

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORES:

RICAURTE BASCONES CARLA LEONOR

FREIRE BENITEZ LUIS MAURICIO

AÑO: MARZO 2015

TEMA:

**FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE UN HOSTAL
ECOLÓGICO PARA EL CANTÓN PUNTA CARNERO**

TUTORA:

ING. TERESA KNEZEVICH PILAY, MGS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Carla Leonor, Ricaurte Bascones y Luis Mauricio Freire Benitez**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTORA

Ing. Teresa Susana Knezevich Pilay, Mgs

OPONENTE

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Teresa Susana Knezevich Pilay, Mgs

Guayaquil, a los 12 del mes de Marzo del año 2015

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Carla Leonor, Ricaurte Bascones

y

Luis Mauricio Freire Benitez

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **de Factibilidad económica y financiera de un hostel ecológico para el Cantón Punta Carnero** previa a la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforma las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra auditoría.

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

Guayaquil, a los 12 del mes de Marzo del año 2015

AUTORES

Carla Leonor, Ricaurte Bascones

Luis Mauricio, Freire Benítez

AUTORIZACIÓN

Yo, Carla Leonor, Ricaurte Bascones

y

Luis Mauricio, Freire Benítez

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **de Factibilidad económica y financiera de un hostel ecológico para el Cantón Punta Carnero**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 del mes de Marzo del año 2015

AUTORES

Carla Leonor, Ricaurte Bascones

Luis Mauricio, Freire Benítez

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la salud, por la vida, por haberme permitido llegar hasta este punto y lograr mis metas además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Martha Bascones, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por sus valores que me han permitido ser una persona de bien, por creer en mi pero más que nada, por su amor.

A mi padre Hugo Ricaurte, por los ejemplos de perseverancia y rectitud que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para seguir adelante y por su inmenso amor.

A mi novio José Carrión, por el apoyo y motivación brindada aún cuando parecía que me rendiría.

A mi compañero de tesis Luis Freire, por su amistad y experiencias compartidas a lo largo de nuestra formación académica y elaboración de la tesis.

A mis amigos, que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora seguimos siendo amigos.

A todos los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de mi camino universitario y de manera especial a mi profesora y tutora la Ing. Teresa Knezevich por su tiempo y apoyo compartido durante la elaboración de mi tesis.

Carla Leonor, Ricaurte Bascones

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme esta oportunidad en la vida y que permita alcanzar mis próximas metas, a los docentes de la Universidad Católica de quienes he aprendido mucho, a todos mis compañeros, y a todas las personas que me dieron su apoyo al momento del desarrollo de este trabajo de titulación.

A mi compañera Carla, con quien emprendimos este proyecto para culminar con la carrera.

A mi papa Felipe Freire que ha estado a mi lado en todo momento apoyándome, guiándome. El me enseñó que en la vida uno se pone las metas y que no hay meta imposible de alcanzar.

A mi hermana Belén que siempre fue un ejemplo a seguir en toda etapa de mi vida y que lo sigue siendo. Y finalmente agradezco a mi Madre que la amo, una mujer increíble que no deja de sorprenderme y enseñarme cosas, quién me enseñó el valor de la vida del amor y de la Familia. Gracias a todos.

Luis Mauricio, Freire Benítez

DEDICATORIA

Dedicada a Dios, por darme la vida y la salud para disfrutar cada día.

A mis padres, por el apoyo que siempre me han dado, por estar siempre y en todo momento cuidándome y guiando cada uno de mis pasos con sus sabias palabras.

Carla Leonor, Ricaurte Bascones

DEDICATORIA

Este desarrollo de titulación está dedicado en primer lugar a Dios por permitirme alcanzar mis propias metas.

A mi padre Felipe Freire que ha estado a mi lado en todo momento apoyándome, guiándome. A mi hermana Belén, y a una mujer increíble que no deja de sorprenderme y enseñarme cosas, mi Madre.

A mi compañera Carla, y todos los docentes de la Universidad Católica de quienes he aprendido mucho, a todos mis compañeros que me dieron su apoyo en todo momento.

Luis Mauricio, Freire Benítez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ING. TERESA SUSANA KNEZEVICH PILAY, MGS
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

(NOMBRES Y APELLIDOS)
PROFESOR Oponente



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

CALIFICACIÓN

ING. TERESA SUSANA KNEZEVICH PILAY, MGS
PROFESOR TUTOR

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	1
GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Justificación.....	2
1.3 Problema u Oportunidad	4
1.4 Objetivos del proyecto	5
1.4.1 Objetivo General	5
1.4.5 Objetivos específicos.....	5
1.5 Resultados Esperados.....	5
1.6 Metodología	5
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL, LEGAL	9
2.1 Fundamentación teórica	9
2.1.1 Antecedentes de la investigación.....	9
2.2 Fundamentación conceptual	10
2.2.1 Hostales ecológicos	10
2.3 Fundamentación Legal.....	19
CAPÍTULO III	25
ESTUDIO MERCADO.....	25
3.1 Objetivos Generales.....	25
3.2 Objetivos Específicos	25
3.3 Metodología	25
3.4 Alcance	26
3.5 Selección de la Muestra.....	26
3.5.1 Definición de la Población Objetivo.....	26
3.5.2 Fórmula de la Muestra.....	26
3.6 Procedimientos de Investigación	27
3.7 Factores a evaluar.....	27
3.8 Análisis de los resultados.....	28
3.8.1 Desarrollo de Entrevista	35
3.8.2 Desarrollo de Observaciones	43
3.9 Análisis PEST	46
3.10 Ciclo de vida del producto.....	48
3.11 Mercado y sus nichos.....	48
CAPÍTULO IV.....	49
ESTRUCTURA EMPRESARIAL	49
4.1 Filosofía corporativa.....	50
4.1.1 Misión	50
4.1.2 Visión	50
4.1.3 Principios y valores corporativos	51
4.1.4 Valores.....	51

4.2 Organigrama.....	52
4.2.1 Manual de Funciones.....	53
4.3 Análisis FODA.....	57
4.4 Marketing Mix.....	58
4.4.1 Producto.....	58
4.4.2 Precio.....	61
4.4.3 Plaza.....	62
4.4.4 Promoción.....	62
5.1 Inversión Inicial.....	66
5.2 Préstamo.....	68
5.3 Capacidad Instalada.....	69
5.4 Costos.....	70
5.5 Ingresos.....	70
5.6 Gastos.....	73
5.7 Estados financieros.....	74
5.9 Indicadores.....	77
5.10 Análisis de sensibilidad.....	77
CONCLUSIONES.....	84
RECOMENDACIONES.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Demanda de turismo.....	28
Tabla 2 Turismo ecológico en la playa.....	29
Tabla 3 Consumo del turismo ecológico en playa.....	30
Tabla 4 Motivaciones para el turismo ecológico en playa.....	31
Tabla 5 Incentivos al deporte haciendo turismo ecológico en playa.....	32
Tabla 6 Disponibilidad de pago.....	33
Tabla 7 Decisión de compra.....	34
Tabla 8 Ficha técnica.....	49
Tabla 9 Manual de Gerencia General.....	53
Tabla 10 Manual del Administrador.....	54
Tabla 11 Manual de Coordinador de Marketing y Ventas.....	55
Tabla 12 Manual de Jefe de Alimentos.....	56
Tabla 13 Manual de recepcionista.....	56
Tabla 14 Manual de personal de Limpieza- Conserje.....	57
Tabla 15 Descripción de habitación.....	59
Tabla 16 Presupuesto del primer año proyectado.....	63
Tabla 17 Presupuesto de Marketing Anual.....	65
Tabla 18 Inversión inicial del proyecto.....	66
Tabla 19 Detalle de Inversión de Equipos y herramientas.....	67
Tabla 20 Tabla de Amortización mensual.....	69
Tabla 21 Participación de demanda mensual.....	69
Tabla 22 Costos proyectados.....	71
Tabla 23 Ingresos proyectados.....	72
Tabla 24 Total de Gastos Operacionales.....	73
Tabla 25 Sueldos del Personal Administrativo y ventas.....	74
Tabla 26 Estado de resultados proyectados.....	75
Tabla 27 Flujo de Efectivo Proyectado.....	76
Tabla 28 Índices financieros.....	77
Tabla 29 Indicadores de escenario optimista.....	77
Tabla 30 Estado de Resultados Proyectados Optimista.....	78
Tabla 31 Flujo de Caja proyectado de escenario optimista.....	79
Tabla 32 Estado de Resultados proyectados Pesimista.....	80
Tabla 33 Flujo de caja proyectado Pesimista.....	81
Tabla 34 Balance General Proyectado.....	82
Tabla 35 Índices de rentabilidad.....	82
Tabla 36 Punto de equilibrio.....	83
Tabla 37 Valor Agregado sobre ventas.....	83
Tabla 38 Margen de utilidad.....	83

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Demanda de turismo.....	28
Figura 2 Turismo ecológico en la playa	29
Figura 3 Consumo del turismo ecológico en playa.....	30
Figura 4 Motivaciones para el turismo ecológico en playa.....	31
Figura 5 Incentivos al deporte haciendo turismo ecológico en playa.....	32
Figura 6 Disponibilidad de pago.....	33
Figura 7 Decisión de compra	34
Figura 8 Competencia.....	43
Figura 9 Competencia.....	43
Figura 10 Organigrama de la empresa	52
Figura 11 Logo de la Hostería.....	60
Figura 12 Ubicación en mapa.....	62
Figura 13 Fan Page.....	64
Figura 14 Visita de turistas 2011-2010	70

RESUMEN

En el presente proyecto se pretende demostrar la factibilidad del funcionamiento de un alojamiento turístico ecológico, debido a la existencia del terreno como capital propio, se estima una inversión que supera los \$180.000 dólares, esperando ser financiados con la Corporación Financiera Nacional con un 11.5% anual, lo que durará las proyecciones estimadas según el comportamiento del mercado.

Para argumentar la demanda insatisfecha en el sector que está en crecimiento a medida que pasa los años, se propone una investigación de mercado que tiene un enfoque cuantitativo mediante la herramienta encuesta y enfoque cualitativo para profundizar en los gustos y preferencias del turista nacional y extranjero mediante la técnica entrevista y observación a la competencia para detectar oportunidades o amenazas en la industria hotelera del sector Punta de Carnero.

Con los resultados obtenidos de la investigación se determina las estrategias de mercado que ayuden a potencializar el alojamiento turístico ecológico, que cuenta con valores agregados como consumo mínimo de luz eléctrica por la implementación de paneles solares, uso de instalaciones para y sus alrededores para hacer deporte, como; caminatas, surf, y realizar el agroturismo, dentro de las plantaciones de frutos y vegetales que contará el nuevo alojamiento *Carnero Lodge*, siendo el identificativo que se promocionará por las herramientas del marketing como publicidad tradicional, btl agresivo en lugares estratégicos con alto tráfico del grupo objetivo.

Para la medición se presenta los estudios financieros e indicadores que ayuden a comprobar la factibilidad de la implementación por lo que se define una inversión inicial, su depreciación, estados financieros, flujos de efectivos, y escenarios de sensibilidad positivo y negativo para retorno de inversión, su tiempo de recuperación y el valor actual neto que se espera obtener dentro de los primeros 5 años de funcionamiento.

Palabras Claves: Ecológico, sostenible, factibilidad, turismo, finanzas

ABSTRACT

In this project is to demonstrate the feasibility of the operation of an ecological tourist accommodation due to the existence of the land as equity , an investment that exceeds \$ 180,000 US dollars is estimated , waiting to be funded with the National Finance Corporation with 11.5 % annually , which will last the estimated market behavior according to projections.

To argue unmet demand in the sector that is growing as the years passed, market research has a quantitative approach by the survey tool and qualitative approach to deepen the taste and preferences of domestic and foreign tourists is proposed by interview and observation technical competence to identify opportunities and threats in the hospitality industry sector Punta Carnero .

With the results of the research market strategies that help potentiate the ecological tourist accommodation , with added values such as minimum consumption of electricity by the implementation of solar panels, use of facilities and surroundings for sports is determined , how come; hiking , surfing, and perform agrotourism, within plantations of fruit and vegetables will the new Ram Lodge accommodation , with the identifier that will be promoted by the tools of marketing and traditional advertising, btl aggressive in strategic locations with high traffic group objective .

To measure the financial studies and indicators that help prove the feasibility of implementation so a defined initial investment , depreciation , financial statements, cash flows , and positive and negative scenarios for ROI sensitivity occurs , recovery time and the net present value to be obtained within the first five years of operation.

Keywords: Ecological, sustainable, feasibility, tourism, finance

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

El turismo siendo un fenómeno económico y social que ha permitido a muchos países tener un mejor comportamiento del PIB, por su evolución en el sector, están en continuo crecimiento, diversificándose cada día. En el caso del turismo moderno que está estrechamente relacionado con el desarrollo y abarca un número creciente de nuevos destinos, convirtiéndose en un motor clave para el progreso socioeconómico. Organización Mundial del Turismo OMT (2014)

Basado en las exigencias del turista, la cultura turística ha aumentado. En el caso de Ecuador, el Ministerio de Turismo(2012) refleja este comportamiento, dado que la entrada de extranjeros comparada con año 2011 versus 2007-2010 estuvo en 1'140.978 millones de turistas extranjeros, mientras que los nacionales obtuvieron un crecimiento de 35,69% en el año 2011 en relación a los ingresos del 2007, obligando de esta manera a crear productos especializados turísticos que respeten el medio ambiente y el patrimonio, estimulando manifestaciones culturales y artísticas que permitan reafirmar la identidad del sitio visitado.

Muchas veces se puede encontrar referencia al turismo cultural con la expresión *heritage tourism* que podría ser traducida por turismo patrimonial, pues abarca todo lo que hace referencia al patrimonio histórico y a los monumentos, a legado cultural de modo más amplio. Una de las definiciones más amplias referidas al turismo cultural o patrimonial ha sido dada por Boyd (2002: 213), que considera al patrimonio debe ser dividido en natural (lugares de belleza extraordinaria), cultural (costumbres), industrial y personal (aspectos que tienen significado para una persona o grupos de personas). Barretto, (2007)

El turismo nacional e internacional es un medio para el intercambio cultural, que ofrece una experiencia con fuerza positiva según el tipo de turismo que aplique, educando a la sociedad a la valoración del turismo local, captando aspectos económicos del Patrimonio y aprovecharlos para su conservación mediante la generación de fondos.

Aplicando al mundo empresarial, el turismo es una fuente de ingreso que está en crecimiento, dando oportunidades y posibilidades de negocio, conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivos, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales. Mediante una investigación de mercado, el reconocimiento factores internos y externos se definen las estrategias para el presente proyecto. Por esta razón se propone un estudio de factibilidad enfocado al turismo, para conocer la aceptación del grupo objetivo. NAYA Noticias de Antropología y Arqueología, (2012)

1.2 Justificación

El presente trabajo de investigación se justifica por su relevancia social, ambiental y económica.

Social.- la idea de llevar a cabo este proyecto surge además con el propósito de incentivar e incrementar el turismo en la parroquia de Punta Carnero, aportando al desarrollo de la zona, que involucra a las diferentes comunidades, asociaciones u otras agrupaciones locales que se podrían ver favorecidas por el ingreso de turistas al sector, así como los visitantes podrán disfrutar de la belleza natural del balneario y de los atractivos que lo rodean generando un turismo responsable con el menor impacto ambiental

Ambiental.- porque mediante la implementación de un hostel ecológico, se busca fomentar el cuidado del medio ambiente al utilizar materiales que procuren realizar el menor daño al ecosistema, evitando contaminaciones que afecten a la capa de ozono, e inclusive materiales que ayuden al deterioro de la naturaleza, de esta manera a su vez, se busca inculcar en la cultura de lo habitantes, el cuidado del planeta, incentivando el

uso de material reciclable, al concurrir a un hostel que cuenta con los mismos beneficios, servicios que uno tradicional, con la salvedad que ayude a preservar a la naturaleza.

Económica.- debido a que se generarán nuevas fuentes de trabajo para habitantes de la provincia, además de incentivar la inversión local al contar con un sitio ecológico que no afecte al medio ambiente. Por otra parte con la implementación del presente proyecto de titulación se trata de fomentar el desarrollo empresarial en el sector de Punta Carnero, al ser un sitio concurrido por turistas en diferentes épocas del año, pero que no cuenta con variedad de empresas en sus alrededores, que hagan de esta zona, un lugar más concurrido por los turistas, con la creación de un hostel ecológico se busca incentivar la inversión local, dándole un mayor realce y atractivo a esta zona de la provincia, lo cual a su vez servirá de incentivo para los turistas que estén dispuestos a dejarse encantar por el ecosistema que este sector posee.

A su vez no solo se incrementarán las opciones de los turistas para llegar a este destino, sino que también facilitará el ingreso de las personas que residen en Punta Carnero, así como los trabajadores ambulantes y demás personas que invierten en el área o cuentan con locales en el sector; lo cual contribuirá de manera directa al desarrollo turístico del sector logrando así posicionar a Punta Carnero como un balneario para turistas locales y extranjeros.

La provincia de Santa Elena es una ciudad que recibe constantemente la visita de turistas nacionales y extranjeros, su gastronomía, los balnearios la hacen un sitio de destino turístico atrayente a los visitantes, con la puesta en marcha del proyecto se contará con un lugar de distracción, de relajamiento para propios y extraños, además de presentar la novedad de ser ecológico, dando mayor diversidad para el turista, de esta manera las autoridades locales, podrán impulsar proyectos de esta índole en una zona que durante los últimos años ha sido olvidada.

1.3 Problema u Oportunidad

El desarrollo turístico en el Ecuador crece rápidamente debido a la promoción que se ha generado a nivel internacional, por el boca a boca de los mismos turistas que ya han visitado la nación, creando así un posicionamiento del Ecuador a nivel internacional como un lugar que cuenta con una diversidad ecológica. El Ecuador posee una amplia biodiversidad de flora y fauna convirtiéndolo en un sitio de destino turístico a ser visitado en las diferentes épocas del año.

La provincia de Santa Elena, carece de sitios de distracción, donde los visitantes puedan ir a pasar momentos amenos con la familia, que ayuden a salir del estrés diario ocasionado por las jornadas laborales, sitios que ayuden a fomentar el cuidado de la naturaleza, que exista interés de las personas por este tipo de lugares ecológicos que ayuden a conservar el medio ambiente, ayudando a evitar la contaminación que tanto daño le ha ocasionado al planeta.

En la provincia de Santa Elena, en el balneario de Punta Carnero, ubicado a pocos minutos del Aeropuerto Internacional General Ulpiano Páez, se registra una masiva aparición de turistas durante las épocas de invierno, lo cual además incrementa de manera drástica el tránsito vehicular; como consecuencia de ello se genera una escasez de hospedajes para los turistas, ya que la oferta hotelera de dicho balneario es limitada.

Hoy en día la creciente demanda de los turistas con preferencias por lugares verdes y preocupados por preservar un ecosistema sano es cada vez mayor, de igual manera es posible observar cómo las entidades gubernamentales están apoyando y patrocinando lugares amigables con la naturaleza. Esto genera un nicho de mercado potencial no solo en Punta Carnero sino en diferentes lugares del Ecuador y del mundo.

1.4 Objetivos del proyecto

1.4.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad económica y financiera de la creación de un hostel ecológico en el balneario de Punta Carnero, provincia de Santa Elena.

1.4.5 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para identificar la concurrencia y flujo de turistas, gustos y sus preferencias.
- Desarrollar un estudio técnico para evaluar las necesidades en cuanto a la ubicación, financiamiento, edificaciones.
- Identificar los recursos operativos para la implementación del proyecto.
- Evaluar financieramente el proyecto a través de índices.

1.5 Resultados Esperados

Analizado las diferentes variables del proyecto de creación un hostel ecológico, se espera lo siguiente:

- Identificación del tipo de mercado.
- Definición de la demanda.
- Viabilidad del proyecto.
- Rentabilidad del proyecto.
- Obtención de un VAN positivo.

1.6 Metodología

La investigación de mercado del presente proyecto busca como objetivo principal identificar la concurrencia y flujo de turistas, gustos y sus preferencias de los turistas tanto nacionales y extranjeros por el turismo ecológico, de esta manera conocer la aceptación del grupo objetivo por el hostel ubicado en Punta Carnero. Se aplica un método analítico, descriptivo e histórico.

En cuanto al tipo de investigación, se propone el uso de un enfoque deductivo mediante la investigación cuantitativa con la aplicación de la herramienta encuesta que será dirigida a los turistas nacionales y extranjeros. Mientras que el uso del enfoque causal a través de la investigación cualitativa se hace uso de herramientas como entrevista a profundidad dirigida a las operadoras turísticas y observaciones para el análisis de la competencia del sector.

En relación a los métodos que se utilizarán, se aplica:

Método analítico

Se aplica método analítico, dado que el establecimiento donde se propone la creación de un sitio para alojamiento turístico ecológico ya cuenta con una estructura que necesita ser reconocida por un profesional en diseño de interiores y arquitectura, para la reconstrucción de las aéreas que necesitan mejoras, como también la inauguración de otros espacios necesarios para el correcto funcionamiento del tipo de servicio que se desea brindar.

Por lo tanto se establece este método para el análisis del lugar y lo necesario para llevar a cabo la propuesta, esta herramienta a utilizar será una observación al sitio y también a los alrededores para detectar oferta turística.

Método descriptivo

El método deductivo es aplicado mediante una encuesta, para conocer las preferencias y oportunidades que se tiene con la creación de un Hostal en Punta Carnero. Se desarrolla esta herramienta para conocer la demanda turística y reconocimiento del perfil del consumidor. Este método también se utilizará dado que se desea conocer por medio de los operadores turísticos el comportamiento de los turistas nacionales o extranjeros que solicitan hacer turismo ecológico, aunque no se trabaje con hechos reales, es decir el cliente que asiste a una operadora turística para contratar los servicios.

TIPOS DE ESTUDIO

Método histórico

Para determinar la muestra se considera como población a los turistas que ingresaron al país en los últimos años, como también los habitantes que viven en el Ecuador.

Método Sintético

Para obtener los resultados se elabora tablas y histogramas que reflejan el interés de la investigación, por lo que se identifica como método sintético.

Tipo de Investigación

Investigación Bibliográfica

La información a través de este tipo de investigación, es recolectada de libros, revistas y periódicos electrónicos, fascículos emitidos por institución dedicada a la elaboración de estadísticas y censos, que permitan tener evidencia de la oferta y demanda turística que influyen en el sector de Punta Carnero.

Investigación de Campo

Mediante la investigación de campo se puede evidenciar realmente cómo se comporta el consumidor, así mismo lo necesario para la construcción de este centro a través de la persona que defina los recursos para la inversión y funcionamiento del sitio.

Investigación Descriptiva

Detalla las actividades y recursos que se deberán considerar al momento de la implementación, como los medios necesarios para comunicar la existencia del Hostal, así mismo que debe tener el espacio dedicado al turismo ecológico.

Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo y cualitativo, donde se presenta cantidades numéricas, porcentuales y análisis de la profundidad de los recursos que se necesitan para la inversión inicial, como también para la ejecución de las estrategias planteadas en la propuesta.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL, LEGAL

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1 Antecedentes de la investigación

La provincia de Santa Elena, donde se desarrolla el presente proyecto fue creada el 7 de noviembre de 2007 como una provincia de la costa del Ecuador . En esta provincia se encuentra una gran infraestructura hotelera, una refinería de petróleo, aeropuerto y puerto marítimo, lo que demuestra las oportunidades de negocio por ser un territorio que incentiva directamente al sector turismo. ECUADOR TOURIST (2012)

Santa Elena, es muy conocida a nivel nacional e internacional por sus diversas playas, entre ellas se pueden destacar Salinas y Montañita, sitios que son destinos turísticos y balnearios muy concurridos por propios y extraños en diferentes épocas del año.

Por otra parte la provincia consta de 3 principales cantones y son los siguientes:

- ✓ La Libertad,
- ✓ Salinas y
- ✓ Santa Elena.

Límites

La ubicación geográfica de la provincia comprende:

- ✓ Al norte la provincia de Manabí,
- ✓ Al este y sur, Guayas, y,
- ✓ Al oeste, el Océano Pacífico.

Entre sus poblaciones más destacadas constan: La Libertad, Salinas, Santa Elena, Manglaralto, Montañita, Ancón, Anconcito, Atahualpa, Colonche, José Luis Tamayo, Simón Bolívar, entre otros.

Una de las playas que forman parte de la provincia de Santa Elena, es Punta Carnero la cual se encuentra ubicada en la parroquia José Luis

Tamayo del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, se denomina así por la punta rocosa del mismo nombre situada al extremo sureste de la playa.

La carretera se denomina comúnmente desvío a Punta Carnero. Al llegar por la carretera se aprecia directamente la playa: a la derecha la de Mar Bravo y a la izquierda la de Punta Carnero que se prolonga hasta las rocas, donde se observan acantilados. A los alrededores se encuentran algunas edificaciones entre las que se destaca el Hotel Punta Carnero, seguido de la carretera que bordea la playa en dirección sureste, tras pasar las rocas, situando luego las camaroneras y finalizando en los pueblos de Ancón y Anconcito. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, (2011)

En invierno la playa de Punto Carnero cuenta con una afluencia de turista nacional y extranjero. La calidad de las olas desde las rocas hasta el muelle de Ecuasal, es la razón por la que muchos surfistas recurren a esta playa para practicar el deporte. Punta Carnero tiene 2500 metros de la vegetación costera exuberante, el romper de las olas de Punta Carnero, valores agregado como es la factibilidad de practicar Paravelismo , Bodyboard y Surf; por ello, es el escenario de importantes torneos y competencias internacionales.

2.2 Fundamentación conceptual

2.2.1 Hostales ecológicos

Online Turismo (2010) menciona que “El compromiso con el medioambiente está comenzando a hacerse notar en el sector hotelero, aunque no hay una oferta masiva de posibilidades para disfrutar de una estancia agradable y en contacto con la naturaleza, ya existen algunas cadenas y pequeñas empresas que apuestan por una calidad de vida natural”

Para que a un hotel sea considerado ecológico:

1. Debe recibir una Certificación ambiental y antes de eso el establecimiento debe atravesar un estricto proceso de pruebas.
2. Debe promover técnicas para preservar el medio ambiente.
3. Debe usar materiales reciclados en sus proyectos de construcción o ampliación. La instalación de paneles solares en el techo para producir energía. La instalación de cámaras que filtran los desechos de los inodoros.
4. Deben utilizar sistemas de filtros biológicos para filtrar el agua de las duchas y lavabos, utilizándola posteriormente en el riego de sus jardines. Otros han reestructurado sus instalaciones colocando grandes ventanales para aprovechar la luz natural.
5. Deben utilizar productos en envases de vidrio, reduciendo así los desechos de plástico y metal, la elección de proveedores con criterios ecológicos, el uso de papel reciclado y sin cloro o coloreado, etc.
6. Uso de productos biodegradables, la instalación de inodoros que no requieren agua, bombillas de luz que ahorran energía eléctrica, sensores de luz que se prenden y apagan automáticamente (lo que disminuye en un 40% la cifra en las facturas de electricidad) y el uso de papel reciclado en la confección de sus folletos, libretas y demás papelería.
7. Entre las medidas de concientización a los huéspedes, algunos hoteles solicitan en su material impreso, la colaboración de sus visitantes en áreas tales separar los residuos de su habitación, apagar la luz al salir y solicitar el lavado de sábanas y toallas.
8. El grueso de la energía que utilice deberá ser de origen solar mediante la implantación de paneles solares fotovoltaicos para la electricidad y térmicos para el agua caliente. Cumplimiento de la normativa de la construcción bioclimática, minimizando el consumo de energía tanto para calefacción como para refrigeración con un buen aislamiento y una orientación adecuada.

9. Las habitaciones deberían estar orientadas hacia el norte (la parte más fresca) y las salas comunes hacia el sur (la más luminosa). Acceso posible y sencillo en transporte público, y no deberá estar situado en zonas ya saturadas de turismo. La alimentación deberá ser agro-ecológica.
10. Debe respetar la tradición y la cultura local, el paisaje rural y la biodiversidad de su entorno, y debe ser asimismo responsable socialmente, colaborando con asociaciones conservacionistas y la población local y participando en el sostenimiento de actividades socioeconómicas locales
11. Aislamiento y orientación adecuados (el consumo para calefacción y refrigeración debe ser mínimo o nulo)
12. No debe estar situado en sitios turísticos con mucha densidad de población
13. La mayor cantidad de energía que utilice debe ser solar
14. La alimentación es otro factor importante que debe poder ofrecer un “hotel ecológico”, ésta debe ser agro ecológica.
15. Deben cumplir con normas bioclimáticas.

Ventajas de un Hotel Ecológico

- Respetan el medioambiente y el paisaje de la zona sin alterarlo en lo más mínimo.
- Hacen un uso eficaz de la energía y el agua.
- Utilizan materiales y alimentos respetuosos con la naturaleza y el visitante.
- Difunden el ahorro con paneles solares, papel reciclado, bebidas y alimentos orgánicos y optimización de los recursos de agua y energía.

Es un gran desafío para las actuales cadenas hoteleras, que apuesten por la naturaleza y estimulen el mercado con propuestas ecológicas que atraigan cada vez a más huéspedes. Educar con conciencia ambiental es lo que se hace notar en las agendas escolares con planes de ahorro de energía, reciclaje entre otros temas, así mismo a la población sobre los desastres naturales, estos factores son los que impulsan a la

necesidad de vivir de modo sano y respetando a toda clase de ser vivo, siempre tratando de continuar perpetuando las especies.

Definición de términos básicos

Ecología

Para Laboratorio Ovando (2012), mencionando a Ernst Heinrich Haeckel Philipp (Zoólogo alemán) quien entiende a la ecología como “conjunto de conocimientos referentes a la economía de la naturaleza; la investigación de todas las relaciones del animal en su medio inorgánico como orgánico”.

“La Ecología estudia sistemas formados por individuos, en seno de ambientes de característica definibles, implicados en proceso dinámico e incesante de interacción, ajuste y regulación, expresable como intercambio de materia y energía, como una consecuencia de nacimientos y de muertes”.

Margalef (2003)

Medio ambiente

Bureau Veritas (2008) expresa que la Real Academia de la Lengua Española define al medio ambiente como “conjunto de circunstancias físicas, culturales, económicas y sociales que rodean a las personas y a los seres vivos.”

Salvat (2010) el medio ambiente engloba la naturaleza, la sociedad y la cultura existente en un determinado lugar y tiempo. Incluye a los seres vivos, los materiales y las relaciones que se establecen entre todos ellos. Este término se forma con dos palabras de origen latino: medium y ambiens, ambientis, (procedente del verbo ambere, 'rodear'). El medio ambiente está compuesto y está determinado por factores físicos, biológicos y socioculturales y económicos.

Energía fósil

Energía fósil, aquella que procede de la biomasa obtenida hace millones de años y ha sufrido grandes procesos de transformación hasta obtener sustancias de gran contenido energético como el carbón, el petróleo, o el gas natural, etc. La mayor parte de la energía empleada actualmente en el mundo proviene de los combustibles fósiles. Uso en el transporte, para generar electricidad, para calentar ambientes, para cocinar, etc. Landrove (2012).

Recursos renovables

En Zona Económica (2013) denominan “recursos al conjunto de capacidades y elementos (tanto naturales como producidos por el hombre), para producir bienes o servicios o tienen un valor intrínseco sin la necesidad de ser modificados, escasos en relación a su demanda actual o potencial”.

Recursos renovables son aquellos que no se agota con su uso, debido a que vuelven a su estado original o regeneran a una tasa mayor a la tasa con que los recursos renovables. Dentro de esta categoría de recursos renovables encontramos al agua y a la biomasa. Algunos recursos renovables se clasifican como recursos perpetuos, debido a que por más intensa que sea su utilización, no es posible su agotamiento. En esta categoría de recursos renovables se encuentran la energía hidroeléctrica, la radiación solar, el viento y las olas.

Ciclo de vida

Nebel & Wright (2009) El ciclo de vida de un edificio es una descomposición en fases de la totalidad de la vida del mismo, desde su concepción a su derribo. La finalización de un ciclo de vida, por lo general el inicio de uno nuevo. Se distinguen cinco fases: Concepción, construcción, explotación, renovación y destrucción

El ciclo de vida es un concepto que remite a la aparición, desarrollo y finalización de la funcionalidad de un determinado elemento. Tiene su punto

de partida en los procesos biológicos, de ahí su nombre. Así, de la misma manera que un ser vivo nace, crece y finalmente muere, existen diversos aspectos en el mundo que tienen un lapso de tiempo entre su aparición, su desarrollo y finalmente su eliminación. Es por ello que puede hacerse referencia a un “ciclo de vida” en materias tan distantes como marketing, biología, tecnología de materiales, etc. El estudio del ciclo de vida en muchas de estas disciplinas tiene importantes implicancias en muchas ocasiones.

Reciclaje de materiales

Uso de materiales reciclados o susceptibles a ser reutilizados. Ayuda a reducir la cantidad de residuos y son más baratos

Reciclaje es el proceso simple o complejo que sufre un material o producto para ser reincorporado a un ciclo de producción o de consumo, ya sea éste el mismo en que fue generado u otro diferente. La palabra "reciclado" es un adjetivo, el estado final de un material que ha sufrido el proceso de reciclaje.

Según J. T. Prentice, & Colin, (2013), consideran al reciclaje puro sólo cuando el producto material se reincorpora a su ciclo natural y primitivo: materia orgánica que se incorpora al ciclo natural de la materia mediante el compostaje.

Eco-turismo

Según Ceballos Lascuráin (1998) “turismo consiste en realizar viajes a áreas naturales relativamente sin disturbar o sin contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama, junto con sus plantas y animales silvestres y, así mismo, cualquier manifestación cultural (pasado y presente) que se encuentre en estas áreas”

El mismo autor, agregó sobre el Ecoturismo “que propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” Ceballos lascurain (1998)

Para El potencial económico del ecoturismo en las áreas de montaña (2010) menciona a Figgis 1993, quién define al ecoturismo como el “viaje q

áreas alejadas o naturales que busca incrementar el entendimiento y aprecio del medio natural y la herencia cultural, al mismo tiempo que se evita el daño o deterioro de la experiencia para otros”

Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un tipo de investigación descriptiva o concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones generales del mercado siendo así una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de facilitar la toma de decisiones en situaciones de mercado específicas, se lo utiliza adicionalmente para elaborar pronósticos de ventas entre otras cosas.

Para Kotler, Bloom, & Hayes (2002) 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 (2003) 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.

Malhotra (2004) dice que el estudio de mercado “describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor”

Estudio de factibilidad

Aseguran C.Laudon & P Laudon (2004) significa encontrar cuáles son los objetivos organizacionales y luego determinar si el proyecto sirve para mover el negocio hacia sus objetivos en alguna forma. Para un estudio de factibilidad más fidedigno se debe tomar en cuenta la determinación de recursos en relación con tres áreas: Técnica, económica y operacional.

Factibilidad Técnica: el analista debe encontrar si los recursos técnicos actuales pueden ser mejorados o añadidos, en forma tal que satisfaga la petición bajo consideración.

Factibilidad Económica: Es la segunda parte de la determinación de recursos donde se consideran el tiempo propio, el costo de hacer un estudio de mercado, la estimación del tiempo requerido para completar cada tarea y la calendarización del proyecto para que las tareas sean terminadas de forma ordenada. El control significa usar la retroalimentación para monitorear el proyecto comparando el plan del proyecto con su evolución actual.

Conducta de los consumidores

Para definir un mercado es importante saber cuánto destina un consumidor su renta o ingreso entre diferentes bienes y servicios. Pindyck & Rubinfeld (2003) mencionan que existe tres pasos para entender la conducta del consumidor.

- La preferencias de los consumidores: que consiste en hallar una manera práctica de describir las razones por las que las personas prefieren un bien del otro. Estos bienes se describen como grafica y algebraicamente.
- Las restricciones presupuestarias: Los consumidores tienen una ingreso ilimitado que restringe las cantidades de bienes que pueden comprar.
- Las elecciones de los consumidores: dado que tiene restricciones, el consumidor decide comprar las combinaciones de bienes que maximizan su satisfacción, estas combinaciones dependen de los precios de los bienes.

Coste de Producción

Determinar la tecnología de producción, junto con los precios de los factores, el coste de producción de la empresa. Conocer los niveles de producción del cual dependerán sus ingresos.

Coste económico y coste contable

Dicen Pindyck & Rubinfeld (2003) “los economistas y contables financieros suelen concebir los coste de forma distinta”. Los contables informan sobre los resultados pasados de la empresa para uso externo, adoptan una perspectiva retrospectiva a la hora de analizar las finanzas y las operaciones de la empresa, ya que tienen que seguir la evolución del activo y el pasivo y evaluar resultados pasados, se fija el coste contable. Mientras los economistas analizan pensando en futuro. Se ocupan de asignaciones de recursos escasos, tienen interés por el coste a futuro y como reorganizar la empresa sus recursos reducirlos y mejorar la rentabilidad, se basan en coste económico.

Coste de Oportunidad

Según Pindyck & Rubinfeld (2003) define al coste de oportunidad como “coste correspondiente a las oportunidades que se pierden cuando no se utilizan los recursos de las empresas para el fin para el que tienen más valor”

Los contables y los economistas incluyen a los gastos monetarios reales llamados flujo de caja tales como: sueldos, salarios, materia prima, alquileres de propiedad inmobiliaria, los mismos implican pagos directos a proveedores e individuos.

- Costos fijos: no varía con nivel de producción
- Costos variables: varían cuando varía la producción

Lodge

Un *Lodge* (o centro de turismo de naturaleza) es un complejo turístico que por su localización y diseño procura optimizar el sentido de estar en la naturaleza. Ofrece calidad, respeto y cuidado por el medioambiente. En cuanto al estilo y diseño usualmente es natural e incluye materiales como piedra, madera y paja. Los servicios en un *lodge* deben ofrecer actividades al aire libre tales como caminatas guiadas, safaris, entre otros.

En este caso un *lodge* o “centro de turismo de naturaleza” se define básicamente no por aprovechar las cercanías o un entorno natural sino por estar concebido para ser parte de la naturaleza y ofrecer así al viajero la posibilidad de alejarse de la civilización, sin perder comodidades. (Finca Colorada, 2015)

2.3 Fundamentación Legal

Entidades relacionadas

Las entidades relacionadas a futuro, con la inspección de diligencias de un hostel ecológico, antes, y durante el desenvolvimiento de sus actividades propiamente dichas, son las siguientes:

- ✓ G.A.D. del cantón Salinas.
- ✓ Servicio de Rentas Internas.
- ✓ Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Cámara de Comercio de la Península de Santa Elena.
- ✓ Ministerio de Turismo.
- ✓ Policía Nacional.
- ✓ Ministerio de Salud Pública.
- ✓ Ministerio de Ambiente.
- ✓ Ministerio de Interior.

Permiso municipal

Otra de las entidades relacionadas, con el proyecto es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Salinas quien estará encargado de extender el permiso Municipal a los respectivos establecimientos, que empiecen actividades económicas en el sector.

Se acudió a esta entidad para conocer cuáles son los requisitos necesarios para el permiso de funcionamiento Municipal del hostel.

El Representante Legal llenará una solicitud, a la que se adjunta los requisitos reglamentarios.

Los requisitos presentados por el representante legal serán:

- ✓ Copia de la cédula.
- ✓ Copia de los predios urbanos al día.
- ✓ Copia de planilla de servicio básico.

Luego de ello, se realizará la inspección definitiva al local, antes de proceder al expedir el permiso, y cancelar la tasa municipal.

Requisitos de inscripción de Sociedades Privadas en el Servicio de Rentas Internas

- Formulario 01-A y 01-B suscrito por el Representante Legal
- Original y copia del documento de creación de la sociedad.
- Original y copia del nombramiento del Representante Legal.
- Original y copia de cédula de identidad o pasaporte del Representante Legal.
- Presentación de la papeleta de votación del último proceso electoral del Representante Legal.
- Documento de ubicación de la sociedad, en original y copia

Permiso del cuerpo de bomberos

El Cuerpo de Bomberos es otra de las entidades que emite permisos para los establecimientos que van a desarrollar actividades comerciales, por consiguiente se realizó una visita a la oficina del Cuerpo de Bomberos del cantón de Salinas con el fin de conocer acerca del trámite que se debe efectuar para obtener el permiso mencionado, a la vez de solicitar el listado de requisitos entre los cuales se anotaron los siguientes:

- Caja de breakers en buen estado (bipolares no).
- Extintores de 10 l. O más dependiendo del área del local.

- Medidores de luz propio y en buen estado.
- Las instalaciones eléctricas tienen que estar en buen estado, ejemplos: interruptores, tomacorrientes y acometidas.
- Para restaurantes o locales de expendio de comida, tienen que tener la manguera respectiva de gas y extintor de CO2
- Sistema de supresión de CO2 (para locales de expendio de comida a partir de 4 hornillas industriales).
- Detector de humo.
- Luces de emergencia.
- Presentar facturas de recarga o compra de extintores.
- Toda renovación de permiso deberá tener su respectiva inspección.

Ministerio de Turismo

EL ministerio de turismo emite la LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS, necesaria para el libre desenvolvimiento del local. Solicita lo siguiente:

- ✓ Copia de cédula de identidad.
- ✓ Copia de registro único del contribuyente (RUC).
- ✓ Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local donde funciona.
- ✓ Lista de precio de los servicios ofertados.
- ✓ Certificado de seguridad industrial Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Certificado de registro en el Ministerio de Turismo.
- ✓ Patente de comisaria (Permiso de Funcionamiento).
- ✓ Certificado de cancelación del 1x 1000 del ministerio de turismo.

Ministerio de ambiente

Entidad gubernamental que regula el medio ambiente y el impacto del ser humano sobre él. Genera un permiso para el funcionamiento óptimo del local el cual se emite tras la inspección de dicho local. Solicita:

- ✓ Verificación o copia de permiso del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Verificación o copia del Ministerio de Salud Pública.
- ✓ Verificación o copia del permiso del Ministerio del Interior.
- ✓ Verificación o copia de categorización emitida por el Ministerio del Medio Ambiente.
- ✓ Estudio y monitoreo de ruidos emitidos. (Por un laboratorio acreditado).
- ✓ Verificación o copia de patente Municipal.
- ✓ La instalación debe cumplir las siguientes infraestructuras sanitarias:
- ✓ Baños por separado, hombres, mujeres, revestimiento del piso con cerámica, debidamente desinfectados.
- ✓ Salidas de emergencia.
- ✓ Señaléticas en todo el local (Salidas de emergencia, Baños, zonas de fumadores, capacidad máxima, señales de peligro de centrales eléctricas o generadoras, estacionamiento, extintores, especificar zonas de llamadas o descanso).
- ✓ Extintores en caso de incendio.
- ✓ Las instalaciones deben estar construidas y cerradas con material de protección acústico. (completamente cerradas) Para no causar molestias a la vecindad y prevenir la contaminación auditiva.
- ✓ Ventilación.
- ✓ Sistema de alarma de incendio.
- ✓ Puertas de escape.

- ✓ Instalación de servicios básicos (agua potable, alcantarillado sanitario, medidor de luz e instalaciones eléctricas).
- ✓ Bodega de almacenamiento de los residuos sólidos.
- ✓ Asepsia respectiva en su local.

Certificación de uso de suelo.

Solicita:

- ✓ Solicitud dirigida al alcalde.
- ✓ Copia de cedula de identidad y papeleta de votación (a color).
- ✓ Copia del recibo de predio urbano (del presente año).
- ✓ Copia de la escritura registrada y catastrada (en caso de ser arrendatario, adjuntar contrato de arrendamiento debidamente legalizado).
- ✓ Tasa de uso de suelo.
- ✓ Tasa de recepción de documentos.
- ✓ Copia del permiso de funcionamiento anterior.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Presentados todos los requisitos se programa la inspección que será realizada por personal de la Dirección de Planeamiento y Urbanismo en compañía del contribuyente.

Solicitud de matrícula de Comercio

La solicitud de matrícula de comercio se debe hacer de acuerdo al juzgado y dirigida al Juez de lo Civil solicitando se faculte al autorizado a ejercer las actividades comerciales, productivas o de servicio las mismas que deberá ser especificadas.

Se deberá presentar la siguiente documentación:

- ✓ Demanda firmada por el Comerciante y Abogado Patrocinador

- ✓ Comprobante de pago de tasa respectiva, esta deberá corresponder al 1 % del capital.

Afiliación a la cámara de comercio provincia de Santa Elena

Una vez dada la aprobación del Juez de lo Civil se inscribirá a la Cámara del Cantón respectivo para acreditarse al gremio que lo respalde, en este caso el hostel ecológico, para formar parte de la CCPSE.

CAPÍTULO III

ESTUDIO MERCADO

3.1 Objetivos Generales

Conocer las necesidades, gustos y preferencias del grupo objetivo al momento de prestar servicio de alojamiento y la existencia de la oferta turística en la Parroquia Punta de Carnero, que permitan definir las estrategias adecuadas para incentivar el consumo del Turismo ecológico.

3.2 Objetivos Específicos

- Identificar el perfil del consumidor de turismo ecológico.
- Conocer la oferta turística que tiene la parroquia Punta de Carnero.
- Detectar las aéreas que necesitan ser remodeladas e implementadas para brindar un excelente servicio de alojamiento ecológico.
- Analizar mediante los resultados obtenidos de la investigación las estrategias más adecuadas para la elaboración de la propuesta.

3.3 Metodología

El diseño metodológico de esta investigación pretende enfocarse en la oferta y demanda turística que tiene el sector de Punta Carnero, en el que se aplicarán os tipos de investigación: cualitativa mediante entrevista a profundidad y observaciones, así mismo la cuantitativa que aplica un muestreo aleatorio a una población infinita.

Metodología a Utilizarse en método cualitativo

Se realiza entrevista y observaciones para detectar oportunidades de mercado, y conocer con mayor profundidad el perfil del consumidor por medio de las operadoras turísticas.

Metodología a Utilizarse en método cuantitativo

Se pretende un estudio cuantitativo para conocer de una manera objetiva los gustos, preferencias y necesidades del grupo objetivo, que es el turista que gusta de un turismo ecológico en la región costa. Por lo tanto la investigación a través de la técnica encuesta utilizará la fórmula infinita debido a la población que es mayor a 100.000 habitantes. Siendo considerados los turistas extranjeros que ingresan al país como los turistas nacionales.

3.4 Alcance

El diseño de la investigación tiene un alcance que limita a la ciudad de Guayaquil, en donde se ha seleccionado una muestra a través del muestreo aleatoria simple para alcanzar los objetivos de la investigación.

3.5 Selección de la Muestra

Para la selección de la muestra se propone el uso de la formula infinita, sean estos encuestados hombre o mujeres, entre las edades de 15 años en adelante, que residen en Guayaquil, y que pertenecen al nivel socioeconómico alto y medio.

3.5.1 Definición de la Población Objetivo

Se define la población objetiva a los residentes ecuatorianos y extranjeros que gustan de un turismo ecológico.

3.5.2 Fórmula de la Muestra

Estudio Cuantitativo

A continuación se muestra parámetros de formulación.

Probabilidad de éxito: 50% (0.50)

Probabilidad de fracaso: 50% (0.50)

Error muestral: 5% (0.05)

Nivel de confianza: 95% Z= (1.96)

$$n = \frac{Z^2(p)(q)}{e^2} n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)}{5^2} n = \frac{3.8416 (0.25)}{25}$$

$$n = 385$$

Estudio Cualitativo

Para mayor profundidad del estudio se propone realizar entrevistas a profundidad dirigida a las Operadoras turísticas, agencias de viajes para conocer demanda, y preferencias del grupo objetivo.

Número de Entrevistados

Se escogerá 7 operadoras turísticas ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

3.6 Procedimientos de Investigación

Las encuestas serán realizadas dentro de la ciudad de Guayaquil, para luego ser tabuladas, y generar las figuras que muestran estadísticas, para la toma de decisiones.

3.7 Factores a evaluar

Dentro de los factores que se evaluarán se encuentran:

- ✓ Gusto por turismo
- ✓ Consumo del turismo ecológico en la playa
- ✓ Preferencia por turismo ecológico
- ✓ Frecuencia de uso de paquetes o realizar viajes ecológicos a la playa
- ✓ Motivaciones para la toma de decisiones y beneficios más importantes que percibe el cliente.
- ✓ Actividades que agreguen valor
- ✓ Disponibilidad de compra mediante rango de precio a pagar

3.8 Análisis de los resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos en la investigación cuantitativa.

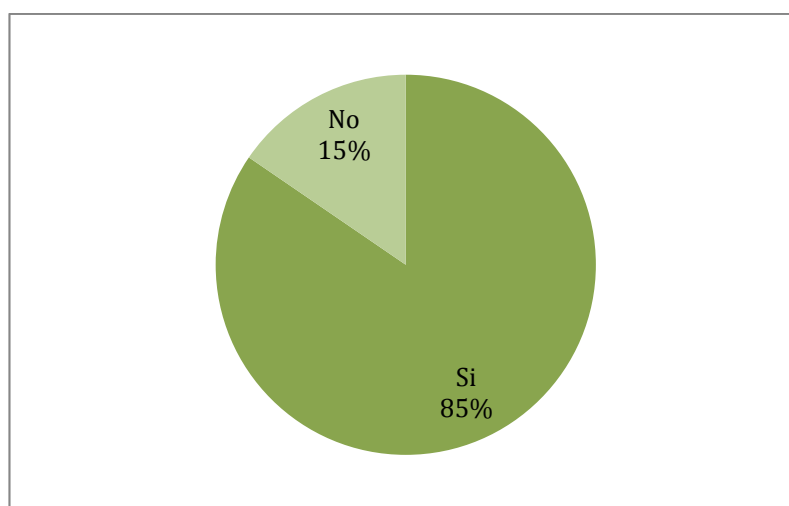
1.- ¿Hace Turismo?

Tabla 1 Demanda de turismo

Hace turismo	Porcentaje
Si	85%
No	15%
Total	100%

Fuente: Investigación de mercado

Figura 1 Demanda de turismo



Fuente: Investigación de mercado

El 85% de la muestra si realiza turismo sea cualquier tipo, lo que permite demostrar las oportunidades de ofrecer servicios turísticos.

Apenas el 15% de la muestra no hacen turismo, aunque sea bajo el resultado, es importante identificar motivos de evaluación del porqué no al turismo.

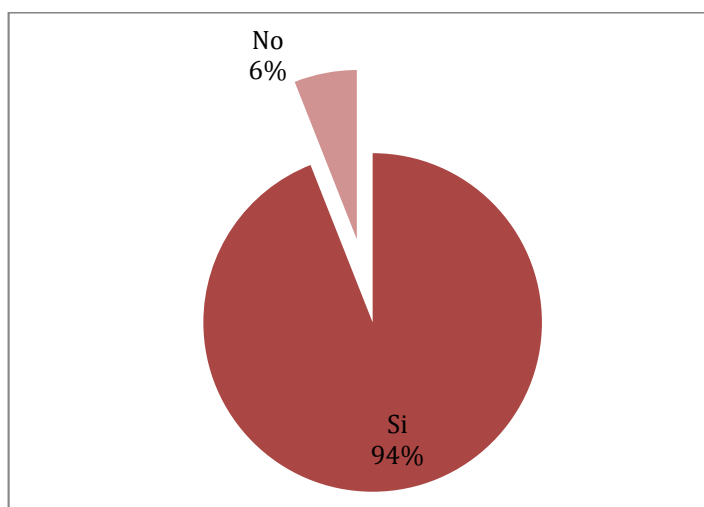
2.- ¿Le gustaría hacer turismo ecológico en la playa?

Tabla 2 Turismo ecológico en la playa

Gusto por turismo ecológico en la playa	Porcentaje
Si	94%
No	6%
Total	100%

Fuente: Investigación de mercado

Figura 2 Turismo ecológico en la playa



Fuente: Investigación de mercado

En el turismo existe una variedad de aplicación de cómo realizar turismo, en este caso, se refiere al turismo ecológico en la playa. Según la mayoría de la muestra, siendo el 94% de ella si gustaría de hacer turismo ecológico. Dando este resultado se demuestra que esta aplicación de alojamiento ecológico en la playa tiene gran aceptación por el grupo objetivo.

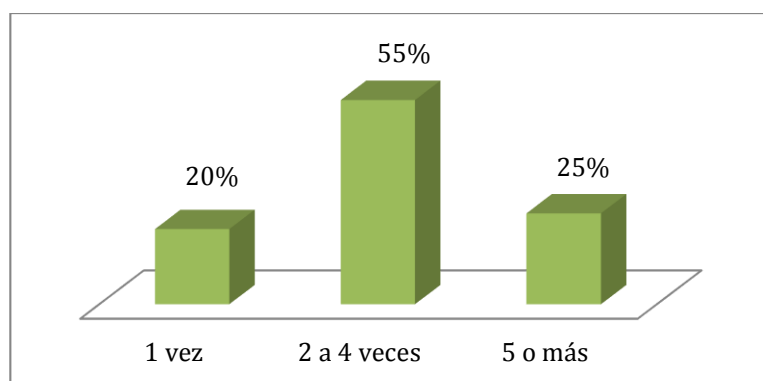
3.- ¿Cuántas veces al año Ud. haría turismo ecológico en la playa?

Tabla 3 Consumo del turismo ecológico en playa

Uso del turismo ecológico en playa	Porcentaje
1 vez	20%
2 a 4 veces	55%
5 o más	25%
Total	100%

Fuente: Investigación de mercado

Figura 3 Consumo del turismo ecológico en playa



Fuente: Investigación de mercado

En cuanto al consumo de este tipo de turismo el 0,02% no ha realizado turismo ecológico de una base de 385 encuestados.

El grupo objetivo estudiado realiza turismo ecológico en una frecuencia de 2 a 4 veces que representa el 55%, 25% más de cinco veces, y el 20% apenas una vez al realizado este tipo de turismo. Dando un escenario favorable.

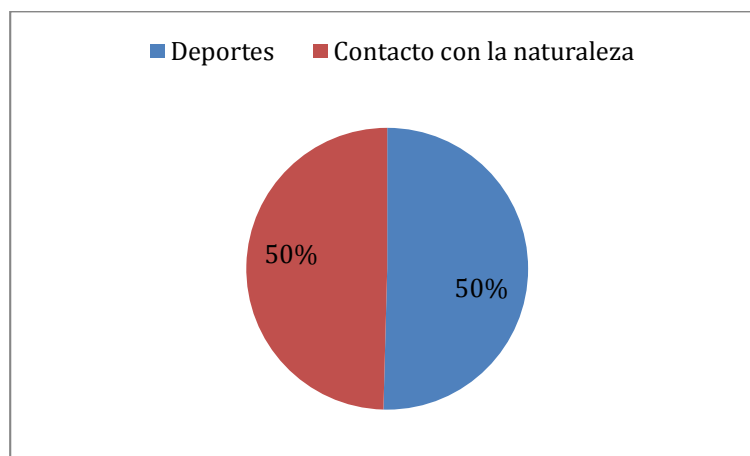
4.- ¿Qué le motiva a realizar turismo ecológico?

Tabla 4 Motivaciones para el turismo ecológico en playa

Motivación por turismo ecológico en la playa	Porcentaje
Deportes	50%
Contacto con la naturaleza	50%
Total	100%

Fuente: Investigación de mercado

Figura 4 Motivaciones para el turismo ecológico en playa



Fuente: Investigación de mercado

Las motivaciones para realizar turismo ecológico en la playa más frecuentes son por realizar deporte y por el contacto con la naturaleza, lo cual el grupo objetivo define como importancia estos dos criterios.

El turismo ecológico incentiva al consumo mínimo de luz eléctrica por luz solar, esta razón también motiva al uso de alojamientos ecológico y la aceptación de que existan y se comunique la presencia de lo mismo.

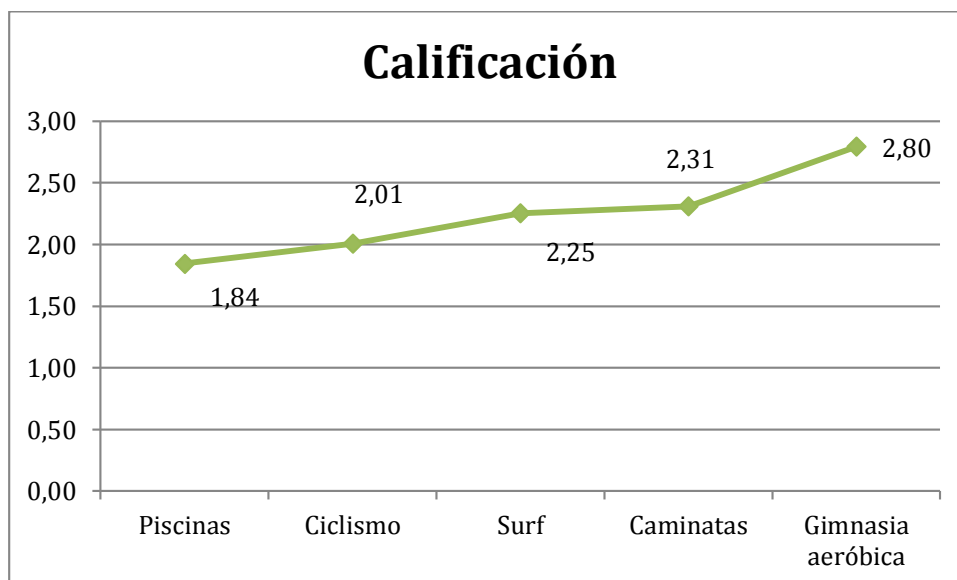
5.- Según el orden de importancia (considerando 1 el más importante y 5 el menos importante ¿Qué actividades le gusta o gustaría realizar cuando visite al alojamiento ecológico en la playa?

Tabla 5 Incentivos al deporte haciendo turismo ecológico en playa

Actividades que gustarían realizar	Calificación
Piscinas	1,84
Ciclismo	2,01
Surf	2,25
Caminatas	2,31
Gimnasia aeróbica	2,80

Fuente: Investigación de mercado

Figura 5 Incentivos al deporte haciendo turismo ecológico en playa



Fuente: Investigación de mercado

Para incentivar al turismo ecológico de playa, dentro de las actividades que con lleva a realizar deporte, se consideran que las piscinas son importantes en los alojamientos, seguido del ciclismo, deporte de surf, caminatas y la gimnasia aeróbica.

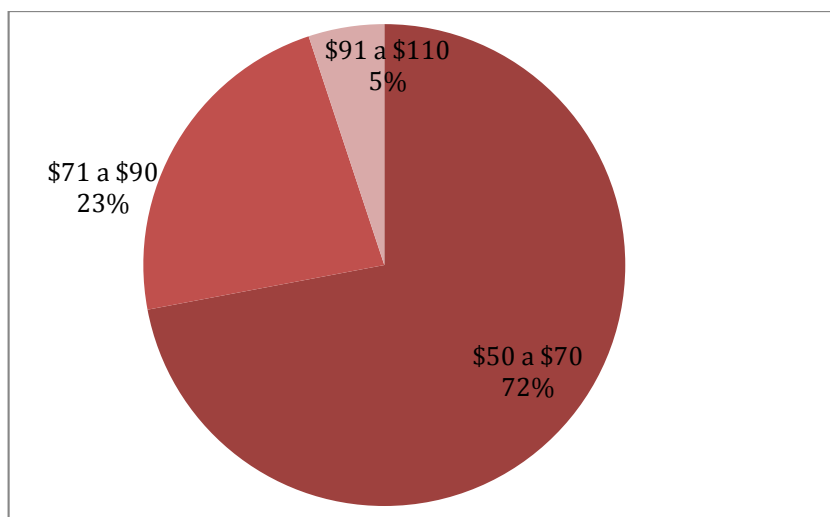
6.- ¿Cuánto pagaría por alojamiento y alimentación (desayuno)?

Tabla 6 Disponibilidad de pago

Pago por alojamiento y alimentación por pareja	Porcentaje
\$50 a \$70	72%
\$71 a \$90	23%
\$91 a \$110	5%
Total	100%

Fuente: Investigación de mercado

Figura 6 Disponibilidad de pago



Fuente: Investigación de mercado

Al momento de definir el precio de alojamiento y desayuno en los paquetes que se oferten en el hostel, se analizó la posibilidad de pago, por lo que la mayoría determinó que el precio por pareja debe estar entre \$50 a \$70 a pagar por un alojamiento ecológico con desayuno incluido siendo el 72%, mientras que el 23% concluyó que el rango debe estar entre los \$71 a \$90 dólares.

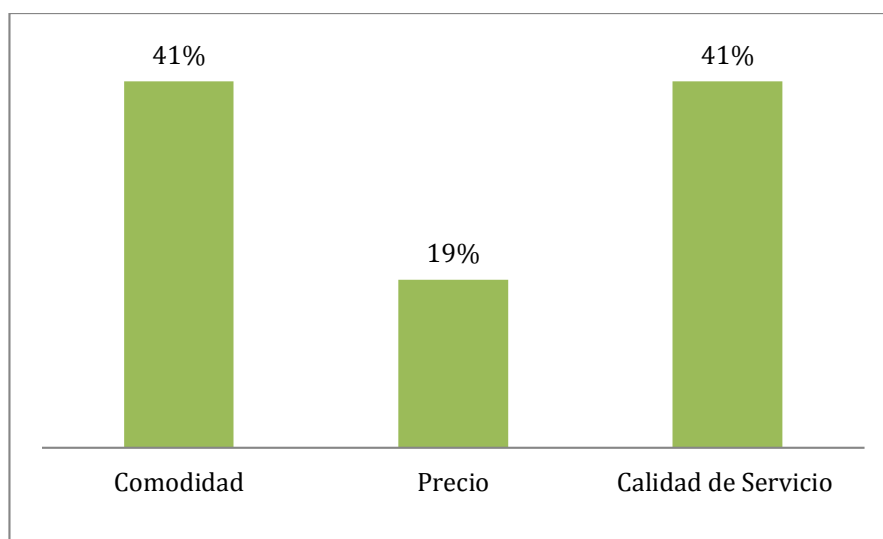
7. Para la estancia en un alojamiento ecológico. ¿Cuál considera Ud. Es el beneficio más importante?

Tabla 7 Decisión de compra

Beneficio más importante	Porcentaje
Comodidad	41%
Precio	19%
Calidad de Servicio	41%
Total	100%

Fuente: Investigación de mercado

Figura 7 Decisión de compra



Fuente: Investigación de mercado

Para que un turista se decida por un alojamiento ecológico, se debe tener calidad de servicio, siendo esta variable la que ellos consideran al momento de decidirse, seguido de la comodidad con un 41%, para este grupo objetivo lo que más importa es la calidad del servicio, dejando al precio como tercera opción.

Conclusión de Investigación

Para el grupo objetivo, la amabilidad, el trato del personal de alojamiento turístico o cual sea el servicio a ofrecer en este sector es muy importante, ya que se basan este factor para decidirse a contratar los paquetes de alojamiento y desayuno. Otro de los factores es la comida que sea rica y de calidad sin elevar precio, aunque el precio es un factor que no lo toma mucho en cuenta para decisión de compra.

La muestra que representa el estudio cuenta con una aceptación favorable para la implementación de este establecimiento turístico, así como también la disponibilidad de realizar la visita para conocerlo.

Dentro de la investigación el grupo objetivo propuso realizar charlas conciencia ambiental para hacer uso de ellas en la playa o establecimiento que cuenta con una oferta de turismo ecológico.

3.8.1 Desarrollo de Entrevista

Para el desarrollo cualitativo se utiliza la técnica entrevista, razón por la cual se seleccionó 7 operadores turísticos para conocer comportamientos del consumidor, la oferta turística en Ecuador y los meses de mayor demanda, como las regiones y ciudades más visitadas.

El alcance del estudio cualitativo es en la ciudad de Guayaquil, por lo que se realizó entrevistas a operadoras turísticas que tienen oficinas en la ciudad.

- Ecuador Expedition
- Travel with us
- Premium Travel
- Galasam Internacional
- BM tours
- Agencia de Viajes G1
- Ninja Tours

Encabezado de Entrevista

Nombre del Operador Turístico: Ecuador Expedition

Nombre del Entrevistado: Anita Saltos

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa:

Nacional 30% Extranjero 70%

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?	Visita a Punta Carnero. Playas visitadas Salinas y Manabí	Libertad es la menos visitada
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?	Montañita (visitada por jóvenes) En la edad de 30 años prefieren Salinas, Olón y Manta	
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.	Medios Digitales como las redes sociales usan para promocionar sus paquetes turísticos	Existen los extranjeros vía online para conocer las ofertas turísticas. Y los turistas locales prefieren ir a la oficina a preguntar.
Que busca el turista? Nacional - Extranjero	Depende de las edades. Buscan ocio-aventura-salud-ecoturismo (lo busca los extranjeros)	El turista nacional solo para fiestas, gasta en turismo.
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?	Alojamiento	
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?	Es potencial, que se puede explotar y desarrollar	No se frecuenta mucho, no se ha trabajado en este mercado.
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.	Depende del target. Itinerarios pre establecidos. Servicios básicos , con aire, WiFi y deportes.	Los turistas aunque viajan en grupo no buscan lo mismo.

Nombre del Operador Turístico: Travel with us
Nombre del Entrevistado: Javier Zamora

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa:
 Nacional _40%_ Extranjero_60%_

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?	Naturaleza. Galápagos, Isla SAN Cristobal	Depende del cliente
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?	Salinas, Montañita Manabí	Libertad
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.	Redes sociales y visita	Prensa escrita
Que busca el turista? Nacional - Extranjero	Comodidad	El turista nacional busca turismo fuera
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?	Tickets/ paquete con todo incluido	Los paquetes vienen con todo armado y no se gana mucho.
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?	No se lo conoce tanto pero es buen potencial.	
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.	WiFi Comida barata.	

Nombre del Operador Turístico: Premium Travel
Nombre del Entrevistado: Karla Chávez

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa:
 Nacional _30%__ Extranjero_70%__

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?	Galápagos Quito, baños, Amazonia Manabí	Provincia poco visitada El Oro, Los Ríos
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?	Esmeraldas Montaña	El todo incluido
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.	Redes sociales Mailing masivos	
Que busca el turista? Nacional - Extranjero	Precios bajos Nacional desea buen servicio. Extranjero busca naturaleza, calidad de servicio.	El turista nacional solo para fiestas, gasta en turismo.
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?	Todo incluido	Para extranjero se cobrá más 35 dólares.
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?	No	No
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.	WiFi Agua Caliente Cumplir y ser flexibles.	

Nombre del Operador Turístico: Galasam Internacional
Nombre del Entrevistado: Santiago Vanegas

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa:
 Nacional _50%__ Extranjero_50%__

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?	-Visita a Punta Carnero. -Salinas, playas, Manta un 90%	Solo buscan playas los nacionales
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?	Galápagos Quito Cuenca Baños En región costa la más visitada es Esmeralda y Salinas. En el mes de junio es muy visitada por cuencanos	
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.	Volanteo, porque el extranjero viaja por su propia cuenta. (Volanteo terminal)	El turista busca su propio medio de viajar.
Que busca el turista? Nacional - Extranjero	Turista no complicado busca sencillez y bajo costo, fiesta. Turista complicado, busca lujo	2 meses fuertes para potenciales turísticos Julio y agosto.
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?	Todo incluido depende del turista, que pueden incluir solo hoteles, traslado. Turismo en familia por lo general desea todo incluido.	
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?	Nada Mercado por explotar	No conoce
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.	Si.	

Nombre del Operador Turístico: Operador turístico BM tours
Nombre del Entrevistado: Janina Montalván

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa:
 Nacional _50%__ Extranjero_50%__

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?	75% la playa	Falta mayor oferta de servicios hoteleros
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?	Esmeraldas y Salinas Frecuencia: Paquete de 4 días	
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.	Redes sociales y flyers en oficinas	Solo usan 1 medio de comunicación
Que busca el turista? Nacional - Extranjero	Turista nacional comodidad y fiesta. Turista extranjero Descanso, rústico.	Mejorar servicio hotelero
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?	Todo incluido. En los meses de enero- mayo el turismo nacional. Todo el año para turismo extranjero	Solo 5 meses para demanda nacional
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?	Potencial Nicho de mercado 20 minutos del aeropuerto Tranquilo	No se frecuenta mucho, Falta estructura hotelera.
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.	Que se encuentre cerca de todo, servicio de primera. Aire acondicionado por el clima.	No al internet

Nombre del Operador Turístico: Agencia de Viajes G1
Nombre del Entrevistado: Denisse Duche

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa:
 Nacional ____ Extranjero_30%__

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?	Turismo de naturaleza, la región insular prefieren Galápagos	No es frecuente la ciudad de Guayaquil
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?	Montañita	Machala
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.	Redes sociales, emailing masivos	No se utiliza otro medios
Que busca el turista? Nacional - Extranjero	Turista extranjero busca naturaleza Galápagos.	Buscan en poca frecuencia Quito.
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?	Compran por paquete. Otros extranjeros buscan solo boletos y buscan en el propio lugar para que sea más económico.	Muchos no piden todo incluido.
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?	Solo Salinas	Desconocimiento de alojamientos ecológicos
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.	Servicio de calidad, WiFi	

Nombre del Operador Turístico: Ninfa Tours
Nombre del Entrevistado: Tania Suárez

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa:
 Nacional ___ Extranjero_40%__

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?	Quito Galápagos	Somos pocos nacionalistas, prefieren visitar fuera de Ecuador, ya que los costos son altos y existen comparaciones con paquetes de afuera, pero no miden los gastos individuales que se hacen una vez estando en aquel país.
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?	Ruta del Sol Temporadas.	
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.	Redes sociales, medios masivos Flyers solo para visitas en oficina	
Que busca el turista? Nacional - Extranjero	Turista extranjero buscan conocimiento, cultura	Precios
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?	Paquetes	Boletos aéreos no se incluye por inestabilidad de precios
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?	Se conoce La Barquita como hotel ecológico.	Desconocimiento.
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.	Buen lugar para dormir. Comodidad que vaya con lo ecológico.	

3.8.2 Desarrollo de Observaciones

Empresa: Hostal Las Palmas del Mar

1 Infraestructura de la empresa

Las Palmas del Mar ubicado en Punta de Carnero cuentan con habitaciones para dos personas, estas son: the rose room, the Phoenix room y the beach bungalow, sala de espera, comedor, áreas de confort (hamacas). Su mayor fortaleza es la ubicación frente al mar y estilo clásico, que atrae al turista extranjero.

Figura 8 Competencia



Figura 9 Competencia



2 Demostración de equipos en oficina

Dentro de los recursos con los que cuenta Punta del Mar están: comedor, área de confort donde el turista puede disfrutar de una lectura o escuchar música.

3 Producto y Servicios

En Palmas del Mar únicamente se ofrece el servicio de alojamiento incluido desayuno, la oferta que realizan es habitaciones para dos personas. Cuentan con piscina, la misma que es utilizada exclusivamente por los huéspedes.

4 Precio

En función del precio, la tarifa es por noche, que incluye desayuno. Estas tarifas están sujetas a cambios de temporada alta de periodo de vacaciones. Para las reservas se acepta tarjetas de crédito a través de Paypal y una vez reservada con pago el saldo se debe entregar a la llegada.

2 personas (por habitación)			
Fechas	Viernes y Sábado	Dom. a Jueves	Semanal(10%desc)
May 1-Nov 30	\$ 67.20	\$ 56.00	\$ 372.96
Dic 1- Abr. 30	\$ 89.60	\$ 78.40	\$ 514.08
Carnaval(Mier-Mar)	\$ 100.80	\$ 100.80	\$ 635.04
1 Persona			
May 1- Nov 30	\$56.00	\$ 44.80	\$ 302.40
Dic 1- Abr 30	\$78.40	\$ 67.20	\$ 443.52
Carnaval	\$89.60	\$ 89.60	\$ 564.48

Elaborado por: Los Autores

5 Atención al cliente

CHECK IN / CHECK OUT

Check in es a las 3:00 pm

Hora de salida es a las 12:00 pm

NIÑOS Y MASCOTAS

A fin de mantener un ambiente tranquilo y relajado, que no son capaces de acomodar a los niños bajo la edad de 16.

Empresa: Hostal Pelican

1 Infraestructura de la empresa

Pelican es un Hostal ubicado en Punta de Carnero, cuenta con áreas de recreación, habitaciones y salón para eventos.

2 Demostración de equipos en oficina

El estilo que tiene Pelican es contemporáneo, tiene camas King o Queen, donde se puede ver los atardeceres y descansar plenamente. Una sala de descanso y áreas verdes.

3 Producto y Servicios

Las habitaciones son para 2,3,4,5,6 personas, por lo que ofrecen habitaciones dobles, triples y familiares. Los servicios que ofrece en desayunos, almuerzos, cenas y buffet para eventos que incluyen la decoración y todo para eventos.

4 Precio

En Pelican se costea una habitación por pareja en \$ 70,00 por noche que incluye desayuno más impuesto.

5 Atención al cliente

La atención al cliente es cordial y amable, entregan toda la información necesaria. Manejan materiales promocionales como trípticos para dar a conocer que muy parte del alojamiento también ofrecen servicio de Alquiler de local con áreas verdes para eventos.

3.9 Análisis PEST

Factor político

El turismo en Ecuador se encuentra en auge al tener variedad de lugares para visitar donde encontramos desde exuberante selva, heladas montañas hasta playas de aguas cálidas. Estos atributos sitúan a Ecuador entre los 10 países con mayor crecimiento del mundo. Detrás de esto encontramos no solamente la necesidad de las personas por desarrollarse y emprender un crecimiento tanto económico como social, vemos también un ambiente de estimulación constante por las entidades gubernamentales que se han dedicado a analizar los diferentes escenarios y levantando estudios, brindando estadísticas así como otorgando prestamos, permisos y entre otros documentos necesarios para el debido desarrollo del turismo.

Encontramos además que el país se encuentra con en una etapa de estabilidad económica buscando el desarrollo. Dirigida por un presidente reelecto se ha sectorizado actualmente se busca establecer una matriz productiva. La cual puede ser como no viable.

Factor económico

Ecuador se encuentra como la octava economía más grande de Latinoamérica después de la potencia como Brasil y Chile. El Ecuador se encuentra en un amplio y continuo crecimiento, evitando la recesión mundial del 2009, creando leyes que salvaguarden las conveniencias internas del país para su óptimo desarrollo. Teniendo como principal producto de exportación al petróleo y derivados, al que le siguen los productos agrícolas en su mayoría y las materias primas. Entre las leyes y decretos creados, se encuentran las leyes para el turismo donde se puede apreciar ampliamente el apoyo al desarrollo de dicho sector.

Se puede apreciar que la República cuenta con una inflación anual de 4,15% inflación mensual del 0,21% (agosto 31 -2014), un riesgo país de \$316,00, el índice Down Jones (01-sept-2014) \$ 17098,45

Factor social

Actualmente el gobierno trabaja fuertemente en campañas para la inclusión social, luchando contra el racismo, clasismo y demás actitudes denigrantes. Encontramos que coexisten Mestizos, blancos, afroamericanos, amerindios, asiáticos y árabes en orden por cantidad de habitantes.

Encontramos también el índice de los divorcios en el Ecuador se han incrementado en un 95,3%, frente al 11,1% de incremento en los matrimonios según los últimos datos de Registros Administrativos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Factor tecnológico

Ecuador es conocido más por la elaboración de materias primas y exportación para crear productos terminados. De momento se busca implementar la matriz productiva para crear los artículos e importar menos.

Así mismo la tecnología ha permitido que el sector de turismo pueda llegar a generar demanda potenciales, ya que por medio de redes sociales, sitios web interactivos impulsan la prestación de servicio, incluso el turista pueda hacer un tour virtual por el lugar y de esta manera su decisión de compra sea más efectiva. Esto ha permitido que incluso el turista nacional comience a generar ingreso dentro del mismo país.

Factor natural

Ubicado en los trópicos, el Ecuador esta bendecido por su clima cálido, con nos viendo variantes originarios del sur y sur oeste, cuenta con dos estaciones, verano e invierno.

Hay que tomar en cuenta que cuenta con varios volcanes que se encuentran activos.

Factores a tomar en cuenta son: el fenómeno de El Niño que se da cada 15 a 20 años, fenómeno el cual esta pronosticado con un 40% de probabilidades para el presente año.

3.10 Ciclo de vida del producto

Las etapas de del ciclo de vida de los productos por lo general tienden a reducirse es su duración por diversos motivos, como; el cambio en el comportamiento del consumidor y diferentes factores sociales y tecnológicos.

Se concluye que el tiempo de vida del proyecto de un lodge depende de factores económicos, sociales y poblacionales. Se conoce que al inicio del ciclo de vida del producto las ventas son bajas ya que debe posicionarse en el mercado. Por esa razón se determina que el ciclo de producto de *Carnero Lodge* es está en introducción, debido a que se comenzará a promocionar con una identidad de marca.

3.11 Mercado y sus nichos

Dentro del mercado se observa que existe una demanda de servicios hoteleros en la zona es amplia y cuenta con diferentes tipos de clientes los cuales crean sus necesidades específicas y así generan diferentes nichos de mercado los cuales son explotados por dicho proyecto hotelero.

Se encuentran clientes con diversas necesidades diferentes, tomando como necesidades fundamentales las ambientales, comida, agua caliente, televisión y teléfono, adicionalmente como necesidades extraordinarias, se cuenta con parqueo, wifi, jacuzi, bar, refrigeradora interna, servicios de transporte, servicios turísticos y demás. Logrando buscar satisfacer y por ende recurrirá a los diferentes locales de la competencia o nuestro local para satisfacerlo.

CAPÍTULO IV

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

4.1 Planificación organizacional y legal de la empresa

Tabla 8 Ficha técnica

Información General	Descripción
Terreno	Propio (Accionistas)
Localización	Punta Carnero provincia de Santa Elena
Áreas con las que cuenta el hostel	<ul style="list-style-type: none">-12 Habitaciones de 15, 25, 30 metros cuadrados incluye baño completo, closet, cama con colchón. (Habitaciones matrimoniales 15 metros, Triple 25 metros, Familiares 30 metros)-1 restaurante 25 metros con capacidad de 20 personas.-1 cocina 20 metros- 1 zona bienvenida e información de alojamientos.-Parqueo para 18 carros livianos.- Área verde; cultivos de plantas sábilas, captus, palmeras, algarobo, ciruelas.
	<p>Planta alta: área descanso con hamacas, 5 habitaciones</p> <p>Planta baja: 3 habitaciones hall de ingresos</p> <p>Externo: 4 habitaciones sencillas.</p>

Elaborado por: La Autora

La creación de un hostel ecológico surgió de una idea gracias a los estudios realizados en materia como turismo, marketing e impacto ambiental. Dichos estudios nos permitirán entrar a un mercado donde existe una creciente demanda y por conciencia ecológica que se ha alcanzado en

la actualidad. La empresa será constituida como Sociedad Anónima, siendo su razón social *Carnero Lodge* que significa lugar turístico rústico, el cual será aprobado mediante escritura pública por medio de la Superintendencia de Compañías, según el artículo 92 de la Ley de Compañías.

“Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas”. Superintendencia de Compañías (2012)

Este proyecto estará constituido por los siguientes socios:

- Luis Freire Benítez
- Carla Ricaurte Bascones

4.1 Filosofía corporativa

El marco estratégico en el que se fundamenta la compañía está desarrollado con claridad y precisión, siendo la guía para el trabajo de cada uno los trabajadores. A continuación se presenta la visión, misión, valores y principios corporativos que rigen en el Hostal.

4.1.1 Misión

Carnero Lodge se dispone a entregar un ambiente amigable para captar mayor mercado local como el generado por turistas internacionales brindando un espacio confortable para poder apreciar la playa con gran énfasis en la preservación del ecosistema autóctono.

4.1.2 Visión

Establecerse como el principal sitio de destino dentro de punta carnero creando así una marca para poder expandirse a diferentes lugares.

4.1.3 Principios y valores corporativos

Los Principios Corporativos establecen las principales creencias y comportamientos que guían la forma en la cual la Empresa y los empleados desarrollan los negocios.

Principios

Los principios que debe aplicar la empresa son los siguientes:

1. Servicio al cliente

Una tarea fundamental en el hostel es crear una cultura de servicio al cliente permanente para satisfacer sus necesidades y expectativas, conociendo y solucionando sus problemas e inquietudes, escuchándolos para así anticiparse a las necesidades futuras del mercado.

2. Trabajo en equipo

Colaboración por parte de todos los miembros del hostel para así trabajar con efectividad y entregar un servicio de calidad a los clientes, siendo la responsabilidad de todos crear el buen clima laboral.

4.1.4 Valores

Es la actitud o comportamiento individual, grupal o colectivo de Naturaleza apreciable y regidos por normas de orden ético.

Puntualidad

Estar a tiempo para cumplir las obligaciones diarias. El valor de la puntualidad es necesario para dotar a la personalidad de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud se está en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor el trabajo, siendo merecedores de confianza.

Respeto

Hacia los compañeros de trabajo y los clientes, tratándoles como nos gustaría que nos traten a nosotros. Respetando sus opiniones y considerando sus inquietudes.

Responsabilidad

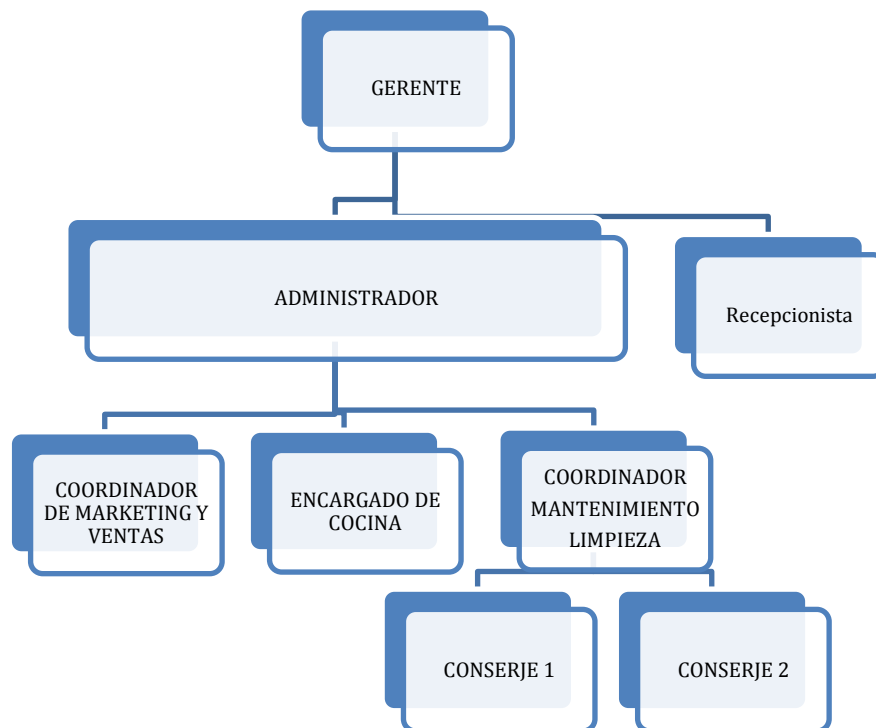
En cada una de las funciones realizadas en el hostel, cumpliendo con lo que se ha comprometido. La responsabilidad es un signo de madurez, pues significa asumir las consecuencias de las acciones y decisiones.

Sentido de pertenencia

Cada uno de los empleados es importante para la empresa, son parte de ella y todas las acciones que éstos realicen son claves para el mejoramiento de ellos y del hostel, de esa manera aseguran también la permanencia de tiempo en la empresa.

4.2 Organigrama

Figura 10 Organigrama de la empresa



Elaborado por: Los Autores

Para la creación de la empresa se pretende manejar departamentos de: Ventas y Marketing, Alimentos y Bebidas, Mantenimiento limpieza que permitan dar un buen servicio al huésped, mantener activa la demanda mediante activaciones de la marca y la pulcritud de las habitaciones y áreas del hostel.

4.2.1 Manual de Funciones

El manual de funciones de Carnero *Lodge* tiene la finalidad de conocer las actividades y responsabilidades de los departamentos y perfil que contiene el hostel para su debido funcionamiento. La elaboración de un manual de funciones para una empresa es indispensable, ya que así se puede organizar y delegar responsabilidad según corresponda

Tabla 9 Manual de Gerencia General

Área	Gerencia
Cargo	Gerente General
Responsabilidades de áreas	Marketing y ventas, Alimentación y mantenimiento.
Funciones	<ul style="list-style-type: none">• Mantener un control de las actividades.• Velar por la correcta atención de los huéspedes.• Administración del hostel.• Correcta revisión y firma de diferentes contratos, convenios y demás documentos necesarios para el correcto funcionamiento del hostel.• Controlar las diferentes partes de la empresa, área financiera, administrativa, mercadeo, entre otras.• Supervisar el correcto funcionamiento de los diferentes equipos que forman parte del hostel.• Encargado del mantenimiento de los diferentes equipos que forman parte del hostel.• Organizar los diferentes eventos dentro del hostel.• Mantenimiento de las diferentes áreas del hostel.• Analizar y evaluar los estados financieros mensuales y anuales del hostel.• Cancelar el Seguro Social de los empleados.• Pagar, renovar y gestionar ante las dependencias

	<p>públicas los diferentes permisos, licencias, contratos y demás documentos necesario para el correcto funcionamiento del hostel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar los pagos quincenales, semanales o diarios si así fuese pactado a los empleados. • Cambios administrativos con la finalidad de mejorar el uso de los recursos del hostel • Selección de personal. • Gestionar las transferencias bancarias locales e internacionales.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> -Sexo indistinto -Experiencia en ventas, gestión empresarial. - Manejo de idiomas (inglés 80%) - Servicio al Cliente -Cultura de la Calidad -Administración de personal -Manejo de Utilitarios (Excel, Word, Power Point, Visio) -Introducción a la Norma ISO -Licencia de conducir

Elaborado por: Los Autores

Tabla 10 Manual del Administrador

Área	Administrativo
Cargo	Administrador
Responsabilidades de áreas	<ul style="list-style-type: none"> -Revisar el mantenimiento de oficina, sus bienes muebles asegurando el buen estado de cada parte o pieza del mismo (aires acondicionados, luminarias eléctricas, toma corriente, medidores eléctricos, bomba), suministros básicos: Luz, agua, teléfono. -Gestionar el buen desempeño de la logística del hostel. -Garantizar el orden y la limpieza del área a su cargo. -Velar por la satisfacción del huésped. - Auditar inventario.

	Revisión de proveedores y gestión de compra.
Funciones	-Garantizar la elaboración correcta de los Estados Financieros. -Presentar alternativas de financiamiento, inversiones. -Mantener en orden el hostel, luego que la recepcionista haya culminado su jornada laboral. Horario: 15:00 p.m. a 22:00 p.m.
Perfil	-Ingles Básico -Servicio al Cliente -Cultura de la Calidad -Introducción a la Norma ISO -Manejo de Utilitarios (Word, Excel, Power Point) -Software Contables

Elaborado por: Los Autores

Tabla 11 Manual de Coordinador de Marketing y Ventas

Área	Marketing y Ventas
Cargo	Coordinador de Marketing y Ventas
Funciones	-Administrar la base de datos de clientes y prospectos -Buscar alianzas estrategias con operadores turístico -Diseñar la publicidad de los productos, material POP y/o servicios que se entregan al cliente cuidando la imagen corporativa. -Velar por la imagen corporativa de la compañía en cualquier área de la empresa. -Proponer los productos a promocionar por redes sociales y activaciones BTL. -Campañas publicitarias y realizar el reporte de efectividad de las mismas.
Perfil	Ingles Intermedio Servicio al Cliente Cultura de la Calidad Introducción a la Norma ISO Manejo de Utilitarios (Word, Excel, Power Point)

Elaborado por: Los Autores

Tabla 12 Manual de Jefe de Alimentos

Área	Alimentación y Bebidas
Cargo	Encargado de cocina
Responsabilidades de áreas	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener el área de cocina limpia y ordenada. - Gestionar los menú semanales - Atender siempre al cliente con sus preferencias. - Cuidar por la salud de los huéspedes, preparando alimentos de calidad y bajo consumo con riesgos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> •Supervisar trabajo del asistente de cocina (se contrata cuando existe alta demanda) •Diseñar opciones que se pueden realizar los fines de semana, como ingreso extra. •Analiza el reporte diario de ventas de alimentos y bebidas. •Responsable del presupuesto anual para gastos del área de alimentos y bebidas
Perfil	Ingeniero en Alimentación Hombre Conocimiento de idioma inglés

Elaborado por: Los Autores

Tabla 13 Manual de recepcionista

Área	Administrativo
Cargo	Recepcionista
Responsabilidades de áreas	<p>Recibir órdenes de Jefe inmediato Administrador.</p> <p>Velar por la atención de los huéspedes.</p> <p>Informar precios, uso del establecimiento</p>
Funciones	<p>Asistir al Administrador en el horario de 7:00 a.m. a 14:00 p.m. y dar la bienvenida a los turistas que deseen información del hostel.</p> <p>Revisar todo lo que ingresa a la empresa por parte del proveedor este debidamente con su factura.</p>
Perfil	Estudios o conocimiento en administración y servicio al cliente. Conocimiento de inglés.(40%)

Tabla 14 Manual de personal de Limpieza- Conserje

Área	Limpieza y mantenimiento
Cargo	Conserje
Responsabilidades de áreas	- Garantizar la pulcritud de la oficina y la entrega de las encomiendas a su cargo.
Funciones	-Coordinar el trabajo a realizar en el día. -Realizar la entrega/recepción de equipos y documentación a clientes y proveedores según lo dispuesto. -Realizar trámites en bancos y pago de servicios básicos con la debida autorización. -Garantizar la limpieza de las oficinas y de los baños, habitaciones y demás áreas. -Cumplir con el mantenimiento de los aires acondicionados -Efectuar el riego de las plantas diariamente o según sus características. Solicitar materiales de limpieza y suministros para los baños. Cumplir y hacer cumplir las normas de la compañía.
Perfil	-Estudio de Primaria -Servicio al Cliente -Cultura de la Calidad

Elaborado por: Los Autores

4.3 Análisis FODA

Se entiende que el FODA es una herramienta que se utiliza para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa, cuando estas se encuentran en el mercado. El FODA se encuentra dividido en factores internos, fortalezas y debilidades, y factores que no corresponden a las gestiones de la empresa, factores externos como las oportunidades y las amenazas.

Fortalezas

- 10 minutos del aeropuerto internacional de Salinas
- Frente al mar con una extensa área de arena
- Ambiente acogedor
- PAI a 5 minutos

Oportunidades

- Desarrollo turístico en auge
- Creación de un malecón
- Competencia limitada (actualmente)
- Limitación de tiendas y artículos

Debilidades

- Temporadas bajas
- Distancia de la ciudad respecto a Guayaquil 247 km
- Distancia del terminal de Santa Elena 15 km

Amenazas

- Fenómenos naturales
- Aumento en la competencia (dado el crecimiento de la población se necesitarán más Hoteles para suplir la demanda)
- Temporadas bajas críticas

4.4 Marketing Mix

4.4.1 Producto

Actualmente el terreno cuenta 12 habitaciones que necesitan ser remodeladas, esto significativamente para poder dar un mejor servicio, comodidad y disfrutar de la ecología que ofrece Punta Carnero para invierno y verano.

Tabla 15 Descripción de habitación

Habitaciones	Número de habitación	Metros por habitación
Habitación doble, cuenta con closet, una cama, un espacio para colocar un cocineta, microondas para alojarse familia pequeñas, incluye niños	1	30 metros
Habitación doble, cuenta con closet, una cama, para dos personas	5	20 metros
Habitación triple, cuenta con closet, una cama, un espacio para colocar un cocineta, microondas para alojarse familia pequeñas, incluye niños	6	25 metros

Elaborado por: Los Autores

Marca

Para la identificación del alojamiento ecológico se propone un logo que defina lo que es *Carnero Lodge*, con su color turquesa que simula la playa, así mismo las palmeras en la esquina derecha y un parasol, dando como referencia un lugar que se puede hacer deporte.

Figura 11 Logo de la Hostería



Elaborado por: Los Autores

Descripción de la Hostería Ecológica

Ser un Hostal Ecológico implica una serie de requisitos, los cuales Carnero Lodge ha considerado en su creación, estos requisitos ayudarán a preservar el medio ambiente, tanto en la construcción como al momento de ofertar sus servicios. Con una cultura ambientalista, este hostal pretender potencializar el cantón Punta Carnero. A continuación se describe cómo será el Hostal.

- Se implementa en el área de alimentos sillas ecológicas fabricadas con bambú, tanto para adultos y niños. Así mismo se reutilizará sillones y muebles que ya se encontraban en el establecimiento dándoles un toque rústico en áreas comunes.
- Uso de pinturas biodegradables que cumplen con normas de seguridad respetando el medio ambiente. Estas mismas pinturas son transpirables, haciendo que las paredes tratadas con las mismas no se carguen de electricidad estática, libre de plomo.
- Se hará uso de chutes de basuras de material reciclado para vidrio, plástico, cartón y papel en cada cuarto. Mientras que en el lobby y cocina hará otros

tachos más grandes. Esto ayudará a que los huéspedes mantenga limpio el lugar y se cree un conciencia ambientalista.

- En cuanto a la jardinería se usará piedras de vidrio, plantas nativas que no necesiten de mucho riego, para el ahorro de agua y cuiden la estética.

- Uso de aires acondicionados inverters que tendrán horarios establecidos para su respectivo uso (12:00 del día a 3:00 p.m. y de 12:00 p.m. a 3:00 a.m.)

- Se implementa paneles solares para reducir el uso de energía eléctrica.

- La alimentación que se encuentra incluida en los paquetes de alojamiento, será orgánica que ayuden aporte de la mejor manera a la salud de los huéspedes. Por ejemplo los desayunos contendrán avena integral, frutas de estación, pan integral, cereales.

- Uso de filtros de agua, desarrollo de pozo séptico con la aplicación de bacterias que ayuden a separar los sólidos del agua. Así mismo se reutilizará el agua para el riego, jardines y demás.

4.4.2 Precio

El precio estimado para ofrecer alojamientos turísticos en Punta Carnero, depende de la temporada, variando entre \$30 a \$35 dólares por persona, y si se considera como pareja entre los \$ 70 a \$90 por pareja incluyendo desayuno en temporadas bajas. Mientras que en temporadas altas se encuentra un alojamiento con desayuno entre los \$90 a \$120 dólares por noche, esto en el caso del Hotel Punta Carnero, considerada como competencia directa de Carnero *Lodge*.

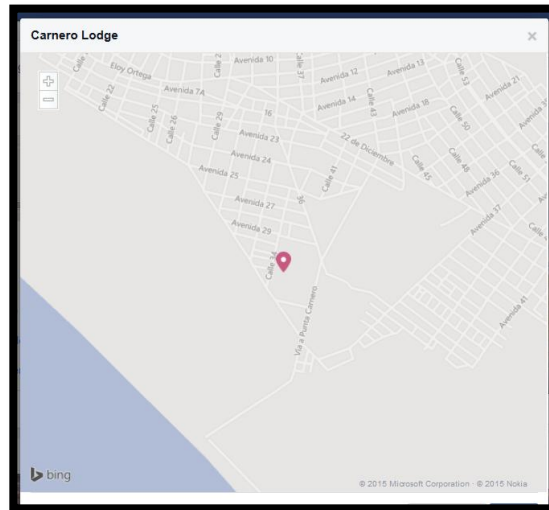
Como estrategia de lanzamiento, el precio se ha considerado promocionarlo en \$25,00 por persona o \$50,00 por pareja, con el cual se ha determinado el análisis de factibilidad y su sensibilidad.

PRECIO: \$25,00 POR PERSONA

4.4.3 Plaza

El alojamiento turístico está ubicado en Vía Salinas Anconcito, cantón Punta Carnero, una de sus principales fortalezas es la ubicación frente al Mar y el extenso terreno que tiene para realizar actividades que ayuden a tener una vida más saludable.

Figura 12 Ubicación en mapa



Fuente: Google (2015)

4.4.4 Promoción

Dentro de las estrategias que se proponen implementar en el plan de marketing de la apertura del centro de alojamiento Carnero *Lodge*. Se encuentran:

- Lanzamiento con cóctel de bienvenida
- Activaciones de la marca, BTL en peaje y universidades
- Promocional para presencia de marca a través de publicidad impresa
- Marketing digital con redes sociales y sitio web

Lanzamiento de Carnero *Lodge*

Para resaltar la presencia del alojamiento, se propone un lanzamiento, en el cual se brindará un cóctel de bienvenida, en el cual los turistas podrán visitar en diferentes horarios y conocer las instalaciones. Esto

permitirá que se encuentre disponible todo el día y un lanzamiento con bajo presupuesto. Los visitantes podrán disfrutar del mar con un coctel de bienvenida.

Activaciones BTL

Se realizará activaciones en todo el año. Se propone dos tipos de activaciones. Una de ellas se espera ejecutar en meses próximos a feriado (febrero y noviembre), estarán ubicadas en las gasolineras con mayor tráfico vía a Salinas, una de ellas es la que se encuentra frente a Urbanización Puerto Azul y la otra en la gasolinera ubicada al ingreso de Salinas.

Tabla 16 Presupuesto del primer año proyectado

Estrategias	PRODUCTOS	Enero
Lanzamiento	Inauguración de hostel	
	Cóctel Carnero <i>Lodge</i> para huéspedes + Piqueos varios	\$1050,00
	Volante con cupón descuento	\$ 00,00
	Personal para Volanteo en Universidad (2 personas)	\$40,00
	Personal para Volanteo en Peaje	\$200,00
	Uniforme para chicas volante en Peaje (top y gorra)	\$40,00
Publicidad	Creación y manejo de Redes sociales (Hasta 30 piezas gráficas)	\$500,00
	Página Web	\$850,00
	Hosting y Dominio	\$170,00
	Facebook Add	\$100,00
	Diseño de logo	\$500,00
Publicidad	Roll Up	\$70,00
	Llaveros ecológicos	\$450,00
	Total	\$ 4.470

Elaborado por: Los Autores

Actividades ecológicas del Hostel

Para fomentar la conciencia ecológica se realizará actividades que ayuden a preservar el medio ambiente, así mismo crear artículos decorativos y para uso del hostel, como son; los tachos de materiales reciclajes

elaborados con objetos recolectados de las mingas para colocarlos en cada habitación.

Presencia en Redes Sociales y Sitio Web

Se propone la creación de un Sitio Web para que se tenga presencia en la Internet, de esta forma el turista al momento de encontrar un sitio de alojamiento ecológico, pueda encontrar a *Carnero Lodge*, dado que su objetivo es que todas sus comunicaciones tenga un posicionamiento publicitario “alojamiento ecológico en la playa”

Otro de los medios que se encuentran en la web para utilizar son las redes sociales, siendo estas Facebook, Instagram, You tube en donde tendrá presencia *Carnero Lodge*.

Figura 13 Fan Page



Elaborado por: Los Autores

Conclusión

Para la elaboración del plan de marketing se requiere en el primer año un total de \$11.070 dado que se realizará un lanzamiento para que los turistas tanto nacionales como extranjeros visiten el alojamiento y conozcan todos los valores agregados que *Carnero Lodge* puede ofrecer. Y a partir del segundo año se estima un gasto de marketing de \$4.610 dólares con un incremento de 0,59% que se estable por concepto de la inflación.

Tabla 17 Presupuesto de Marketing Anual

Estrategias	PRODUCTOS	Cantidad	FRECUENCIA	PVP UNITARIO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Publicidad	Volante con cupón descuento		1 vez	\$500,00					\$500,00							
	Personal para Volanteo en Universidad (2 personas)	2	1 vez	\$40,00			\$80,00			\$80,00			\$80,00			\$80,00
	Personal para Volanteo en Peaje (Modelo AAA)	2	1 vez	\$300,00	\$600,00										\$600,00	
	Uniforme para chicas volante en Peaje (top y gorra)	3	1 vez	\$40,00	\$120,00											
	Creación y manejo de Redes sociales (Hasta 30 piezas gráficas)			\$500,00												
	Pagina Web (actualización)	1	mensual	\$250,00		\$250,00										
	Hosting y Dominio	1	1 vez	\$170,00	\$170,00											
Publicidad	Facebook Add	1	1 vez	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
	Premios para redes sociales		2 vez al año	\$200,00		\$200,00									200,00	
	Llaveros ecológicos	4,5	mensual	\$100,00	\$450,00											
Total					\$1.440	\$ 550	\$ 180	\$ 100	\$ 600	\$ 180	\$ 100	\$ 100	\$ 180	\$ 100	\$ 900	\$ 180
TOTAL DE GASTO MARKETING 1ER AÑO				\$11.070												
TOTAL DE GASTO MARKETING ANNUAL				\$4.610												

Elaborado por: Los Autores

CAPITULO V

ANALISIS FINANCIERO

5.1 Inversión Inicial

Para la implementación del proyecto se necesitará invertir \$179.783.57 que corresponde a la compra de activos fijos como equipos de computación, equipos de video, de implementación y herramientas de servicios. Así mismo la compra de mobiliarios para las habitaciones, hall de bienvenida y costo de la edificación que es inversión directa de los accionistas, identificado como capital propio. Y un monto de capital de trabajo de \$ 15.402 que servirá para el funcionamiento de los dos primeros meses de apertura del Hostal.

Tabla 18 Inversión inicial del proyecto

	Inversión Inicial
Equipos de computación /Software y telefonía	\$ 2.210,00
Equipos de video	\$ 2.900,00
Equipos de recreación	\$ 957,00
Equipos de cocina	\$ 385,41
Herramientas de servicio	\$ 7.726,16
Total	\$ 14.178,57
MOBILIARIOS, EQUIPOS Y OTROS	
Edificación	\$ 75.080,00
Muebles y Enseres	\$ 31.745,00
Total	\$ 106.825,00
TOTAL DE INVERSION DE ACTIVOS	\$ 121.003,57
TOTAL DE TODA LA INVERSIÓN	\$ 179.783,57

Elaborado por: Los Autores

Tabla 19 Detalle de Inversión de Equipos y herramientas

Área de Costo	Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
		Equipos de computación/ software y telefonía		2.210
Administración	2	Laptop	850	1.700
Administración	1	Impresora Multifuncional	350	350
Administración	2	Teléfonos	80	160
		Equipos de video		2.900
Administración	5	Televisor LCD 21 PULG.	250	1.250
Administración	1	Televisor LCD 42 PULG.	1.000	1.000
Administración	1	Sonido / Amplificación	650	650
		Equipos de recreación		957
Recreación	2	Mesa de Pinpon	250	500
Recreación	15	Hamacas	10	150
Recreación	2	Balón de Basket	45	90
Recreación	2	Balón de Football	30	60
Recreación	5	Balón de Volley	25	125
Recreación	4	Raquetas con bolas de pin pon	8	32
		Equipos de Cocina		385
Alimentos	5	Vajilla(Incluye: Taza, Plato G, Sopera, Platillo	37,33	187
Alimentos	3	Cubierto(Cuchara, Cucharita, Tenedor, Cuchillo)	32,92	99
Alimentos	50	Cristalería (Vasos, Copas)	2	100
		Herramientas de servicio para habitaciones		7.726
Alimentos	32	Colchón 1 plz 1/2	154,63	4.948
Alimentos	64	Sábanas 1 plz 1/2	20	1.280
Administración	60	Toallas Grandes	10	618
Administración	40	Toallas Pequeñas	5	180
Administración	60	Almohadas con forro	5	300
Administración	20	Cobijas	20	400
		MOBILIARIOS, EQUIPOS Y OTROS		
		Edificación		75.080
Financiero	12	Remodelación de habitaciones (malla metálica, pintura ecológicas, incorporación de baño)	4.000	48.000
Financiero	1	Mantenimiento de área de entretenimiento (pintura ecológicas) y áreas verdes	480	480
Administración	1	Zona parqueo (uso adicional de arena y material en playa)	8.000	8.000
Administración	1	Zona de comedor área 20m2 (Ampliación)	1.000	1.000
Administración	1	Zona de cocina 20 metros	15.000	15.000

Administración	2	Pozos sépticos eco amigables	1.300	2.600
		Muebles y Enseres		31.745
Financiero	14	Camas 1 plz 1/2	50	700
Financiero	12	Veladores	30	360
Financiero	12	Espejos	30	360
Financiero	5	Mesas para el restaurante	35	175
Financiero	80	Sillas de bambú para el restaurante	22	1.760
Financiero	5	Sillas de bambú para bebés	2	10
Administración	1	Decoración floreros, cuadros, otros	150	150
Administración	12	Aire acondicionado inverter	800	9.600
Administración	25	Paneles solares	500	12.500
Administración	20	Duchas para habitación	16	320
Administración	3	Duchas externas	800	2.400
Administración	16	Sanitarios edesa con llave de mano ahorradora de agua	60	960
Administración	3	Tachos de basura ecológicos	150	450
Administración	1	Purificadora de agua	2.000	2.000
		Otros Gastos		
		Publicidad Inicial		11.070
Ventas	1	Plan publicitario	11.070	11.070
		Plantas		4.000
Recreación	1	Plantas variadas	4.000	4.000
		Suministros		150
Recreación	1	Papelería	150	150
		Gastos de implementación		200
Administración		Señalización	200	200
		Gastos de Instalación		43.360
Administración	12	Instalaciones albañilería, aluminio, vidrio y ebanistería en habitaciones	1.800	21.600
Administración	12	Instalaciones eléctricas en sanitarios de habitaciones	1.800	21.600
Administración	2	Extintores planta y baja	80	160
		TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 179.783,57	

Elaborado por: Los Autores

5.2 Préstamo

La inversión inicial dado que es un proyecto turístico se espera realizar un préstamo con la Corporación Financiera Nacional, considerando que se cuenta con capital propio que representa el 30% de la inversión total.

Y el 70% será amortizado a 5 años que dura el proyecto, con una tasa de interés del 11,5% anual.

Tabla 20 Tabla de Amortización mensual

NO.	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 136.629,55
1	\$ 15.712,40	\$ 21.721,61	\$ 37.434,01	\$ 114.907,95
2	\$ 13.214,41	\$ 24.219,59	\$ 37.434,01	\$ 90.688,35
3	\$ 10.429,16	\$ 27.004,85	\$ 37.434,01	\$ 63.683,50
4	\$ 7.323,60	\$ 30.110,40	\$ 37.434,01	\$ 33.573,10
5	\$ 3.860,91	\$ 33.573,10	\$ 37.434,01	\$ -
	\$ 50.540,48	\$ 136.629,55	\$ 187.170,04	

Elaborado por: Los Autores

5.3 Capacidad Instalada

Para definir la demanda que tendrá el centro turístico se considera el flujo de visitas según los meses del año 2011, para tener un estimado del comportamiento del consumidor, detectando los meses de mayores visitas a lugares turísticos.

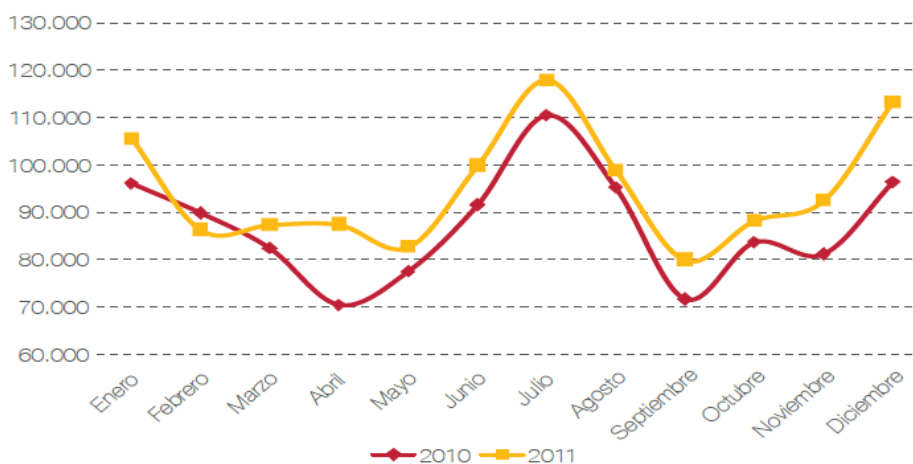
Tabla 21 Participación de demanda mensual

Meses	Visitas	Participación	Promedio de participación por trimestre
Enero	105541	9%	38%
Febrero	86424	8%	31%
Marzo	87486	8%	31%
Abril	87509	8%	32%
Mayo	82811	7%	31%
Junio	99944	9%	37%
Julio	117997	10%	40%
Agosto	98987	9%	33%
Septiembre	80083	7%	27%
Octubre	88338	8%	30%
Noviembre	92566	8%	31%
Diciembre	113292	10%	39%
	1140978	100%	

Elaborado por: Los Autores

Figura 14 Visita de turistas 2011-2010

Año	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
2.010	96.109	89.924	82.452	70.540	77.618	91.602	110.545	95.219	71.776	83.701	81.253	96.359
2.011	105.541	86.424	87.486	87.509	82.811	99.944	117.997	98.987	80.083	88.338	92.566	113.292



Fuente: Ministerio de Turismo (2012)

5.4 Costos

Los costos totales se estiman de acuerdo a costos fijos y variables, siendo estos: el desayuno que se incluye en el paquete turístico, mantenimiento del hostel, servicios de internet que usan los huéspedes, la televisión pagada, entre otros costos que permitirán definir qué utilidad se tendrá en relación a los ingresos. Los costos incrementan a partir del segundo año según la inflación del primer trimestre que se encuentran en 0,59%.

5.5 Ingresos

Los ingresos se estiman según el precio por persona, siendo de \$ 25,00, aunque todas las comunicaciones a realizar serán paquetes por pareja, que incluye desayuno. Se considera la capacidad instalada que son 12 habitaciones, divididas en 5 dobles, 6 triples y una matrimonial que cuenta con otras adecuaciones para realizar alguna preparación de alimentos, esto en caso de ser parejas por hijos menores.

Tabla 22 Costos proyectados

	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES HABITACIONES		3024	3175	3334	3501	3676
COSTOS FIJOS						
Asistente de cocina	360	\$ 4.810,08	\$ 5.093,87	\$ 5.394,41	\$ 5.712,68	\$ 6.049,73
Conserje interno	360	\$ 4.810,08	\$ 5.093,87	\$ 5.394,41	\$ 5.712,68	\$ 6.049,73
Conserje externo	360	\$ 4.810,08	\$ 5.093,87	\$ 5.394,41	\$ 5.712,68	\$ 6.049,73
TOTAL DE COSTOS FIJOS		\$ 14.430,24	\$ 15.281,62	\$ 16.183,24	\$ 17.138,05	\$ 18.149,20
COSTOS VARIABLES	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de restaurante (Desayuno, Almuerzo, Cena)	\$ 1.980,00	\$ 23.760,00	\$ 25.161,84	\$ 269,16	\$ 285,04	\$ 301,85
Mantenimiento y reparaciones equipos oficinas	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 254,16	\$ 269,16	\$ 285,04	\$ 301,85
Teléfono	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 762,48	\$ 803,73	\$ 851,15	\$ 897,20
Energía	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.270,80	\$ 1.345,78	\$ 1.425,18	\$ 1.509,26
Insumos habitación	\$ 168,00	\$ 2.016,00	\$ 2.134,94	\$ 2.260,91	\$ 2.394,30	\$ 2.535,56
Televisión Pagada	\$ 45,00	\$ 540,00	\$ 571,86	\$ 605,60	\$ 641,33	\$ 679,17
Internet	\$ 140,00	\$ 1.680,00	\$ 1.779,12	\$ 1.884,09	\$ 1.995,25	\$ 2.112,97
Agua	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.541,60	\$ 2.679,10	\$ 2.837,17	\$ 3.004,56
Suministros de oficina	\$ 33,33	\$ 400,00	\$ 423,60	\$ 448,59	\$ 475,06	\$ 503,09
TOTAL DE COSTOS VARIABLES		\$ 32.956,00	\$ 34.900,40	\$ 10.566,10	\$ 11.189,50	\$ 11.845,52
TOTAL DE COSTOS		\$ 47.386,24	\$ 50.182,03	\$ 26.749,34	\$ 28.327,56	\$ 29.994,71

Elaborado por: Los Autores

Tabla 23 Ingresos proyectados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NÚMERO DE ALOJAMIENTOS	3024	3175	3334	3501	3676
HABITACIONES DOBLE	6	6	6	6	6
DIAS EFECTIVOS	360	360	360	360	360
TOTAL DE CAPACIDAD ALOJAMIENTOS	2160	2160	2160	2160	2160
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	70%	74%	77%	81%	85%
TOTAL CAPACIDAD UTILIZADA	1512	1588	1667	1750	1838
HABITACIONES TRIPLE	6	6	6	6	6
DIAS EFECTIVOS	360	360	360	360	360
TOTAL DE CAPACIDAD ALOJAMIENTOS	2160	2160	2160	2160	2160
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	70%	74%	77%	81%	85%
TOTAL CAPACIDAD UTILIZADA	1512	1588	1667	1750	1838
Precio por Persona	\$ 25,00				
PRECIO HAB. DOBLE (2P)	\$ 50,00	\$ 52,95	\$ 56,07	\$ 59,38	\$ 62,89
PRECIO HAB. TRIPLE(3P)	\$ 75,00	\$ 79,43	\$ 84,11	\$ 89,07	\$ 94,33

Elaborado por: Los Autores

5.6 Gastos

Dentro de los gastos operacionales se incluye los sueldos del personal administrativo y de ventas, como también el gasto de marketing que se utiliza para el primer año como para los años proyectados.

Tabla 24 Total de Gastos Operacionales

Gastos Operacionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos					
Gerente General	\$ 8.400	\$ 8.895	\$ 9.420	\$ 9.976	\$ 10.564
Administrador 1	\$ 6.543	\$ 6.929	\$ 7.338	\$ 7.771	\$ 8.229
Coordinador de ventas y marketing	\$ 5.924	\$ 6.274	\$ 6.644	\$ 7.036	\$ 7.451
Recepcionista	\$ 7.162	\$ 7.584	\$ 8.032	\$ 8.506	\$ 9.008
Coordinador de Mantenimiento	\$ 5.924	\$ 6.274	\$ 6.644	\$ 7.036	\$ 7.451
Gastos de Marketing					
Plan Anual	\$ 11.070	\$ 4.610	\$ 4.882	\$ 5.170	\$ 5.475
Total de Gastos Operacionales	\$ 45.023	\$ 40.566	\$ 42.959	\$ 45.494	\$ 48.178

Elaborado por: Los Autores

Tabla 25 Sueldos del Personal Administrativo y ventas

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL SUELDO	APORTES IESS	VACACIONES	DECIMO 3ERO	DECIMO 4TO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente General	1	650	650	60,78	325	650	354	589,23	8.399,70
Administrador	1	500	500	46,75	250	500	354	453,25	6.543,00
Coordinador de ventas y marketing	1	450	450	42,08	225	450	354	407,93	5.924,10
Recepcionista	1	550	550	51,43	275	550	354	498,58	7.161,90
Encargado de alimentos	1	360	360	33,66	180	360	354	326,34	4.810,08
Coordinador de Mantenimiento	1	450	450	42,08	225	450	354	407,93	5.924,10
Conserje interno	1	360	360	33,66	180	360	354	326,34	4.810,08
Conserje externo	1	360	360	33,66	180	360	354	326,34	4.810,08
Total									48.383,04

Elaborado por: Los Autores

5.7 Estados financieros

Los estados financieros refleja la utilidad que se proyecta percibir en cada año, con los cuales se comprueba la factibilidad de la propuesta.

Tabla 26 Estado de resultados proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$189.000,00	\$ 210.158,55	\$ 233.685,80	\$ 259.846,92	\$ 288.936,79
COSTOS DIRECTOS	\$ 14.430,24	\$ 15.281,62	\$ 16.183,24	\$ 17.138,05	\$ 18.149,20
COSTOS INDIRECTOS	\$ 32.956,00	\$ 34.900,40	\$ 10.566,10	\$ 11.189,50	\$ 11.845,52
UTILIDAD BRUTA	\$141.613,76	\$ 159.976,52	\$ 206.936,45	\$ 231.519,37	\$ 258.942,08
GASTOS OPERACIONA LES	\$ 45.022,80	\$ 40.566,02	\$ 42.959,41	\$ 45.494,02	\$ 48.178,16
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 96.590,96	\$119.410,51	\$ 163.977,04	\$ 186.025,35	\$ 210.763,91
DEPRECIACION & AMORTIZACION	\$ 31.004,83	\$ 31.004,83	\$ 31.004,83	\$ 6.928,50	\$ 6.928,50
GASTOS FINANCIEROS	\$ 15.712,40	\$ 13.214,41	\$ 10.429,16	\$ 7.323,60	\$ 3.860,91
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 49.873,73	\$ 75.191,26	\$ 122.543,06	\$ 171.773,25	\$ 199.974,51
<i>PART TRABAJADORES +IMPUESTOS</i>	\$ 23.939,39	\$ 36.091,81	\$ 58.820,67	\$ 82.451,16	\$ 95.987,76
UTILIDAD NETA	\$ 25.934,34	\$ 39.099,46	\$ 63.722,39	\$ 89.322,09	\$ 103.986,74

Elaborado por: Los Autores

En el año 1, se estima una utilidad de \$25.934 por lo que se demuestra que a pesar del pago del préstamo realizado desde el primer año y con un gasto de marketing de aproximadamente \$11 mil dólares un escenario satisfactorio, y al termino de los cinco años se genera \$ 103 mil de dólares.

5.8 Flujo de Efectivo

Tabla 27 Flujo de Efectivo Proyectado

2) FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES		\$ 189.000,00	\$ 210.158,55	\$ 233.685,80	\$ 259.846,92	\$ 288.936,79
COSTOS DIRECTOS		\$ 14.430,24	\$ 15.281,62	\$ 16.183,24	\$ 17.138,05	\$ 18.149,20
COSTOS INDIRECTOS		\$ 32.956,00	\$ 34.900,40	\$ 10.566,10	\$ 11.189,50	\$ 11.845,52
GASTOS OPERACIONALES		\$ 45.022,80	\$ 40.566,02	\$ 42.959,41	\$ 45.494,02	\$ 48.178,16
FLUJO OPERATIVO		\$ 96.590,96	\$ 119.410,51	\$ 163.977,04	\$ 186.025,35	\$ 210.763,91
INGRESOS NO OPERATIVOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CREDITO BANCARIO	136.630					
APORTE PROPIO	58.556					
EGRESOS NO OPERATIVOS	-	\$ 61.373,40	\$ 73.525,81	\$ 96.254,67	\$ 119.885,17	\$ 133.421,77
PAGO DE DIVIDENDOS		\$ 37.434,01	\$ 37.434,01	\$ 37.434,01	\$ 37.434,01	\$ 37.434,01
IMPUESTOS		\$ 23.939,39	\$ 36.091,81	\$ 58.820,67	\$ 82.451,16	\$ 95.987,76
FLUJO NO OPERATIVO	195.185	\$ -61.373,40	\$ -73.525,81	\$ -96.254,67	\$ -119.885,17	\$ -133.421,77
FLUJO NETO	195.185	\$ 35.217,56	\$ 45.884,69	\$ 67.722,37	\$ 66.140,19	\$ 77.342,14
FLUJO NETO ACUMULADO	195.185	\$ 35.217,56	\$ 81.102,25	\$ 148.824,62	\$ 214.964,81	\$ 292.306,95

Elaborado por: Los Autores

5.9 Indicadores

Para determinar la factibilidad del proyecto, se calcula el Valor Actual Neto que es de \$202.145,99 dólares que muestra un viabilidad, a un tasa interna de retorno de 13,3% por lo que se acepta la hipótesis del proyecto, en un tiempo de recuperación de 3 años 8 meses.

Tabla 28 Índices financieros

Valor Presente de Flujo	\$ 202.145,99
Tasa Descuento	12%
VAN	\$ 6.961
TIR	13,3%

Elaborado por: Los Autores

5.10 Análisis de sensibilidad

Para conocer que tan sensible puede ser el precio, se ha definido dos escenarios, para analizar el comportamiento de las ventas y de los costos cuando el incremento no es lo que se espera por parte del hostel, y que plan de contingencia se puede hacer, y así mismo que hacer en el caso de tener un escenario optimista donde el incremento de ventas supera lo esperado.

Tabla 29 Indicadores de escenario optimista

Valor Presente de Flujo		\$ 221.639,71
Tasa Descuento		12%
VAN Escenario Optimista		\$ 26.454,63
TIR Escenario Optimista		16.6%
Payback Escenario Optimista		2,00

Elaborado por: Los Autores

Tabla 30 Estado de Resultados Proyectados Optimista

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas		\$ 207.900	\$ 239.085	\$ 274.948	\$ 316.190	\$ 363.618	\$ 1.401.741
Costos Directos		\$ 14.430	\$ 15.282	\$ 16.183	\$ 17.138	\$ 18.149	\$ 81.182
Utilidad Bruta		\$ 193.470	\$ 223.803	\$ 258.765	\$ 299.052	\$ 345.469	\$ 1.320.559
Costos Indirectos		\$ 32.956	\$ 34.900	\$ 10.566	\$ 11.190	\$ 11.846	\$ 101.458
Utilidad Operativa		\$ 160.514	\$ 188.903	\$ 248.198	\$ 287.862	\$ 333.624	\$ 1.219.101
Gastos Operacionales		\$ 45.023	\$ 40.566	\$ 42.959	\$ 45.494	\$ 48.178	\$ 222.220
Depreciación & Amortización		\$ 31.005	\$ 31.005	\$ 31.005	\$ 6.929	\$ 6.929	\$ 106.871
Gastos Financieros		\$ 15.712	\$ 13.214	\$ 10.429	\$ 7.324	\$ 3.861	\$ -
Utilidad antes de Impuestos		\$ 68.774	\$ 144.684	\$ 206.764	\$ 273.610	\$ 322.834	\$ 1.016.666
Impuestos 48%		\$ 33.011	\$ 69.448	\$ 99.247	\$ 131.333	\$ 154.960	\$ 488.000
Utilidad Neta Esc. Optimista		\$ 35.762	\$ 75.236	\$ 107.517	\$ 142.277	\$ 167.874	\$ 528.667
Utilidad Neta Original		\$ 25.934	\$ 39.099	\$ 63.722	\$ 89.322	\$ 103.987	\$ 322.065
Variación		38%	92%	69%	59%	61%	64%
Margen Neto Original		13,7%	18,6%	27,3%	34,4%	36,0%	27,3%
Margen Neto Esc. Optimista		17,2%	31,5%	39,1%	45,0%	46,2%	37,7%

Elaborado por: Los Autores

Tabla 31 Flujo de Caja proyectado de escenario optimista

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 207.900	\$ 239.085	\$ 274.948	\$ 316.190	\$ 363.618
(Costos Directos)		\$ 14.430	\$ 15.282	\$ 16.183	\$ 17.138	\$ 18.149
(Costos Indirectos)		\$ 32.956	\$ 34.900	\$ 10.566	\$ 11.190	\$ 11.846
(Gastos Operacionales)		\$ 45.023	\$ 40.566	\$ 42.959	\$ 45.494	\$ 48.178
Flujo Operativo		\$ 115.491	\$ 148.337	\$ 205.239	\$ 242.368	\$ 285.446
Ingresos no operativos						
Crédito	\$ 136.629,55					
Aporte Propio	\$ 58.555,52					
Egresos no operativos		\$ 70.445	\$ 106.882	\$ 136.681	\$ 168.767	\$ 192.394
Pago de dividendos		\$ 37.434	\$ 37.434	\$ 37.434	\$ 37.434	\$ 37.434
Impuestos		\$ 33.011	\$ 69.448	\$ 99.247	\$ 131.333	\$ 154.960
Flujo No Operativo	\$ 195.185,08	\$ (70.445)	\$ (106.882)	\$ (136.681)	\$ (168.767)	\$ (192.394)
FLUJO NETO	\$ 195.185,08	\$ 45.046	\$ 41.455	\$ 68.558	\$ 73.601	\$ 93.051
Flujo Acumulado	\$ 195.185,08	\$ 45.046	\$ 86.500	\$ 155.058	\$ 228.660	\$ 321.711

Elaborado por: Los Autores

Tabla 32 Estado de Resultados proyectados Pesimista

Ventas		\$ 189.000	\$ 210.159	\$ 233.686	\$ 259.847	\$ 288.937
Costos Directos		\$ 14.430	\$ 16.595	\$ 19.084	\$ 21.947	\$ 25.239
Utilidad Bruta		\$ 174.570	\$ 193.564	\$ 214.602	\$ 237.900	\$ 263.698
Costos Indirectos		\$ 32.956	\$ 37.899	\$ 43.584	\$ 50.122	\$ 57.640
Utilidad Operativa		\$ 141.614	\$ 155.664	\$ 171.017	\$ 187.778	\$ 206.058
Gastos Operacionales		\$ 45.023	\$ 40.566	\$ 42.959	\$ 45.494	\$ 48.178
Depreciación & Amortización		\$ 31.005	\$ 31.005	\$ 31.005	\$ 6.929	\$ 6.929
Gastos Financieros		\$ 15.712	\$ 13.214	\$ 10.429	\$ 7.324	\$ 3.861
Utilidad antes de Impuestos		\$ 49.874	\$ 70.879	\$ 86.624	\$ 128.032	\$ 147.090
Impuestos 48%		\$ 23.939	\$ 34.022	\$ 41.580	\$ 61.455	\$ 70.603
Utilidad Neta Esc. Pesimista		\$ 25.934	\$ 36.857	\$ 45.045	\$ 66.577	\$ 76.487
Utilidad Neta Original		\$ 25.934	\$ 39.099	\$ 63.722	\$ 89.322	\$ 103.987
Variación		0%	-6%	-29%	-25%	-26%
Margen Neto Original		13,7%	18,6%	27,3%	34,4%	36,0%
Margen Neto Esc. Pesimista		13,7%	17,5%	19,3%	25,6%	26,5%

Elaborado por: Los Autores

Tabla 33 Flujo de caja proyectado Pesimista

Ventas		\$ 189.000	\$ 210.159	\$ 233.686	\$ 259.847	\$ 288.937
(Costos Directos)		\$ 14.430	\$ 16.595	\$ 19.084	\$ 21.947	\$ 25.239
(Costos Indirectos)		\$ 32.956	\$ 37.899	\$ 43.584	\$ 50.122	\$ 57.640
(Gastos Operacionales)		\$ 45.023	\$ 40.566	\$ 42.959	\$ 45.494	\$ 48.178
Flujo Operativo		\$ 96.591	\$ 115.098	\$ 128.058	\$ 142.284	\$ 157.880
Ingresos no operativos		\$ -				
Crédito	\$ 136.629,55	\$ -				
Aporte Propio	\$ 58.555,52	\$ -				
Egresos no operativos		\$ 61.373	\$ 71.456	\$ 79.014	\$ 98.889	\$ 108.037
Pago de dividendos		\$ 37.434	\$ 37.434	\$ 37.434	\$ 37.434	\$ 37.434
Impuestos		\$ 23.939	\$ 34.022	\$ 41.580	\$ 61.455	\$ 70.603
Flujo No Operativo	\$ 195.185,08	\$ (61.373)	\$ (71.456)	\$ (79.014)	\$ (98.889)	\$ (108.037)
FLUJO NETO	\$ 195.185,08	\$ 35.218	\$ 43.642	\$ 49.045	\$ 43.395	\$ 49.842
Flujo Acumulado	\$ 195.185,08	\$ 35.218	\$ 78.860	\$ 127.904	\$ 171.299	\$ 221.142

Elaborado por: Los Autores

En el caso del escenario pesimista, si los costos superan el nivel de inflación y las ventas permanecen constantes, una tasa de retorno sería de 4,1%, mientras que la inversión se recupera en 4 años 7 meses. Y en caso del escenario optimista el tiempo de recuperación será de 2 años con una tasa de retorno del 17%.

Tabla 34 Balance General Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES	35.218	81.102	148.825	214.965	292.307
ACTIVOS FIJOS	121.004	121.004	121.004	121.004	121.004
(-) DEP. ACUMULADA	-11.607	-23.215	-34.822	-41.751	-48.679
ACTIVOS FIJOS NETOS	109.396	97.789	86.181	79.253	72.324
ACTIVOS DIFERIDOS	58.780	58.780	58.780	58.780	58.780
(-) AMORT. ACUM	-19.397	-38.795	-58.192	-58.192	-58.192
ACTIVOS DIF NETOS	39.383	19.985	588	588	588
TOTAL ACTIVOS	183.996	198.876	235.594	294.805	365.219
TOTAL PASIVOS	114.908	90.688	63.684	33.573	0
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	58.556	58.556	58.556	58.556	58.556
CAPITAL TRABAJO	-15.402	-15.402	-15.402	-15.402	-15.402
UTILIDAD RETENIDA	0	25.934	65.034	128.756	218.078
UTILIDAD DEL EJERCICIO	25.934	39.099	63.722	89.322	103.987
TOTAL PATRIMONIO	69.088	108.188	171.910	261.232	365.219
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	183.996	198.876	235.594	294.805	365.219

Elaborado por: Los Autores

Se presenta el balance proyectado para conocer comportamiento de obligaciones por pagar a corto y largo plazo en relación a la utilidad que se espera obtener dentro de los cinco años de proyecciones.

Tabla 35 Índices de rentabilidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	37,54%	36,14%	37,07%	34,19%	28,47%
ROA	14,10%	19,66%	27,05%	30,30%	28,47%

Elaborado por: Los Autores

Tabla 36 Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio	
Ventas en USD	\$ 189.000
Ventas en Unidades	3024
Costos Directos	\$ 14.430
Costos Indirectos	\$ 32.956
Pto. Equilibrio en USD	\$ 35.680
Pto. Equilibrio en %	19%

Elaborado por: Los Autores

Tabla 37 Valor Agregado sobre ventas

Valor Agregado sobre Ventas	
Ventas en USD	\$ 189.000
Gastos Financieros	\$ 15.724,47
Gastos de Personal	\$ 45.022,80
Valor Agregado sobre Ventas	32%

Elaborado por: Los Autores

Tabla 38 Margen de utilidad

Margen Neto de Utilidad	
Utilidad Neta	\$ 25.934
Ventas	\$ 189.000
Margen Neto de Utilidad	14%

Elaborado por: Los Autores

Se presentan los indicadores de rentabilidad y liquidez para conocer el flujo de efectivo que se espera obtener con el funcionamiento del Hostal en Punto Carnero.

CONCLUSIONES

En el análisis de las oportunidades de negocio para el hostel, se encuentra con un escenario favorable, dado que el turismo es uno de los sectores que está en crecimiento en el país, visto así que el turismo nacional ha tenido un crecimiento, esto se refleja en el 2011 con un 35,69% más, lo que ha impulsado a ser turismo interno, haciendo conocer por parte del mismo Gobierno lo que hay dentro del Ecuador, impulsado el turismo a través de publicidad masiva por medios televisivos e internet.

Así también la entrada de turistas al país con las preferencias de visitar las Islas Galápagos, la región sierra y las hermosas playas de la región costa. Esto ha logrado identificar oportunidades de negocio, por lo cual se desea crear un alojamiento para cubrir estas necesidades. Carnero Lodge como se ha identificado la propuesta, se ubica en una etapa de introducción, dado que comenzará su funcionamiento desde cero y brindando una opción ecológica para concientizar al buen uso de recursos ecológicos y mejorar el medio ambiente, de esta manera recursos como la playa, aéreas verdes sean atractivos del sector para los turistas extranjeros y nacionales.

Dentro de la investigación de mercado, para conocer los gustos y preferencias de los consumidores se realizó un estudio cuantitativo en una base de 385 y cualitativo en dos observaciones a la competencia del sector y 7 establecimientos que ofrecer servicios turísticos. De donde se desea detectar el grado de aceptación por el grupo objetivo, el cual fue más del 80% de aceptación aunque existe un poco conocimiento de que es el turismo ecológico, y el 94% le gustaría hacer turismo ecológico en la playa con una frecuencia de visita de 2 a 4 veces en la gran mayoría de la población. Viendo la necesidad por parte de los operadores turísticos entrevistados, de la infraestructura hotelera en Punta Carnero, se propone la creación de este centro de alojamiento, resaltando que los turistas gustan de

disfrutar de la naturaleza por esa razón de la creación de un hostel ecológico.

Para realizar el estudio técnico se entrevistó a un profesional de arquitectura, la cual realizó la ficha técnica en donde se especifica las necesidades que tiene el terreno y la construcción que en la actualidad existe. Este estudio técnico tuvo la finalidad de costear las aéreas que necesitan ser trabajadas para brindar servicio hotelero y también conocer la capacidad instalada, siendo el uso de 12 habitaciones con su respectivo baño y la capacidad de parqueo, uso de comedores y alojamiento por día que puede tener el *Hostal Carnero Lodge*, y los servicios básicos que deberá tener, como es el uso de WiFi y aire acondicionado.

Mediante las estrategias planteadas se espera posicionar a *Carnero Lodge* en redes sociales, como un punto turístico ecológico, excelente precio a diferencia de la actual competencia, el cual se refiere en \$25,00 dólares por persona. Se propuso obtener un presupuesto de marketing en el primer año de \$11.070 dado que se realizará una inauguración al momento de la apertura, y para los próximos años se proyecta tener una inversión de marketing de \$ 4.610, por concepto de estrategias fijas por año, como es el uso de redes *facebook* para hacer presencia, el mantenimiento de la página web, y las activaciones en temporadas en sitios estratégicos.

El estudio financiero mediante los indicadores del VAN, TIR, PRI indican que el proyecto tiene un factibilidad y viabilidad con lo que se acepta la hipótesis de la creación del alojamiento turístico *Carnero Lodge*. Se espera un retorno de inversión del 13,3%, lo cual supera el 12% de la tasa de descuento. También se muestra un análisis de sensibilidad que permite conocer escenarios cuando las ventas tienen crecimiento de un 15%, así como si los costos tuvieran un incremento del 15%, de esta manera conocer su punto de equilibrio e indicadores que permitan medir rentabilidad.

RECOMENDACIONES

Así como el desarrollo de alojamientos turísticos en el sector de Punta Carnero permitirá tener mejor los ingresos de la clase obrero de la provincia, dando un mejor flujo de dinero por medio del turismo ecológico, se recomienda que el personal que preste servicios turísticos sea este, en un restaurante, hostel, y lugar de diversión deberá estar capacitado para brindar un excelente atención al cliente, de esta forma el turística sea extranjero o nacional de referencia de la atención al cliente que tiene en Punta Carnero, creando un valor agregado a todo los que tengan negocios en este cantón.

Se recomienda, estar investigando a la competencia y las posibles amenazas que puedan presentarse en este tipo de negocio. Así mismo realizar mediciones a los turistas que visitan Punta Carnero y los huéspedes de *Carnero Lodge*. Esto permitirá conocer cómo está la satisfacción del cliente y en que se puede mejorar, con la misma sugerencia y recomendaciones de que sea encuestado. Se sugiere que sean cliente o potencial.

Se recomienda mayor uso de presupuesto en promoción de Facebook, la aplicación de redes sociales ayudará a captar mayor participación, estar en la mente del consumidor y tener presencia en este medio tan importante.

En cuanto al precio, tratar de no subirlo por lo menos los tres primeros años, hasta captar mercado. Para percibir mayor rentabilidad, se recomienda crear otro producto que vaya acorde con la alimentación, esto permitirá mayor liquidez en el flujo.

Siendo un hostel ecológico se recomienda que todas las adecuaciones que se realicen en el establecimiento ayuden a cuidar el medio ambiente, y de ser necesario el ahorro al máximo de energía eléctrica con el uso de más paneles solares de ser necesario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(s.f.).

Barretto, M. (2007). *Turismo y Cultura*. España: Asociación Canaria de Antropología.

Bureau Veritas. (2008). *Manual para la formación en Medio Ambiente*. España: Lex Nova S.A.

C.Laudon, K., & P Laudon, J. (2004). *Sistema de Información Gerencial*. Mexico: Pearson.

Ceballos Lascuráin, H. (1998). *Ecoturismo: Naturaleza y desarrollo sostenible*. México: Diana.

ECUADOR TOURIST. (10 de Enero de 2012). *Santa Elena*. Recuperado el 06 de Febrero de 2015, de <https://unviajeaecuador.wordpress.com/regiones-2/litoral-o-costa/santa-elena/>

El potencial económico del ecoturismo en las áreas de montaña. (2010). Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://www.bio-nica.info/biblioteca/FurioBlascoEcoturismoMontana.PDF>

Finca Colorada. (03 de 2015). *La Finca Colorada*. Recuperado el 10 de 03 de 2015, de ¡AHORA TAMBIÉN HAY UN LODGE EN LA PROVINCIA DE JUJUY!: <http://www.fincalacolorada.com.ar/lodge.html>

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas. (Diciembre de 2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Salinas 2011 - 2016*. Recuperado el 06 de Febrero de 2015, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0960001380001/PDyOT/08072013_155127_PDOT%20SALINAS%202011-2016.docx

J. T, H., Prentice, R., & Colin, J. (2013). *Economía sostenible*. España.

Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2002). *El Marketing de servicios profesionales*. Nueva Jersey: Learning Network Direct, Inc.

Laboratorio Ovando. (25 de Mayo de 2012). *Ernst Heinrich Haeckel Philipp zoólogo y evolucionista alemán que era un fuerte defensor de darwinismo*. Recuperado el 09 de Febrero de 2015, de <http://laboratorio-ovando.blogspot.com/2012/05/ernst-heinrich-haeckel-philipp-zoologo.html>

- Landrove, S. (2012). *Pequeño Manual del Proyecto Sostenible*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.
- Margalef, R. (2003). *Teoría de los sistemas ecológicos*. Barcelona: Universitat Barcelona.
- Ministerio de Turismo . (05 de Enero de 2012). *La experiencia turística en el Ecuador* . Recuperado el 05 de Febrero de 2015, de Cifras esenciales de turismo interno y receptor: <https://www.turismo.gob.ec/>
- NAYA Noticias de Antropología y Arqueología. (2012). *CARTA INTERNACIONAL SOBRE TURISMO CULTURAL*. Recuperado el 05 de Febrero de 2015, de 8º Borrador, para su aprobación por la Asamblea General de ICOMOS CARTA INTERNACIONAL SOBRE TURISMO CULTURAL:
http://www.naya.org.ar/turismo/carta_internacional_turismo_cultural.htm
- Nebel, B., & Wright, R. (2009). *Ciencias Ambientales Ecología y desarrollo sostenibles*. Mexico: Pearson.
- Online Turismo. (04 de Abril de 2010). *Los hoteles ecológicos y la nueva oferta verde para el turismo*. Recuperado el 06 de Febrero de 2015, de <http://turismoonline.com/hoteles/hoteles-ecologicos>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (5 de Enero de 2014). *¿Por qué el Turismo?* Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2003). *Microeconomía*. Madrid: Prentice Hall.
- Randall, G. (2003). *Principios de Marketing*. Madrid: Thomsom.
- Salvat. (2010). *Medio Ambiente* (Vol. 2da Edición). México.
- Superintendencia de Compañías. (2012). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de <http://supercias.structu.com/capitulo-ii/>
- Zona Economica. (Agosto de 2013). *Recursos renovables*. Recuperado el 09 de Febrero de 2015, de <http://www.zonaeconomica.com/recursos-renovables>

ANEXO A

ENCUESTA DIRIGIDO A GRUPO OBJETIVO

Fecha: _____ Hora: _____ N° de Encuesta: _____

Sexo:	Edad:	Sector:	Estado Civil:	NSE:
F <input type="checkbox"/>	15 a 25 años <input type="checkbox"/>	Guayas <input type="checkbox"/>	Soltero <input type="checkbox"/>	Alto <input type="checkbox"/>
M <input type="checkbox"/>	26 a 36 años <input type="checkbox"/>	Oro <input type="checkbox"/>	Casado <input type="checkbox"/>	Medio <input type="checkbox"/>
	37a 47 años <input type="checkbox"/>	Los Ríos <input type="checkbox"/>	Unión libre <input type="checkbox"/>	
	48 a más <input type="checkbox"/>		Viudo <input type="checkbox"/>	
			Divorciado <input type="checkbox"/>	

1.- ¿Hace Turismo?

Sí No

2.- ¿Le gustaría hacer turismo ecológico en la playa?

Costa Sierra Oriente Insular

3.- ¿Cuántas veces al año Ud. haría turismo ecológico en la playa?

1 o 2 veces 3 a 4 veces 5 o más

4.- ¿Qué le motiva a realizar turismo ecológico?

Deporte Contacto con la naturaleza

5.- Según el orden de importancia (considerando 1 el más importante y 5 el menos importante ¿Qué actividades le gusta o gustaría realizar cuando visite al alojamiento ecológico en la playa?

Piscinas Ciclismo Surf Caminatas Gimnasia
aeróbica

6.- ¿Cuánto pagaría por alojamiento y alimentación (desayuno) ?

\$50 a \$70 por pareja \$71 a \$90 por pareja \$91 a \$110 por
pareja

9. Para la estancia en un alojamiento ecológico. ¿Cuál considera Ud. Es el beneficio más importante?

Comodidad Precio Calidad de Servicio

Tiene alguna sugerencia, comentario o recomendación.

Gracias por su colaboración

ANEXO B
ENTREVISTA

Encabezado de Entrevista

Nombre del Operador Turístico:

Qué porcentaje según el tipo de turistas visitan la región Costa: Nacional
____ Extranjero ____

Desarrollo

PREGUNTAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
El turismo en el Ecuador en los últimos años/ cuál es la región/ciudad favorita?		
Dentro de la región Costa cuál es lugar más visitado, en el momento que necesita estar en un playa/ Con qué frecuencia visita?		
Que medios usan para comunicar sus promociones o paquetes turísticos.		
Que busca el turista? Nacional - Extranjero		
Qué tipo de servicios utilizan con mayor frecuencia, al comprar un producto?		
Conoce algún Hostal en punta Carnero o cercano a esta ubicación?		
Con qué desearía que cuente un Hostal ecológico ubicado en Punta Carnero, mencione precio por pareja y que podría incluir.		

ANEXO C

OBSERVACIONES

1. Infraestructura de la empresa

(Ser específico, como es la entrada, que tipo de material usan para fachada, habitaciones, con qué aéreas cuenta)

2. Demostración de equipos en oficina

(Que recursos tiene, computadora, sala, comedor, juego de entretenimiento)

3. Producto y Servicios

(Especificar qué tipo de productos y servicios ofrecen)

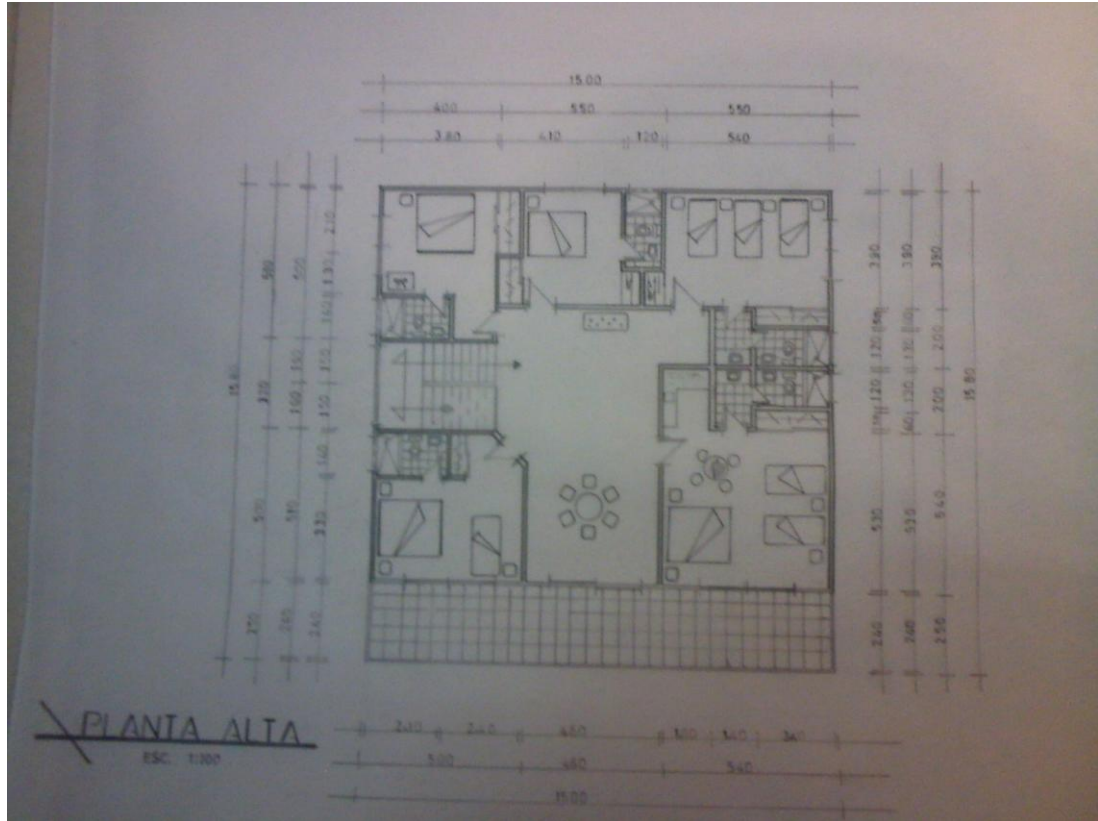
4. Precio

(Especificar precios según paquetes, temporadas bajas y altas)

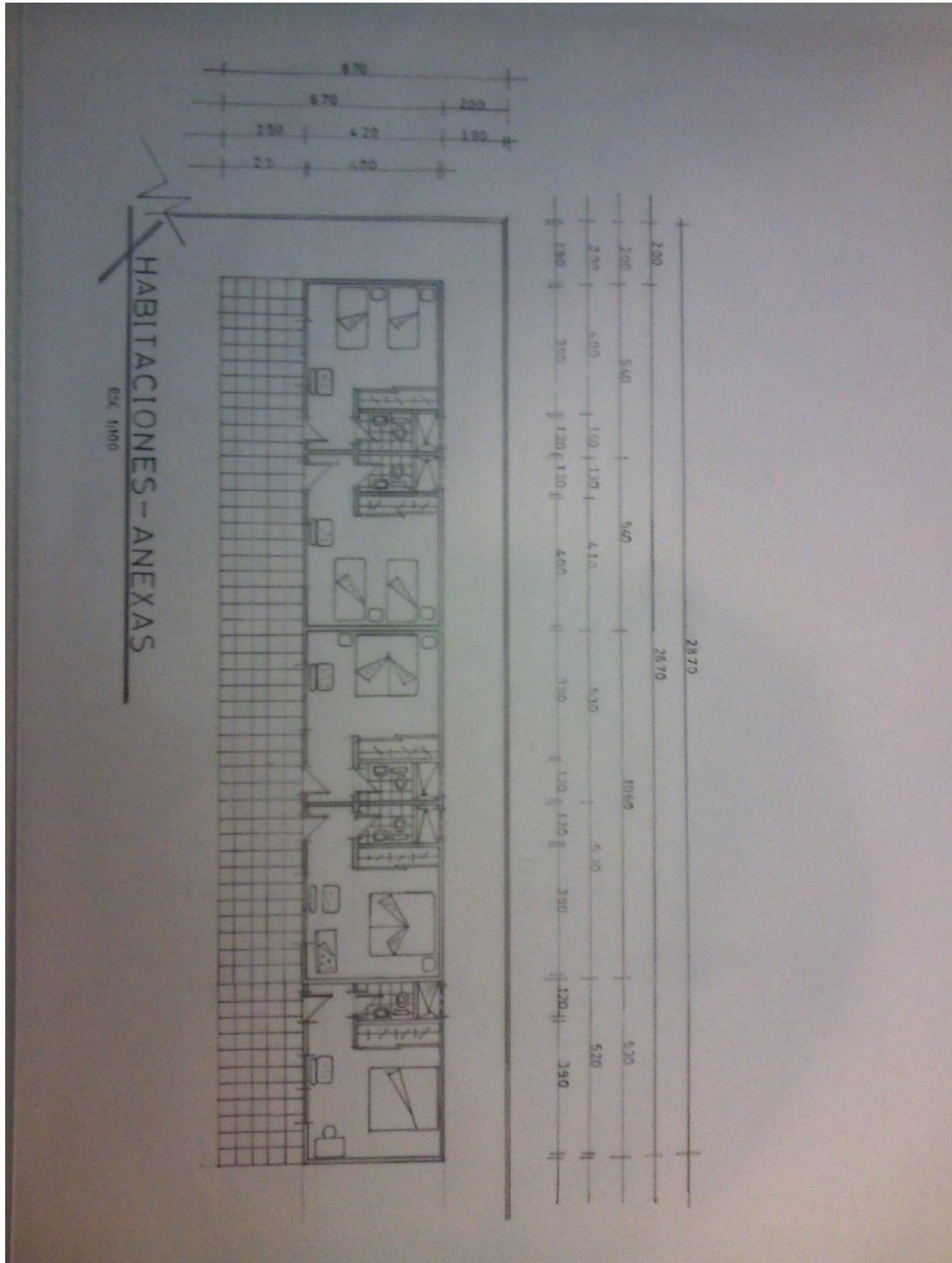
5. Atención al cliente

(Comentar como es la atención al cliente, si el personal es atento, cordial, da Bienvenida, etc.)

ANEXO D
PLANOS DEL HOSTAL CARNERO *LODGE*
PLANTA ALTA



ANEXO F
PLANOS DEL HOSTAL CARNERO *LODGE*
PLANTA HABITACIONES



ANEXO G
CALCULOS DE LA CAPACIDAD DEL HOSTAL

CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LA HOSTAL					
	Hab Doble	Hab. Triple	TOTAL		
DIAS POR AÑO	360	360	360		
Nº HABITACIONES	6	6	12		
PERSONAS X HABITACIONES	2	3			
PRODUCCION ANUAL (ALOJAMIENTO POR PERSONAS)	4320	7560	11880		
OCUPACION ANUAL	3024	5292	8316		
PORCENTAJE DE CAPACIDAD UTILIZADA	70%	70%	70%		
CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO POR TRIMESTRE					
Habitación doble	1ER.TRIMESTRE	2DO.TRIMESTRE	3ER.TRIMESTRE	4TO.TRIMESTRE	
DIAS	90	90	90	90	
HABITACIONES	6	6	6	6	
PERSONAS X HAB.	2	2	2	2	
CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO POR TRIMESTRE	1080	1080	1080	1080	
PORCENTAJE DE OCUPACION	80%	60%	70%	70%	
	864	648	756	756	756
CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO POR TRIMESTRE					
Habitación triple	1ER.TRIMESTRE	2DO.TRIMESTRE	3ER.TRIMESTRE	4TO.TRIMESTRE	
DIAS	90	90	90	90	
HABITACIONES	7	7	7	7	
PERSONAS X HAB.	3	3	3	3	
CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO POR TRIMESTRE	1890	1890	1890	1890	
PORCENTAJE DE OCUPACION	80%	60%	70%	70%	
	1512	1134	1323	1323	1323

Amortización		%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS DE INSTALACION	43.360	0	14.309	14.309	14.309		
GASTOS DE IMPLEMENTACION	200	0	66	66	66		
OTROS GASTOS	15.220	0	5.023	5.023	5.023		
AMORTIZACION ACUMULADA			19.397	19.397	19.397		
AMORTIZACION ACUMULADA			19.397	38.795	58.192	\$ 58.192,20	\$ 58.192,20
DEPR& AMORT TOTAL			\$ 31.004,83	\$ 31.004,83	\$ 31.004,83	\$ 6.928,50	\$ 6.928,50
DEPR& AMORT ACUMULADA			\$ 31.004,83	\$ 42.612,26	\$ 54.219,68	\$ 41.750,78	\$ 48.679,28