la provincia del Guayas, exactamente de la ciudad de Guayaquil puesto que ellos son los que acuden con más frecuencia a la comunidad de Montañita por distintos motivos.

En el mismo segmento de este mercado se encuentran todos los extranjeros ya sean de Sudamérica, Norteamérica o Europa que vienen con el motivo de conocer lugares nuevos e interesantes, Montañita ofrece eso a todos sus visitantes. Además de una gran oferta de productos y servicios.

CAPÍTULO 4: ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Localización del Proyecto

4.1.1 Macro localización

Tubes Inn estará ubicado en la Parroquia Manglar alto, en la provincia de Santa Elena, en Ecuador.

La zona de Montañita cuenta con una de las mejores playas y clima del Ecuador, las olas grandes permiten realizar deportes como surf, windsurf, kitesurfing. Por otro lado también se realizan deportes como el parapente y alas delta.



Grafico 20: Macro localización del hotel
Elaborado por: Los autores

4.1.2 Micro localización

El terreno elegido para la construcción del hotel Tubes Inn está ubicado frente al mar a 300 metros del Malecón del río de Montañita pasando el puente.

Para ir a Montañita se tiene algunas alternativas de transporte terrestre que salen desde los terminales terrestres de Guayaquil, Santa Elena, Manta entre otros. Ya en el lugar la mejor manera de movilizarse es a pie por lo angosto de las calles y por la gran afluencia de turistas.

Montañita no cuenta con servicios básicos como agua potable y alcantarillado por el momento pero ya se han presentado varios proyectos para solucionar este problema actual, por otro lado el servicio de energía eléctrica no presenta problemas.

4.2 Distribución física del espacio

El hotel Tubes Inn tendrá en sus instalaciones con 20 habitaciones las cuales contarán con una cama de 2 plazas, un velador, una lámpara, un aire acondicionado, televisor 22 pulgadas, las habitaciones contarán con Wi-Fi.

En otra área se construirán los baños, los cuales serán para hombres y compartidos por los huéspedes, otros serán junto a éstos, solo para mujeres, y compartidos por los huéspedes. Los baños contarán con 5 duchas, 5 inodoros, 3 urinarios, en el caso de los hombres, y 3 lavabos.

Por último estará el área de recepción para el check in y check out de los huéspedes y además se pondrá una cocina equipada para que los huéspedes que deseen puedan cocinar y comer para ahorrar dinero sin ningún costo adicional.

VER PLANOS EN SECCION DE ANEXOS. PAGINA 125

4.3 Horario de financiamiento

Los horarios de atención del hotel serán las 24 horas del día, los 365 días al año; la cocina estará disponible desde las 6am hasta las 9pm para el uso de los huéspedes. EL check-in será a partir de las 3pm hasta las 10pm. En cuanto a la salida de los huéspedes será a partir 3pm.

4.4 Productos a ofrecer

Las habitaciones tendrán un costo de \$10 por persona, además de contar con un área para carpas el cual tendrá un valor \$7 por carpa. La cocina estará disponible solo para los huéspedes desde las 6am hasta las 9pm todos los días de la semana. El wifi será gratis para los huéspedes, la clave se las entregará al momento del check in.

4.5 Control de calidad

Los controles de calidad se basan en las normas y los procedimientos de los sistemas de gestión de calidad usadas para la correcta realización de procesos y mejorar la forma de trabajar, tanto de productos como servicios, en ambas el control de calidad tiene la misma importancia.

Según las normas ISO la calidad es:

“Conjunto de características de una entidad que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas” (ISO 8402:1994)

“Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (ISO 9000:2000)

Al pasar de los años la calidad se ha convertido en una característica que todo producto o servicio debería tener, para facilitar este trabajo se han ido desarrollando los manuales de los procesos de calidad que nos muestran los pasos a seguir por las empresas para evitar la no calidad.

4.6 Permisos Ambientales

Licencia ambiental.

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

Procedimiento

1. El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón Social del Proponente
- Apellidos y Nombres del Representante Legal
- Dirección
- Ciudad
- Calle No.
- Teléfono No.
- E-mail
- Nombre del Proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto
- Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/ 50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).
- Esta solicitud debe ser suscrita por el representante legal.

2. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, emitirá el Certificado de Intersección del proyecto con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE) adjuntando el mapa correspondiente y la referencia del No. de Expediente asignado, el cual deberá ser mencionado por el Proponente en futuras comunicaciones.

3. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia (TDR) para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, para actividades en funcionamiento deben presentar los Términos de Referencia para la Elaboración de la Auditoría Ambiental de Situación y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud de los Términos de Referencia
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección
- Términos de Referencia (TDR) (documento escrito y en medio magnético (WORD); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)
- Constancia debidamente documentada de que los TDR fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.

4. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, analizará los TDR y notificará al Proponente con su aprobación o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

5. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto (PMA), para proyectos nuevos, para el caso de actividades en funcionamiento la Auditoría Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección
- EIA y PMA (documento escrito y en medio magnético (textos en WORD, mapas en formato JPG); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)

- Constancia debidamente documentada de que el EIA y PMA fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.

- Copia de la Factura que certifique el costo del EIA y PMA

- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente al 10% del costo del EIA y PMA, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).

6. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente evaluará los estudios y notificará al Proponente con la aprobación del EIA y PMA o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

7. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud de la Licencia Ambiental

- Razón Social del Proponente

- Nombre del Proyecto

- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.

- Cronograma valorado de ejecución del PMA anual. (En caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración)

- Certificación del costo total del Proyecto

8. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al Proponente con el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que

corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al PMA según lo establecido en el Libro IX del TULAS.

9. El Proponente deberá remitir a la Subsecretaria de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo siguiente:

- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
- Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente
- Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.

10. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente inscribirá la Licencia Ambiental en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el Proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia

11. El Proponente deberá tomar en consideración lo dispuesto en el Libro IX del TULAS, referente a Servicios Forestales y de Áreas Naturales Protegidas y Biodiversidad Silvestre (Licencias Forestales, Permisos de Investigación, etc.

Fuente: Ministerio de Ambiente.

4.7 Permisos Municipales

Licencia Única Anual de Funcionamiento (Por primera vez)

Requisitos:

1. Solicitud dirigida al Alcalde.
2. Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
3. Patente Municipal.
4. R.U.C.
5. Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Local (opcional).
6. Cédula de Identidad (Copia).
7. Certificado de la contribución del 1 x mil sobre los activos fijos.

Pasos:

6. Acercarse al Departamento de Turismo de la Municipalidad.

Licencia Única Anual de Funcionamiento (Renovación)

Requisitos:

1. Cédula de Identidad (Copia).
2. Copia de licencia del año anterior.
3. Patente Municipal.
4. R.U.C actualizado.
5. Último pago de la Cámara de Turismo Local.
6. La contribución del 1 x mil sobre los activos fijos.

Pasos:

1. Acercarse al Departamento de Turismo de la Municipalidad.

4.8 Permiso de bomberos

Requisitos para solicitar permiso de funcionamiento:

POR PRIMERA VEZ:

- Permiso municipal de uso de suelo.
- Copia de RUC, Rise o cedula
- Inspección
- Factura de compra o recarga de extintor (de acuerdo a la inspección realizada)
- Pago de tasa anual

Requisitos mínimos previa revisión

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

Requisitos para trámites de permiso de construcción.

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

Adjunto a la solicitud deberá presentar:

- 2 juegos completos de los planos arquitectónicos, de instalaciones sanitarias, eléctricas, y especiales.
- Ultima cartilla de pago de impuesto predial
- Recibo de pago al Colegio de Arquitectos, en dicho recibo deberá indicar la cantidad de mts² proyectados para la construcción.
- En sistema de Prevención de incendios, se hará constar en los planos de instalaciones, con su respectiva simbología. En el caso de no disponer de planos de instalaciones, el sistema de Prevención constara en los planos arquitectónicos.
- Memoria técnica del sistema de seguridad contra incendios, sanitarios, eléctricos y de instalaciones especiales.

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

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

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

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

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

Tasa por servicios contra incendios

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

Fuente: Cuerpo de Bomberos La Libertad.

Capítulo 5: Plan de marketing

5.1 Segmentación del Mercado

El proyecto estará enfocado a los turistas que provienen de la ciudad de Guayaquil, en el cual el rango oscila entre los ciudadanos que tienen una edad de 18 años hasta los 60 años.

Los cuales en su mayoría son jóvenes entre las edades de 18 a 24. Los sujetos mencionados son los que conforman en su mayoría los turistas que pernoctan en la

comunidad de Montañita. La preferencia de realizar los viajes a destinos de sol y playa suelen ser en épocas de feriados o festividades, así como los fines de semana.

El lugar donde se realiza el proyecto mencionado, cumple con las características y requisitos y atributos los cuales afirman la demanda que se presenta en la comuna de Montañita, dado su diversa propuesta en torno a los atractivos que ofrece es la razón de que su índice de visitantes sea elevado.

5.2 Estrategias de Posicionamiento

Las siguientes estrategias servirán para sobresalir y enfatizar cuales son las ventajas competitivas del negocio, a continuación están redactas:

- No existe un hotel de este tipo, es una nueva tendencia en hospedaje.
- Los costos son accesibles.
- Se ofrece un servicio cocina para huéspedes, el cual será usado por ellos para que realicen sus preparaciones o cocciones. Estará totalmente equipado.

- Ambiente de relajación

El servicio de hospedaje que ofrece el Hotel Tubes Inn, es una nueva propuesta y tendencia el cual cumple con todos los requisitos para brindar un servicio de primera que sea personalizado para mejorar la atención del huésped y cumplir sus demandas.

De esa manera los clientes podrán aprovechar al máximo su estadía durante el tiempo que se hospeden y así podrán tener una experiencia única en un lugar diferente en el que podrán relajarse y apreciar los alrededores y la naturaleza.

Además de brindar el apoyo a los huéspedes que soliciten información turística de los lugares aledaños para que puedan realizar excursiones o puedan realizar otro tipo de actividad turística.

5.3 Marketing Mix

5.3.1 Producto

La propuesta es la implementación de un hotel con habitaciones de tubos de hormigón, para ofrecer a los turistas el servicio de hospedaje el cual es un servicio intangible, pero para desarrollar el proyecto se necesita el bien tangible el cual sería inmobiliario. A continuación se detalla las características con las que contara el hotel.

El lugar donde estarán ubicadas las habitaciones (tubos), será en espacio amplio, todas las habitaciones estarán ubicadas a una distancia prudente para respetar la privacidad de los otros huéspedes. Desde el momento que el cliente se comunica con nosotros comienza el servicio que se brindará, en este caso ya sea la reserva telefónica o electrónica.

El hotel estará estructurado de forma que la capacidad será para 40 personas, con un total de 20 habitaciones, las cuales contarán con servicio de energía eléctrica. Dado que los tubos de hormigón son solo para el descanso del huésped, se dispondrá de un área de baños el cual estará en un área conjunta, además de contar con un área para carpas los cuales serán destinados para el alquiler de las mismas.

Además de ofrecer un área especial para cocinar, el cual estará a disposición de los huéspedes que deseen preparar sus propios alimentos. El área de recepción estará ubicada a pocos metros de las habitaciones para la comodidad del huésped en el momento que requiera información referente al lugar o sobre un servicio que desee.

5.3.2 Precio

El precio de la noche por habitación será de \$20 por habitación, se determinó en este valor para poder competir con las tarifas de los demás hoteles cercano a la zona.

La estrategia es que el precio de la noche por habitación es el más económico y accesible de la zona, con esto se espera atraer a una gran parte de los clientes que van a Montañita.

5.3.3 Plaza

La plaza que se ha escogido para el proyecto es en la playa de Montañita ubicada en la provincia de Santa Elena, el hotel estará ubicado frente al mar a 300 metros del Malecón del río de Montañita pasando el puente.



Imagen 2: Ubicación del hotel

5.3.4 Promoción

La promoción de un hotel es lo muy importante, más aun si el hotel es nuevo y necesita darse a conocer para atraer clientes y así posicionarse en la mente de los clientes con una imagen positiva.

Las estrategias de promoción que lanzará el hotel consistirán en la creación de una página web para estar en contacto con las personas y poder conocer sus experiencias de haberse hospedado en el hotel; también se podrá reservar las habitaciones.

Se entregarán flyers en el punto de llegada de los buses de transporte que arriben a Montañita, también se dejaran en restaurantes, bares, tiendas entre otros. Se creará cuentas en las redes sociales como Facebook, twitter e Instagram, también se promocionará en la radio.

La mejor manera de promocionar un hotel, producto o servicio es por los buenos comentarios de las personas que ya han usado el servicio y lo podrán recomendar a sus familiares y amigos.

5.4 Presupuesto de Marketing

El presupuesto de marketing será semestral

Tabla 12: Presupuesto de marketing

Cantidad	Descripción	Precio
500	Flyers	\$100
1	Página web	\$250
1	Banners del hotel	\$60
1	Radio	\$500
	Total	\$910

Elaborado por: Los autores

Capítulo 6: Estudio Financiero

6.1 Inversión Inicial

Tabla 13: Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL					
	DETALLE	CANTIDAD	P.UNI	P.TOTAL	TOTAL
EFFECTIVO -CAJA	Sueldos	2	\$4.142,53	\$8.285,07	
	Imprevistos	1	\$1.000,00	\$1.000,00	
					\$ 9.285,07
TERRENO	Terreno m ²	220	\$100,00	\$22.000,00	
					\$22.000,00
EDIFICIO – INFRAESTRUCTURA	Construcción baños	1	\$2.500,00	\$12.500,00	
	Construcción recepción y cocina	1	\$9.600,00	\$9.600,00	
	tubos de hormigón	20	\$2.000,00	\$40.000,00	
					\$62.100,00

EQUIPO ELECTRONICO	Aire acondicionado	21	\$ 450,00	\$ 9.450,00	
---------------------------	--------------------	----	-----------	-------------	--

					\$ 9.450,00
EQUIPO DE OFICINA	Escritorio	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
	Mostrador recepción	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
	Silla ejecutiva	3	\$ 35,00	\$ 105,00	
	Archivador	2	\$ 25,00	\$ 50,00	
	Resma A4	2	\$ 5,00	\$ 10,00	
	Esfero	6	\$ 0,35	\$ 2,10	
	Cuaderno universitario	2	\$ 2,00	\$ 4,00	
	Clip caja	2	\$ 1,50	\$ 3,00	
					\$ 454,10
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Computadora portátil	1	\$ 570,00	\$ 570,00	
	Impresora multifunción	1	\$ 75,00	\$ 75,00	
	Regulador de voltaje	1	\$ 45,00	\$ 45,00	
					\$ 690,00

MUEBLES Y ENSERES	Colchón de dos plazas	20	\$ 145,00	\$ 2.900,00	
	Velador	20	\$ 30,00	\$ 600,00	
	Lámpara	20	\$ 15,00	\$ 300,00	
	Tacho de basura	20	\$ 9,00	\$ 180,00	

	tacho de basura (baños)	8	\$ 12,00	\$ 96,00	
	Juego de comedor (8sillas)	1	\$ 435,00	\$ 435,00	
	Juego de sábana 2 p.	22	\$ 25,00	\$ 550,00	
	Almohada	42	\$ 10,00	\$ 420,00	
	Edredón 2p.	22	\$ 20,00	\$ 440,00	
	Toalla de cuerpo	22	\$ 11,00	\$ 242,00	
	Toalla de mano	22	\$ 8,00	\$ 176,00	
	Toalla para pie	6	\$ 7,00	\$ 42,00	
	Escoba	2	\$ 3,00	\$ 6,00	
	Trapeador	2	\$ 4,00	\$ 8,00	
	Desinfectante caneca	1	\$ 22,00	\$ 22,00	
	Suavizante caneca	1	\$ 22,00	\$ 22,00	
	Detergente caneca	1	\$ 20,00	\$ 20,00	
	Vileda	6	\$ 0,50	\$ 3,00	
					\$ 6.462,00

EQUIPO DE PRODUCCIÓN	Refrigeradora	1	\$ 580,00	\$ 580,00	
	Cocina de inducción con horno	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
	Cafetera	1	\$ 60,00	\$ 60,00	

<u>ACTIVOS</u>			<u>PASIVOS</u>	
Activo corriente		\$ 9.285,07	Pasivo largo plazo	
Caja	\$ 9.285,07		Documentos por pagar	\$79.387,40
Activo fijo		\$103.170,50	Total PASIVOS	\$79.387,40
Terreno	\$ 22.000,00			
Edificación	\$ 62.100,00			
Equipo electrónico	\$ 9.450,00		<u>PATRIMONIO</u>	
Equipo de oficina	\$ 454,10		Capital propio	\$34.023,17
Equipo de computación	\$ 690,00			
Muebles y enseres	\$ 6.462,00		Total PATRIMONIO	\$34.023,17
Equipo de producción	\$ 2.014,40			
Activo diferido		\$ 955,00		
Gastos de constitución	\$ 955,00			
Total ACTIVOS		\$113.410,57	Total PASIVOS y PATRIMONIO	\$113.410,57

Elaborado por: Los autores

6.3 Depreciación de Activos

Tabla 15: Depreciación de Activos

DEPRECIACIÓN TANGIBLES				

	Valor en libros	Año de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Edificación	\$ 62.100,00	20	\$ 3.105,00	\$ 258,75
Equipo electrónico	\$ 9.450,00	3	\$ 3.150,00	\$ 262,50
Equipo de oficina	\$ 454,10	5	\$ 90,82	\$ 7,57
Equipo de computación	\$ 690,00	3	\$ 230,00	\$ 19,17
Muebles y enseres	\$ 6.462,00	10	\$ 646,20	\$ 53,85
Equipo de producción	\$ 2.014,40	10	\$ 201,44	\$ 16,79
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$7.423,46	\$ 618,62
<i>Depreciación año 1</i>	\$ 7.423,46			
<i>Depreciación año 2</i>	\$ 7.423,46			
<i>Depreciación año 3</i>	\$ 7.423,46			
<i>Depreciación año 4</i>	\$ 4.043,46			
<i>Depreciación año 5</i>	\$ 4.043,46			
DEPRECIACIÓN INTANGIBLES				
	Valor en libros	Año de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Gastos de constitución	\$ 955,00	5	\$ 191,00	\$ 15,92

Elaborado por: Los autores

6.4 Tabla de Amortización

Tabla 16: Tabla de Amortización de Préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO			
Monto crédito		\$ 79.387,40	

Número de periodos		48	Meses
Tasa de interés anual		9,70%	
Tasa de interés mensual		0,81%	
<i>Cuota mensual</i>		\$ 2.002,05	
Cuota anual		\$ 20.781,94	

Elaborado por: Los autores

Tabla 17: Tabla de Amortización Anual

TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL					
PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$79.387,40	\$ 13.081,36	\$7.700,58	\$20.781,94	\$66.306,04
2	\$66.306,04	\$14.350,25	\$6.431,69	\$20.781,94	\$51.955,78
3	\$ 1.955,78	\$ 15.742,23	\$5.039,71	\$20.781,94	\$36.213,56
4	\$36.213,56	\$17.269,22	\$3.512,72	\$20.781,94	\$18.944,34
5	\$18.944,34	\$18.944,34	\$1.837,60	\$20.781,94	\$ -

Elaborado por: Los autores

Tabla 18: Amortización Mensual

TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL								
PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL	Pago	Interes	saldo principal
1	\$ 79.387,40	\$ 1.360,34	\$ 641,71	\$ 2.002,05	\$ 78.027,06			
2	\$ 78.027,06	\$ 1.371,33	\$ 630,72	\$ 2.002,05	\$ 76.655,73			
3	\$ 76.655,73	\$ 1.382,42	\$ 619,63	\$ 2.002,05	\$ 75.273,31			
4	\$ 75.273,31	\$ 1.393,59	\$ 608,46	\$ 2.002,05	\$ 73.879,72			
5	\$ 73.879,72	\$ 1.404,86	\$ 597,19	\$ 2.002,05	\$ 72.474,86			
6	\$ 72.474,86	\$ 1.416,21	\$ 585,84	\$ 2.002,05	\$ 71.058,65			
7	\$ 71.058,65	\$ 1.427,66	\$ 574,39	\$ 2.002,05	\$ 69.630,99			
8	\$ 69.630,99	\$ 1.439,20	\$ 562,85	\$ 2.002,05	\$ 68.191,79			
9	\$ 68.191,79	\$ 1.450,83	\$ 551,22	\$ 2.002,05	\$ 66.740,95			
10	\$ 66.740,95	\$ 1.462,56	\$ 539,49	\$ 2.002,05	\$ 65.278,39			
11	\$ 65.278,39	\$ 1.474,38	\$ 527,67	\$ 2.002,05	\$ 63.804,01			
12	\$ 63.804,01	\$ 1.486,30	\$ 515,75	\$ 2.002,05	\$ 62.317,70	17069,69	6954,92	843333,15
13	\$ 62.317,70	\$ 1.498,32	\$ 503,73	\$ 2.002,05	\$ 60.819,39			
14	\$ 60.819,39	\$ 1.510,43	\$ 491,62	\$ 2.002,05	\$ 59.308,96			
15	\$ 59.308,96	\$ 1.522,64	\$ 479,41	\$ 2.002,05	\$ 57.786,32			
16	\$ 57.786,32	\$ 1.534,95	\$ 467,11	\$ 2.002,05	\$ 56.251,38			
17	\$ 56.251,38	\$ 1.547,35	\$ 454,70	\$ 2.002,05	\$ 54.704,03			
18	\$ 54.704,03	\$ 1.559,86	\$ 442,19	\$ 2.002,05	\$ 53.144,17			
19	\$ 53.144,17	\$ 1.572,47	\$ 429,58	\$ 2.002,05	\$ 51.571,70			
20	\$ 51.571,70	\$ 1.585,18	\$ 416,87	\$ 2.002,05	\$ 49.986,52			
21	\$ 49.986,52	\$ 1.597,99	\$ 404,06	\$ 2.002,05	\$ 48.388,52			
22	\$ 48.388,52	\$ 1.610,91	\$ 391,14	\$ 2.002,05	\$ 46.777,61			
23	\$ 46.777,61	\$ 1.623,93	\$ 378,12	\$ 2.002,05	\$ 45.153,68			
24	\$ 45.153,68	\$ 1.637,06	\$ 364,99	\$ 2.002,05	\$ 43.516,62	18801,08	5223,53	
25	\$ 43.516,62	\$ 1.650,29	\$ 351,76	\$ 2.002,05	\$ 41.866,33			
26	\$ 41.866,33	\$ 1.663,63	\$ 338,42	\$ 2.002,05	\$ 40.202,70			
27	\$ 40.202,70	\$ 1.677,08	\$ 324,97	\$ 2.002,05	\$ 38.525,62			
28	\$ 38.525,62	\$ 1.690,64	\$ 311,42	\$ 2.002,05	\$ 36.834,98			
29	\$ 36.834,98	\$ 1.704,30	\$ 297,75	\$ 2.002,05	\$ 35.130,68			
30	\$ 35.130,68	\$ 1.718,08	\$ 283,97	\$ 2.002,05	\$ 33.412,60			
31	\$ 33.412,60	\$ 1.731,97	\$ 270,09	\$ 2.002,05	\$ 31.680,64			
32	\$ 31.680,64	\$ 1.745,97	\$ 256,09	\$ 2.002,05	\$ 29.934,67			
33	\$ 29.934,67	\$ 1.760,08	\$ 241,97	\$ 2.002,05	\$ 28.174,59			
34	\$ 28.174,59	\$ 1.774,31	\$ 227,74	\$ 2.002,05	\$ 26.400,29			
35	\$ 26.400,29	\$ 1.788,65	\$ 213,40	\$ 2.002,05	\$ 24.611,64			
36	\$ 24.611,64	\$ 1.803,11	\$ 198,94	\$ 2.002,05	\$ 22.808,53	20708,09	3316,52	
37	\$ 22.808,53	\$ 1.817,68	\$ 184,37	\$ 2.002,05	\$ 20.990,85			
38	\$ 20.990,85	\$ 1.832,38	\$ 169,68	\$ 2.002,05	\$ 19.158,47			
39	\$ 19.158,47	\$ 1.847,19	\$ 154,86	\$ 2.002,05	\$ 17.311,29			
40	\$ 17.311,29	\$ 1.862,12	\$ 139,93	\$ 2.002,05	\$ 15.449,17			
41	\$ 15.449,17	\$ 1.877,17	\$ 124,88	\$ 2.002,05	\$ 13.572,00			
42	\$ 13.572,00	\$ 1.892,34	\$ 109,71	\$ 2.002,05	\$ 11.679,65			
43	\$ 11.679,65	\$ 1.907,64	\$ 94,41	\$ 2.002,05	\$ 9.772,01			
44	\$ 9.772,01	\$ 1.923,06	\$ 78,99	\$ 2.002,05	\$ 7.848,95			
45	\$ 7.848,95	\$ 1.938,61	\$ 63,45	\$ 2.002,05	\$ 5.910,35			
46	\$ 5.910,35	\$ 1.954,28	\$ 47,78	\$ 2.002,05	\$ 3.956,07			
47	\$ 3.956,07	\$ 1.970,07	\$ 31,98	\$ 2.002,05	\$ 1.986,00			
48	\$ 1.986,00	\$ 1.986,00	\$ 16,05	\$ 2.002,05	\$ 0,00	22808,53	1216,08	

Elaborado por: Los autores

6.5 Rol de Pagos

Tabla 19: Rol de Pagos

DETALLE DE SUELDO										
AÑO 1										
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO MENSUAL
Administrador	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 354,00	\$ 350,00	\$ -	\$ 1.020,60	\$ 10.824,60	\$ 902,05
Guardia	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 354,00	\$ 180,00	\$ -	\$ 524,88	\$ 5.738,88	\$ 478,24
Recepcionista	1	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 375,00	\$ 354,00	\$ 187,50	\$ -	\$ 546,75	\$ 5.963,25	\$ 496,94
Camarera	1	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 177,00	\$ -	\$ 516,13	\$ 5.649,13	\$ 470,76
Personal de limpieza	2	\$ 708,00	\$ 16.992,00	\$ 1.416,00	\$ 354,00	\$ 708,00	\$ -	\$ 2.064,53	\$ 21.534,53	\$ 1.794,54
Total		\$ 2.497,00	\$ 38.460,00	\$ 3.205,00	\$ 1.770,00	\$ 1.602,50	\$ -	\$ 4.672,89	\$ 49.710,39	\$ 4.142,53
AÑO 2										
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL ANUAL	
Administrador	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 354,00	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 1.020,60	\$ 11.524,60	
Guardia	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 354,00	\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 524,88	\$ 6.098,88	
Recepcionista	1	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 375,00	\$ 354,00	\$ 187,50	\$ 375,00	\$ 546,75	\$ 6.338,25	
Camarera	1	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 177,00	\$ 354,00	\$ 516,13	\$ 6.003,13	
Personal de limpieza	2	\$ 708,00	\$ 16.992,00	\$ 1.416,00	\$ 354,00	\$ 708,00	\$ 1.416,00	\$ 2.064,53	\$ 22.950,53	
Total		\$ 2.497,00	\$ 38.460,00	\$ 3.205,00	\$ 1.770,00	\$ 1.602,50	\$ 3.205,00	\$ 4.672,89	\$ 52.915,39	
		<i>Incremento</i>	3,70%							
CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5					
Administrador	\$ 10.824,60	\$ 11.524,60	\$ 11.951,01	\$ 12.393,20	\$ 12.851,75					
Guardia	\$ 5.738,88	\$ 6.098,88	\$ 6.324,54	\$ 6.558,55	\$ 6.801,21					
Recepcionista	\$ 5.963,25	\$ 6.338,25	\$ 6.572,77	\$ 6.815,96	\$ 7.068,15					
Camarera	\$ 5.649,13	\$ 6.003,13	\$ 6.225,25	\$ 6.455,58	\$ 6.694,44					
Personal de limpieza	\$ 21.534,53	\$ 22.950,53	\$ 23.799,70	\$ 24.680,29	\$ 25.593,46					
TOTAL	\$ 49.710,39	\$ 52.915,39	\$ 54.873,26	\$ 56.903,57	\$ 59.009,00					

Elaborado por: Los autores

6.6 Ingresos por Ventas

Tabla 20: Ingreso por Ventas

<u>Ingreso por ventas</u>						<i>Incremento</i>			
						3,70%			
PRODUCTO	P. Uni	Venta diaria	Venta Mensual	Venta Anual	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de espacio para carpas	\$7,00	\$ 4,20	\$ 126,00	\$1.512,00	\$10.584,00	\$10.975,61	\$11.381,71	\$11.802,83	\$12.239,53
Alojamiento	\$20,00	\$12,00	\$360	\$4.320,00	\$86.400,00	\$89.596,80	\$92.911,88	\$96.349,62	\$99.914,56
TOTAL					\$96.984,00	\$100.572,41	\$104.293,59	\$108.152,45	\$112.154,09

Elaborado por: Los autores

6.7 Detalle de Gastos

Tabla 21: Presupuesto de Gastos

DETALLE DE GASTOS						
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>						
Sueldo Administrador	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05
Sueldo Guardia	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24
Servicios básicos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Internet	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00
Uniformes	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 120,00
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ 100,00
Suministro de oficina	\$ -	\$ -		\$ -	\$ 19,10	\$ -
Materiales de limpieza	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Tangible	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62
Depreciación Intangible	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92
Total Gastos Administrativos	\$ 2.326,83	\$ 2.206,83	\$ 2.306,83	\$ 2.206,83	\$ 2.225,93	\$ 2.426,83
<u>GASTOS DE PUBLICIDAD</u>						
Publicidad	\$ 910,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 910,00
Total Gastos de Publicidad	\$ 910,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 910,00
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>						
Intereses de préstamo	\$ 641,71	\$ 630,72	\$ 619,63	\$ 608,46	\$ 597,19	\$ 585,84
Total Gasto Financiero	\$ 641,71	\$ 630,72	\$ 619,63	\$ 608,46	\$ 597,19	\$ 585,84

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 902,05	\$ 10.824,60
\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 478,24	\$ 5.738,88
\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 504,00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 240,00
\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -		\$ 100,00	\$ 400,00
\$ 19,10	\$ -	\$ 19,10	\$ -	\$ 19,10	\$ -	\$ 76,40
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 618,62	\$ 7.423,46
\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 15,92	\$ 191,00
\$ 2.225,93	\$ 2.206,83	\$ 2.325,93	\$ 2.206,83	\$ 2.225,93	\$ 2.306,83	\$ 27.198,34
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.820,00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.820,00
\$ 574,39	\$ 562,85	\$ 551,22	\$ 539,49	\$ 527,67	\$ 515,75	\$ 6.954,92
\$ 574,39	\$ 562,85	\$ 551,22	\$ 539,49	\$ 527,67	\$ 515,75	\$ 6.954,92

Elaborado por: Los autores

6.7.1 Proyección de Gastos a 5 años.

Tabla 22: Proyección de Gastos a 5 años.

RESUMEN GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 27.198,34	\$ 28.370,09	\$ 29.138,05	\$ 26.554,43	\$ 27.380,26
Sueldo Administrador	\$ 10.824,60	\$ 11.524,60	\$ 11.951,01	\$ 12.393,20	\$ 12.851,75
Sueldo Guardia	\$ 5.738,88	\$ 6.098,88	\$ 6.324,54	\$ 6.558,55	\$ 6.801,21
Servicios básicos	\$ 1.800,00	\$ 1.866,60	\$ 1.935,66	\$ 2.007,28	\$ 2.081,55
Internet	\$ 504,00	\$ 522,65	\$ 541,99	\$ 562,04	\$ 582,83
Uniformes	\$ 240,00	\$ 248,88	\$ 258,09	\$ 267,64	\$ 277,54
Mantenimiento	\$ 400,00	\$ 414,80	\$ 430,15	\$ 446,06	\$ 462,57
Suministro de oficina	\$ 76,40	\$ 79,23	\$ 82,16	\$ 85,20	\$ 88,35
Materiales de limpieza	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Tangible	\$ 7.423,46	\$ 7.423,46	\$ 7.423,46	\$ 4.043,46	\$ 4.043,46
Depreciación Intangible	\$ 191,00	\$ 191,00	\$ 191,00	\$ 191,00	\$ 191,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 1.820,00	\$ -	\$ 910,00	\$ -	\$ 910,00
Publicidad	\$ 1.820,00		\$ 910,00	\$ -	\$ 910,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.954,92	\$ 5.223,53	\$ 3.316,52	\$ 1.216,08	\$ -
Intereses de préstamo	\$ 6.954,92	\$ 5.223,53	\$ 3.316,52	\$ 1.216,08	\$ -
TOTAL GASTOS	\$ 35.973,26	\$ 33.593,63	\$ 33.364,58	\$ 27.770,51	\$ 28.290,26

Elaborado por: Los autores

6.7.2 Costo de Operaciones

Tabla 23: Costos Operativos

MANO DE OBRA DIRECTA									
Recepcionista	\$ 496,94	1	\$ 496,94	\$ 5.963,25	\$ 6.338,25	\$ 6.572,77	\$ 6.815,96	\$ 7.068,15	
Camarera	\$ 470,76	1	\$ 470,76	\$ 5.649,13	\$ 6.003,13	\$ 6.225,25	\$ 6.455,58	\$ 6.694,44	
TOTAL				\$ 11.612,38	\$ 12.341,38	\$ 12.798,01	\$ 13.271,54	\$ 13.762,59	

Elaborado por: Los autores

6.8 Estado de Resultados Projectados

Tabla 24: Estado de pérdidas y ganancias (Proyección a 5 años)

RUBRO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos						
Venta Totales		\$ 96.984,00	\$ 100.572,41	\$ 104.293,59	\$ 108.152,45	\$ 112.154,09
TOTAL DE INGRESOS		\$ 96.984,00	\$ 100.572,41	\$ 104.293,59	\$ 108.152,45	\$ 112.154,09
(-) Costos de Operación		\$ 11.612,38	\$ 12.341,38	\$ 12.798,01	\$ 13.271,54	\$ 13.762,59
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 85.371,62	\$ 88.231,03	\$ 91.495,57	\$ 94.880,91	\$ 98.391,50
(-) Gastos de Administración		\$ 27.198,34	\$ 28.370,09	\$ 29.138,05	\$ 26.554,43	\$ 27.380,26
(-) Gastos de Publicidad		\$ 1.820,00	\$ -	\$ 910,00	\$ -	\$ 910,00
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 56.353,28	\$ 59.860,93	\$ 61.447,52	\$ 68.326,48	\$ 70.101,24
(-) Gastos Financieros		\$ 6.954,92	\$ 5.223,53	\$ 3.316,52	\$ 1.216,08	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores		\$ 49.398,36	\$ 54.637,40	\$ 58.131,00	\$ 67.110,40	\$ 70.101,24
(-) Participación a trabajadores	15%	\$ 7.409,75	\$ 8.195,61	\$ 8.719,65	\$ 10.066,56	\$ 10.515,19
(=) Utilidad antes de impuestos a la renta		\$ 41.988,60	\$ 46.441,79	\$ 49.411,35	\$ 57.043,84	\$ 59.586,05
(-) Impuesto a la renta	22%	\$ 9.237,49	\$ 10.217,19	\$ 10.870,50	\$ 12.549,64	\$ 13.108,93
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 32.751,11	\$ 36.224,60	\$ 38.540,85	\$ 44.494,20	\$ 46.477,12

Elaborado por: Los autores

6.9 Flujo de Caja

Tabla 25: Flujo de Caja (Proyección 5 años)

FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 113.148,00	\$ 117.334,48	\$ 121.675,85	\$ 126.177,86	\$ 130.846,44
(-) Egresos de efectivo		\$ 33.016,26	\$ 55.191,53	\$ 59.293,23	\$ 61.039,48	\$ 66.509,16
Gastos de operación		\$ 11.612,38	\$ 12.341,38	\$ 12.798,01	\$ 13.271,54	\$ 13.762,59
Gastos de administración		\$ 19.583,88	\$ 20.755,63	\$ 21.523,59	\$ 22.319,97	\$ 23.145,80
Gastos de publicidad		\$ 1.820,00	\$ -	\$ 910,00	\$ -	\$ 910,00
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 12.260,16	\$ 13.351,70	\$ 14.120,98	\$ 15.920,40
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 9.834,35	\$ 10.709,92	\$ 11.326,99	\$ 12.770,37
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 80.131,74	\$ 62.142,95	\$ 62.382,62	\$ 65.138,38	\$ 64.337,28
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
Prestamos Recibidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 17.069,69	\$ 18.801,08	\$ 20.708,09	\$ 22.808,53	\$ -
Pago de intereses		\$ 6.954,92	\$ 5.223,53	\$ 3.316,52	\$ 1.216,08	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ (24.024,61)	\$ (24.024,61)	\$ (24.024,61)	\$ (24.024,61)	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	-113.410,57	\$ 56.107,12	\$ 38.118,33	\$ 38.358,01	\$ 41.113,77	\$ 64.337,28

Elaborado por: Los autores

6.10 Balance General

Tabla 26: Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corriente					
Caja	\$ 49.228,19	\$ 76.031,72	\$ 102.656,28	\$ 131.602,47	\$ 183.321,96
Total Activos Corrientes	\$ 49.228,19	\$ 76.031,72	\$ 102.656,28	\$ 131.602,47	\$ 183.321,96
Activos Fijos					
Terrenos	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00
Edificios	\$ 62.100,00	\$ 62.100,00	\$ 62.100,00	\$ 62.100,00	\$ 62.100,00
Equipos de Oficina	\$ 454,10	\$ 454,10	\$ 454,10	\$ 454,10	\$ 454,10
Equipo Electrónico	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00
Muebles y Enseres	\$ 6.462,00	\$ 6.462,00	\$ 6.462,00	\$ 6.462,00	\$ 6.462,00
Equipos de Computación	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00
Equipos de Producción	\$ 2.014,40	\$ 2.014,40	\$ 2.014,40	\$ 2.014,40	\$ 2.014,40
(-) Depreciación Acumulada	\$ (7.423,46)	\$ (14.846,92)	\$ (22.270,38)	\$ (26.313,84)	\$ (30.357,30)
Total Activos Fijos	\$ 95.747,04	\$ 88.323,58	\$ 80.900,12	\$ 76.856,66	\$ 72.813,20
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (191,00)	\$ (382,00)	\$ (573,00)	\$ (764,00)	\$ (955,00)
Total Activos Diferidos	\$ 764,00	\$ 573,00	\$ 382,00	\$ 191,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 145.739,23	\$ 164.928,30	\$ 183.938,40	\$ 208.650,13	\$ 256.135,16
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 7.409,75	\$ 8.195,61	\$ 8.719,65	\$ 10.066,56	\$ 10.515,19
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 9.237,49	\$ 10.217,19	\$ 10.870,50	\$ 12.549,64	\$ 13.108,93
Total Pasivos Corrientes	\$ 16.647,25	\$ 18.412,80	\$ 19.590,15	\$ 22.616,20	\$ 23.624,12
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 62.317,70	\$ 43.516,62	\$ 22.808,53	\$ 0,00	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 62.317,70	\$ 43.516,62	\$ 22.808,53	\$ 0,00	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 78.964,95	\$ 61.929,43	\$ 42.398,68	\$ 22.616,20	\$ 23.624,12
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 34.023,17	\$ 34.023,17	\$ 34.023,17	\$ 34.023,17	\$ 34.023,17
Utilidad del Ejercicio	\$ 32.751,11	\$ 36.224,60	\$ 38.540,85	\$ 44.494,20	\$ 46.477,12
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 32.751,11	\$ 68.975,71	\$ 107.516,56	\$ 152.010,75
TOTAL PATRIMONIO	\$ 66.774,28	\$ 102.998,88	\$ 141.539,73	\$ 186.033,92	\$ 232.511,04
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 145.739,23	\$ 164.928,30	\$ 183.938,40	\$ 208.650,13	\$ 256.135,16

Elaborado por: Los autores

6.11 Evaluación Financiera

Tabla 27: Evaluación de Proyecto

EVALUACIÓN DEL PROYECTO	
Tasa de Descuento	12%
Inversión inicial	\$ (113.410,57)
Flujo 1	\$ 56.107,12
Flujo 2	\$ 38.118,33
Flujo 3	\$ 38.358,01
Flujo 4	\$ 41.113,77
Flujo 5	\$ 64.337,28
VPN	\$ 50.902,23
TIR	30,69%
B/C	\$ 0,45
PRI	2,49

Elaborado por: Los autores

- La inversión se recuperara en 2 años 5 meses aproximadamente.

6.12 Ratios Financieros

Tabla 28: Razones Financieras

RAZONES FINANCIERAS						
INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	58,11%	59,52%	58,92%	63,18%	62,50%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	33,77%	36,02%	36,95%	41,14%	41,44%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = %	22%	22%	21%	21%	18%
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = %	96%	106%	113%	131%	137%

Elaborado por: Los autores

6.13 Análisis de Sensibilidad

Tabla 29: Análisis de Sensibilidad

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (113.410,57)	\$ (113.410,57)	\$ (113.410,57)
Flujo 1	\$ 39.943,12	\$ 56.107,12	\$ 72.271,12
Flujo 2	\$ 26.803,53	\$ 38.118,33	\$ 49.433,13
Flujo 3	\$ 26.624,56	\$ 38.358,01	\$ 50.091,46
Flujo 4	\$ 28.946,18	\$ 41.113,77	\$ 53.281,35
Flujo 5	\$ 51.719,49	\$ 64.337,28	\$ 76.955,07
VPN	\$ 9.209,14	\$ 50.902,23	\$ 92.595,32
TIR	15,49%	30,69%	45,25%
B/C	\$ 0,08	\$ 0,45	\$ 0,82
PRI	3,69	2,49	1,83

Elaborado por: Los autores

Para la elaboración del escenario pesimista se la realizó con la ocupación que disminuyó al 60%, el escenario normal la ocupación es del 70% y el escenario optimista se lo realizó con un 80% de ocupación.

Conclusiones

El proyecto de la implementación de un hotel con habitaciones de tubos de hormigón en el poblado de Montañita se desarrolló con el motivo de satisfacer la necesidad de los turistas que acuden a dicho balneario, ya que en Montañita existen lugares para hospedarse como lo son casas o albergues las cuales pertenecen a los comuneros y no necesariamente son infraestructuras hoteleras para poder desempeñar sus funciones como tal.

Durante el proceso de desarrollo, la idea de este proyecto captó la atención de los entrevistados en general, ya que al ser una idea innovadora manifestaron que si estarían dispuestos a hospedarse por lo menos en una ocasión para tener una experiencia diferente de un hotel estándar, además, de ser implementado en lugar como Montañita, el cual tiene atractivos turísticos rústicos que lo hacen adecuado en este ambiente.

Las entrevistas que se efectuaron a las correspondientes autoridades de la comunidad como al Pdte. Lcdo. Javier Gonzales y al Vice Pdte. Sr. Víctor Hugo Yagual, resultaron exitosas ya que con estas se logró percibir cual es la situación actual en la que se encuentra Montañita, de esa manera ellos nos manifestaron sus proyecciones a corto y largo plazo.

En cuanto al plan de marketing que se implementó para captar a un mercado objetivo que este entre un rango de 18 años y 60 años de edad, los cuales pertenecen a un estrato social medio, medio alto y alto. La oferta innovadora que se propone de un ambiente diferente y de relajación a un costo accesible. La infraestructura hotelera respetara todos los estándares de calidad para la seguridad y confort del huésped.

Para finalizar el plan financiero para el proyecto presentado, el estudio que se ha realizado ha dado como resultado que al implementarlo será viable ya que el VPN es de \$ 51.552,24, muestra un TIR de 30,92% y su período de recuperación será de 2 años 5 meses. La inversión inicial será \$ 113.410,57, el costo de inversión será financiado con el capital propio de dos inversionistas y con el aporte de una institución financiera a un plazo de 4 años.

Recomendaciones

Toda actividad turística que se realiza deberá cumplir todos los estándares de calidad para brindar un servicio óptimo, eficiente y eficaz, en este caso el Hotel Tubes Inn, contará con un personal capacitado en su área específica para de esta manera satisfacer las necesidades e inquietudes que tenga el huésped al momento de su estadía en dicho lugar.

Los comentarios y opiniones hechos por los clientes serán escuchados para de esa manera considerar los aspectos importantes en los cuales se puede mejorar o en la implementación de mejoras en la área que tenga falencias para tener evolución y así con esas modificaciones se podrá ofrecer un servicio de primera.

La inclusión de la comunidad se verá presente, los empleados serán comuneros que tendrán las instrucciones e implementos necesarios para desempeñar sus actividades a cabalidad y que todos los procesos propuestos se cumplan. De esa manera se mejorara la calidad de vida de ellos, contando con un trabajo estable.

La participación y comunicación con las autoridades locales permitirá desarrollar planes estratégicos de marketing para realizar una promoción del hotel y sus atractivos de manera se logran captar un número alto de turistas que pernocten en el poblado de Montañita.

Bibliografía

- Acevedo Alarid, J. A. (17 de Febrero de 2014). Las maravillas de México . (Acevedo, Ed.) *El Herald*.
- Agui, L. (1994).
- Barreto, M. (5 de Noviembre de 2007). *Gestion Turistica*. Obtenido de <http://www.gestionturistica.cl/archivos/Libros/Barreto.pdf>
- Cammarata, B. (2006). *El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio*. Recuperado el 30 de Mayo de 2014, de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/edicion/lemos/20cammar.pdf>
- Ceballos-Lascuráin, H. (1992). Recuperado el Junio de 2014, de <http://www.planeta.com/ecotravel/weaving/hectorceballos2.html>
- Conceptos Basico Inferencia*. (2014). Obtenido de <http://www.uv.es/ceaces/tex1t/3%20infemues/conceptos.htm>
- Cooper, C. (2001). *Turismo: principios e práctica*. Porto Alegre.
- Dankhe, G. L. (1986). *Investigación y comunicación*. McGraw Hill.
- Ecuador, M. d. (18 de Noviembre de 2014). *Ministerio de Turismo Ecuador*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/>
- Española, R. A. (18 de Noviembre de 2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://www.rae.es/>
- Española, R. A. (Diciembre de 2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=lpfYgrOO1DXX2UwqBxx1>
- Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Local*. (15 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/belen/EAE%20Montia%C3%B1ita.pdf>
- Figuerola. (1985).
- Florián, F., & Susana, G. (2012). *Establecimientos Hoteleros*. Recuperado el 27 de Mayo de 2014, de <http://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/establecimientos-hoteleros>
- GiteTur. (18 de Noviembre de 2014). *GiteTur*. Obtenido de <http://gitetur.wikispaces.com/La+Demanda+Tur%C3%ADstica>

- Grinnell, R. (1997). *Social Work research & evaluation: Quantitative and Qualitative approaches* (5 ed.). Itaca: E.E Peacock Publishers.
- Hall. (2001). *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. Sao Paulo .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2007). *Metodología de la Investigación* (4 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Jimenez, C. (1983). *Población y Muestra*. Madrid: UNED.
- Jiménez, P. (Diciembre de 2012). *Implementación de un ecolodge en el cantón Bucay para promocionar el turismo ecológico*. Recuperado el Junio de 2014, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/347/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-63.pdf>
- Junyent, J. B. (1994). *La investigación social, introducción a los métodos y las técnicas*. Barcelona: S.A PPU.
- Kotler, P. (2004). *Marketing Management*. Recuperado el Mayo 29 de 2014, de <http://blog.formaciongerencial.com/2013/07/11/descarga-libro-de-philip-kotler/>
- Krippendorff. (1971). *Marketing et Tourisme*. Paris.
- Lareu, F. (1991). *Turismo de masas y calidad en los servicios*. Palma de Mallorca: Gráficas Planisi.
- León, S. (Enero de 2014). *Universidad Tecnológica Equinoccial*. Recuperado el Junio de 2014, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17058/1/55050_1.pdf
- Lopez, A. (Agosto de 2011). *Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado el Junio de 2014, de <http://blogs.unlp.edu.ar/planeamientofau/files/2013/05/Ficha-12-TURISMO-Y-CIUDAD.pdf>
- Malhotra, N. (2008). *Investigacion de Mercados*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Monroy Ríos, M. E. (Enero de 2014). *Universidad de Cartagena*. Recuperado el Junio de 2014, de <http://190.25.234.130:8080/jspui/bitstream/11227/425/1/Tesis%20-%20Howard%20Mart%C3%ADnez%20%26%20Gracie%20L%C3%B3pez.pdf>
- Muñoz, P. (1996).
- Nieves, F. (2006). *Metodología de la Investigación en una Tesis*. México: HiTEK.

- Oganizacion Mundial del Comercio. (Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/offer_s.htm
- OMT. (s.f.).
- OMT. (18 de Noviembre de 2014). OMT. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Palhares, G. L. (2002). *Transportes turísticos*. Sao Paulo.
- Pérez, Y., Vásquez, L., & Álvarez, V. (2006). *Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turístico de Las Tunas*.
- Petrocchi, M. (2001). *Gestão de pólos turísticos*. Sao Paulo.
- Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competiros. With a new introdution*. New York: The Free Press.
- Ruiz, V., & Armand, H. (2000).
- Santana Turégano, M. Á. (Junio de 2003). Tesis Doctoral. *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo*. Bellaterra, España.
- Segitur. (27 de Noviembre de 2014). *Segitur*. Obtenido de <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Tellería Ortega, R. (1 de Julio de 2011). *Producto Turístico "Made in El Alto"*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de http://www.redtravelbolivia.com/rtn/archivo_boletines/B115_01-07-11/editorial.php
- Theobald. (1994).
- Turismo, L. B. (25 de Noviembre de 2014). *Aneca*. Obtenido de http://www.aneca.es/var/media/359791/libroblanco_turismo_03.pdf
- Van Dalen, D., & Meyer, W. (1971). *Manual de técnica de la investigación educacional*. Mexico: Centro Regional de Ayuda Tecnica.
- Wilson. (1998).
- Zorrilla, S., & Torres, M. (1992). *Guía para elaborar la tesis*. México: Mc-Graw Hill.

Anexo

