



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLODGE EN EL CANTÓN
BUCA Y PARA PROMOCIONAR EL TURISMO
ECOLÓGICO”**

PRESENTADO POR:

Pablo Ramón Jiménez Jiménez

DIRECTORA DE TESIS:

Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

Guayaquil, Diciembre del 2012

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto x haberme dado salud para lograr mis objetivos, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo mi periodo de estudio.

A mi madre Fanny Jiménez por darme la vida, por haberme apoyado en todo momento por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor.

A mi padre Ramón Jiménez por los ejemplos de perseverancia y constancia que le caracterizan y que me ha infundido siempre, por el valor de salir adelante, por todo su apoyo y amor.

A mi hermana Fanny Jiménez por estar conmigo y apoyarme siempre, la quiero mucho.

A mis abuelos y abuelas por creer en mí y siempre me apoyaron, esto también se lo dedico a ustedes.

A mis familiares y amigos por compartir los buenos y los malos momentos.

A mis maestros por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

PABLO RAMÓN JIMÉNEZ JIMÉNEZ

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecer a ti Dios porque hiciste realidad mi sueño.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi tutora de tesis Máster Shirley Segura por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia y motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado en mi formación con su enseñanza y más que todo con su amistad.

Por último a mis compañeros de clase por el apoyo incondicional y por estar conmigo en los buenos y en los malos momentos.

Para todos ellos muchas gracias y que Dios los bendiga.

PABLO RAMÓN JIMÉNEZ JIMÉNEZ

CERTIFICACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante JIMENEZ JIMENEZ PABLO RAMON como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS

Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

REVISOR DE CONTENIDO:

Ing. Said Diez Farhat, MBA

REVISOR METODOLÓGICO:

Ing. José Medina Crespo, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Pablo Ramón Jiménez Jiménez

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLOGE EN EL CANTÓN BUCAY PARA PROMOCIONAR EL TURISMO ECOLÓGICO” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL AUTOR

Pablo Ramón Jiménez Jiménez



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AUTORIZACIÓN

Pablo Ramón Jiménez Jiménez

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: “IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLOGE EN EL CANTÓN BUCAY PARA PROMOCIONAR EL TURISMO ECOLÓGICO” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL AUTOR

Pablo Ramón Jiménez Jiménez

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO 1	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.4. OBJETIVOS.....	16
1.4.1. <i>Objetivo general</i>	16
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i>	16
1.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16
1.5.1. <i>Marco referencial</i>	16
1.5.2. <i>Marco teórico</i>	18
1.5.3. <i>Marco legal</i>	22
1.6. METAS.....	24
CAPÍTULO 2	25
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	25
2.1. INTRODUCCIÓN	25
2.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	25
2.2.1. <i>Justificación del Método a Utilizar</i>	25
2.2.2. <i>Enfoque de investigación</i>	25
2.2.3. <i>Tipo de estudio</i>	26
2.2.4. <i>Trabajo de campo</i>	26
2.3. UNIDADES DE OBSERVACIÓN	27
2.3.1. <i>Tipo de muestreo a utilizar</i>	27
2.3.2. <i>Tamaño de la Muestra</i>	28
2.4. TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN	29
2.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	30

2.6. MERCADO OBJETIVO	31
2.7. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	32
CAPÍTULO 3	41
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	41
3.1. DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA	41
3.2. ANÁLISIS SITUACIONAL PEST	42
3.2.1. Aspectos Políticos.....	42
3.2.2. Aspectos Económicos.....	43
3.2.3. Aspectos Sociales.....	45
3.2.4. Aspectos Tecnológicos.....	47
3.3. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	49
3.3.1. Poder de Negociación de los Compradores	49
3.3.2. Poder de Negociación de los Proveedores	49
3.3.3. Amenaza de Nuevos Entrantes	50
3.3.4. Amenaza de Productos o Servicios Sustitutivos	50
3.3.5. Rivalidad entre los Competidores	51
3.3.6. Conclusión del análisis Porter	53
CAPÍTULO 4	55
PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA	55
4.1. ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN	55
4.1.1. La Oportunidad	55
4.1.2. Descripción de la Empresa.....	56
4.1.3. Descripción del producto y/o servicio.....	58
4.2. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	59
4.2.1. Marco Legal.....	59
4.2.2 Características de la sociedad	59
4.2.3. Propiedad Accionaria.....	60
4.2.4. Estructura Organizacional	61
4.2.5. Descripción de cargos y funciones	61
4.2.6. Formas de contratación.....	63
4.3. PLAN DE MARKETING	66

4.3.1. Análisis FODA.....	66
4.3.2. Estrategias del Marketing.....	67
4.3.3. Segmentación.....	67
4.3.4. Mercado Meta.....	68
4.3.5. Posicionamiento	68
4.3.6. Estrategias del Marketing Mix	69
4.4. PLAN DE OPERACIONES	73
4.4.1. Capacidad Instalada.....	73
4.4.2. Distribución de la Planta	74
4.4.3. Días y horario de funcionamiento	75
4.4.4. Política de Calidad.....	75
4.4.5. Proceso de Control de Calidad	76
4.4.6. Normas de higiene y tratamiento de residuos	77
4.4.7. Provisión de agua, generadores de energía.....	78
4.4.8. Almacenamiento y manipulación de basura.....	79
4.4.9 Prevención y seguridad	79
4.5. PROYECCIONES FINANCIERAS.....	81
4.5.1. Inversión Inicial.....	81
4.5.2. Financiamiento de la Inversión.....	82
4.5.3. Presupuestos de Operación	83
4.5.4. Presupuesto de Ventas.....	85
4.5.5. Proyección de Estados Financieros	87
4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA	89
4.6.1. Flujo de Caja Proyectado.....	89
4.6.2. Análisis de Rentabilidad.....	90
4.6.3. Análisis del Punto de Equilibrio.....	90
4.6.4. Análisis de Ratios	91
4.6.5. Periodo de Recuperación de la Inversión	92
4.6.6. Análisis de Sensibilidad.....	93
RECOMENDACIONES.....	97
BIBLIOGRAFÍA.....	98
ANEXOS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Formula de la muestra.....	29
Tabla 2. Cálculo del Tamaño de la Muestra	29
Tabla 3. Técnicas e instrumentos para recogida de datos	29
Tabla 4. Propiedad Accionaria "Hostería Piedra Blanca S.A."	60
Tabla 5. Nómina de Sueldos y Beneficios	64
Tabla 6. Tipos de Contrato.....	65
Tabla 7. Precios de la Hostería	70
Tabla 8. Distribución de Habitaciones	73
Tabla 9. Distribución de la Cafería	73
Tabla 10. Distribución de la Furgoneta.....	73
Tabla 11. Horario de Funcionamiento por áreas.....	75
Tabla 12. Encuesta de Control de Calidad.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución por Sexo	32
Gráfico 2. Distribución por Edad.....	33
Gráfico 3. Distribución por Ocupación.....	33
Gráfico 4. Distribución por Tipo de Turismo	34
Gráfico 5. Distribución por Frecuencia de Viaje	35
Gráfico 6. Distribución por Compañía de Viaje	35
Gráfico 7. Distribución por Tiempo de Visita	36
Gráfico 8. Distribución por Gasto de Alojamiento	37
Gráfico 9. Distribución por Conocimiento de Bucay	37
Gráfico 10. Distribución por Aceptación de visita a Bucay	38
Gráfico 11. Distribución por Actividades a Realizar	39
Gráfico 12. Producto Interno Bruto	43
Gráfico 13. Índice de Inflación	44
Gráfico 14. Riesgo País.....	45
Gráfico 15. Índice de Confianza del Consumidor.....	46
Gráfico 16. Nivel de Desempleo.....	47
Gráfico 17. Uso de Teléfono Inteligente.....	48
Gráfico 18. Formas de uso de los teléfonos inteligentes.....	48
Gráfico 19. Logotipo y Slogan de la Hostería	58
Gráfico 20. Organigrama de la Empresa.....	61
Gráfico 21. Canal de Distribución directo	71
Gráfico 22. Canal de Distribución indirecto	71
Gráfico 23. Diseño de la Hostería.....	74
Gráfico 24. Diagrama Básico del Sistema de Bombeo Solar	78
Gráfico 25. Gestión de Residuos	79

RESUMEN

El siguiente proyecto titulado: *“Implementación de un Ecolodge en el cantón Bucay para promocionar el Turismo Ecológico”* nace como una alternativa de apoyo en la reactivación de la economía bucayense que a su vez genere plazas de trabajo, siendo conscientes del impacto social y ambiental que la propuesta tiene en su interior. Bucay fue elegido por poseer una indudable belleza natural y un clima templado producto de la combinación de dos regiones del país (costa y sierra). La estrategia de llevar a cabo este proyecto tiene como objetivo conservar el producto para el futuro, por ello es importante hacer una investigación de campo y ayude a determinar el interés de los turistas; en ese punto la **encuesta** será la principal técnica utilizada en este trabajo investigativo, ya que se acopla fácilmente, es breve y muy útil para determinar un criterio bastante acertado de la opinión de la muestra. Finalmente, se evaluarán aspectos técnicos y económicos para implementar una hostería ecológica que cuente con 18 habitaciones y sea capaz de satisfacer la demanda. Al término del proyecto la evaluación financiera mediante indicadores de rentabilidad (TIR y VAN) definirán si la propuesta es factible.

PALABRAS CLAVES:

Ecología, Sostenibilidad, Ecolodge, Turismo.

ABSTRACT

This project titled: *"Implementación de un Ecolodge en el cantón Bucay para promocionar el Turismo Ecológico"* was created as an alternative to support the economic recovery of Bucay by generating jobs, being aware of the social and environmental impact the proposal has inside. Bucay was elected to have a beautiful natural resource as a result of the weather combination of two regions (Coast and Highland). The strategy of carrying out this project aims to preserve the product for the future, so it is important to do a field investigation and help determine the interest of tourists. The survey is the main technique used in this work research, and easily engaging, is brief and very useful for setting accurate judgment of the review sample. Finally, evaluating technical and economic aspects to implement Ecolodge that has 18 rooms and is able to meet demand. Upon project financial evaluation through indicators of return (IRR and NPV) determine whether the proposal is feasible.

KEYWORDS:

Ecology, Sustainability, Ecolodge, Tourism.

INTRODUCCIÓN

El concepto de turismo ecológico es un concepto muy reciente y es una tendencia muy actual en el área de turismo. Tal como lo dice su nombre, el turismo ecológico es un tipo de turismo que se interesa por generar el menor daño posible al planeta, recurriendo al uso de transporte y energías renovables como también a la mínima generación de alteraciones al ecosistema natural que visita.

Evidentemente el tema del turismo ecológico enfocado en la sostenibilidad ha tenido una profunda incidencia en el Ecuador, el mismo que a través del trabajo en conjunto de los Ministerios de Turismo y Medio Ambiente desarrollaron en Octubre de 2006 el proyecto “PLANDETUR 2020”, el mismo que propone estrategias y lineamientos que sean capaces de desarrollar el turismo sostenible en el largo plazo, teniendo el 2020 como una fecha tope.

Por otra parte el enfoque de este proyecto se centra en el siguiente pilar: *“Desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida”* (Salvador, 2006), por lo cual surge la presente propuesta de crear un Ecolodge en el Cantón Bucay con el fin de establecerse como un medio de promoción del turismo ecológico, basados en los criterios de sostenibilidad.

Para el efecto, se realizará un estudio de las condiciones y situación del entorno del cantón Bucay, así como de sus recursos disponibles para proceder a realizar un estudio de mercado para conocer el perfil del consumidor, establecer estrategias adecuadas para satisfacer sus necesidades y evaluar la factibilidad de implementar este proyecto.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La problemática del sector turístico en Ecuador, se manifiesta también a nivel micro, específicamente en sectores que a pesar de contar con un recurso natural muy rico, son poco aprovechados o promocionados para el desarrollo de turismo ecológico, como es el caso del cantón General Antonio Elizalde más conocido como Bucay.

Bucay es un cantón cuya extensión es de 210 km², localizada en la parte este de la provincia del Guayas. Este lugar ubicado entre la cordillera Occidental y a orillas del río Chimbo, cuenta con un clima cálido templado por la combinación de los climas tanto de la Costa como de la Sierra, dando como resultado un amplio entorno natural con gran variedad de ríos, cascadas, flora y fauna que lo convierten en uno de los sectores más hermosos del país.

Es así como se justifica el desarrollo de este proyecto, como una alternativa que ayude a reactivar la economía bucayense, y a su vez genere plazas de trabajo siendo conscientes del impacto social y ambiental que la propuesta tiene en su interior. De esta forma, los resultados finales ayudarían a promocionar el turismo en este sector preservando el recurso natural y rescatando el patrimonio cultural que posee Bucay

1.2. Formulación del problema

¿Será factible la implementación de un Ecolodge para promocionar el turismo ecológico y que genere desarrollo económico y social del cantón Bucay?

1.3. Justificación de la Investigación

El turismo, hoy en día, es una de las actividades que mayores divisas deja en el mundo entero y en Ecuador también; esto se puede ver reflejado en los informes económicos del Ministerio de Turismo (2009) que revelan que este sector es el tercer rubro por ingresos de divisas en el país; no obstante, a nivel internacional el país no es muy competitivo.

Es de esta manera, que la propuesta de turismo ecológico juega un papel fundamental en la apropiada utilización de estos recursos naturales, formando parte de una infraestructura amigable con el medio ambiente y cuya actividad genere grandes oportunidades en zonas donde anteriormente había un escaso movimiento económico. Es por eso que como parte del sector de servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas en dicho sector.

El turismo ecológico es una estrategia que tiene como objetivo conservar el producto para el futuro, permitiendo que los beneficios que se generen como parte de la actividad turística; de igual manera, dado a que es una modalidad de turismo que también hace énfasis en aspectos culturales ya sea de un pueblo, ciudad, región o país, esto forma un cambio positivo en los visitantes y residentes que, a través de esta práctica, desarrollarán un sentido de pertenencia local, valores éticos y morales que le permitirán revalorizar la identidad cultural de la que ellos también son parte, así como la armonía con la naturaleza, creando una conciencia colectiva, protectora del patrimonio que su ciudad les brinda.

De tal forma que la propuesta de poner en marcha una hostería capaz de promocionar y desarrollar este tipo de turismo en el cantón Bucay se enfoca básicamente en promover el progreso económico y ecológico de este sector, ofreciendo un valor agregado a los turistas nacionales y extranjeros a través de un hospedaje que, además de proveer una estadía placentera, propague el valioso patrimonio natural y cultural del país y particularmente de Bucay.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad económica para implementar un Ecolodge en el cantón Bucay, como alternativa de promoción del turismo ecológico y crecimiento socio-económico bajo prácticas de sostenibilidad.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Analizar el entorno donde se pretende ejecutar el proyecto, siendo capaces de identificar recursos disponibles, oportunidades y reducir las amenazas que podrían afectar al negocio.
2. Indagar respecto al perfil del consumidor para dirigir estrategias que capten su interés de forma eficaz.
3. Evaluar la factibilidad para la implementación del Ecolodge en el cantón Bucay.
4. Realizar la evaluación de impactos económico-social y ambiental del proyecto.

1.5. Fundamentación Teórica

1.5.1. Marco referencial

Ecuador, a pesar de contar con una pequeña extensión territorial, su posición geográfica privilegiada (mitad del mundo), lo ha convertido en uno de los países más ricos, refiriéndose en términos naturales, formando parte del grupo selecto de los diecisiete países mega biodiversos del mundo, los cuales abarcan cerca del 60 y 70% de la biodiversidad de todo el planeta; aspecto que lo convierte en uno de los principales promotores y difusores del turismo ecológico a nivel mundial, teniendo como abanderado o atractivo principal a la Islas Galápagos declarado por la UNESCO como patrimonio de la humanidad desde el año de 1978.

Los esfuerzos del Gobierno Nacional a través de su Ministerio de Turismo por promover un desarrollo turístico en el país, y posicionarlo como un atractivo a nivel mundial, lo han llevado al desarrollo de otros planes, además de PLANDETUR, tal es el caso del “Plan de Marketing Turístico del Ecuador PIMTE 2014 para el Turismo Interno”, el cual se define en función de tres grandes estrategias que son:

- La Estrategia del Mercado Interno
- La Estrategia de Productos Turísticos para Mercado Interno
- La Estrategia Comercial

Estrategias que tienen como objetivo incrementar el número de turistas en las diversas épocas de estacionalidad, incentivando un aumento en el gasto por concepto de turismo y así aportar en el dinamismo de las economías locales, convirtiéndose en un generador de plazas de trabajo; todo esto con la finalidad de posicionar al país como uno de los destinos turísticos “del buen vivir” con sentido de pertenencia para los ecuatorianos.

En relación al turismo interior, en 2009 se observó un escenario bastante favorable para el ecoturismo pues entre las áreas naturales de mayor afluencia concentraron en su mayoría el total de visitas al país, siendo el Parque Nacional de Galápagos, la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, y el Parque Nacional Cotopaxi los más visitados, teniendo una participación de 29.4%, 20.7% y 18%.3 (del total de visitas), y a su vez eso significó un incremento del 1.5% en las visitas a nivel general (nacionales y extranjeros) presentadas entre 2008-2009.

Sin embargo, a pesar de que en la actualidad se han implementado programas que fomenten la actividad turística tanto a nivel interno como externo, aun queda mucho camino por recorrer ; y esta situación se puede ver reflejada de la siguiente manera:

En el año 2009, el índice de competitividad turística se redujo en relación a 2008, ubicando al país en el puesto 96 (antes estaba en el 86), de un ranking de

133 países, según los informes de competitividad turística que anualmente el Foro Económico Mundial emite en relación a los países que mayores propuestas turísticas ofrece. Inclusive, países vecinos como Colombia y Perú tuvieron mejores resultados ya que respectivamente se ubicaron en el puesto 72 y 74. Aspecto que denota una deficiencia en el ámbito nacional al momento de promocionar sus atractivos turísticos.

De igual forma, generalmente al término de cada periodo existe un saldo negativo en la balanza turística del país, lo que representa que la salida de divisas por concepto de turismo es mayor que el ingreso de divisas por este concepto, de modo que debe apuntarse a establecer estrategias adecuadas que incentiven el desarrollo del turismo interno de modo que el dinero generado como resultado de la actividad turística ayude a dinamizar la economía local en primer lugar, enfocándose no únicamente en los visitantes locales, sino también en atraer el turismo extranjero.

1.5.2. Marco teórico

Según la teoría del Ocio y el tiempo libre propuesta por J. Dumazeider (1963), definió al ocio como un “conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social, o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (Dumazeider, 1963, p.30).

Teoría humanista del turismo, propone que el turismo es una expresión cultural de los seres humanos, que se relaciona con la sociología, psicología, antropología, derecho y geografía; por tanto el turismo constituye una actividad esencial en la vida de las personas quienes emplean esta actividad en su tiempo libre, convirtiéndolo en un importante promotor de las relaciones humanas, contactos políticos, económicos y culturales. Su principal base parte del derecho que tienen las personas al descanso y disfrute del tiempo libre, derecho de desplazarse con libertad. El turismo supone una relación entre personas; por tal

razón, la educación de la población en general son fundamentales para el desarrollo del turismo.

En cuanto a la teoría sociológica del turismo, el turismo es una actividad que se realiza en sociedad, por tanto promueve la interacción entre los diversos actores que la conforman, abarcando aspectos de la realidad. La parte social del turismo se construye con la interacción de las personas (turista y anfitrión); la integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental para el desarrollo turístico, siendo una gestión racional del turismo la contribución hacia la protección y mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como el aumento de la calidad de vida.

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Turismo Ecológico

Se conoce como turismo ecológico o ecoturismo a aquella modalidad del turismo que posee actividades de recreación enfocada en la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del entorno, incluyendo aspectos culturales y naturales que acoge a los visitantes. Básicamente, su origen deriva del turismo rural, el mismo que es realizado en lugares donde los turistas interactúan activamente con la población local, respetando los recursos naturales y culturales de una localidad específica (González, M. 2008).

El término de turismo ecológico surge en los últimos años del siglo XX cuando muchas regiones del planeta empezaron a sufrir y evidenciar de manera clara el problema que el turismo masivo genera en sus características naturales o tradicionales. Así, lugares naturales como reservas, localidades rurales, playas, centros de esquí, etc., comenzaron a mostrar que el paso masivo y constante de turistas había producido cambios importantes en la fisonomía del lugar como por

ejemplo contaminación, agotamiento de los recursos naturales, aparición de nuevas formas de energía y transporte que alteran el medio ambiente, construcción de polos y complejos turísticos que no tienen en cuenta las características naturales del lugar.

En los últimos años, como consecuencia del calentamiento global originado por la contaminación excesiva y explotación indiscriminada de los recursos naturales no renovables, esta modalidad de turismo se ha convertido en una gran estrategia para crear conciencia en los visitantes respecto al valor que tiene la preservación de determinados sectores y el perjuicio que se genera con la contaminación e invasión de los espacios naturales. Así, mediante la planificación de un turismo sustentable se incorporan un conjunto de políticas ambientales por parte de los Gobiernos o Ministerios, con la finalidad de controlar y hacer un seguimiento del impacto ambiental que tiene el desarrollo del turismo en determinado sector (Mercado, G. s.f).

De este modo, aparece la noción de turismo ecológico como una alternativa al turismo convencional. Para comprender mejor de que trata, podemos decir que es un tipo de turismo que se basa en la no masividad, es decir que los lugares que se prestan a este tipo de turismo no están preparados para recibir a cantidades enormes de personas si no que tienen capacidad reducida a fin de evitar el paso y el tránsito constante y masivo de viajeros.

Por otro lado el turismo ecológico no recurre al uso de energías contaminantes como el petróleo, por lo cual muchas veces para poder acceder a estos reservorios de naturaleza es necesario utilizar medios de transporte más tradicionales como botes, carretas, bicicletas, etc. Al mismo tiempo todos los servicios que suele dispensar un lugar considerado como espacio de turismo ecológico están centrados en torno a la naturaleza, por lo cual no suelen contar con energía eléctrica, no permiten el uso de tecnología, ni tampoco la llegada de productos que no sean regionales.

Por último a basarse justamente en la naturaleza y no en los artificios creados por el ser humano, el turismo ecológico siempre tiene como principal objetivo hacer que los huéspedes puedan disfrutar verdaderamente de todo aquello que nos rodea y a lo que pocas veces prestamos atención, sin dañarlo ni transformarlo.

Turismo Sostenible

Desarrollo Sostenible del Turismo Definición Conceptual de la OMT (Agosto 2004).

"Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

1.5.3. Marco legal

Dentro de las normativas ecuatorianas vigentes es importante mencionar el Reglamento General de actividades turísticas, el cual indica las categorías de alojamientos.

Reglamento General de Actividades Turísticas

Título I: De las Actividades Turísticas

Capítulo I: De los Alojamientos

Sección 1: Disposiciones Generales

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Cabe recalcar que el Ecolodge que se implementara se encuentra dentro del subgrupo de hosterías.

1.6. Metas

- Promover de manera significativa el turismo ecológico y el apoyo que requiere por parte del Estado.
- Promover el uso sostenible de los recursos naturales del cantón, mediante medidas de protección que estén vinculadas a la preservación del medio ambiente.
- Favorecer el crecimiento socioeconómico en el cantón Bucay, generando mayores ingresos para el cantón, por concepto de visitas de turistas nacionales y extranjeros que elijan este cantón para la práctica de un turismo de tipo ecológico.

CAPÍTULO 2

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Introducción

La investigación de mercado se efectuará con el propósito de conocer el perfil del consumidor y determinar el grado de aceptación que tendría la apertura de un Ecolodge en el cantón Bucay. Por su cercanía con la ciudad de Guayaquil se espera que lleguen turistas en su mayoría desde esta localidad que busquen estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de los servicios que se ofrezcan. Tomando en cuenta que con el enfoque de la investigación se busca información precisa para cumplir con los propósitos de la investigación, a continuación se desarrolla el diseño de la misma a través de fuentes primarias.

2.2. Metodología de Investigación

2.2.1. Justificación del Método a Utilizar

Para el desarrollo del presente estudio, se utilizará el método descriptivo, según Hernández y Sampieri (2003), este tipo de estudios permite especificar las características o propiedades más significativas de personas, grupos, poblados o de cualquier fenómeno con el cual se desarrollará el estudio. Se busca obtener información confiable y de primera mano que sirva para analizar el entorno donde se pretende ejecutar el proyecto, para ser capaces de identificar los recursos disponibles y reducir las amenazas que podrían afectar al Ecolodge en el futuro, así como conocer el perfil del consumidor y evaluar la factibilidad de implementar el Ecolodge.

2.2.2. Enfoque de investigación

Para efectos del desarrollo de esta investigación se considera que el enfoque más apropiado es el “cuantitativa”, puesto que esta metodología permite

examinar datos de una forma más numérica empleando para ello herramientas estadísticas que mediante resultados tabulados en gráficos ayudaran a los lectores en la comprensión de la información que se quiere dar a conocer; además, utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación ya que confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población. (Briones, 1996).

2.2.3. Tipo de estudio

El primer nivel del conocimiento científico sobre un problema de investigación se logra a través de estudios de tipo *exploratorio*; tienen por objetivo, la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis.

Los estudios *descriptivos* sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos.

En la primera etapa de la investigación el estudio ha sido exploratorio por cuanto se ha recogido información sobre hechos sucedidos anteriormente sobre el tema objeto de la investigación, luego pasará a ser descriptiva cuando se empiece a analizar la acogida que tendrá un Ecolodge en Bucay.

2.2.4. Trabajo de campo

El trabajo de campo es el momento en la investigación que lleva a aplicar los instrumentos de obtención de datos (observación, entrevista, cuestionario, etc.) a la población, fenómeno o proceso objeto de estudio. La recolección de los datos y la determinación de la muestra a usar, son las claves para reducir el margen de error en las investigaciones de mercado. (Ramos, E. 2008).

En el trabajo de campo es importante relevar las opiniones y percepciones que poseen los pobladores de Guayaquil, con el propósito de compararlas y obtener de esta forma datos que sirvan a los fines de esta investigación.

Etapas de desarrollo de la investigación primaria:

- a. Definición de los objetivos y temas clave a evaluar.
- b. Diseño de los instrumentos de recopilación de información, indicadores y criterios para la evaluación de los impactos económicos, sociales y ambientales.
- c. Recopilación de datos a través de visitas de campo y encuestas.
- d. Análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados.
- e. Elaboración del documento final.

Para la recolección de la información se recurrirá a fuentes primarias y secundarias; en primera instancia, la investigación obligatoriamente debe remitir a las fuentes secundarias, toda vez que debe existir una adecuada documentación respecto a los planes de desarrollo turístico que existen en el Ecuador, tales como PLANDETUR 2020 y demás documentos relacionados con el turismo ecológico y los aspectos generales que conforman al cantón Bucay, tales como demografía, geografía, atractivos turísticos, vías de acceso; entre otros . Para tal efecto se utilizarán libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, paginas especializadas de internet, etc.

2.3. Unidades de Observación

2.3.1. Tipo de muestreo a utilizar

El tipo de muestreo a emplearse será el probabilístico debido a que estos se basan en que todos los individuos tienen la misma probabilidad para ser elegidos para formar parte de una muestra. Solo este tipo de muestreo probabilístico asegura la representatividad de la muestra extraída, por lo tanto son los más recomendables. Dentro de este grupo se empleara, el muestreo aleatorio simple, que consiste en el siguiente procedimiento:

1. Se asigna un número a cada individuo de una población
2. A través de algún medio mecánico se procesan los datos, por ejemplo la hoja de cálculos de Excel. Generalmente, este muestreo es el más atractivo por su simpleza.

2.3.2. Tamaño de la Muestra

Según Hernández Sampieri *“La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones, podemos decir que la población es la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de población posee una característica común la cual estudia y da origen a los datos”*. (Barragan, Salman, Ayllon & Sanjines, 2003).

La muestra se la define como *“una proporción de una población específica, que en el marco de una investigación deviene el sujeto de la investigación”*. (Barragan, Salman, Ayllon & Sanjines, 2003).

En vista de que se utilizaran las encuestas para medir el nivel de aceptación que tendrá la propuesta entre el público elegido que en este caso es la ciudad de Guayaquil para el cálculo de la muestra para poblaciones infinitas por ser tan grande la población de la ciudad se hace necesario aplicar una fórmula para obtener una porción de ella para ser investigada.

La fórmula para el cálculo de la muestra que se utilizará es la de la población infinita, que es la más adecuada para este tipo de investigaciones donde la población es superior a quinientas mil (2 291 158 población de Guayaquil según datos del INEC (2010) e el error de estimación que en este caso es de 0,05 y se considera un valor para z de 1,96 basados en un nivel de confianza del 95%; p es la probabilidad a favor que el evento ocurra, q la probabilidad en contra.

Tabla 1. Formula de la muestra

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

Elaboración: Autor

Tabla 2. Cálculo del Tamaño de la Muestra

DATOS:	Cálculo del Tamaño de la Muestra
p = 0,5	$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (2\ 291\ 158)}{(2291158 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 0,5 \times 0,5}$
N/C = 0,95	
z = 1,96	$n = \frac{2\ 200\ 428}{5\ 729}$
e = 0,05	
q = 0,5	n = 384
n =	

Elaboración: Autor

En conclusión, las encuestas que se aplicaron serán a 384 personas.

2.4. Técnicas de recogida de información

La información principal para el desarrollo del presente estudio, se obtendrá por medio de encuestas y visitas de campo (observación directa). En relación a las principales técnicas e instrumentos a emplearse para la recolección de datos se plantean los siguientes:

Tabla 3. Técnicas e instrumentos para recogida de datos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Encuesta	Cuestionario de preguntas cerradas
Observación Directa	Guía de Observación, Archivos y Documentación relacionada.

Elaboración: Autor

La encuesta será la principal técnica utilizada en este trabajo investigativo, ya que se acopla fácilmente, es breve y muy útil para determinar un criterio bastante acertado de la opinión de la muestra. Para lograr este objetivo, es pertinente la elaboración de un cuestionario breve y muy explícito, donde los encuestados estén en capacidad de exponer su opinión según las variables presentadas.

Vale recalcar que en esta técnica las preguntas son cerradas, de modo que en su desarrollo podría correrse el riesgo de falta de sinceridad por parte de los involucrados; razón por la cual es muy importante plantear preguntas y respuestas que sean directas y precisas para evitar confusiones. La encuesta será aplicada con el fin de conocer la percepción de los ciudadanos de Guayaquil sobre el turismo ecológico en Bucay.

La observación directa se utilizará al momento de constatar los problemas descritos acudiendo al lugar de los hechos, es decir al cantón Bucay, para de acuerdo a esta técnica establecer una opinión personal de los acontecimientos, de modo que al ser complementado con los criterios de los segmentos antes mencionados, darán las pautas para el desarrollo de un plan de negocios que sea capaz de adaptarse a las necesidades del entorno y así corregir las falencias presentadas. Esto es importante, ya que así se obtiene una información veraz y se evitan tergiversaciones, o criterios que no tienen que ver con el tema. Asimismo, la observación directa, permitirá identificar los problemas que se presentan en el lugar de los hechos, a fin de constatar su impacto en el medio ambiente y la sociedad. Las visitas de campo se harán con la finalidad de determinar el lugar idóneo en donde se situará el Ecolodge.

2.5. Técnicas de Análisis de Datos

Una vez se obtengan las encuestas se procederá a clasificarlas para agruparlas de acuerdo a las respuestas obtenidas. La finalidad es determinar la frecuencia con la que se repiten algunas respuestas para establecer la moda estadística. El programa de Excel ayudará en esta labor ya que en él se pueden

ingresar los datos para posteriormente presentarlos en gráficos y tablas. Las conclusiones servirán para determinar el camino a seguir en el proyecto. De esta forma, para la recolección de datos, el modelo de encuesta a emplearse es como sigue (Ver Anexo 1).

2.6. Mercado Objetivo

El mercado objetivo son los habitantes de la ciudad de Guayaquil. Se eligió esta ciudad por ser la más poblada del país además de tener entre su PEA muchos habitantes de otras ciudades y cantones cercanos además de ser la capital económica del país. Se proyecta realizar la investigación de mercado en esta ciudad y también posteriormente realizar todas las estrategias que se decidan incluir en el plan de marketing para captar el interés de sus habitantes y que posteriormente se conviertan en visitantes de la hostería ecológica.

La cercanía de Guayaquil con Bucay es un punto favorable que se debe considerar y explotar, ya que realizando un viaje relativamente corto podrán disfrutar de bellos paisajes, cascadas y admirar la flora y fauna autóctonas. La proyección que se tiene en el futuro es recibir visitantes de todo el país así como del extranjero pero para ello se necesita primero incrementar el número de habitaciones y mejorar la infraestructura de la hostería.

Por esta razón la investigación fue realizada en la ciudad de Guayaquil en la Av. 9 de Octubre y en los Centros Comerciales: Mall del Sol, Mall del Sur, Riocentro Norte y en el Terminal Terrestre. Se empezó la encuesta el jueves 4 de octubre/2012 y se finalizó el viernes 19 de octubre/2012, el horario elegido fue de 15h00 a 19h00 entrevistándose un total de 384 personas entre hombres y mujeres en edades comprendidas desde los 18 años en adelante. El método elegido para recabar la información fue la encuesta, la misma consistió en un cuestionario con ocho preguntas cerradas que se formuló a cada uno de los entrevistados. Posterior a la tabulación de las respuestas se ofrecen las conclusiones por cada punto mencionado.

2.7. Presentación de Resultados

Para la realización del siguiente estudio se incluyeron tres puntos básicos para conocer a los encuestados, luego se incluyen las preguntas referentes sobre la información necesaria para la implementación de una hostería ecológica en el cantón Bucay. A continuación se presentan los resultados:

a) Distribución de la muestra por Sexo

Los encuestados en su mayoría se representan por las del género femenino con el 55% en relación al género masculino con el 45%.

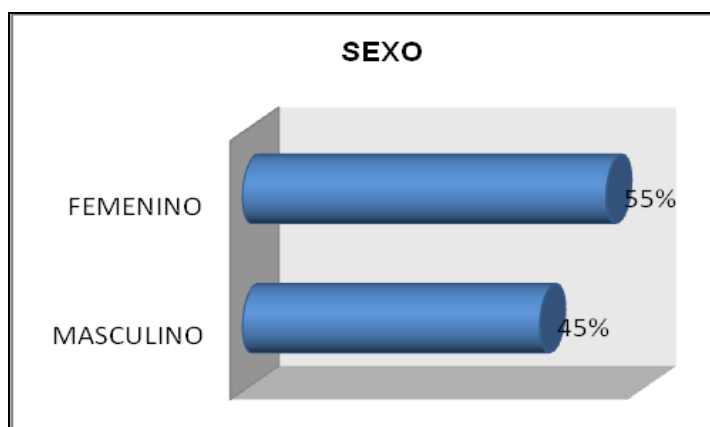


Gráfico 1. Distribución por Sexo

Elaboración: Autor

b) Distribución de la muestra por Edad

Las edades fluctuantes que se encontraron están las del grupo de entre 21 a 30 años con el 44% , 31 a 40 años el 28%, menos de 20 años el 13%, de 41 a 50 con el 11% , un mínimo de 51 a 60 años con el 3% y más de 60 años el 1%. Lo que nos indica que las personas en edad madura (30-40 años) son los que obtienen un lugar importante en esta encuesta.

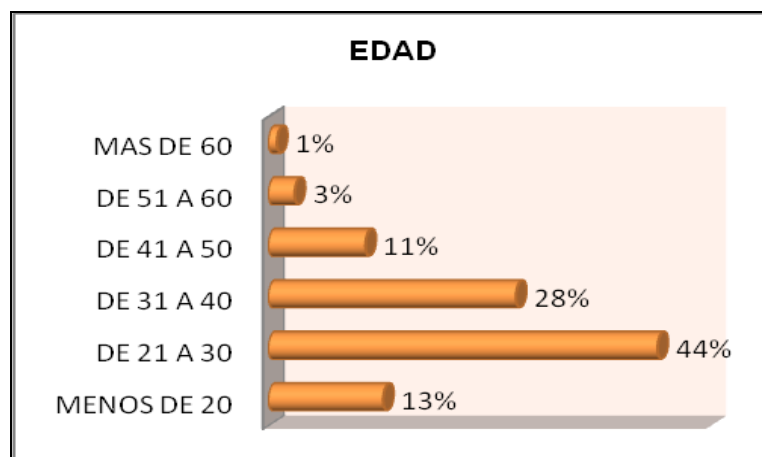


Gráfico 2. Distribución por Edad

Elaboración: Autor

b) Distribución de la muestra por Ocupación

En lo referente a ocupación se puede observar que en su mayoría son estudiantes con el 42%, luego los dependientes con el 30% los independientes con el 25%, los desempleados con el 3% y en relación a los jubilados no hubo ninguno consultado.

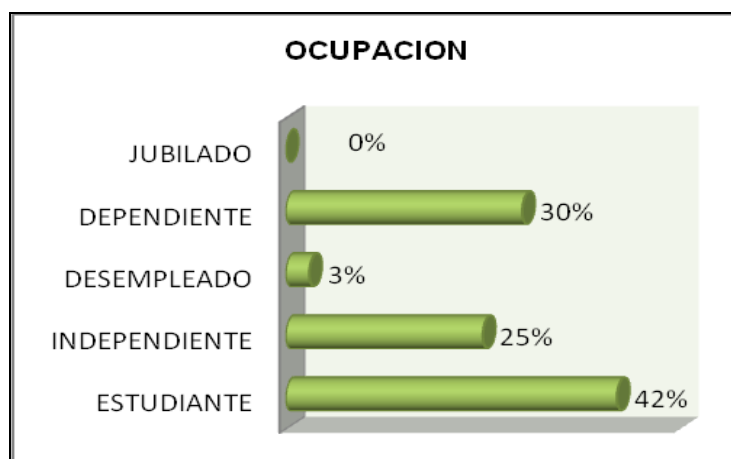


Gráfico 3. Distribución por Ocupación

Elaboración: Autor

1. ¿Qué tipo de turismo realiza?

En este cuadro se puede observar que a la mayoría de los encuestados le gusta realizar turismo de sol y playa con el 28%, ya que la ciudad cuenta con vías de acceso rápidas a las playas; el ecológico con un 23%, para conocer el entorno natural; el cultural el 18% para conocer las costumbres en otros lugares; el de aventura el 17%, con el propósito de sentir la adrenalina de los riesgos; el religioso el 14% que muestra cuanto es creyente la población y el rural con el 1% que muestra la nueva arquitectura de la ciudad con el paso del tiempo.

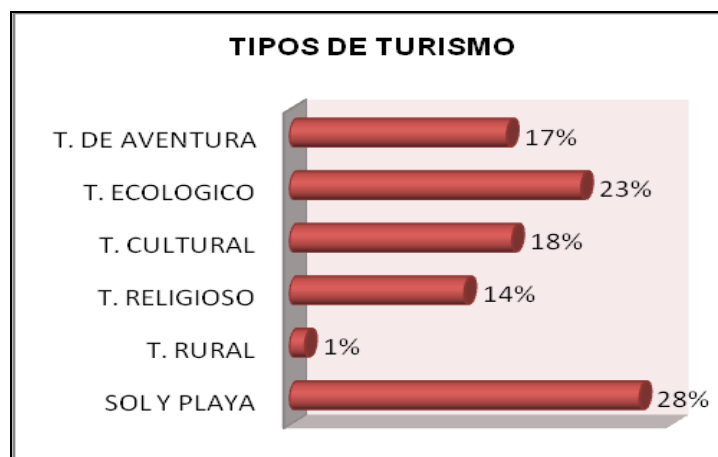


Gráfico 4. Distribución por Tipo de Turismo

Elaboración: Autor

2. ¿Con qué frecuencia viaja?

Se observa que la mayoría prefiere los viajes mensuales con el 25% es decir que la frecuencia de viaje son los fines de semana, trimestralmente en el 24%, en feriados el 13%, quincenalmente el 11%, en vacaciones y una vez al mes con el 9%, al año con el 6% y en otros el 3%. Esto no permite medir si las personas están dispuestas a visitar otros lugares.

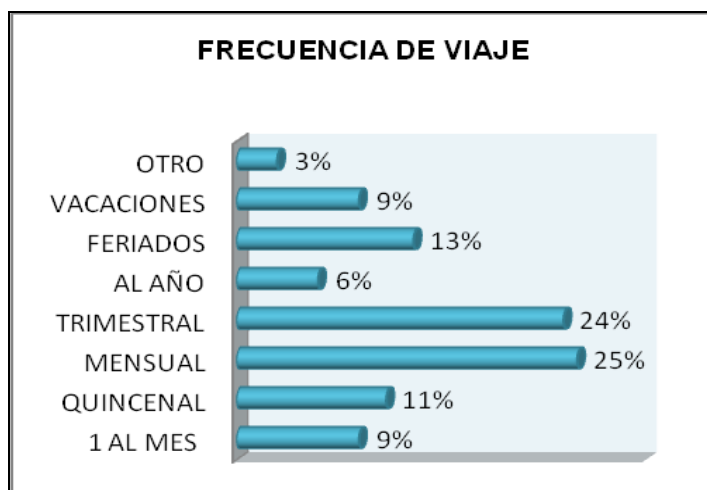


Gráfico 5. Distribución por Frecuencia de Viaje

Elaboración: Autor

3. ¿Cuándo viaja generalmente lo hace...?

En este gráfico se puede visualizar que la mayoría lo hace con amigos el 43%, para este grupo la diversión con los amigos es importante; otros prefieren ir en familia el 32%, esto permite estrechar los lazos familiares; en pareja el 24%, para conocerse un poco más y en un porcentaje muy bajo el ir solo con el 1%. Lo que nos indica que al momento de viajar siempre se buscara la buena compañía de alguien.

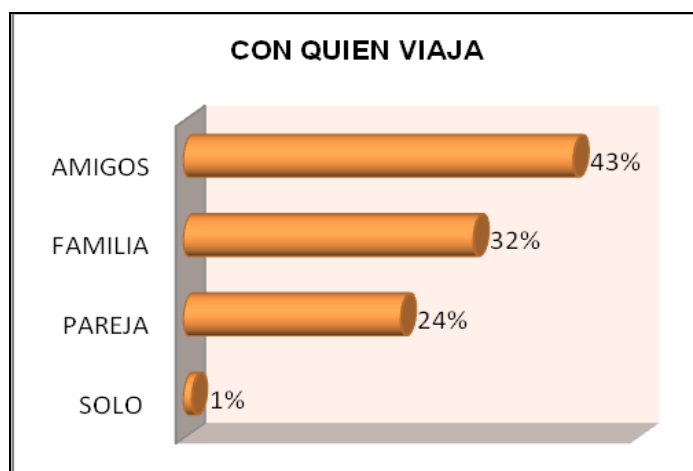


Gráfico 6. Distribución por Compañía de Viaje

Elaboración: Autor

4. ¿Cuánto tiempo permanece en el lugar que visita?

La permanencia en los lugares que visita, dio la siguiente referencia: de dos días el 48%, seguido de 3 días con el 26%, más de tres días el 12%, un día el 7%, menos de un día el 5% y otro el 2%, se puede decir que la distancia de su residencia o de las actividades que realice le permite permanecer en estos sitios.

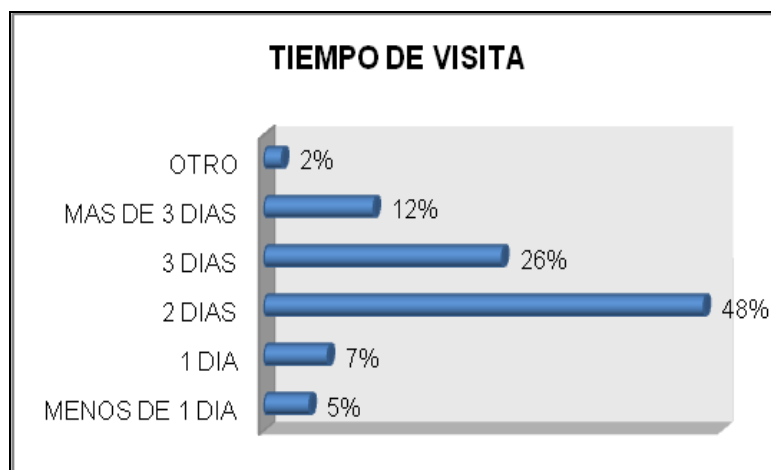


Gráfico 7. Distribución por Tiempo de Visita

Elaboración: Autor

5. ¿Cuál ha sido su gasto promedio por alojamiento?

El gasto promedio por alojamiento que destinan las personas se ubica en los siguientes rangos: de entre \$20 a \$25 representa el 30%, de \$26 a \$30 el 21%, los de menos de \$20 y más de \$36 están en igual porcentaje con el 19% y de \$31 a \$35 con el 11%, debido a que hay otros gastos como la movilización, la alimentación, diversión y otros que se deben tener en cuenta al momento viajar a otros sitios.

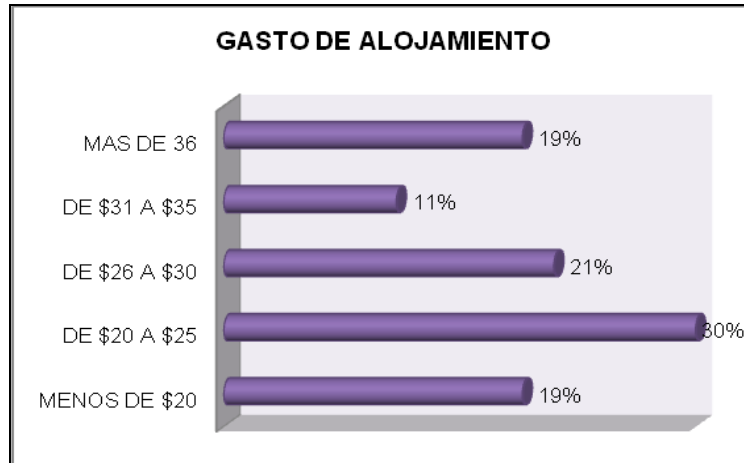


Gráfico 8. Distribución por Gasto de Alojamiento
Elaboración: Autor

6. ¿Conoce Bucay?

Para esta pregunta se puede apreciar que los encuestados no tienen el debido conocimiento de este lugar, por la falta de publicidad o referencias necesarias del lugar ya que un buen porcentaje indico no conocerlo con el 61% y un sí con el 39%.

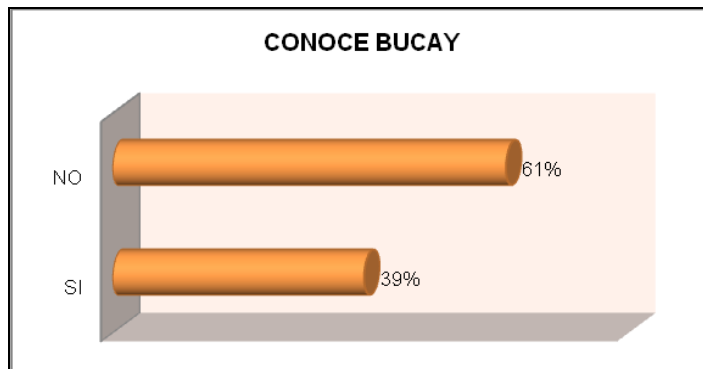


Gráfico 9. Distribución por Conocimiento de Bucay
Elaboración: Autor

7. ¿Le gustaría visitar un Bucay y hospedarse en un Ecolodge (hostería ecológica)?

Como muestra la grafica en relación a si les “gustaría visitar Bucay y un lugar donde alojarse” en donde se obtuvo una respuesta favorable, si el 77%, un no el 19% y unos quizás indecisos el 4%, lo que hace referencia a que sería una buena idea conocer el lugar.

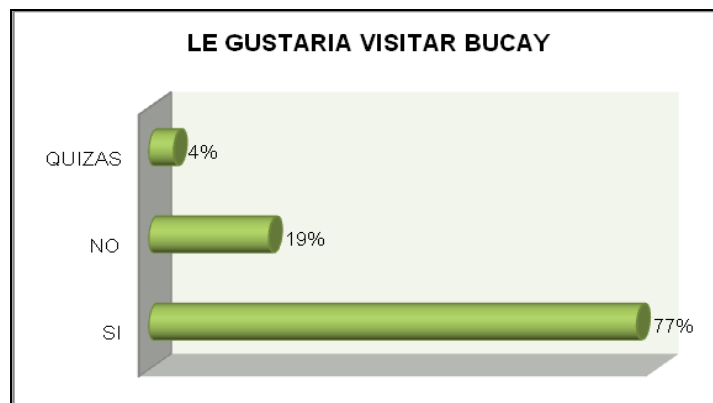


Gráfico 10. Distribución por Aceptación de visita a Bucay

Elaboración: Autor

8. ¿Qué actividades le gustaría realizar mientras se hospeda en el Ecolodge?

Cabe destacar que las actividades que más porcentajes de aceptación tuvieron fueron las de visitar las cascadas con el 32%, la flora y fauna el 19%, las cabalgatas el 18% ciclismo el 16% y la caminata el 15%, el estar en un lugar natural permite a los visitantes relajarse y disfrutar de las maravillas naturales existentes.

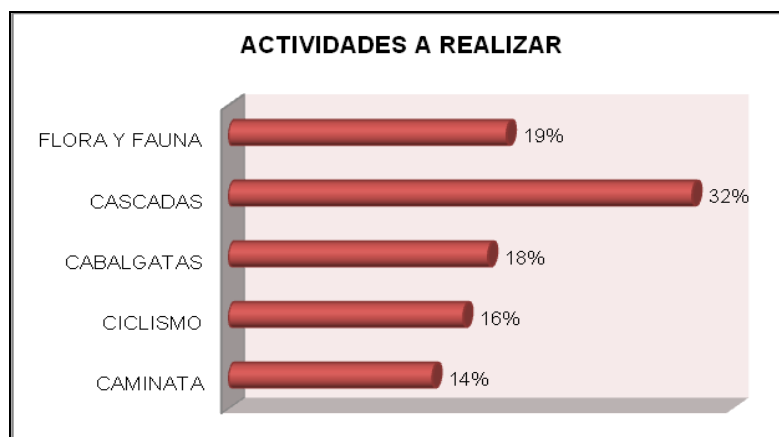


Gráfico 11. Distribución por Actividades a Realizar

Elaboración: Autor

2.8. Conclusión de la Investigación de Campo

Según los resultados de la encuesta realizada, con criterio amplio y bien informados de lo que ocurre en su entorno los grupos en edad madura, estudiantes, dieron sus puntos de vista acerca de lo que es realmente el turismo, aquí se encuentra los interesados en hacer turismo de playa, donde se disfruta del sol y el mar; que el ecológico, de aventura, cultural o religioso, en parte a que las playas cuentan con mayor difusión publicitaria.

Hay factores que inciden en el turismo pues se nota que por lo menos los fines de semana aprovechan para viajar, los feriados son otra alternativa importante pues se programa las actividades a realizar; es significativo procurar salir a distraerse. Se destina un promedio de treinta dólares para el alojamiento y un mínimo de tres días para estar en estos sitios que brinden un espacio para estar en contacto con la naturaleza, por lo general viajan en compañía de amistades y familia.

El desarrollar un proyecto turístico de esas condiciones en Bucay es rentable debido a que brinda las comodidades y beneficios de la naturaleza, las personas se muestran interesadas en conocer estos lugares que les permiten alejarse de los problemas y el bullicio de la ciudad y dedicarse a disfrutar de la

naturaleza, el hacer alguna actividad como caminar, pescar, cabalgar o hacer ciclismo son buenas oportunidades de conocer la naturaleza del sitio.

Con este enfoque lo que se quiere es que Bucay sea reconocida por sus riquezas naturales y culturales con el fin de que se desarrolle una ruta turística que incentive el desarrollo integral de esa región, con el propósito de que no solo se deba a que existen plantaciones bananeras.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3.1. Definición de la Industria

El ecoturismo o turismo ecológico forma parte de la industria turística de acuerdo a lo dispuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT); esta industria evidentemente está ligada a ciertas empresas que tienen como finalidad promover su desarrollo; a continuación se exponen los sectores relacionados al turismo:

- Hotelería: hoteles, hosterías, pensiones, campings, establecimiento de turismo rural y demás empresas que presten servicio de alojamiento.
- Alimentación comercial: restaurantes, bares, cafetería y bufet.
- Transportes: aerolíneas, cooperativas de transportes, cruceros y demás empresas que brinden el servicio de transportación masiva.
- Agencias de viaje
- Empresas que difunden actividades de ocio como cines, discotecas, espectáculos,
- Organismos de promoción turística: cámaras y ministerios de turismo local (Esteban & Rubio, 2006).

En Ecuador el Ministerio de Turismo, es el regulador de esta industria y desde su creación, este organismo se ha encargado de establecer planes estratégicos que promuevan el turismo ecológico con enfoque sostenible, dando origen al “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador” mejor conocido como “PLANDETUR 2020”, el cual busca insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada, potenciando en los próximos ocho años un desarrollo sostenible integral que permita el desarrollo humano en conformidad con la naturaleza y una base institucional sólida.

3.2. Análisis Situacional PEST

3.2.1. Aspectos Políticos

Dentro de los aspectos políticos, la constitución política del Ecuador, reconoce a las personas, el derecho de vivir en un ambiente sano y libre de contaminación; es decir que busca la preservación del medio ambiente, ecosistemas, biodiversidad e integridad del patrimonio genético del país; en este marco la Ley de Gestión Ambiental es la que establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación del sector público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en este campo. A continuación se revisan algunos artículos de interés para el correcto desarrollo de las funciones del establecimiento turístico propuesto:

- *El Art. 7* del régimen institucional de la gestión ambiental se basa en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que establezca el Presidente de la República al aprobar el Plan Ambiental Ecuatoriano.
- *El Art. 21* establece que los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental; evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos, el Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente¹.

¹ Fuente: Revisa Judicial, Ley de Gestión Ambiental del Ecuador

3.2.2. Aspectos Económicos

Los elementos económicos que se considerarán en este estudio son: la evolución del Producto Interno Bruto, la inflación y el riesgo país, por ser de gran importancia para determinar la situación de la economía ecuatoriana.

a) Producto Interno Bruto

Este indicador representa el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un periodo que es normalmente un año. Es un estudio macroeconómico del bienestar material de una sociedad. El Producto Interno Bruto alcanzado en el Ecuador durante el año pasado (2011) fue el más alto de los últimos cinco años, llegando a una cifra de 7,8%. Estas condiciones favorecerían el desarrollo de la actividad económica en general al contar con mayores ingresos que pueden ser utilizados por parte de la población en la adquisición de bienes y servicios que satisfagan sus necesidades.

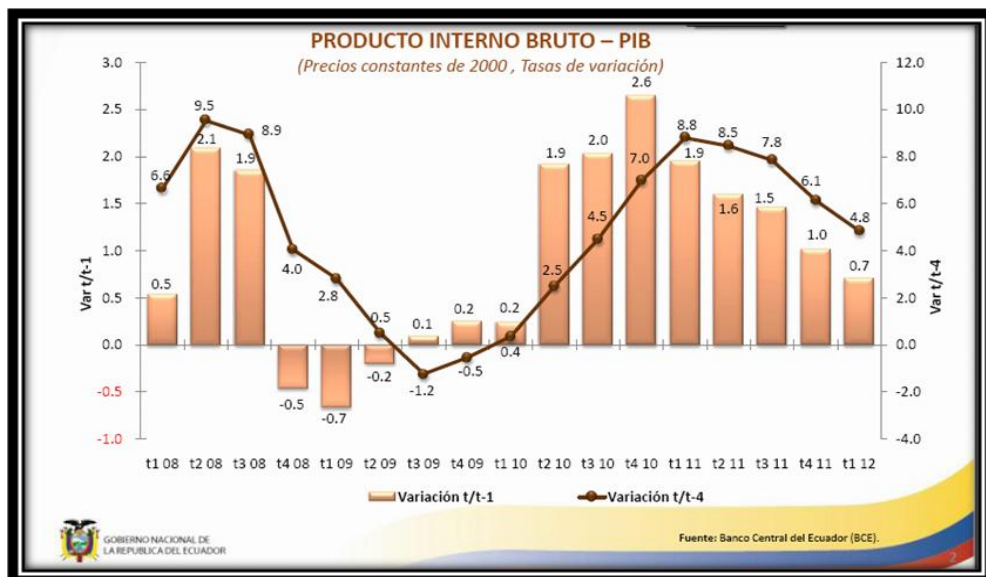


Gráfico 12. Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador, 2012

b) Inflación

Se conoce como inflación al aumento progresivo del nivel de precios de una economía. En Ecuador, la tasa de inflación del mercado es medida como el crecimiento del índice de precios al consumidor (IPC) que es calculado todos los meses por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Para que ocurra un efecto inflacionario es necesario que exista un crecimiento monetario sostenido. La dolarización implementada en el país, ha permitido que la economía ecuatoriana mantenga tasas de inflación relativamente bajas.

La inflación anual del IPC de julio 2012 registró un comportamiento inflacionario de 0.26%. El resultado general estuvo determinado por la inflación en bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (9.26%); en tanto que, las comunicaciones; muebles, artículos para el hogar y la recreación, registraron deflación y atenuaron el resultado general

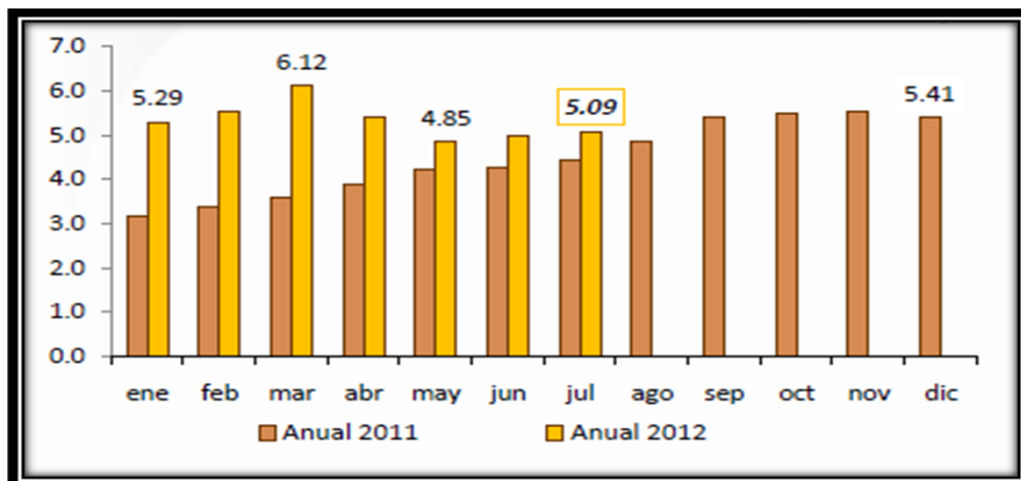


Gráfico 13. Índice de Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2012

c) Riesgo País

El Riesgo País es un indicador que mide la probabilidad que tiene un país respecto a la incapacidad de cumplir con sus obligaciones financieras en relación a la deuda externa, situación que puede darse por repudio de deudas, atrasos, renegociaciones forzadas, o por atrasos técnicos. Analizando la situación del Ecuador el riesgo país según registros del Banco Central del Ecuador al 17 de Septiembre del 2012 se ubicó en 722,00 y el valor mínimo registrado durante agosto 20 del 2012 fue de 796,00.

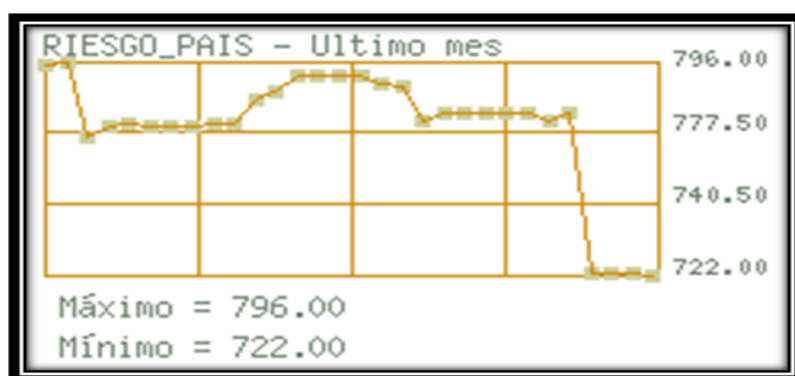


Gráfico 14. Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2012

3.2.3. Aspectos Sociales

a) Índice de Confianza del Consumidor

Es un indicador económico empleado para la medición del grado de optimismo que los consumidores sienten sobre la situación económica del país y sobre sus finanzas personales; es decir el grado de confianza o seguridad que tienen las personas sobre la estabilidad de sus ingresos, basadas en sus actividades de consumo. En relación a los datos presentados por el Banco Central del Ecuador, respecto al índice de confianza del consumidor para agosto 2012, calculado para el área urbana de las ciudades de Quito Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala, se puede apreciar una disminución de 0.3% con respecto al mes agosto 2012, ubicándose en 43.8%; sin embargo, vale destacar que la

tendencia se mantiene a la alza entre enero 2008 y agosto 2012; aspecto que resulta alentador para la hostería, pues si la confianza del consumidor se incrementa significa que habrían mayores posibilidades de concretar ventas con el cliente, pues tendrían un mejor poder adquisitivo.

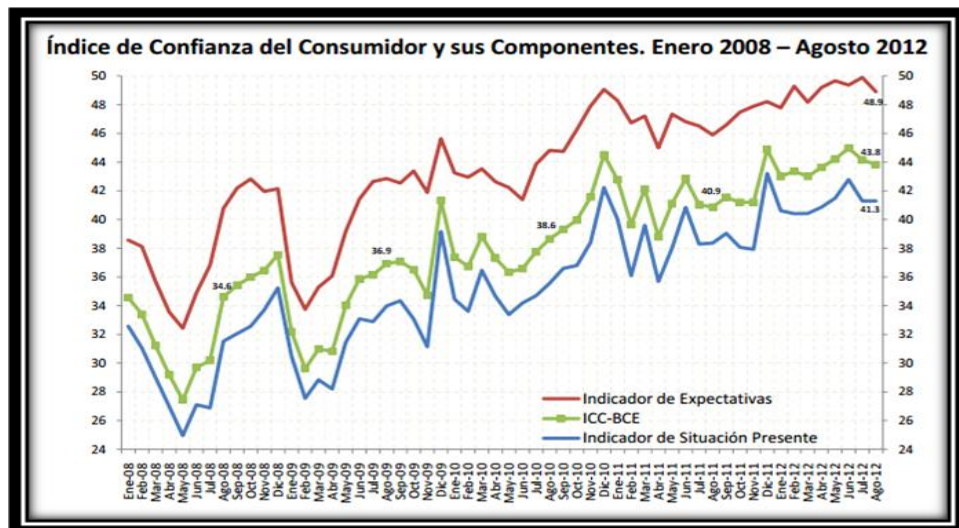


Gráfico 15. Índice de Confianza del Consumidor

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2012

c) Desempleo

En el Ecuador el empleo y desempleo son dos variables económicas de preocupación, el Estado busca ampliar los sectores productivos con el fin de incorporar las fuerzas de trabajo para con ello disminuir el desempleo. De acuerdo a las cifras presentadas por el Banco Central del Ecuador, para el mes de junio 2012, la tasa de desocupación fue de 5.2%; haciendo una segmentación por sexo, fue posible apreciar que el 5.8% de las mujeres que conformaron la población económicamente activa (PEA) se encontraron desocupadas, mientras que la tasa de desocupación de los hombres se ubicó en 4.8%; según se muestra en el siguiente gráfico

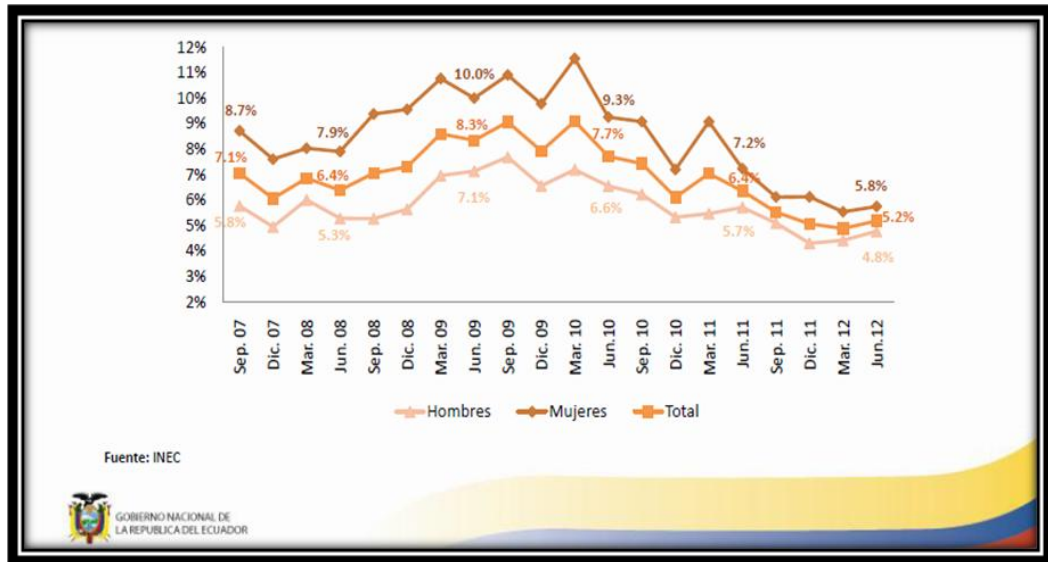


Gráfico 16. Nivel de Desempleo
Fuente: Banco Central del Ecuador, 2012

3.2.4. Aspectos Tecnológicos

Uno de los avances tecnológicos más notables en el país es el aumento de uso de teléfonos inteligentes o Smartphone, los cuales tienen aplicaciones que permiten a los usuarios conectarse a una ilimitada fuente de información. Por tal razón, esto representaría una oportunidad para la hostería al momento de realizar su campaña de información para difundir publicidad en redes sociales o internet, que tiene una participación bastante interesante de acuerdo a las cifras presentadas por el INEC (2011), en un estudio realizado a las personas que utilizan estos dispositivos y justificar el uso de los mismos.

Como se puede apreciar en la grafica inferior, le mayoría de estas personas utiliza su teléfono móvil para acceder a redes sociales, internet y correo electrónico con una participación de 69.9%, 69.8% y 65.9% respectivamente.

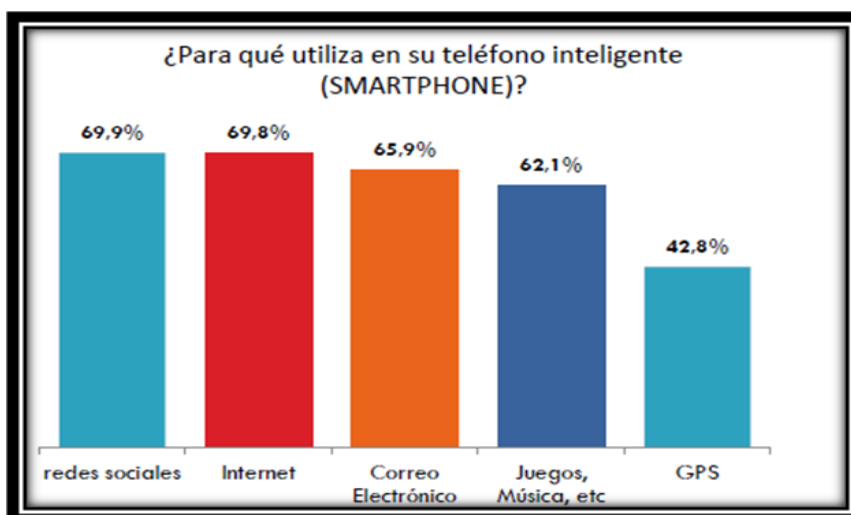


Gráfico 17. Uso de Teléfono Inteligente

Fuente: INEC, 2012

De igual forma, analizando la estadística más específica en relación a los motivos por las cuales las personas utilizan el internet, ya sea desde su celular o computador portátil, es posible apreciar que si bien la mayoría lo hace por educación y aprendizaje, existe una participación muy significativa de aquellos que lo hacen para obtener información y comunicarse como lo describe la gráfica en la parte inferior. En el mismo sentido, la tendencia del comportamiento a la alza es evidente, pues entre los periodos 2008 y 2011 claramente se aprecia mayor número de usuarios por las razones señaladas, lo que determina que el internet es una herramienta de propagación masiva y muy importante en la actualidad, especialmente para promocionar algún negocio

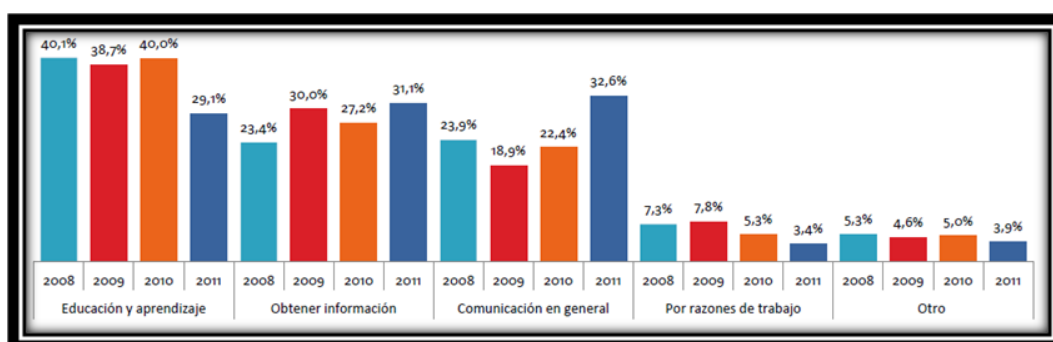


Gráfico 18. Formas de uso de los teléfonos inteligentes

Fuente: INEC, 2012

3.3. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

3.3.1. Poder de Negociación de los Compradores

La explotación del turismo ecológico en la provincia del Guayas, y específicamente el cantón Bucay, no se encuentra aún posicionado, debido a que esta modalidad de turismo es relativamente nueva, y poco han hecho los Gobiernos anteriores para desarrollar propuestas turísticas con enfoque cultural, rural o ecológico, por ello se realizaron convenios con operadoras turísticas de la ciudad de Guayaquil con la finalidad de sugerir a los visitantes nuevas alternativas de turismo de manera que la empresa logre posicionarse en el mercado en un lapso corto de tiempo.

Cabe recalcar que a medida que este tipo de servicio se expanda en la zona, la competencia será mayor, por lo cual los beneficiarios del servicio exigirán más calidad, diligencia y profesionalismo en la ejecución de este. Por esta razón se debe mantener un margen de precios atractivos al mercado, acompañados de ventajas adicionales que proporcionen al cliente mayor confianza y seguridad en los resultados del servicio contratado. En la actualidad no existe una competencia significativa, que ofrezca una categoría óptima de servicio, como la que se pretende brindar, por lo cual se puede concluir indicando que el poder de negociación de los compradores es bajo.

3.3.2. Poder de Negociación de los Proveedores

En la actualidad se cuenta con una serie de opciones al momento de adquirir los implementos, utensilios y materiales necesarios para la puesta en marcha del negocio y la realización de las actividades cotidianas, como abastecimiento de suministros de limpieza, víveres, etc.; no obstante es de vital importancia señalar que se deben hacer contratos o convenios con ciertas instituciones que proporcionen los productos a un bajo costo, lo cual quizás al inicio se torne un poco complicado, dado a que el negocio es nuevo y por tal motivo estará sometido a las condiciones impuestas por los proveedores.

El criterio a utilizarse para este caso en particular será, hacer una correcta selección de los proveedores que cuenten con una buena y efectiva calidad en cada uno sus productos e implementos, y que al mismo tiempo ofrezca flexibilidad en el pago de sus facturas; por consiguiente se puede determinar que el poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que la competencia es muy amplia.

3.3.3. Amenaza de Nuevos Entrantes

En este caso es muy difícil establecer barreras de entrada para la industria a la cual va dirigido el servicio de hospedaje, debido a que es un mercado que no tiene mayores complicaciones para acceder, al menos si se lo realiza de un modo informal, ya que allí se requeriría de un bajo capital para poner en marcha la ejecución del negocio. Se puede deducir que si existe una alta amenaza por parte de los nuevos competidores debido a que es fácil para ellos atravesar las barreras de este tipo de industria que se encuentra en constante crecimiento a nivel nacional, ya que quizás ellos al momento de establecer sus precios no tendrían que considerar el mantenimiento de sus instalaciones, lo que a simple vista haría notar que sus precios son aparentemente más bajos.

Sin embargo, para contrarrestar esta amenaza, hay que darle a conocer a los clientes beneficiarios del servicio, que el valor agregado de la propuesta se centra en la promoción de una modalidad de turismo enfocada en la preservación y protección del medio ambiente, así como la difusión de la cultural y recursos naturales de Bucay, de manera que sea posible crear una conciencia ambientalista a través de recorridos internos que generen plazas indirectas de trabajo que ayuden a la comunidad bucayense a mejorar su situación económica.

3.3.4. Amenaza de Productos o Servicios Sustitutivos

Hoy en día en el mercado local existen un sinnúmero de empresas que ofrecen servicios similares al que se pretende brindar, pero la diferencia radica en que el servicio que ofrece la competencia es simplemente de hospedaje, no integra

la naturaleza ni a la ecología. Pese a ello, como servicio sustituto del turismo ecológico se puede considerar también a las demás clases de turismo, especialmente enfocados en el entretenimiento y diversión, pero de bajo impacto ecológico y de escasa infraestructura amigable con el ambiente, por lo cual se podría determinar que la amenaza de servicios sustitutos es media.

3.3.5. Rivalidad entre los Competidores

Los principales competidores para "Hostería Piedra Blanca" al momento de introducir su servicio de turismo ecológico es capaz de competir con las siguientes hosterías que se encuentran en Bucay y desarrollan un turismo similar, bajo una temática campestre ecológica. Ac continuación se hace una breve descripción de ellos:

- **Hostería D'Franco**

El propietario de esta hostería es la Sra. Nancy Freire, la temática rustica del lugar invita a los turistas a compartir experiencias de aventura en un entorno agradable y natural, además cuenta con servicio de cafetería, restaurante, trattoria italiana, bar, spa-gym, sauna, piscina, hidromasaje, karaoke, internet, sala de eventos y mucho mas, por lo que su actividad turística se enfoca mas en el ofrecimiento de entretenimiento a sus visitantes. También pone a disposición servicios de pesca deportiva, paseos, exploración de montañas, canoas, caballos, viveros, artesanías, descenso en cascada, paseo por cultivos y agroturismo. La forma en la que hace turismo esta hostería es a través de su página web: www.hosteriadfranco.com, fan page de Facebook: "Hostería D'Franco" y la pagina de "Destino Bucay". El precio más económico por habitación es de \$ 40.00; y mantiene convenios con el operador turístico "Ecuador Aventura" para promocionar sus servicios y captar mayor número de clientes.



- **Hostería Casa de Piedra**

El propietario de esta hostería es el Sr. Roberto Bustamante, su infraestructura está ubicada al pie de la cordillera occidental en el piso climático del Bosque Húmedo Subtropical conocido como “Rain Forest”, motivo por el cual gozan de gran humedad favorable para la agricultura y turismo de aventura principalmente, su altura es de 535 metros sobre el nivel del mar y su dirección exacta es en el Km 7.5 de la vía Bucay-Chillanes, Ecuador. Entre las formas de promocionarse esta hostería utiliza mucho su página del Facebook y un Blog donde muestran las instalaciones y atractivos tanto de Bucay como de su infraestructura hotelera. Así mismo tiene convenios con el operador turístico “Ecuador Aventura” y la página Destino Bucay que le ayuda a captar la atención de los visitantes.



- **Hostería “Ecoturismo Luis Antonio”**

Esta hostería es una empresa familiar, pionera en ecoturismo en el cantón Bucay, posee más de 12 años de experiencia en el mercado; el servicio que ofrece es de calidad y los clientes se sienten satisfechos por tales circunstancias. Para lograrse posicionar en el mercado ha realizado convenios con Operadoras de Turismo reconocidas como son: Ecuador Adventure, Manglar Rojo, Zoco S.A., Metropolitan Touring, Info Ecuador y otras. Entre los servicios que brinda la hostería se encuentran: buffets, piscinas, juegos, canchas deportivas, cascadas, camping, rapel, caminatas a reservas ecológicas, etc.



- **Complejo “Mundo San Rafael”**

El Mundo San Rafael, es un complejo de turismo rural desarrollado por el Consorcio Nobis en la hacienda San Rafael, ubicada en el cantón Bucay, a 1 hora y 30 minutos de Guayaquil. El Proyecto ofrece dos tipos de actividades: las de recreación y las de aventura, las primeras se realizan dentro de las instalaciones del parque campestre, donde se ofrece servicio de restaurantes, una laguna para practicar remo y pesca, cabañas de bambú para almuerzos o reuniones, prados cercados para caballos, estación de juegos para niños y una capilla. Las actividades de aventura se llevan a cabo en el Bosque de la Esperanza, situado en la Cordillera de Los Andes a 20 km de la hacienda, dentro de las cuales se realizan cabalgatas, descenso de cascadas y paseos en bicicleta de montaña.



3.3.6. Conclusión del análisis Porter

El análisis Porter muestra un escenario bastante atractivo para la empresa al momento de incorporarse en este sector, ya que existen pocas barreras de ingreso, tanto en relación al nivel de negociación con los proveedores y clientes, como en la amenaza de nuevos competidores o productos sustitutos, ya que el sector turístico tiene pocos servicios sustitutos. La diferencia estaría en el tipo de turismo que los visitantes deseen practicar, teniendo el turismo de entretenimiento y de aventura, mayor relevancia, pero no se descarta también el crecimiento del turismo ecológico enfocado en la naturaleza y en el cuidado del medio ambiente, teniendo un valioso aporte en la comunidad de un sector específico, en este caso Bucay.

El grado de rivalidad de los competidores es bastante moderado, ya que los competidores de mayor preocupación o incidencia serían “Hostería Casa de Piedra” y “Hostería de Franco” por tener una temática turística similar, y una infraestructura de primer nivel, pero su diferencia está en el tipo de turismo al que están enfocados, acercándose más al turismo de aventura que al ecológico, por lo que el negocio tendría grandes oportunidades en relación a la industria y a la competencia, por encontrarse en pleno desarrollo, siendo su tasa de crecimiento cerca del 8%, según las cifras presentadas por el INEC, 2012 en cuanto al crecimiento de los ingresos por concepto de hotelería y servicios en la provincia del Guayas.

CAPÍTULO 4

PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA

4.1. Estudio de la Organización

4.1.1. La Oportunidad

Ecuador inicia el desarrollo moderno del turismo en los años 50 del siglo XX; sin embargo, es en las últimas tres décadas que este empieza a consolidarse como una actividad económica y socio-cultural de valor, tanto así, que en la actualidad el turismo representa la tercera actividad en importancia económica, luego del petróleo y el banano (sin considerar los ingresos de las remesas de los emigrantes), lo cual implica un promedio de 700.000 visitantes extranjeros por año y alrededor de 800 millones de dólares que ingresan al país por este concepto. Además se puede señalar que el turismo se coloca como uno de los principales sectores productivos del país, representando así un 4.4% del PIB. (MINTUR², 2009)

Es importante también destacar, que Ecuador es considerado como uno de los diecisiete países mega diversos del mundo, sobre todo por muchos especialistas que aseveran que por cada km², el 11% de la biodiversidad del planeta está en Ecuador, debido a que el país cuenta con una variedad de ecosistemas y culturas vivas, las mismas que se hallan en un territorio relativamente pequeño con buenas condiciones de conectividad interna y ubicación estratégica. (MINTUR, 2009)

Como parte de la estrategia que se plantea llevar a cabo en este proyecto, defender el medio ambiente, además de ser una obligación para que este planeta pueda tener futuro, es una opción de negocio que las empresas turísticas están empezando a desarrollar. Son miles los turistas que, a la hora de seleccionar un destino, un hotel o un restaurante concreto, buscan que éstos tengan algún aspecto

² Ministerio de Turismo del Ecuador

ecológico. Se puede afirmar que el hotel funcionará muy bien principalmente en el segmento de mercados turísticos que se ocupa de las actividades grupales (amigos, organizaciones y familia), realizadas en un entorno que asegure el pleno contacto con la naturaleza, señalando que por los atractivos naturales se ha incrementado la ocupación en Bucay a un 20% respecto al año pasado, dejando así grandes oportunidades de desarrollo de la actividad empresarial.

4.1.2. Descripción de la Empresa

4.1.2.1. Filosofía Empresarial: Misión, Visión y Objetivos

Misión

Brindar al turista nacional y extranjero un alojamiento en un lugar cómodo, seguro y encantador, donde las personas se puedan recrear contando con un ambiente totalmente puro y natural que brinde una experiencia excepcional.

Visión

Ser una hostería dedicada al desarrollo del turismo ecológico y prestación de servicio de alojamiento, a través de la promoción de los encantos naturales de Bucay y la realización de diversas actividades recreacionales.

Objetivos

- Generar una oferta turística ecológica y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
- Captar al menos el 60% de la capacidad máxima instalada en el primer periodo de funcionamiento.
- Incrementar las ventas tomando como base el crecimiento del sector turístico en los últimos 5 años (6% aproximadamente).

4.1.2.2. Políticas y Valores

Entre las políticas que se llevarán a cabo, se pueden mencionar:

- Ofrecer a los clientes un trato justo y prolijo, en todas sus solicitudes y reclamos, considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- Estimular el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
- No se empleará a ningún menor de edad, y si existieran excepciones, solamente trabajarán a medio tiempo y con el consentimiento de sus padres.
- Preservar el entorno ambiental laboral y la seguridad de la comunidad en todo trabajo que se realice.
- La compañía estimulará al personal para que las basuras que se eliminen tengan un proceso previo que asegure su reciclaje.
- Contar con un plan de manejo ambiental y social.

Es importante mencionar que el equipo de trabajo proporcionará a todos los clientes servicios de calidad basándose en los siguientes valores:

1. **Integridad:** Compromiso sincero y permanente de practicar una relación honesta y confiable.
2. **Responsabilidad:** Trabajar con excelencia los asuntos encomendados, velando por la efectividad personal y de equipo en el logro final de resultados.
3. **Agilidad y Seguridad en las Operaciones:** Actitud proactiva y acciones dinámicas preservando la seguridad e integridad de las personas que operan en las instalaciones y sus clientes.
4. **Comunicación Interna y Externa:** Proporcionar información de manera precisa, oportuna y personalizada.

5. **Cumplimiento** Entregar el trabajo acordado a tiempo, elaborándolo con exactitud y si es posible excediendo las expectativas de los superiores con la finalidad de mostrar eficacia en las actividades realizadas.
6. **Pulcritud:** Mantener un cuidado continuo en el aseo y la apariencia personal y de las instalaciones físicas.

4.1.2.3. Logotipo y Slogan de la Empresa



Gráfico 19. Logotipo y Slogan de la Hostería

Elaboración: Autor

4.1.3. Descripción del producto y/o servicio

La creación de la hostería tiene como propósito desarrollar el turismo receptivo en un espacio poco explotado que genere fuentes de trabajo y brindar servicio de alojamiento protegiendo el medio ambiente el cual contará con 6 cabañas construidos con materiales ecológicos, la decoración realizada con materiales netamente naturales, en un espacio cubierto totalmente por áreas verde. Esta clase de hospedaje ofrecerá al turista la comodidad de estar rodeado por la naturaleza y compartir momentos agradables, cumpliendo las leyes de turismo para la protección del medio ambiente y su conservación. Calidez en brindar el servicio de alojamiento, será complementado con recorridos e itinerarios para los turistas que llegan con el fin de buscar un espacio totalmente desconectado de la rutina diaria.

4.2. Entorno Jurídico de la Empresa

4.2.1. Marco Legal

Dentro del marco legal del proyecto "Hostería Piedra Blanca" en el cantón Antonio Elizalde (Bucay) se deben de considerar algunos puntos principales para que el proyecto funcione sin ningún inconveniente, de manera que la empresa pueda desarrollarse en el entorno jurídico que la rodea cumpliendo los pasos y requisitos para satisfacer las exigencias legales. Los puntos principales para que el proyecto funcione son:

- Constitución de la empresa en la Superintendencia de Compañías
- Permiso de Muy ilustre Municipalidad del Cantón Antonio Elizalde, uso de suelo y patente comercial.
- Tener RUC asignado por el SRI.
- Inscripción patronal de la empresa en el IESS.
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud.
- Afiliación a la cámara de turismo local
- Tener el Permiso de Bomberos.
- Permiso de tratamiento de aguas residuales y aprobación de impacto ambiental.

4.2.2 Características de la sociedad

Se conformará una Sociedad Anónima cuya junta directiva estará conformada por diez accionistas que poseerán el total de las acciones. En el estatuto de "**Hostería Piedra Blanca**" constará:

- El nombre de la empresa que se constituye es "**Hostería Piedra Blanca S.A.**"
- El domicilio principal de la compañía queda ubicado en el cantón Gral. Antonio Elizalde, "Bucay".

- El objeto de la compañía es ofrecer un servicio de alojamiento en un entorno natural, bajo prácticas sostenibles potenciando los recursos físicos y humanos ofreciendo una experiencia turística integral de los visitantes nacionales y extranjeros.
- El plazo de duración de la compañía es de cincuenta años, contados a partir de la inscripción de la constitución de la compañía en el registro Mercantil; pero dicho plazo puede reducirse o ampliarse por acuerdo de la Junta General de Accionistas.

4.2.3. Propiedad Accionaria

El paquete accionario de "Hostería Piedra Blanca S.A." es de de **CIENTO CINCUENTA MIL DOLARES AMERICANOS**; el cual estará repartido de la siguiente forma: el 10% de las acciones divididas en partes iguales entre todos los accionistas. A continuación se presenta el siguiente detalle de las aportaciones de capital:

Tabla 4. Propiedad Accionaria "Hostería Piedra Blanca S.A."

Nombre de los Accionistas	V. Acción	Cant.	T. Aportación	%
Pablo Jiménez	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 2	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 3	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 4	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 5	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 6	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 7	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 8	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 9	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
Socio 10	\$ 50.00	300	\$ 15,000.00	10.00%
TOTAL APORTACIONES			\$ 150,000.00	100.00%

Elaboración: Autor

4.2.4. Estructura Organizacional

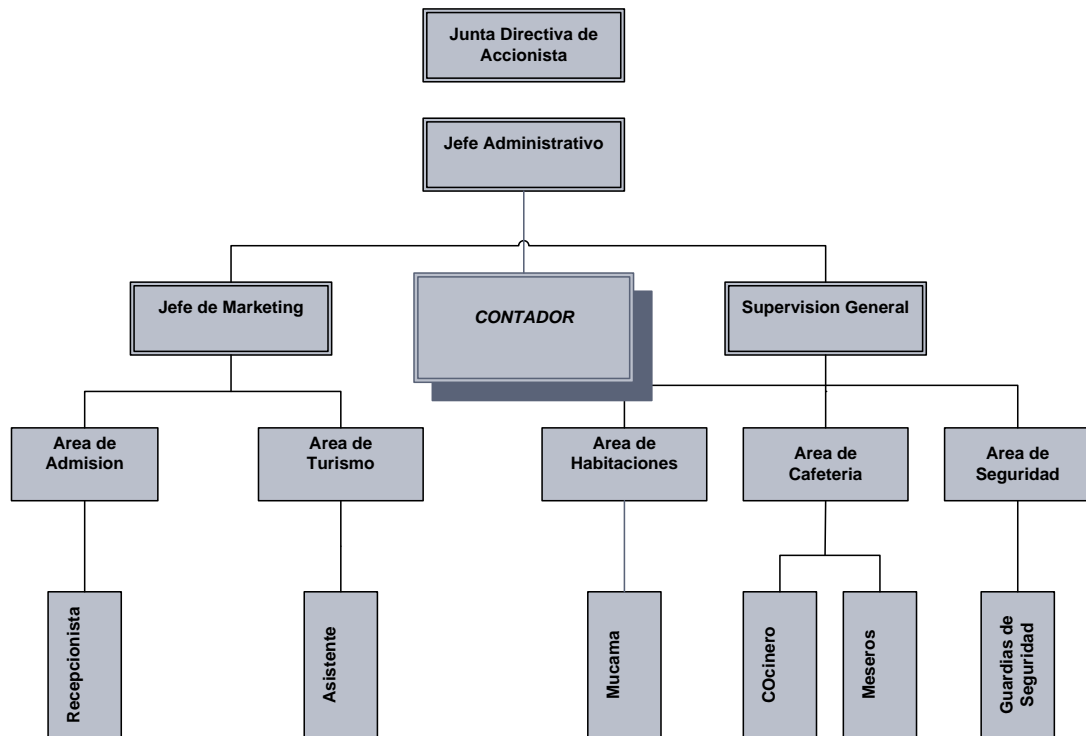


Gráfico 20. Organigrama de la Empresa
Elaboración: Autor

4.2.5. Descripción de cargos y funciones

Como se pudo observar en el organigrama anterior, la compañía cuenta con un Jefe Administrativo que lidera las acciones a realizarse por cada uno de los departamentos a su cargo, que son: Jefe de Marketing y Supervisión General, motivo por el cual a continuación se detallará las funciones de cada departamento mediante una ficha de puesto y funciones respectivamente para cada directivo.

Jefe Administrativo

NOMBRE DEL PUESTO: Jefe Administrativo	FECHA DE ELABORACIÓN: Octubre 13 del 2012
REPORTA A: Accionistas	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">- Dirigir, planear y coordinar las funciones de la compañía; cumpliendo con los objetivos generales.- Administrar correctamente con base en las políticas y procedimientos administrativos, financieros, comerciales, operativos y de calidad; asegurando así, el cumplimiento de los planes a corto y mediano plazo propuestos.- Vigilar el correcto funcionamiento, crecimiento, rentabilidad y productividad de la misma.	

Elaboración: Autor

Jefe de Marketing

NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Marketing	FECHA DE ELABORACIÓN: Octubre 13 del 2012
REPORTA A: Jefe Administrativo	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">- Diseñar e implementar estrategias, planes de Marketing y de desarrollo de productos y servicios turísticos hoteleros.- Conocimiento de las fortalezas y debilidades de las distintas modalidades de comunicación para poder desplegar estrategias que integren diferentes medios.- Elaboración del presupuesto mensual de ventas y responsable del cumplimiento del mismo.	

Elaboración: Autor

Supervisión General

NOMBRE DEL PUESTO: Supervisor General	FECHA DE ELABORACIÓN: Octubre 13 del 2012
REPORTA A: Jefe Administrativo	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">- Planear, desarrollar, dirigir y controlar la correcta operación del otorgamiento de los servicios de asistencia existentes, cumpliendo con los parámetros de calidad establecidos por la compañía, vigilando la satisfacción del cliente y los costos de operación.	

Elaboración: Autor

Contador

NOMBRE DEL PUESTO: Contador	FECHA DE ELABORACIÓN: Octubre 13 del 2012
TIPO DE CONTRATO: Contrato de tiempo fijo	NIVEL ACADEMICO: Profesional en CPA
SUPERIOR INMEDIATO: Gerente General	
<p>El contador estará encargado de llevar a cabo todo el proceso contable de la empresa, manteniéndose al día en todas las actividades y obligaciones tributarias y fiscales, con la finalidad de que la empresa no tenga que asumir gastos innecesarios por intereses y multas.</p> <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Revisar y comparar lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.• Elaborar y verificar relaciones de gastos e ingresos.• Elaborar la nomina y roles de pago.• Realizar la transferencia de sueldos y otros beneficios de ley a la cuenta bancaria.• Llevar un registro de aportación de los empleados al Seguro Social• Llevar la cartera de clientes y proveedores actualizada con fin de de efectuar cobros y pagos oportunamente.• Realizar las declaraciones de impuestos en el plazo estipulado por la ley, evitando multas e intereses por parte del fisco.	

Elaboración: Autor

4.2.6. Formas de contratación

Se conoce que el contrato es la principal herramienta que se utiliza en el mercado laboral para establecer una relación entre empleador y empleado, en el cual se resumen las condiciones a las que el empresario y el trabajador se comprometen a desarrollar sus respectivas funciones. La compañía realizará contrataciones de forma escrita individualmente, acordando en dicho documento todas las condiciones entre empleador y trabajador, realizando con esto un compromiso que establece obligaciones entre las dos personas (natural y jurídica) para prestar servicios lícitos y personales, bajo relación de dependencia. Tal como se menciono antes, la compañía en primera instancia contará con el siguiente personal a su cargo:

- ✓ 1 Jefe Administrativo
- ✓ 1 Jefe de Marketing
- ✓ 1 Supervisor General
- ✓ 1 Contador
- ✓ 1 Recepcionista
- ✓ 1 Guía de Turismo
- ✓ 2 Mucamas
- ✓ 2 Meseros
- ✓ 2 Cocineros
- ✓ 3 Guardia de Seguridad

4.2.7. Nómina de Sueldos y Beneficios Sociales

En relación al sueldo que percibirá cada empleado se establece que el mínimo valor a pagar es la remuneración básica estipulada por la ley en \$ 292.00 más beneficios sociales, siendo el valor final a pagar \$ 385.34; de ahí en función a la jerarquía del cargo el sueldo aumentara hasta \$ 800.00 que es el sueldo del Jefe Administrativo. En el siguiente cuadro se presenta el monto a pagar por sueldo más beneficios sociales, según el cargo:

Tabla 5. Nómina de Sueldos y Beneficios

CARGO	AREA	SUELDO	SUELDO + BENEFICIOS	SUELDO ANUAL
Jefe Administrativo	Administración y Finanzas	\$ 800.00	\$ 1,013.40	\$ 12,160.80
Jefe de Marketing	Marketing y Ventas	\$ 650.00	\$ 827.95	\$ 9,935.40
Contador	Administración y Finanzas	\$ 600.00	\$ 766.13	\$ 9,193.60
Supervisor General	Supervisión General	\$ 450.00	\$ 580.68	\$ 6,968.20
Recepcionista	Administración y Finanzas	\$ 292.00	\$ 385.34	\$ 4,624.11
Guía de Turismo	Admisión	\$ 292.00	\$ 385.34	\$ 4,624.11
Mucamas	Supervisión General	\$ 292.00	\$ 385.34	\$ 4,624.11
Cocineros	Supervisión General	\$ 292.00	\$ 385.34	\$ 4,624.11
Meseros	Supervisión General	\$ 292.00	\$ 385.34	\$ 4,624.11
Guardias de Seguridad	Supervisión General	\$ 292.00	\$ 385.34	\$ 4,624.11
TOTAL		\$ 3,668.00	\$ 4,729.54	\$ 56,754.45

Elaboración: Autor

A continuación se detalla el tipo de contratos que tendrá cada miembro de la compañía:

Tabla 6. Tipos de Contrato

Cargos	Tipos de Contrato
Jefe Administrativo	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Jefe de Marketing	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Supervisor General	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Contador	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Guía Turístico	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Mucama	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Meseros	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Cocineros	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Recepcionista	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Guardia de Seguridad	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.

Elaboración: Autor

Como se pudo visualizar en la tabla anterior, solo se aplicarán 2 tipos de contratos para el personal de la compañía, el individual y el de prueba, los cuales se definen a continuación para una mejor comprensión:

Contrato a Prueba: El periodo de prueba es un pacto que pueden establecer las partes, una etapa previa al comienzo del contrato de trabajo, en la cual se evalúa las habilidades, el rendimiento y conocimientos. Este período tiene por finalidad someter al trabajador durante un tiempo a una serie de ejercicios, para ver sus aptitudes en el trabajo. Este tipo de contratos no puede excederse de 90 días y solo se podrá celebrar una sola vez entre las partes.

Contrato Individual: es aquel por el cual una persona física denominada el trabajador se obliga a prestar servicios personales para una persona física o jurídica denominada el empleador bajo la dependencia y subordinación de éste quien, a su vez, se obliga a pagar por estos servicios una remuneración determinada.

4.3. Plan de Marketing

4.3.1. Análisis FODA

En este análisis se tomarán en cuenta algunos factores internos y externos que facilitan o impiden la puesta en marcha del proyecto:

4.3.1.1. Factores Internos

Fortalezas

- La hostería está ubicada en un lugar privilegiado de la naturaleza, el cual posee flora y fauna propias del lugar.
- Precios razonables y asequibles para toda clase de mercado.
- Capacidad de innovación del servicio y las instalaciones.
- Manejo de los desechos orgánicos, y recolección adecuada de los desperdicios inorgánicos.

Debilidades

- Inexistencia del servicio básico de alcantarillado en la zona.
- Escasez de recursos económicos para financiar el proyecto.
- Falta de conocimiento de la marca por parte del mercado.

4.3.1.2. Factores Externos

Oportunidades

- Los productos de la empresa serán vendidos a diferentes segmentos de mercado, no solo a turistas nacionales, sino también a extranjeros.
- Posibles convenios con operadoras turísticas y agencias de viaje.
- Incremento del turismo rural sostenible en el cantón Bucay.
- Distancias cercanas a algunas ciudades de la costa y sierra del Ecuador.
- Posibilidad de mercado para ampliar la marca registrada de la compañía o su reconocimiento hacia nuevas áreas geográficas.

Amenazas

- Desastres naturales en la zona, debido al calentamiento global, lo cual ocasiona cambios climáticos adversos.
- Inestabilidad política y económica.
- Nuevas reformas laborales.
- Incremento de los índices delictivos en la zona.
- Existe competencia directa en la zona.

4.3.2. Estrategias del Marketing

4.3.2.1. Objetivos del marketing

- Lograr posicionarse en el mercado en un corto plazo.
- Realizar una segmentación de mercado y definir el mercado meta.
- Lograr alcanzar el 80% del presupuesto de ventas, en el primer año, e ir incrementando un 5% cada año.

4.3.2.2. Objetivos Financieros

- Efectuar un análisis del negocio con la finalidad de medir su rentabilidad, para que en base a esto se puedan realizar estimaciones de ventas, costos y beneficios.
- Determinar el monto de la inversión necesario para poder desarrollar este proyecto.
- Estimar las ventas en base a la demanda potencial de este tipo de negocio.
- Determinar el periodo de recuperación de la inversión.

4.3.3. Segmentación

Con la finalidad de tener éxito en el sector turístico-hoteler, se ha decidido segmentar el mercado en dos tipos de clientes potenciales, para de este modo satisfacer de manera óptima las necesidades y gustos de los clientes:

- Turistas Nacionales
- Turistas Extranjeros

Además, dicho segmento de mercado está constituido por personas que pertenezcan a una clase social con nivel económico medio y alto, ya que la infraestructura de "Hostería Piedra Blanca" estará diseñada para brindar comodidad, seguridad y tranquilidad a los clientes, mediante la realización de actividades de ecoturismo, las mismas que encierren un compromiso de sustentabilidad y preservación del medio ambiente.

4.3.4. Mercado Meta

El mercado meta de este interesante proyecto está determinado por los habitantes que residan en las provincias tanto de la costa como de la sierra, que se encuentren cercanas al cantón Bucay, tales como: Bolívar, Chimborazo, Cañar, Los Ríos y demás cantones pertenecientes a la provincia del Guayas, como son: Samborondón y Guayaquil, sobre todo este último que está ubicado a 61 kilómetros de distancia.

4.3.5. Posicionamiento

El posicionamiento de la marca en el mercado es el mayor reto para toda empresa, el mismo que se desea obtener en el menor tiempo posible, para lo cual es necesario basarse en:

- **Los atributos específicos del producto:** En el presente proyecto lo que caracteriza a "Hostería Piedra Blanca" en relación a otros sitios de hospedaje, es el confort y calidad en el servicio que será otorgado, además de encontrarse en medio de un lugar privilegiado por la naturaleza, donde se pueden practicar algunas actividades y recorridos inolvidables.
- **Los beneficios que ofrece:** Las personas que se hospeden en "Hostería Piedra Blanca" tendrán acceso a todas las instalaciones recreativas del

lugar y adicionalmente podrán disfrutar de la comida típica nacional que se ofrece, tanto de platos de la costa como de la sierra.

- **Las ocasiones de uso:** Se refiere a la época del año en que existe mayor demanda; en este caso se puede determinar que habrá mayor afluencia de personas en la hostería en los feriados nacionales y en las celebraciones de las fiestas de cantonización de Bucay que se llevan a cabo en noviembre.
- **Las clases de usuarios:** Este maravilloso lugar ha sido diseñado con el propósito de incentivar la integración familiar, los tours vacacionales, los paseos estudiantiles, entre otros; motivo por el cual existirán distintos tipos de clientes, tales como: niños, jóvenes, adultos y hasta personas de la tercera edad, ya que en este sitio podrán hallar un lugar de descanso en compañía de la flora y fauna que adornan el sector y lo convierten en un lugar inigualable.

4.3.6. Estrategias del Marketing Mix

4.3.6.1. Precio

Es importante recordar que el precio juega un papel de decisión muy notable en los clientes, ya sea al adquirir un producto o servicio, más aun cuando la marca de este es nueva y por ende no es reconocida en el mercado, como es el caso de "Hostería Piedra Blanca". Por las circunstancias descritas, se ha decidido poner en práctica las siguientes estrategias:

- Establecer precios acordes con el entorno competitivo, para que el ingreso total sea lo mayor posible en relación a los costos totales.
- Durante los primeros meses ofrecer distintos tipos de promociones y beneficios que conlleven a una reducción del precio por medio de descuentos.

Los precios de la empresa se determinan de la siguiente manera:

Tabla 7. Precios de la Hostería

PRODUCTO/SERVICIO	COSTO	PVP	MARGEN	% MARGEN
<i>Hospedaje</i>				
Habitación Sencilla	\$ 7.76	\$ 25.00	\$ 17.24	68.95%
Habitación Doble	\$ 7.76	\$ 35.00	\$ 27.24	77.82%
Habitación Triple	\$ 7.76	\$ 45.00	\$ 37.24	82.75%
Habitación Matrimonial	\$ 7.76	\$ 30.00	\$ 22.24	74.12%
<i>Alimentación</i>				
Desayuno	\$ 0.91	\$ 3.00	\$ 2.09	69.63%
<i>Actividades Turísticas</i>				
Área de Exposiciones	\$ 1.92	\$ 5.00	\$ 3.08	61.52%
Cabalgatas	\$ 1.92	\$ 5.00	\$ 3.08	61.52%
Recorrido Ciudad	\$ 1.92	\$ 5.00	\$ 3.08	61.52%
Ruta del Ferrocarril	\$ 1.92	\$ 5.00	\$ 3.08	61.52%
Ruta del Trapiche	\$ 1.92	\$ 5.00	\$ 3.08	61.52%
Ruta de las Cascadas	\$ 1.92	\$ 5.00	\$ 3.08	61.52%

Elaboración: Autor

4.3.6.2. Producto

Para la introducción del producto turístico al mercado se pondrán en práctica algunas estrategias, las cuales se detallan a continuación:

- Otorgar seguridad al cliente en cada una de las habitaciones que se gestionen dentro de la hostería, a través de supervisores y guardias que manejen monitoreo por medio de radios transmisores.
- Suministrar limpieza y mantenimiento a las instalaciones, áreas verdes y demás lugares de entretenimiento del local.
- Obsequiar bebidas al ingreso del complejo durante el primer mes de funcionamiento.
- Realizar paquetes especiales para los estudiantes con la finalidad de promover el turismo en los centros educativos del sector.

4.3.6.3. Plaza

La estrategia de plaza de la cual se hará uso será a través de los canales de distribución, el uno que es directo y el otro por medio de un intermediario.

El canal de distribución directo estará asignado para un 70% de los clientes potenciales, sabiendo que ellos adquieren el servicio directamente, contactándose a "Hostería Piedra Blanca" por vía telefónica o a través de correo electrónico.



Gráfico 21. Canal de Distribución directo

Elaboración: Autor

El canal de distribución indirecto estará asignado para un 30% de los clientes potenciales, que se contactan o se enteran de la existencia de "Hostería Piedra Blanca" por medio de agencias de viajes u operadoras turísticas.



Gráfico 22. Canal de Distribución indirecto

Elaboración: Autor

4.3.6.4. Promoción

La promoción abarca todas las actividades que desarrolla la empresa con el propósito de comunicar las ventajas del producto turístico que se ofrece, con la perspectiva directa de convencer al mercado meta de adquirirlo. Por lo tanto, la promoción es de gran importancia para lograr cumplir los objetivos de la empresa. Las estrategias que se pondrán en marcha para promocionar el producto se detallan a continuación:

- Elaborar y obsequiar anuncios publicitarios llamativos para vehículos de transporte público, tales como: taxis y buses interprovinciales con rutas a las provincias y cantones aledaños a Bucay.
- Se repartirán trípticos informativos y volantes en los peajes y terminales terrestres limítrofes de Bucay.
- Se creará un sitio web y fans page en las redes sociales, mediante las cuales todas las personas podrán obtener información e imágenes de la hostería, con la finalidad de que se motiven a visitarla.
- Se colocará un anuncio en el periódico para que la difusión de la apertura de "Hostería Piedra Blanca" sea masiva.
- Se harán banners publicitarios para ser colocados en los pueblos y ferias cercanas al sector con la finalidad de que visiten la hostería.

4.4. Plan de Operaciones

4.4.1. Capacidad Instalada

En relación a la capacidad instalada de "Hostería Piedra Blanca" se puede decir que la misma cuenta con un total de 18 habitaciones, un total de 30 camas y 54 plazas por día, lo que al mes representaría 1620 plazas o 19440 plazas al año, según se describe a continuación:

Tabla 8. Distribución de Habitaciones

HABITACIONES						
CANT.	TIPO	CAMAS	PERSONAS	PLAZAS	MES	ANUAL
4	Matrimonial	4	2	8	240	2880
6	Sencilla	6	1	6	180	2160
4	Doble	8	2	16	480	5760
4	Triple	12	2	24	720	8640
18	TOTAL	30	7	54	1620	19440

Elaboración: Autor

Del mismo modo la capacidad instalada de la cafetería y la furgoneta para la realización de actividades turísticas es como sigue:

Tabla 9. Distribución de la Cafetería

CAFETERIA					
CANT.	TIPO	PERSONAS	PLAZAS	MES	ANUAL
10	MESAS	4	40	1200	14400

Elaboración: Autor

Tabla 10. Distribución de la Furgoneta

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

Elaboración: Autor

4.4.2. Distribución de la Planta



Gráfico 23. Diseño de la Hostería

Elaboración: Autor

4.4.3. Días y horario de funcionamiento

"Hostería Piedra Blanca" estará abierto al público en general las 24 horas del día, los 365 días del año en lo que respecta al servicio de hospedaje; el horario de los demás servicios, se detalla a continuación:

Tabla 11. Horario de Funcionamiento por áreas

TAREA	DÍAS	HORARIO
Área Administrativa	Lunes a Viernes	9:00 am – 5:00 pm
Paseos ecológicos asistidos por un guía	Lunes a Domingo	9:00am – 4:00pm
Atención en cafetería	Lunes a Domingo	7:00 am – 9:00pm
Cabalgatas	Lunes a Domingo	9:00 am – 5:00pm
Uso del área de camping	Jueves a Domingo	Las 24 horas del día
Uso del área de invernadero	Lunes a Domingo	9:00am - 6:00pm

Elaboración: Autor

4.4.4. Política de Calidad

Todos los procesos de control de calidad que se realicen en "Hostería Piedra Blanca" están enmarcados en los siguientes parámetros:

- La calidad comienza con deleitar a los clientes.
- Una empresa de calidad debe aprender como escuchar a sus clientes y ayudarlos a identificar y articular sus necesidades.
- Productos y servicios sin fallas que satisfagan al cliente provienen de sistemas bien planificados y que funcionen correctamente.
- En una empresa de calidad: la visión, los valores, sistemas y procesos deben ser consistentes y complementarios entre sí.
- El trabajo en equipo debe estar comprometido con el cliente y el mejoramiento continuo.
- En una empresa de calidad cada uno debe conocer su trabajo.
- La empresa de calidad desarrolla una sociedad con sus proveedores.

4.4.5. Proceso de Control de Calidad

La gestión de calidad externa del "Hostería Piedra Blanca" consistirá en un seguimiento que se realizará a los clientes cada vez que visiten el establecimiento, para lo cual se los evaluará al momento de su partida mediante una corta encuesta que contiene dos preguntas cerradas, las mismas que individualmente poseen la opción de "Observaciones" para detallar algún tipo de inconformidad; estas preguntas se constituyen en un factor clave para analizar la calidad del servicio que se está brindando; el modelo es el siguiente:

Tabla 12. Encuesta de Control de Calidad

ENCUESTA DE CONTROL DE CALIDAD	
<p>▪ ¿Qué tal le pareció el servicio que le ha brindado "Hostería Piedra Blanca"</p> <p>a) Excelente b) Bueno c) Malo</p>	<p>▪ ¿Qué opina acerca de la seguridad que brindan las instalaciones de "Hostería Piedra Blanca"?</p> <p>a) Excelente b) Bueno c) Malo</p>
Observaciones:	Observaciones:

Elaboración: Autor

Como se pudo observar, las respuestas a estas preguntas son de opción múltiple, es decir, que el cliente tan solo tiene que elegir la alternativa con la que más se identifique, lo cual le tomará poco tiempo, además si gusta podrá manifestar detalles relacionados a la opción escogida.

Por otro lado, la gestión de calidad interna de "Hostería Piedra Blanca" consistirá en la evaluación del desempeño de los trabajadores, conociendo de este modo con exactitud cuáles son las fallas y por ende determinar las áreas que se deben mejorar, para de esa manera ir puliendo las falencias con el fin de perfeccionarse cada vez más en el servicio que se ofrece, de manera que los clientes y la empresa en general, se sientan satisfechos.

Los empleados deben comprender que juegan un rol muy importante en la organización y por lo tanto deben involucrarse en el proceso de establecer objetivos motivadores para sí mismos. Las habilidades del empleado deben evaluarse regularmente y deben implementarse planes de capacitación para ayudar a los empleados a evolucionar en su trabajo. A la inversa, también puede resultar útil permitir que los empleados evalúen el estilo de gestión de sus superiores y su relación de trabajo. Dentro de este contexto, cada empleado se inclinará cada vez más a mejorar sus habilidades para lograr sus objetivos individuales dentro de la organización, compartiendo de este modo su experiencia y conocimientos.

4.4.6. Normas de higiene y tratamiento de residuos

- **Normas de Higiene**

1. Todas las instalaciones del establecimiento se limpiarán con meticulosidad diariamente, utilizando los medios de limpieza adecuados para evitar la acumulación de polvo y residuos.
2. Las instalaciones se desinfectarán, fumigarán, y desratizarán al menos una vez al año. Cuando a juicio de la inspección sanitaria se establezca que sea preciso, se realizará el mismo proceso, igualmente en caso de enfermedad transmisible de un huésped.
3. Las sábanas y toallas se lavarán con detergente y desinfectante, siempre que se cambie de huésped y, cuando continúe el mismo huésped, al menos una vez a la semana.

- **Normas de Tratamiento de los residuos**

1. Reducir costos operativos del manejo de residuos peligrosos
2. Reutilizar los residuos que no requieren tratamiento.
3. Ubicar contenedores identitarios en lugares estratégicos del establecimiento para la recolección de todo tipo de residuo orgánico e inorgánico.

4.4.7. Provisión de agua, generadores de energía

"Hostería Piedra Blanca" utilizará un sistema de bombeo de agua a energía solar, es decir, que no requerirá ser accionado por generadores a base de combustible. Además de esto, elimina los costos por mano de obra, humos, olores, energía eléctrica y contaminación, debido al sistema de bombeo de agua fiable y automático que posee.

A continuación se detallan algunas ventajas adicionales que proporciona este sistema:

- Mantenimiento bajo o nulo de la bomba de agua.
- Ningún coste de piezas de repuesto, ya que los paneles solares tienen una vida útil de más de 25 años (2 a 3 veces más larga que otros sistemas)
- Ningunos coste o derramamiento de combustible
- Fácil de instalar y barato de instalar
- Funcionamiento automático, de sol a sol, sin atención.
- El sistema se puede hacer para ser móvil, portátil.

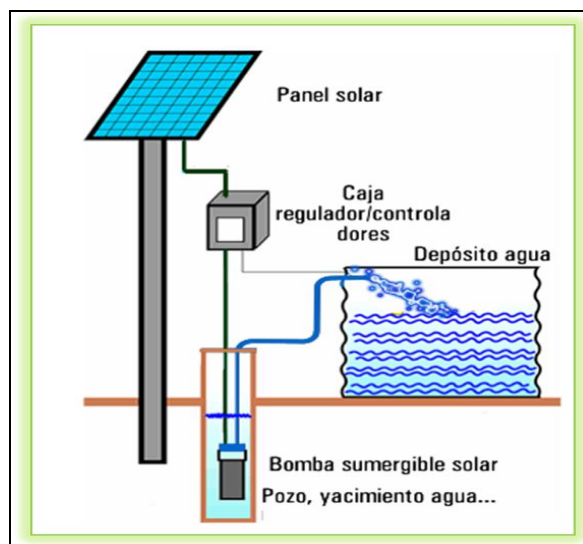


Gráfico 24. Diagrama Básico del Sistema de Bombeo Solar

Fuente: "Atlans Solar"

4.4.8. Almacenamiento y manipulación de basura

Debido a la actual preocupación por el medio ambiente, la creciente presión pública y las medidas reguladoras que están haciendo cambiar la forma en que se hacen los negocios en el mundo se ha optado por implementar algunos procedimientos relacionados a la manipulación de la basura generada en el establecimiento.

DESCRIPCION DEL ASPECTO	ACCION	GESTION DE RESIDUOS	RESPONSABLE DE LA EJECUCION
Consumo de papel	Utilizar ambas carillas de las hojas	Reciclar el papel utilizado en un contenedor de color azul	Supervisión General
Generación de recursos no peligrosos	Incentivar el consumo de bebidas en envases retornables	Reciclar los envases de vidrio y plástico en contenedores separados, de color verde y amarillo respectivamente	Supervisión General

The image shows three recycling bins standing on a grassy field under a blue sky. From left to right: a yellow bin labeled 'PLÁSTICO', a blue bin labeled 'PAPEL', and a green bin labeled 'VIDRIO'. Each bin has a recycling symbol on its side.

Gráfico 25. Gestión de Residuos

Elaboración: Autor

4.4.9 Prevención y seguridad

"Hostería Piedra Blanca" contará con dos botiquines de primeros auxilios y extintores que estarán ubicados en lugares estratégicos para su fácil adquisición. Cada botiquín estará equipado con:

- ✓ Alcohol
- ✓ Agua oxigenada
- ✓ Gasas esterilizadas
- ✓ Vendas adhesivas (curitas)
- ✓ Esparadrapo
- ✓ Toallas antisépticas
- ✓ Pomadas antibióticas
- ✓ Mascarillas
- ✓ Un termómetro
- ✓ Guantes desechables al menos 3 pares
- ✓ Linterna

Las oficinas administrativas tendrán los números telefónicos más importantes tales como los de la Policía Nacional, Cruz Roja, Cuerpo de Bomberos, Defensa Civil y Comisión de Tránsito. En caso de ocurrir alguno de los siguientes accidentes, es necesario proceder de la siguiente manera:

Golpes, cortes con objetos corto punzantes y herramientas

- Debe respetarse rigurosamente las instrucciones del fabricante en el uso de los equipos de oficina.
- Es conveniente diseñar procedimientos de trabajo para las operaciones de limpieza, mantenimiento y sustitución de componentes que son las más peligrosas.
- Las herramientas de trabajo deben conservarse en perfectas condiciones y una vez terminado su uso deben ser guardadas correctamente.

Caídas

- Para prevenir caídas es imprescindible mantener los lugares de trabajo limpios, eliminando los derrames tan pronto como se produzcan, es labor del trabajador de realizar este mantenimiento.
- Evitar que los suelos pueden estar impregnados de sustancias resbaladizas.

4.5. Proyecciones Financieras

4.5.1. Inversión Inicial

DESCRIPCION	USD \$	%
<u>INVERSION FIJA</u>		
Muebles de Oficina	\$ 2,040.00	0.70%
Mobiliario de Operación	\$ 19,790.00	6.76%
Equipos de Oficina	\$ 380.00	0.13%
Equipos de Computación	\$ 3,120.00	1.07%
Equipos de Operación	\$ 25,457.00	8.70%
Otros Equipos de Operación	\$ 15,385.00	5.26%
Vehículos	\$ 33,590.00	11.48%
Edificaciones y Otras Construcciones	\$ 86,979.50	29.72%
Terreno	\$ 33,880.00	11.58%
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 220,621.50	75.39%
<u>INVERSION DIFERIDA</u>		
Gastos de Constitución	\$ 1,000.00	0.34%
Permisos, Concesiones y Derechos	\$ 1,275.60	0.44%
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 24,210.00	8.27%
TOTAL INVERSION DIFERIDA	\$ 26,485.60	9.05%
<u>INVERSION CORRIENTE</u>		
Capital Trabajo	\$ 31,605.64	10.80%
Imprevistos (5%)	\$ 13,935.64	4.76%
TOTAL INVERSION CORRIENTE	\$ 45,541.27	15.56%
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 292,648.37	100.00%

Elaboración: Autor

De acuerdo a la información presentada en el plan de inversiones se puede apreciar que el monto inicial a invertir equivale a \$ 292,507.37 para la puesta en marcha del negocio, para esto la inversión se ha dividido en tres grandes grupos:

- ✓ Inversión en Activos Fijos: \$ 220,621.50 (75.39%), es el rubro de mayor impacto debido a que en él se encuentran detallados la compra de terrenos y la construcción de la infraestructura hotelera.
- ✓ Inversión en Activos Diferidos corresponde a los gastos para constitución, adecuaciones y demás gastos necesarios para la operación legal del negocio, su presupuesto total equivale a \$ 26,485.60.
- ✓ Finalmente, la empresa cuenta con un capital de trabajo, el mismo que permitirá financiar rubros de corto plazo (3 meses) hasta que la empresa alcance el nivel de ventas deseado, así el presupuesto es de \$ 45,541.27.

4.5.2. Financiamiento de la Inversión

La inversión inicial sería financiada a través de dos fuentes de financiamiento, tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

DESCRIPCION	USD	%
FONDOS PROPIOS	\$ 150,000.00	51%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 142,648.37	49%
TOTAL	\$ 292,648.37	100.00%

Elaboración: Autor

De darse la opción del crédito, el mismo sería solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN), por tratarse de una entidad pública que apoya el emprendimiento local y garantizaría mejores condiciones de crédito. De este modo, el préstamo estaría sujeto a las siguientes condiciones de financiamiento:

INSTITUCION FINANCIERA:	CFN
MONTO:	\$ 142,648.37
TASA:	10.50%
PLAZO:	5
FRECUENCIA PAGO:	12
CUOTA MENSUAL:	\$ 3,066.07

Elaboración: Autor

De modo que la tabla de amortización³ resumida en forma anual se proyecta de la siguiente manera:

AÑOS	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 22,895.83	\$ 13,897.01	\$ 36,792.84
2	\$ 25,419.03	\$ 11,373.81	\$ 36,792.84
3	\$ 28,220.29	\$ 8,572.55	\$ 36,792.84
4	\$ 31,330.26	\$ 5,462.58	\$ 36,792.84
5	\$ 34,782.97	\$ 2,009.87	\$ 36,792.84
TOTAL	\$ 142,648.37	\$ 41,315.82	\$ 183,964.19

Elaboración: Autor

³ La tabla de amortización mensual se detalla en el Anexo 7

4.5.3. Presupuestos de Operación

A continuación se presenta el presupuesto de los gastos más importantes a llevarse a cabo, una vez que las actividades del negocio se inicien, destacando que para efectos de un escenario más realista, se ha considerado un incremento de 4.10% a partir del segundo periodo de operación como consecuencia del índice de inflación que afecta cada año a la economía nacional. Por su parte, los sueldos y beneficios sociales también tuvieron un incremento en relación a la incorporación salarial de los últimos cinco años equivalente a 10% del sueldo base.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Beneficios	\$ 7,426.94	\$ 89,123.23	\$ 98,035.56	\$ 107,839.11	\$ 118,623.02	\$ 130,485.32
Agua	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 1,249.20	\$ 1,300.42	\$ 1,353.73	\$ 1,409.24
Energía Eléctrica	\$ 300.00	\$ 3,600.00	\$ 3,747.60	\$ 3,901.25	\$ 4,061.20	\$ 4,227.71
Telefonía Fija	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 1,249.20	\$ 1,300.42	\$ 1,353.73	\$ 1,409.24
Internet	\$ 80.00	\$ 960.00	\$ 999.36	\$ 1,040.33	\$ 1,082.99	\$ 1,127.39
Seguros	\$ 61.70	\$ 740.39	\$ 770.75	\$ 802.35	\$ 835.24	\$ 869.49
Mantenimientos	\$ 498.08	\$ 5,976.92	\$ 6,221.97	\$ 6,477.07	\$ 6,742.63	\$ 7,019.08
Suministros de Oficina	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 187.38	\$ 195.06	\$ 203.06	\$ 211.39
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 187.38	\$ 195.06	\$ 203.06	\$ 211.39
Suministros Varios	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 374.76	\$ 390.13	\$ 406.12	\$ 422.77
Combustibles	\$ 300.00	\$ 3,600.00	\$ 3,747.60	\$ 3,901.25	\$ 4,061.20	\$ 4,227.71
TOTAL	\$ 8,926.71	\$ 107,120.54	\$ 116,770.75	\$ 127,342.45	\$ 138,926.00	\$ 151,620.73

Elaboración: Autor

GASTOS DE VENTA	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Elaboración de Banners	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
Compra de Dominio y pagina web	\$ 45.00	\$ 540.00	\$ 562.14	\$ 585.19	\$ 609.18	\$ 634.16
Diseño y elaboración de fan page	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 624.60	\$ 650.21	\$ 676.87	\$ 704.62
Adhesivos para carros	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 2,498.40	\$ 2,600.83	\$ 2,707.47	\$ 2,818.47
Volates y Dópticos informativos a color	\$ 120.00	\$ 1,440.00	\$ 1,499.04	\$ 1,560.50	\$ 1,624.48	\$ 1,691.08
TOTAL	\$ 515.00	\$ 6,180.00	\$ 6,444.18	\$ 6,719.73	\$ 7,007.15	\$ 7,306.94

Elaboración: Autor

OTROS GASTOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciaciones	\$ 1,534.35	\$ 18,412.18	\$ 18,412.18	\$ 18,412.18	\$ 17,372.18	\$ 17,372.18
Amortizaciones	\$ 441.43	\$ 5,297.12	\$ 5,297.12	\$ 5,297.12	\$ 5,297.12	\$ 5,297.12
TOTAL	\$ 1,975.77	\$ 23,709.30	\$ 23,709.30	\$ 23,709.30	\$ 22,669.30	\$ 22,669.30

Elaboración: Autor

GASTOS FINANCIEROS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses del Préstamo	\$ 1,158.08	\$ 13,897.01	\$ 11,373.81	\$ 8,572.55	\$ 5,462.58	\$ 2,009.87
TOTAL	\$ 1,158.08	\$ 13,897.01	\$ 11,373.81	\$ 8,572.55	\$ 5,462.58	\$ 2,009.87

Elaboración: Autor

4.5.4. Presupuesto de Ventas

A continuación se presenta el pronóstico de ventas para el primer periodo, de acuerdo a los 3 tipos de servicios que ofrecería la hostería:

PRODUCTOS/SERVICIOS	PVP	% DEMANDA*	%VENTAS*	OCUPACION	UNIDADES ABSOLUTAS	VENTAS MENSUAL	VENTAS AÑO 1
HOSPEDAJE							
Habitación Sencilla	\$ 25.00	100%	25%	243.00	243.00	\$ 6,075.00	\$ 72,900.00
Habitación Doble	\$ 35.00	100%	25%	243.00	121.50	\$ 4,252.50	\$ 51,030.00
Habitación Triple	\$ 45.00	100%	25%	243.00	81.00	\$ 3,645.00	\$ 43,740.00
Habitación Matrimonial	\$ 30.00	100%	25%	243.00	121.50	\$ 3,645.00	\$ 43,740.00
ALIMENTACION							
Desayuno	\$ 3.00	100%	100%	972.00	972.00	\$ 2,916.00	\$ 34,992.00
ACTIVIDADES TURISTICAS							
Área de Exposiciones	\$ 5.00	100%	16.67%	162.00	162.00	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Cabalgatas	\$ 5.00	100%	16.67%	162.00	162.00	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Recorrido Ciudad	\$ 5.00	100%	16.67%	162.00	162.00	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Ruta del Ferrocarril	\$ 5.00	100%	16.67%	162.00	162.00	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Ruta del Trapiche	\$ 5.00	100%	16.67%	162.00	162.00	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Ruta de las Cascadas	\$ 5.00	100%	16.67%	162.00	162.00	\$ 810.00	\$ 9,720.00
TOTAL						\$ 25,393.50	\$ 304,722.00

Elaboración: Autor

Para los próximos cinco periodos se consideró un incremento de las ventas en función al crecimiento de la industria en un 10% anual como meta esperada a partir del segundo periodo, alcanzado así un nivel de ventas que oscilaría entre \$ 304 mil en el primer periodo hasta \$ 450 mil en el quinto periodo. Vale destacar que el crecimiento sería solo en función del número de visitantes, mas no se incrementarían los precios. En los estados financieros, es posible observar que este nivel de ventas sería favorable para el negocio ya que de darse, es posible obtener utilidad desde el primer periodo, garantizando la rentabilidad y viabilidad de la puesta en marcha de la hostería.

PRODUCTOS/SERVICIOS	VENTAS AÑO 1	VENTAS AÑO 2	VENTAS AÑO 3	VENTAS AÑO 4	VENTAS AÑO 5
HOSPEDAJE					
Habitación Sencilla	\$ 72,900.00	\$ 80,392.02	\$ 88,654.00	\$ 97,765.08	\$ 107,812.52
Habitación Doble	\$ 51,030.00	\$ 56,274.41	\$ 62,057.80	\$ 68,435.56	\$ 75,468.76
Habitación Triple	\$ 43,740.00	\$ 48,235.21	\$ 53,192.40	\$ 58,659.05	\$ 64,687.51
Habitación Matrimonial	\$ 43,740.00	\$ 48,235.21	\$ 53,192.40	\$ 58,659.05	\$ 64,687.51
ALIMENTACION					
Desayuno	\$ 34,992.00	\$ 38,588.17	\$ 42,553.92	\$ 46,927.24	\$ 51,750.01
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVIDADES TURISTICAS					
Área de Exposiciones	\$ 9,720.00	\$ 10,718.94	\$ 11,820.53	\$ 13,035.34	\$ 14,375.00
Cabalgatas	\$ 9,720.00	\$ 10,718.94	\$ 11,820.53	\$ 13,035.34	\$ 14,375.00
Recorrido Ciudad	\$ 9,720.00	\$ 10,718.94	\$ 11,820.53	\$ 13,035.34	\$ 14,375.00
Ruta del Ferrocarril	\$ 9,720.00	\$ 10,718.94	\$ 11,820.53	\$ 13,035.34	\$ 14,375.00
Ruta del Trapiche	\$ 9,720.00	\$ 10,718.94	\$ 11,820.53	\$ 13,035.34	\$ 14,375.00
Ruta de las Cascadas	\$ 9,720.00	\$ 10,718.94	\$ 11,820.53	\$ 13,035.34	\$ 14,375.00
TOTAL VENTAS	\$ 304,722.00	\$ 336,038.65	\$ 370,573.74	\$ 408,658.05	\$ 450,656.33

Elaboración: Autor

4.5.5. Proyección de Estados Financieros

4.5.5.1. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Totales	\$ 304,722.00	\$ 336,038.65	\$ 370,573.74	\$ 408,658.05	\$ 450,656.33
TOTAL INGRESOS	\$ 304,722.00	\$ 336,038.65	\$ 370,573.74	\$ 408,658.05	\$ 450,656.33
Costos de Operación					
Materias Primas Directas e Indirectas	\$ 13,122.00	\$ 13,660.00	\$ 14,220.06	\$ 14,803.08	\$ 15,410.01
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 291,600.00	\$ 322,378.64	\$ 356,353.68	\$ 393,854.96	\$ 435,246.32
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos	\$ 107,120.54	\$ 116,770.75	\$ 127,342.45	\$ 138,926.00	\$ 151,620.73
Gastos de Ventas	\$ 6,180.00	\$ 6,444.18	\$ 6,719.73	\$ 7,007.15	\$ 7,306.94
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 23,709.30	\$ 23,709.30	\$ 23,709.30	\$ 22,669.30	\$ 22,669.30
Total Gastos de Operación	\$ 137,009.84	\$ 146,924.23	\$ 157,771.48	\$ 168,602.44	\$ 181,596.96
Utilidad/Perdida Operacional	\$ 154,590.16	\$ 175,454.41	\$ 198,582.20	\$ 225,252.52	\$ 253,649.35
Gastos Financieros					
Intereses Pagados	\$ 13,897.01	\$ 11,373.81	\$ 8,572.55	\$ 5,462.58	\$ 2,009.87
Utilidad Antes de Participación	\$ 140,693.15	\$ 164,080.60	\$ 190,009.65	\$ 219,789.94	\$ 251,639.48
Participación Utilidades	\$ 21,103.97	\$ 24,612.09	\$ 28,501.45	\$ 32,968.49	\$ 37,745.92
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 119,589.18	\$ 139,468.51	\$ 161,508.20	\$ 186,821.45	\$ 213,893.56
Impuesto a la Renta	\$ 27,505.51	\$ 30,683.07	\$ 35,531.80	\$ 41,100.72	\$ 47,056.58
Utilidad/Pérdida Neta	\$ 92,083.67	\$ 108,785.44	\$ 125,976.40	\$ 145,720.73	\$ 166,836.97

Elaboración: Autor

4.5.5.2. Balance General Final Proyectado

ACTIVOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 45,541.27	\$ 138,438.41	\$ 245,514.12	\$ 366,979.52	\$ 504,039.28	\$ 658,762.59
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 45,541.27	\$ 138,438.41	\$ 245,514.12	\$ 366,979.52	\$ 504,039.28	\$ 658,762.59
ACTIVOS FIJOS						
Muebles de Oficina	\$ 2,040.00	\$ 2,040.00	\$ 2,040.00	\$ 2,040.00	\$ 2,040.00	\$ 2,040.00
Mobiliario de Operación	\$ 19,790.00	\$ 19,790.00	\$ 19,790.00	\$ 19,790.00	\$ 19,790.00	\$ 19,790.00
Equipos de Oficina	\$ 380.00	\$ 380.00	\$ 380.00	\$ 380.00	\$ 380.00	\$ 380.00
Equipos de Computación	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00
Equipos de Operación	\$ 25,457.00	\$ 25,457.00	\$ 25,457.00	\$ 25,457.00	\$ 25,457.00	\$ 25,457.00
Otros Equipos de Operación	\$ 15,385.00	\$ 15,385.00	\$ 15,385.00	\$ 15,385.00	\$ 15,385.00	\$ 15,385.00
Vehículos	\$ 33,590.00	\$ 33,590.00	\$ 33,590.00	\$ 33,590.00	\$ 33,590.00	\$ 33,590.00
Edificaciones y Otras Construcciones	\$ 86,979.50	\$ 86,979.50	\$ 86,979.50	\$ 86,979.50	\$ 86,979.50	\$ 86,979.50
Terreno	\$ 33,880.00	\$ 33,880.00	\$ 33,880.00	\$ 33,880.00	\$ 33,880.00	\$ 33,880.00
(-) Depreciación Acumulada	0	\$ (18,412.18)	\$ (36,824.35)	\$ (55,236.53)	\$ (72,608.70)	\$ (89,980.88)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 220,621.50	\$ 202,209.33	\$ 183,797.15	\$ 165,384.98	\$ 148,012.80	\$ 130,640.63
ACTIVOS INTANGIBLES						
Gastos de Pre-Operación	\$ 26,485.60	\$ 26,485.60	\$ 26,485.60	\$ 26,485.60	\$ 26,485.60	\$ 26,485.60
(-) Amortización Acumulada	0	\$ (5,297.12)	\$ (10,594.24)	\$ (15,891.36)	\$ (21,188.48)	\$ (26,485.60)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 26,485.60	\$ 21,188.48	\$ 15,891.36	\$ 10,594.24	\$ 5,297.12	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 292,648.37	\$ 361,836.21	\$ 445,202.63	\$ 542,958.73	\$ 657,349.20	\$ 789,403.21
PASIVOS						
PASIVOS A LARGO PLAZO						
Préstamo Bancario	\$ 142,648.37	\$ 119,752.55	\$ 94,333.52	\$ 66,113.23	\$ 34,782.97	\$ 0.00
TOTAL DE PASIVOS	\$ 142,648.37	\$ 119,752.55	\$ 94,333.52	\$ 66,113.23	\$ 34,782.97	\$ 0.00
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 92,083.67	\$ 108,785.44	\$ 125,976.40	\$ 145,720.73	\$ 166,836.97
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 92,083.67	\$ 200,869.11	\$ 326,845.50	\$ 472,566.24
TOTAL PATRIMONIO	\$ 150,000.00	\$ 242,083.67	\$ 350,869.11	\$ 476,845.50	\$ 622,566.24	\$ 789,403.21
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 292,648.37	\$ 361,836.21	\$ 445,202.63	\$ 542,958.73	\$ 657,349.20	\$ 789,403.21

Elaboración: Autor

4.6. Evaluación Financiera

4.6.1. Flujo de Caja Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas		\$ 304,722.00	\$ 336,038.65	\$ 370,573.74	\$ 408,658.05	\$ 450,656.33
Total Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 304,722.00	\$ 336,038.65	\$ 370,573.74	\$ 408,658.05	\$ 450,656.33
EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Operación		\$ 13,122.00	\$ 13,660.00	\$ 14,220.06	\$ 14,803.08	\$ 15,410.01
Gastos Administrativos		\$ 107,120.54	\$ 116,770.75	\$ 127,342.45	\$ 138,926.00	\$ 151,620.73
Gastos de Venta		\$ 6,180.00	\$ 6,444.18	\$ 6,719.73	\$ 7,007.15	\$ 7,306.94
Total Egresos Operacionales	\$ -	\$ 126,422.54	\$ 136,874.94	\$ 148,282.25	\$ 160,736.23	\$ 174,337.68
FLUJO OPERACIONAL	\$ -	\$ 178,299.46	\$ 199,163.71	\$ 222,291.49	\$ 247,921.81	\$ 276,318.65
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Préstamo Bancario	\$ 142,648.37	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fondos Propios	\$ 150,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos No Operacionales	\$ 292,648.37	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Inversión Fija	\$ 220,621.50					
Inversión Diferida	\$ 26,485.60					
Inversión Corriente	\$ 45,541.27					
Pago de Capital de Préstamo		\$ 22,895.83	\$ 25,419.03	\$ 28,220.29	\$ 31,330.26	\$ 34,782.97
Pago de Intereses de Préstamo		\$ 13,897.01	\$ 11,373.81	\$ 8,572.55	\$ 5,462.58	\$ 2,009.87
Participaciones de Utilidades		\$ 21,103.97	\$ 24,612.09	\$ 28,501.45	\$ 32,968.49	\$ 37,745.92
Impuesto a la Renta		\$ 27,505.51	\$ 30,683.07	\$ 35,531.80	\$ 41,100.72	\$ 47,056.58
Total Egresos No Operacionales	\$ 292,648.37	\$ 85,402.32	\$ 92,088.00	\$ 100,826.09	\$ 110,862.05	\$ 121,595.34
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ -	\$ (85,402.32)	\$ (92,088.00)	\$ (100,826.09)	\$ (110,862.05)	\$ (121,595.34)
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -	\$ 92,897.14	\$ 107,075.71	\$ 121,465.40	\$ 137,059.76	\$ 154,723.30

Elaboración: Autor

4.6.2. Análisis de Rentabilidad

Debido a que la fuente de financiamiento del proyecto es mixta, es importante contrastar las tasas de descuento tanto de los inversionistas como del préstamo bancario, con la finalidad de establecer una tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) bajo la cual sería evaluada el proyecto. Así se obtiene que el retorno mínimo esperado debe mayor a 11.46%, solo así se consideraría rentable el proyecto.

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
FONDOS PROPIOS	\$ 150,000.00	51%	12.38%	6.345%
FINANCIAMIENTO	\$ 142,648.37	49%	10.50%	5.118%
TMAR				11.46%

Elaboración: Autor

Finalmente, la tasa interna de retorno arrojada por el proyecto determina la rentabilidad del negocio, ya que este es superior a la tasa mínima de descuento en 16% aproximadamente, lo que establece que ese sería el retorno de los inversionistas una vez recuperada su inversión. Por su parte, otro indicador de rentabilidad es el valor actual neto que representa el valor presente de los flujos de caja futuros originados por la inversión inicial del proyecto y descontados a una tasa que este caso sería (11.46%); de esta forma por ser positivo y mayor a cero (\$143,319.34) confirma la rentabilidad del negocio.

TMAR	11.46%
TIR	27.89%
VAN	\$143,319.34

Elaboración: Autor

4.6.3. Análisis del Punto de Equilibrio

Aplicando la fórmula del punto de equilibrio: $\text{Costos Fijos Totales} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario})$ se obtuvo el punto de equilibrio en unidades físicas y aplicando la fórmula: $(\text{Punto de Equilibrio en Unidades Físicas} \times \text{Precio de Venta})$ se calculó el nivel de ventas en equilibrio (unidades monetarias) tal y como se muestra en la siguiente tabla:

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
DESCRIPCION	PROMEDIO
COSTOS FIJOS	\$ 158,380.99
COSTOS VARIABLES	\$ 14,243.03
P.V.P.	\$ 33.75
VENTAS	\$ 374,129.75
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 0.73
UNIDADES FISICAS	19,440
PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES FISICAS)	4,796.90
PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES MONETARIAS)	\$ 161,895.52
% RELACION P.E./VENTAS	43.27%

Elaboración: Autor

Esto significa que el negocio debe alcanzar al menos el 43% de sus metas planteadas para mantener los costo y así evitar pérdidas en el negocio, de esta manera, el nivel de ventas a alcanzar es equivalente a \$ 374 mil en promedio durante los próximos cinco periodos proyectados.

4.6.4. Análisis de Ratios

	2012	2013	2014	2015	2016	Promedio
Índice de Liquidez						
Liquidez Corriente	1.16	2.60	5.55	14.49	14.49	7.66
Índice de Gestión						
Impacto Gastos	44.96%	43.72%	42.57%	41.26%	40.30%	42.56%
Carga Financiera	4.56%	3.38%	2.31%	1.34%	0.45%	2.41%
Rotación de Activos Fijos	1.51	1.83	2.24	2.76	3.45	2.36
Rotación de Ventas	0.84	0.75	0.68	0.62	0.57	0.69
Índice de Endeudamiento						
Endeudamiento Activo	33.1%	21.2%	12.2%	5.3%	0.0%	14.35%
Endeudamiento Patrimonial	0.49	0.27	0.14	0.06	0.00	0.19
Endeudamiento del Activo Fijo	1.20	1.91	2.88	4.21	6.04	3.25
Apalancamiento	1.49	1.27	1.14	1.06	1.00	1.19
Índice de Rentabilidad						
Rentabilidad Neta	30.22%	32.37%	33.99%	35.66%	37.02%	33.85%

Elaboración: Autor

Los indicadores financieros determinan lo siguiente:

1. El negocio es bastante solvente ya que por cada dólar que la empresa posee en activo tiene 7.66 dólares más de liquidez para cubrir sus deudas, lo cual es reflejado en el índice de endeudamiento ya que como se observa, el nivel de endeudamiento apenas corresponde a un 14.35%
2. La gestión de los gastos es eficiente porque se mantiene un promedio de 42% en los próximos cinco periodos, lo que significa que por cada dólar recibido en ventas, la empresa utiliza \$ 0.42 para financiar sus gastos; mientras que la rentabilidad del negocio es bastante atractiva ya que el índice de margen neto se mantiene en un 33.85% en promedio, lo que significa que por cada dólar que le empresa recibe en ventas, le quedan \$ 0.33 de utilidad neta (libre de participaciones a trabajadores e impuestos), factores que sin lugar a duda dejan evidenciada la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

4.6.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACION			
Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$ 292,648.37	\$ 199,972.84	\$ 92,675.53
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete	\$ 121,465.40	12	\$ 10,122.12
Número de Meses	\$ 92,675.53	\$ 10,122.12	9
PERIODO DE RECUPERACION	2	Años	9 Meses

Elaboración: Autor

En relación al periodo de recuperación, se aplico el método de flujos del PAYBACK y se establece que el negocio recuperaría su inversión en un lapso estimado de 2 años y 9 meses; por lo que es factible el desarrollo del proyecto, ya que la inversión se recupera dentro de los plazos estipulados.

4.6.6. Análisis de Sensibilidad

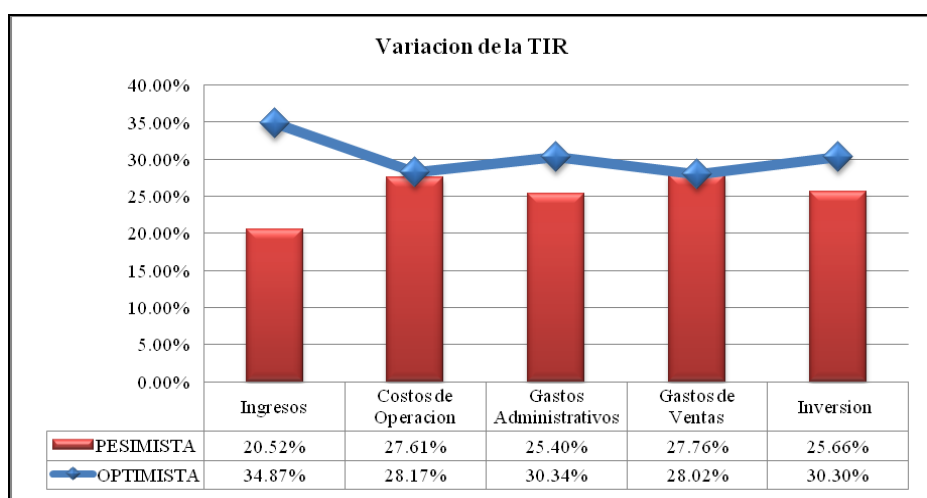
Para determinar las variables a las cuales el proyecto es más sensible se realizaron dos escenarios, afectando a las siguientes variables en un 5% según sea el caso, es decir para un escenario optimista y un escenario pesimista, según la tabla descrita a continuación:

VARIABLES	OPTIMISTA	PESIMISTA
Ingresos	5.00%	-5%
Costos de Operación	-5.00%	5%
Gastos Administrativos	-5.00%	5%
Gastos de Ventas	-5.00%	5%
Inversión	-5.00%	5%

Elaboración: Autor

- **Sensibilidad de la TIR**

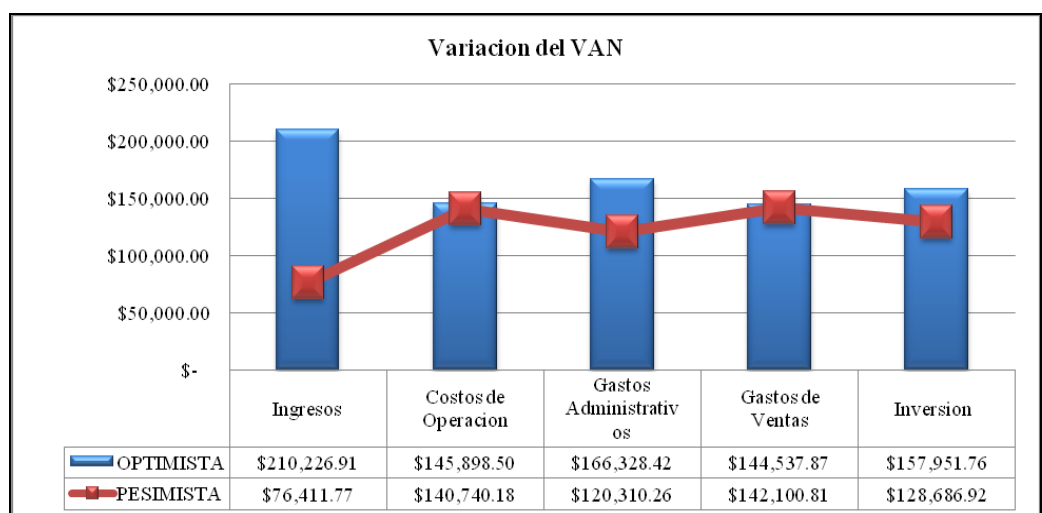
En relación al análisis de la TIR se puede apreciar que este indicador es muy sensible a la variable Ingresos, pues una fluctuación de 5% hace que pase de 20% en un escenario pesimista a 34% en un escenario optimista, lo cual es claramente visible en la gráfica. Las demás variables por su parte tienen una ligera variación que en realidad no es muy representativa.



Elaboración: Autor

- **Sensibilidad del VAN**

El análisis del VAN guarda relación con la TIR, puesto que al igual que el escenario anterior, la variable ingreso es la que mayor sensibilidad presenta en el proyecto, puesto que una fluctuación de 5% hace que el van sea \$ 76.411.77 en un escenario pesimista y prácticamente en un escenario optimista esta cifra se triplica hasta \$ 210,226.91.



Elaboración: Autor

CONCLUSIONES

En el trayecto de la investigación se pudo determinar cuán importante y conveniente resultaría el planteamiento de turismo ecológico en el sector, considerándose como una oportunidad de desarrollo para la comunidad local debido a los beneficios que propone el concepto de sostenibilidad; tomando en cuenta que el turismo es un hecho social irreversible que genera una serie de intercambios que tienen consecuencias de muchos tipos, pero fundamentalmente económicas y ahora también ecológicas. Por esta razón, la Hostería "Piedra Blanca" busca implementar esta propuesta de turismo bajo los lineamientos de sostenibilidad, de modo que este turismo no sólo satisfaga las necesidades de los visitantes sino que al mismo tiempo proteja y mejore las condiciones naturales del sector y fomente el desarrollo económico de la comunidad, promoviendo la incursión de nuevas oportunidades de desarrollo.

El diseño de la infraestructura hotelera se conjuga con la naturaleza, mediante un ambiente rústico, a fin de brindar a los visitantes un servicio de calidad dentro de instalaciones de primer nivel y amigables con el medio ambiente; además de proporcionar actividades previamente programadas en donde el visitante tiene la opción de conocer más sobre la cultura local y aportar para el desarrollo de la misma.

Por otra parte, es necesario mencionar ciertos aspectos relevantes que dan las pautas para la implementación de esta propuesta, tales como el alto grado de aceptación que tendría el turismo ecológico, según los resultados de la investigación de mercado.

En igual sentido, el grado de atractivo del mercado es bastante elevado, por las pocas barreras de entrada que tendrían los inversionistas al momento de ejecutar la hostería, no menospreciando lo que pudieren hacer competidores como "D'Franco" y "Casa de Piedra" quienes tienen una infraestructura similar a la que "Hostería Piedra Blanca" pretende llevar a cabo.

Asimismo, proyecto sería viable financieramente debido a que los ingresos generados por el negocio, permitirían que los socios recuperen su inversión en un plazo no mayor cinco años, y además arrojando una tasa interna de retorno de 27.% (aproximadamente) que supera el rendimiento mínimo requerido que es 11.46%. Como se observa, se podría concluir diciendo que esta propuesta más que rentable resulta beneficiosa para todos los agentes económicos (empresa, clientes, comunidad y naturaleza) debido al impacto que hoy en día tiene la protección de estos recursos tan importantes.

Se recomienda que para que el proyecto tenga la acogida esperada, es importante la colaboración de la comunidad local, de modo que ellos estén conscientes de los beneficios que el Turismo Ecológico representa y así convertirse en el pilar fundamental de esta propuesta; por eso sería recomendable también que la Hostería "Piedra Blanca" impulse brigadas de comunicación en el sector, para así dar a conocer las ventajas de este proyecto y hacer de la comunidad su principal aliado para el desarrollo económico y ecológico del sector.

Además, sería conveniente que los socios de la hostería realicen es ciertos estudios para mejorar la atención a los clientes y así obtener alguna certificación de calidad, como las normas ISO, certificados Verdes, etc.

El trabajo en conjunto con el Municipio y la Cámara de Turismo de Bucay, y Prefectura del Guayas o Ministerio de Turismo, sería una gran estrategia para fomentar el desarrollo de la comunidad de manera que sea palpable el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Bucay y se creen fuentes de trabajo, se construyan vías de fácil acceso y permita desarrollar este turismo en otros sectores aledaños.

RECOMENDACIONES

Para que los resultados obtenidos por el negocio se mantengan o se logren perfeccionar se recomienda lo siguiente:

- ✓ Analizar probabilidad de expandir los recorridos turísticos hacia otras comunidades fuera de Bucay, por ejemplo a poblaciones cercanas como Chillanes perteneciente a la provincia de Bolívar.
- ✓ Realizar convenios con instituciones públicas o privadas, a fin de obtener patrocinios para eventos de promoción de la cultura de Bucay y así dar a conocer los servicios de la hostería.
- ✓ Capacitar constantemente al personal, para que este al día en temas, culturales, históricos y pedagógicos.
- ✓ Trabajar con operadoras de turismo para fomentar la afluencia de turistas en la hostería "Piedra Blanca".

BIBLIOGRAFÍA

- Barragan, R., Salman, T., Ayllon, V., & Sanjines, J. (2003). *Guia para la formulacion y ejecucion de proyectos de investigacion*. La Paz: Fundacion PIEB.
- Bersanelli, M., & Gargantin, M. (2006). Libros Wikipedia. Recuperado de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n>
- Bolaños, Tomas. (1996). *Recreación y Valores*. Armenia. Colombia.
- Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. ICFES: Bogotá.
- Burk, I. (1977) *Psicología General*. Caracas. Venezuela. Ediciones 5ta Edición.
- Butler, G. (1976) *Introduction to Community Recreation*. New York. Mc Graw Hill.
- Cifras de la Balanza Turística del Boletín de Estadísticas Turísticas 2005-2009. Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010 1
- Cifras del Turismo Interno del Boletín de Estadísticas Turísticas 2005-2009. Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010
- Gonzales, M. (2008). *Turismo Rural Ecuador*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Ecuador. Pp. 4
- Hernandez, B. (2001). *Tecnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Lamb, Ch. (2006). *Marketing*. Cengage Learning Editores.
- Mercado, G. (s.f.). *Problemática ambiental del turismo y propuestas de solución en el Marco Jurídico*. México. Recuperado de: http://www.ceja.org.mx/articulo.php?id_rubrique=183&id_article=1879
- Ministerio de Turismo (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014*. Recuperado de: http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE_2014_Turismo_Internacional.pdf
- Ministra de Turismo presenta proyecto PLANDETUR 2020. (2006). Boletines de prensa del Ministerio de Turismo del Ecuador. Quito.

Recuperado de:

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=157

Molina, J., García, J. (2006). *Técnicas de Análisis de Datos. Aplicaciones prácticas utilizando Microsoft Excel y WEKA.*

Naghi, M. (2000). *Metodología de la investigación.* (2a Edición). Editorial Limusa.

Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

“PLANDETUR 2020”. (2006). Ministerio de Turismo. Ecuador.

Ramos, E. (2008). Métodos y Técnicas de Investigación. Recuperado de:
<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>

Tourism & Leisure Advisory Services (2009). *Objetivos Estratégicos del Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador* PIMTE 2014. Ministerio de Turismo. Ecuador.

Turismo sostenible en Ecuador: Proyecto Local (s.f.). Recuperado de:
http://www.proyectolocal.org/proyectos_detalle.php?proyecto_id=17&tipo_id=cooperaci%C3%B3n

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

Propósito de la encuesta: Determinar el perfil del cliente y el grado de aceptación respecto a la implementación de una hostería ecológica en el cantón Bucay.

Cuestionario de la Encuesta:

Generales:

Sexo:

Masculino ____

Femenino ____

Edad:

Menos de 20 ____

De 21 a 30 ____

De 31 a 40 ____

De 41 a 50 ____

De 51 a 60 ____

Más de 60 ____

Ocupación

Estudiante ____

Empleado dependiente ____

Empleado independiente ____

Jubilado ____

Desempleado ____

1. ¿Qué tipo de turismo realiza?

Sol y Playa ____

Turismo rural ____

Turismo religioso ____

Turismo cultural ____

Turismo ecológico ____

Turismo de aventura ____

2. ¿Con qué frecuencia viaja?

1 vez al mes ____

Mensualmente ____

Quincenalmente ____

Trimestralmente ____

1 vez al año ____

Feridos ____

Vacaciones ____

Otro ____

3. ¿Cuándo viaja generalmente lo hace..?

Solo ____

Con su pareja ____

Con familiares ____

Con amigos ____

4. ¿Cuánto tiempo permanece en el lugar que visita?

Menos de 1 día ____

1 día ____

2 días ____

3 días ____

Más de 3 días ____

Otro ____

5. ¿Cuál ha sido su gasto promedio por alojamiento?

Menos de \$ 20 ____

De \$ 20 a \$ 25 ____

De \$ 26 a \$ 30 ____

De \$ 31 a \$ 35 ____

Más de \$ 36 ____

6. ¿Conoce Bucay?

Si ____

No ____

7. ¿Le gustaría visitar un Bucay y hospedarse en un Ecolodge (hostería ecológica)?

Si ____

No ____

Quizás ____

8. ¿Qué actividades le gustaría realizar mientras se hospeda en el Ecolodge?

Caminatas asistidas ____

Ciclismo ____

Cabalgatas ____

Paseos a las cascadas ____

Avistamiento de la flora y fauna ____

Otras ____ Indique; _____

ANEXO 2. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

SEXO		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MASCULINO	173	45%
FEMENINO	211	55%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

EDAD		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MENOS DE 20	49	13%
DE 21 A 30	169	44%
DE 31 A 40	108	28%
DE 41 A 50	42	11%
DE 51 A 60	12	3%
MAS DE 60	4	1%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

OCUPACION		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
ESTUDIANTE	161	42%
INDEPENDIENTE	96	25%
DESEMPLEADO	12	3%
DEPENDIENTE	115	30%
JUBILADO	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

TIPOS DE TURISMO		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
SOL Y PLAYA	105	28%
T. RURAL	5	1%
T. RELIGIOSO	53	14%
T. CULTURAL	67	18%
T. ECOLOGICO	88	23%
T. DE AVENTURA	66	17%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

FRECUENCIA DE VIAJE		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
1 AL MES	34	9%
QUINCENAL	42	11%
MENSUAL	96	25%
TRIMESTRAL	92	24%
AL AÑO	23	6%
FERIADOS	50	13%
VACACIONES	35	9%
OTRO	12	3%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

CON QUIEN VIAJA		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
SOLO	4	1%
PAREJA	92	24%
FAMILIA	123	32%
AMIGOS	165	43%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

GASTO DE ALOJAMIENTO		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MENOS DE \$20	73	19%
DE \$20 A \$25	115	30%
DE \$26 A \$30	81	21%
DE \$31 A \$35	42	11%
MAS DE 36	73	19%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

TIEMPO DE VISITA		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
MENOS DE 1 DIA	19	5%
1 DIA	27	7%
2 DIAS	184	48%
3 DIAS	100	26%
MAS DE 3 DIAS	46	12%
OTRO	8	2%
TOTAL	384	100%

CONOCE BUCAY		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
SI	150	39%
NO	234	61%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

LE GUSTARIA VISITAR BUCAY		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
SI	296	77%
NO	73	19%
QUIZAS	15	4%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

ACTIVIDADES A REALIZAR		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
CAMINATA	54	15%
CICLISMO	63	16%
CABALGATAS	69	18%
CASCADAS	124	32%
FLORA Y FAUNA	74	19%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Autor

ANEXO 3. PRESUPUESTOS DE OBRA CIVIL

CONSTRUCCION DE CABANAS (10x8m) = 80 m²			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<i>Construcción</i>			
Bastidores de madera con soleras de viguetas estructurales	6	\$ 4,500.00	\$ 27,000.00
Forro externo base de triplay ranurado	6	\$ 1,200.00	\$ 7,200.00
Losa integrada a zapatas corridas perimetrales	6	\$ 950.00	\$ 5,700.00
<i>Instalaciones</i>			
Piezas sanitarias	6	\$ 450.00	\$ 2,700.00
Instalaciones Eléctricas y de Gasfitería	6	\$ 200.00	\$ 1,200.00
Puertas y Ventanas	6	\$ 200.00	\$ 1,200.00
<i>Mano de Obra</i>			
Sueldo Obreros de Construcción	30	\$ 292.00	\$ 8,760.00
TOTAL			\$ 53,760.00

Elaboración: Autor

CONSTRUCCION DE CABANA PRINCIPAL (20x10m) = 250 m²			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<i>Construcción</i>			
Bastidores de madera con soleras de viguetas estructurales	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Forro externo base de triplay ranurado	1	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00
Losa integrada a zapatas corridas perimetrales	1	\$ 17,500.00	\$ 17,500.00
<i>Instalaciones</i>			
Piezas sanitarias	2	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00
Instalaciones Eléctricas y de Gasfitería	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Puertas y Ventanas	1	\$ 500.00	\$ 500.00
<i>Mano de Obra</i>			
Sueldo Obreros de Construcción	8	\$ 292.00	\$ 2,336.00
TOTAL			\$ 25,636.00

Elaboración: Autor

CONSTRUCCION DE INVERNADERO CASERO (4x10m) = 40m²			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<i>Construcción</i>			
Tubos galvanizados	50	\$ 30.00	\$ 1,500.00
Malla anti-afidos	50	\$ 2.50	\$ 125.00
Plástico anti-afidos	50	\$ 3.25	\$ 162.50
Alambre Zig-Zag	50	\$ 1.50	\$ 75.00
Perfil Sujetador	100	\$ 0.75	\$ 75.00
<i>Instalaciones</i>			
Tornillos con punta de broca	100	\$ 0.10	\$ 10.00
<i>Mano de Obra</i>			
Sueldo Obreros de construcción	3	\$ 292.00	\$ 876.00
TOTAL			\$ 2,823.50

Elaboración: Autor

CONSTRUCCION DE ESTABLO (5x15m) = 75m²			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<i>Construcción</i>			
Construcción de zanjas para cimientos	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Madera Aserradero	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Elaboración, nivelación y colocación de adobes para establo	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Colocación de postes para establos	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Colocación de vigas sala de cría	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Armado y colocación de techo	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Mallas y techo de zinc	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Pulido y enfrocado de piso para casa de crías	1	\$ 300.00	\$ 300.00
<i>Instalaciones</i>			
Instalación de tuberías y toma de agua para bebederos	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Adecuación de establo y pintada	1	\$ 200.00	\$ 200.00
<i>Mano de Obra</i>			
Sueldo Obreros de construcción	5	\$ 292.00	\$ 1,460.00
TOTAL			\$ 4,760.00

Elaboración: Autor

ANEXO 4. PRESUPUESTO DE EQUIPOS

EQUIPOS DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<i>Habitaciones</i>			
Aire Acondicionado 9000 BTU-TEKNO	18	\$ 420.00	\$ 7,560.00
Teléfonos convencionales	18	\$ 12.00	\$ 216.00
TV LCD 32" RIVIERA	18	\$ 400.00	\$ 7,200.00
<i>Hostería</i>			
TV LCD 50" RIVIERA	1	\$ 750.00	\$ 750.00
Lavadora LG 32 Lb 14 ciclos lavado	1	\$ 575.00	\$ 575.00
Secadora Whirlpool a gas 35 Lb	1	\$ 577.00	\$ 577.00
Calentador de agua	4	\$ 320.00	\$ 1,280.00
Generador Energía Eléctrica	1	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00
Ventilador de techo	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Caja Registradora	1	\$ 390.00	\$ 390.00
Teléfonos Fax	1	\$ 107.00	\$ 107.00
Dispensador de Agua	1	\$ 90.00	\$ 90.00
<i>Restaurante</i>			
Ventilador de techo	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Cocina a gas	1	\$ 632.00	\$ 632.00
Refrigerador de 2 puertas	1	\$ 1,505.00	\$ 1,505.00
Olla Arrocera industrial	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Campanas de Olores	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Batidoras, Sanducheras, Extractores	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Estanterías de aluminio	4	\$ 70.00	\$ 280.00
Congelador	1	\$ 570.00	\$ 570.00
Utensilios de Cocina y de menaje	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Juego de Vajillas de porcelana	20	\$ 15.00	\$ 300.00
Juego de Vasos	20	\$ 4.50	\$ 90.00
Juego de Cubiertos	20	\$ 5.00	\$ 100.00
Juego de Ollas y Sartenes	4	\$ 50.00	\$ 200.00
Juego de Cuchillos	2	\$ 30.00	\$ 60.00
TOTAL			\$ 25,457.00

Elaboración: Autor

MOBILIARIO DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<u>Habitaciones</u>			
Veladores	30	\$ 45.00	\$ 1,350.00
Muebles para Baño	18	\$ 40.00	\$ 720.00
Colchón de 2 plazas + base	14	\$ 150.00	\$ 2,100.00
Colchón de 1.5 plazas + base	6	\$ 110.00	\$ 660.00
Armarios	18	\$ 75.00	\$ 1,350.00
Soportes de TV	19	\$ 35.00	\$ 665.00
Cajoneras	18	\$ 50.00	\$ 900.00
Mesas	18	\$ 40.00	\$ 720.00
Sillas	36	\$ 25.00	\$ 900.00
<u>Hostería</u>			
Sillones de Espera	2	\$ 275.00	\$ 550.00
Mesa de centro	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Counter de Recepción	1	\$ 650.00	\$ 650.00
Sillón ejecutivo	1	\$ 140.00	\$ 140.00
Archivador de Recepción	1	\$ 80.00	\$ 80.00
<u>Restaurante</u>			
Juego de Anaqueles altos y bajos	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Juego de Comedor de 4 sillas	10	\$ 300.00	\$ 3,000.00
<u>Exteriores</u>			
Juego de Parasoles, Mesas y Sillas	18	\$ 120.00	\$ 2,160.00
Sillas Perezosas Rimax	6	\$ 50.00	\$ 300.00
Juego de mesa de madera de tronco	5	\$ 200.00	\$ 1,000.00
Graderíos de madera para canchas	2	\$ 500.00	\$ 1,000.00
TOTAL			\$ 19,790.00

Elaboración: Autor

OTROS EQUIPOS DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<u>Hostería</u>			
Equipos de Primeros Auxilios	7	\$ 25.00	\$ 175.00
Circuito de Monitoreo por Cámaras de Seguridad	2	\$ 620.00	\$ 1,240.00
Accesorios de Decoración de Habitaciones	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Extintores de polvo químico	10	\$ 50.00	\$ 500.00
Sábanas, Edredones, Almohadas y Toallas	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Accesorios varios para habitaciones	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Contenedores de basura	4	\$ 295.00	\$ 1,180.00
<u>Exteriores</u>			
Arcos de Futbol	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Columpios	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Sube y Baja	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Cajon de arena	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Resbaladeras	1	\$ 250.00	\$ 250.00
TOTAL			\$ 15,385.00

Elaboración: Autor

MUEBLES OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorios Ejecutivos	4	\$ 225.00	\$ 900.00
Sillones Ejecutivos	4	\$ 125.00	\$ 500.00
Sillas de Visita	8	\$ 30.00	\$ 240.00
Archivadores Aéreos	8	\$ 50.00	\$ 400.00
TOTAL			\$ 2,040.00

Elaboración: Autor

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadores de Escritorio	4	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Impresora Multifuncional	4	\$ 120.00	\$ 480.00
Router Inalámbrico	4	\$ 60.00	\$ 240.00
TOTAL			\$ 3,120.00

Elaboración: Autor

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfonos Inalámbricos	4	\$ 45.00	\$ 180.00
Calculadoras, perforadoras, grapadoras	4	\$ 50.00	\$ 200.00
TOTAL			\$ 380.00

Elaboración: Autor

ANEXO 5. PRESUPUESTO DE GASTOS DE PRE-OPERACION

GASTOS DE CONSTITUCION			
DESCRIPCION	CANT.	C.UNITARIO	C. TOTAL
Acta de Constitución	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Emisión del RUC	1	\$ -	\$ -
TOTAL			\$ 1,000.00

Elaboración: Autor

PERMISOS, CONCESIONES Y DERECHOS			
DESCRIPCION	CANT.	C.UNITARIO	C. TOTAL
Registro de Turismo y Licencia única Anual de Funcionamiento	1	\$ 142.00	\$ 142.00
Pago de la Patente Municipal	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Pago de Permisos a los Bomberos	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Pago de Permiso de Uso de Suelo	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Pago del 1x1000 al Fondo Mixto de Promoción	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Permiso Sanitario de Funcionamiento	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Certificado de Medio Ambiente	1	\$ 43.60	\$ 43.60
Afiliación a la Cámara de Turismo de Guayas	1	\$ 240.00	\$ 240.00
TOTAL			\$ 1,275.60

Elaboración: Autor

ADECUACIONES E INSTALACIONES			
DESCRIPCION	CANT.	C.UNITARIO	C. TOTAL
Plaza de Acceso	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Arborización	1	\$ 900.00	\$ 900.00
Adecuación de Cafetería	1	\$ 810.00	\$ 810.00
Adecuación de Áreas Verdes	1	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Adecuación de Hostería	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Adecuación Sistema de Riego	1	\$ 2,000.00	\$ 5,000.00
Adecuación de Camineras	1	\$ 1,200.00	\$ 3,500.00
TOTAL			\$ 24,210.00

Elaboración: Autor

ANEXO 6. CAPITAL DE TRABAJO

DETALLES	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
<u>COSTOS DE OPERACION</u>	1,093.50	1,093.50	1,093.50	3,280.50
Materias Primas Directas e Indirectas	\$ 1,093.50	\$ 1,093.50	\$ 1,093.50	\$ 3,280.50
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	\$ 8,626.71	\$ 8,626.71	\$ 8,626.71	\$ 26,780.14
Sueldos y Beneficios	\$ 7,426.94	\$ 7,426.94	\$ 7,426.94	\$ 22,280.81
Agua	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 300.00
Energia Electrica	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 900.00
Telefonia Fija	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 300.00
Internet	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 240.00
Seguros	\$ 61.70	\$ 61.70	\$ 61.70	\$ 185.10
Mantenimientos	\$ 498.08	\$ 498.08	\$ 498.08	\$ 1,494.23
Suministros de Oficina	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 45.00
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 45.00
Suministros Varios	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Combustibles	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 900.00
<u>GASTOS DE VENTA</u>	\$ 515.00	\$ 515.00	\$ 515.00	\$ 1,545.00
Publicidad y Promocion	\$ 515.00	\$ 515.00	\$ 515.00	\$ 1,545.00
CAPITAL DE TRABAJO	10,235.21	10,235.21	10,235.21	31,605.64

Elaboración: Autor

ANEXO 7. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACION
0				\$ 142,648.37
1	\$ 1,817.90	\$ 1,248.17	\$ 3,066.07	\$ 140,830.48
2	\$ 1,833.80	\$ 1,232.27	\$ 3,066.07	\$ 138,996.67
3	\$ 1,849.85	\$ 1,216.22	\$ 3,066.07	\$ 137,146.82
4	\$ 1,866.04	\$ 1,200.03	\$ 3,066.07	\$ 135,280.79
5	\$ 1,882.36	\$ 1,183.71	\$ 3,066.07	\$ 133,398.43
6	\$ 1,898.83	\$ 1,167.24	\$ 3,066.07	\$ 131,499.59
7	\$ 1,915.45	\$ 1,150.62	\$ 3,066.07	\$ 129,584.14
8	\$ 1,932.21	\$ 1,133.86	\$ 3,066.07	\$ 127,651.93
9	\$ 1,949.12	\$ 1,116.95	\$ 3,066.07	\$ 125,702.82
10	\$ 1,966.17	\$ 1,099.90	\$ 3,066.07	\$ 123,736.65
11	\$ 1,983.37	\$ 1,082.70	\$ 3,066.07	\$ 121,753.27
12	\$ 2,000.73	\$ 1,065.34	\$ 3,066.07	\$ 119,752.55
13	\$ 2,018.24	\$ 1,047.83	\$ 3,066.07	\$ 117,734.31
14	\$ 2,035.89	\$ 1,030.18	\$ 3,066.07	\$ 115,698.42
15	\$ 2,053.71	\$ 1,012.36	\$ 3,066.07	\$ 113,644.71
16	\$ 2,071.68	\$ 994.39	\$ 3,066.07	\$ 111,573.03
17	\$ 2,089.81	\$ 976.26	\$ 3,066.07	\$ 109,483.22
18	\$ 2,108.09	\$ 957.98	\$ 3,066.07	\$ 107,375.13
19	\$ 2,126.54	\$ 939.53	\$ 3,066.07	\$ 105,248.59
20	\$ 2,145.14	\$ 920.93	\$ 3,066.07	\$ 103,103.45
21	\$ 2,163.91	\$ 902.16	\$ 3,066.07	\$ 100,939.53
22	\$ 2,182.85	\$ 883.22	\$ 3,066.07	\$ 98,756.68
23	\$ 2,201.95	\$ 864.12	\$ 3,066.07	\$ 96,554.74
24	\$ 2,221.22	\$ 844.85	\$ 3,066.07	\$ 94,333.52
25	\$ 2,240.65	\$ 825.42	\$ 3,066.07	\$ 92,092.87
26	\$ 2,260.26	\$ 805.81	\$ 3,066.07	\$ 89,832.61
27	\$ 2,280.03	\$ 786.04	\$ 3,066.07	\$ 87,552.58
28	\$ 2,299.98	\$ 766.09	\$ 3,066.07	\$ 85,252.59
29	\$ 2,320.11	\$ 745.96	\$ 3,066.07	\$ 82,932.48
30	\$ 2,340.41	\$ 725.66	\$ 3,066.07	\$ 80,592.07
31	\$ 2,360.89	\$ 705.18	\$ 3,066.07	\$ 78,231.18
32	\$ 2,381.55	\$ 684.52	\$ 3,066.07	\$ 75,849.63
33	\$ 2,402.39	\$ 663.68	\$ 3,066.07	\$ 73,447.25
34	\$ 2,423.41	\$ 642.66	\$ 3,066.07	\$ 71,023.84
35	\$ 2,444.61	\$ 621.46	\$ 3,066.07	\$ 68,579.23
36	\$ 2,466.00	\$ 600.07	\$ 3,066.07	\$ 66,113.23
37	\$ 2,487.58	\$ 578.49	\$ 3,066.07	\$ 63,625.65
38	\$ 2,509.35	\$ 556.72	\$ 3,066.07	\$ 61,116.31
39	\$ 2,531.30	\$ 534.77	\$ 3,066.07	\$ 58,585.00
40	\$ 2,553.45	\$ 512.62	\$ 3,066.07	\$ 56,031.55

41	\$ 2,575.79	\$ 490.28	\$ 3,066.07	\$ 53,455.76
42	\$ 2,598.33	\$ 467.74	\$ 3,066.07	\$ 50,857.43
43	\$ 2,621.07	\$ 445.00	\$ 3,066.07	\$ 48,236.36
44	\$ 2,644.00	\$ 422.07	\$ 3,066.07	\$ 45,592.36
45	\$ 2,667.14	\$ 398.93	\$ 3,066.07	\$ 42,925.22
46	\$ 2,690.47	\$ 375.60	\$ 3,066.07	\$ 40,234.75
47	\$ 2,714.02	\$ 352.05	\$ 3,066.07	\$ 37,520.73
48	\$ 2,737.76	\$ 328.31	\$ 3,066.07	\$ 34,782.97
49	\$ 2,761.72	\$ 304.35	\$ 3,066.07	\$ 32,021.25
50	\$ 2,785.88	\$ 280.19	\$ 3,066.07	\$ 29,235.36
51	\$ 2,810.26	\$ 255.81	\$ 3,066.07	\$ 26,425.10
52	\$ 2,834.85	\$ 231.22	\$ 3,066.07	\$ 23,590.25
53	\$ 2,859.66	\$ 206.41	\$ 3,066.07	\$ 20,730.60
54	\$ 2,884.68	\$ 181.39	\$ 3,066.07	\$ 17,845.92
55	\$ 2,909.92	\$ 156.15	\$ 3,066.07	\$ 14,936.00
56	\$ 2,935.38	\$ 130.69	\$ 3,066.07	\$ 12,000.62
57	\$ 2,961.06	\$ 105.01	\$ 3,066.07	\$ 9,039.56
58	\$ 2,986.97	\$ 79.10	\$ 3,066.07	\$ 6,052.58
59	\$ 3,013.11	\$ 52.96	\$ 3,066.07	\$ 3,039.47
60	\$ 3,039.47	\$ 26.60	\$ 3,066.07	\$ 0.00
	\$ 142,648.37	\$ 41,315.82	\$ 183,964.19	

Elaboración: Autor

ANEXO 8. ROL DE PAGOS DE EMPLEADOS

CANT.	CARGO	SUELDO	13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO RESERVA
1	Jefe Administrativo	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 24.33	\$ 66.67
1	Jefe de Marketing	\$ 650.00	\$ 54.17	\$ 24.33	\$ 54.17
1	Contador	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 24.33	\$ 50.00
1	Supervisor General	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 24.33	\$ 37.50
1	Recepcionista	\$ 292.00	\$ 24.33	\$ 24.33	\$ 24.33
1	Guía de Turismo	\$ 292.00	\$ 24.33	\$ 24.33	\$ 24.33
2	Mucamas	\$ 292.00	\$ 24.33	\$ 24.33	\$ 24.33
2	Cocineros	\$ 292.00	\$ 24.33	\$ 24.33	\$ 24.33
2	Meseros	\$ 292.00	\$ 24.33	\$ 24.33	\$ 24.33
3	Guardias de Seguridad	\$ 292.00	\$ 24.33	\$ 24.33	\$ 24.33
15	TOTAL MES	\$ 4,252.00	\$ 354.33	\$ 243.33	\$ 354.33

VACACIONES	APORTE PATRONAL	APORTE PERSONAL	SUBTOTAL	TOTAL MES
\$ 33.33	\$ 97.20	\$ 74.80	\$ 1,013.40	\$ 1,013.40
\$ 27.08	\$ 78.98	\$ 60.78	\$ 827.95	\$ 827.95
\$ 25.00	\$ 72.90	\$ 56.10	\$ 766.13	\$ 766.13
\$ 18.75	\$ 54.68	\$ 42.08	\$ 580.68	\$ 580.68
\$ 12.17	\$ 35.48	\$ 27.30	\$ 385.34	\$ 385.34
\$ 12.17	\$ 35.48	\$ 27.30	\$ 385.34	\$ 385.34
\$ 12.17	\$ 35.48	\$ 27.30	\$ 385.34	\$ 770.69
\$ 12.17	\$ 35.48	\$ 27.30	\$ 385.34	\$ 770.69
\$ 12.17	\$ 35.48	\$ 27.30	\$ 385.34	\$ 770.69
\$ 12.17	\$ 35.48	\$ 27.30	\$ 385.34	\$ 1,156.03
\$ 177.17	\$ 516.62	\$ 397.56	\$ 5,500.22	\$ 7,426.94