



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan de Negocios para la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2016.

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTOR: Auqui Guamán, José Raúl

DIRECTOR: Granda Tandazo, Carlos Wladimir, Mgtr.

CENTRO UNIVERSITARIO SANTO DOMINGO

2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magíster.

Carlos Wladimir Granda Tandazo.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo titulación: “Plan de Negocios para la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2016” realizado por Auqui Guamán José Raúl, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, julio de 2016

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Auqui Guamán José Raúl, declaro ser autor del presente trabajo de titulación: “Plan de Negocios para la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2016”, de la Titulación Administración de Empresas, siendo Carlos Wladimir Granda Tandazo director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....

Autor: Auqui Guamán José Raúl

Cédula: 0602072480

DEDICATORIA

Con mucho afecto dedico el presente trabajo de tesis a mi querida madre Julia, quien con su gran ejemplo de superación, responsabilidad y motivación ha sabido guiarme por el camino del bien para la consecución de mis objetivos propuestos.

Agradezco a mi familia, esposa e hijos, fuente de inspiración y motivo de superación, y a todos quienes a pesar de los obstáculos presentados siempre supieron brindarme ese apoyo moral e incondicional para llegar a la cumbre.

Las personas mencionadas tienen un gran significado e importancia en mi vida, en gratitud y como muestra de eterno agradecimiento les dedico el presente trabajo, para ellos expreso mi más grande deseo de éxitos y bendiciones.

José Raúl Auqui Guamán

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a los docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja, que con mucho profesionalismo han contribuido a mi formación humana, ética y profesional, en especial al Magíster Carlos Wladimir Granda Tandazo, director de tesis que con mucha paciencia supo brindar su apoyo y orientación para la culminación de mi carrera.

Este éxito no hubiera sido posible sin la protección divina, Dios con su misericordiosa bondad concedió la fortaleza necesaria a mi espíritu para vencer las barreras y obstáculos que se presentaron en el trayecto de mi carrera.

Igualmente agradezco a todos los amigos de mi vida universitaria a Hugo, Luis y otras personas irremplazables que me brindaron su amistad verdadera, aportando con lo mejor de cada uno y con quienes compartí gratas experiencias difíciles de olvidar.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESÚMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	4
ASPECTOS GENERALES.....	4
1.1. Tema.....	5
1.2. Planteamiento del problema.....	5
1.3. Delimitación del problema.....	6
1.4. Justificación.....	7
1.5. Fundamentación teórica.....	8
1.5.1. El turismo.....	8
1.5.2. Tipos de turismo.....	8
1.5.3. Turismo en el Ecuador.....	13
1.5.3.1. Turismo en el Ecuador y la matriz productiva.....	15
1.5.4. Turismo en Santo Domingo de los Tsáchilas.....	15
1.5.4.1. Antecedentes.....	15
1.5.4.2. Biodiversidad.....	17
1.5.4.3. Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas.....	17

1.5.5. Proyectos turísticos.	23
CAPÍTULO II.....	24
ESTUDIO DE MERCADO.....	24
2.1. Estudio de Mercado.....	25
2.2. Objetivos.	25
2.2.1. Objetivo general.	25
2.2.1.1. Objetivos Específicos.	25
2.3. Investigación del mercado.	26
2.3.1. Encuesta, cuestionario, entrevistas y métodos de investigación.	26
2.3.2. Técnicas de investigación.....	26
2.3.3. Métodos generales.	27
2.3.4. Métodos particulares.	27
2.3.5. Tamaño de la muestra.....	28
2.3.5.1. Tabulación y análisis.	29
2.4. Conclusiones del estudio de mercado.	47
2.5. Análisis de la demanda.....	49
2.5.1. Resultados de la demanda actual.....	49
2.5.2. Demanda objetiva.....	50
2.5.3. Proyección de la demanda.	50
2.5.4. Análisis de la demanda insatisfecha.	51
2.6. Análisis de la oferta.	52
2.6.1. Proyección de la oferta.	52
2.7. Marketing.....	54
2.7.1. Imagen corporativa.....	55
2.7.2. Nombre y descripción de la empresa.....	55
2.7.2.1. Logotipo.....	55
2.7.2.2. Filosofía empresarial.	55
2.7.2.3. Visión.	55
2.7.2.4. Misión.....	56
2.7.2.5. Valores empresariales.....	56

2.7.3.	Marketing mix (4 P).....	56
2.7.4.	Plaza.	57
2.7.5.	Precio.	58
2.7.6.	Producto.	60
2.7.7.	Promoción.	61
CAPÍTULO III.....		64
ESTUDIO TÉCNICO.....		64
3.1.	Macro localización del proyecto.	65
3.2.	Infraestructura.	67
3.2.1.	Servicio de hospedaje.	67
3.2.2.	Servicio de alimentación.....	70
3.2.3.	Actividades y servicios de recreación.	72
3.3.	Recursos tecnológicos y materiales.....	75
3.4.	Recursos humanos.....	79
3.4.1.	Área Administrativa.....	80
3.4.2.	Descripción y funciones de personal.	81
3.5.	Flujo grama del proceso.	86
3.5.1.	Proceso de compra y entrega de materia prima.	86
3.5.2.	Proceso de ventas y reservaciones.	87
3.5.3.	Proceso de limpieza y mantenimiento.....	88
3.5.4.	Proceso de recepción de clientes.	89
3.5.5.	Proceso de prestación de servicios de la hostería.	90
3.5.6.	Proceso de atención salida del cliente.	91
CAPÍTULO IV.....		92
ESTUDIO ECONÓMICO.....		92
4.1.	Inversiones del proyecto.....	93
4.1.1.	Inversión fija.	93
4.2.	Financiamiento.	97
4.2.1.	Cuadro de fuentes y usos.....	97

4.3. Flujo de caja.....	98
4.3.1. Ingresos y costos del proyecto.....	98
4.3.2. Costos del proyecto.....	105
4.3.2.1. Costos de producción.....	105
CAPÍTULO V.....	108
EVALUACIÓN FINANCIERA Y AMBIENTAL DEL PROYECTO.....	108
5.1. Evaluación del proyecto.....	109
5.1.1. Estado de situación inicial.....	109
5.1.2. Balance de pérdidas y ganancias.....	110
5.1.3. Flujo de caja.....	111
5.1.4. Valor actual neto – VAN.....	113
5.1.5. Tasa interna de retorno – TIR.....	114
5.1.6. Tasa mínima aceptable de rendimiento – TMAR.....	115
5.1.7. Punto de equilibrio.....	116
5.2. Identificación de impactos ambientales.....	127
5.3. Evaluación de impactos ambientales.....	130
CONCLUSIONES.....	139
RECOMENDACIONES.....	140
BIBLIOGRAFÍA.....	141
ANEXOS.....	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Número de extranjeros que llegaron al Ecuador.....	14
Figura 2. Ubicación geográfica.....	16
Figura 3. Límites de Santo Domingo.....	16
Figura 4. Hostería Kasama Lodge.....	18
Figura 5. Precios de alojamiento.....	18
Figura 6. Rancho Hostería Mi Cuchito.....	19
Figura 7. Precios de alojamiento.....	19
Figura 8. Hostería Tinalandia.....	20

Figura 9. Precios de alojamiento.....	20
Figura 10. Hostería Samawa	21
Figura 11. Precios de alojamiento.....	21
Figura 12. Hostería Parador Los Colorados.....	22
Figura 13. Precios de alojamiento.....	22
Figura 14. Estrategia de producto.....	60
Figura 15. Mapa político de Santo Domingo de los Tsáchilas	65
Figura 16. Distribución de las cabañas	68
Figura 17. Distribución cabañas familiares.....	69
Figura 18. Cabañas simples	70
Figura 19. Restaurante	71
Figura 20. Diseño caballerizas.....	73
Figura 21. Juegos infantiles y áreas recreativas	74
Figura 22. Área de recreación.....	75
Figura 23. Oficinas administrativas.....	81
Figura 24. Organigrama.....	82
Figura 25. Proceso compra y entrega materia prima.....	86
Figura 26. Proceso ventas y reservaciones	87
Figura 27. Proceso de limpieza y mantenimiento.....	88
Figura 28. Proceso recepción clientes	89
Figura 29. Proceso prestación servicios de la hostería	90
Figura 30. Proceso atención salida del cliente	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad.....	30
Gráfico 2. Nacionalidad.....	31
Gráfico 3. Nivel de escolaridad	32
Gráfico 4. Ocupación	33
Gráfico 5. Tiempo	34
Gráfico 6. Días de visita a la parroquia El Esfuerzo	35
Gráfico 7. Gastos.....	36
Gráfico 8. Forma de Pago.....	37
Gráfico 9. Conciencia medioambiental.....	38

Gráfico 10. Consumo	39
Gráfico 11. Variables	40
Gráfico 12. Zona	41
Gráfico 13. Disposición	42
Gráfico 14. Disposición pago adicional	43
Gráfico 15. Decisión.....	44
Gráfico 16. Servicios prioritarios	45
Gráfico 17. Construcción de hostería ecológica	46
Gráfico 18. Infraestructura	47
Gráfico 19. Proyección de ingresos.....	104
Gráfico 20. Punto de equilibrio	117
Gráfico 21. Punto de equilibrio	118
Gráfico 22. Punto de equilibrio	119
Gráfico 23. Punto de equilibrio	120
Gráfico 24. Punto de equilibrio	121
Gráfico 25. Punto de equilibrio	122
Gráfico 26. Punto de equilibrio	123
Gráfico 27. Punto de equilibrio	124
Gráfico 28. Punto de equilibrio	125
Gráfico 29. Punto de equilibrio	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tamaño del universo.....	28
Tabla 2. Edad	29
Tabla 3. Nacionalidad	30
Tabla 4. Nivel de escolaridad.....	31
Tabla 5. Ocupación.....	32
Tabla 6. Periodo de disfrute de vacaciones	33
Tabla 7. Días de visita a la parroquia El Esfuerzo	34
Tabla 8. Gastos	35
Tabla 9. Forma de pago.....	36

Tabla 10. Grado de conciencia	37
Tabla 11. Consumo	38
Tabla 12. Variables	39
Tabla 13. Zona de preferencia	40
Tabla 14. Disposición.....	41
Tabla 15. Disposición de pago adicional	42
Tabla 16. Decisión de alojamiento	43
Tabla 17. Servicios prioritarios.....	44
Tabla 18. Construcción de hostería ecológica.....	45
Tabla 19. Infraestructura.....	46
Tabla 20. Proyección de la demanda.....	51
Tabla 21. Cabañas	68
Tabla 22. Área de alimentos	70
Tabla 23. Áreas de recreación y esparcimiento	72
Tabla 24. Servicios de mantenimiento	76
Tabla 25. Otros requerimientos.....	76
Tabla 26. Recursos humanos	80
Tabla 27. Cuadro de resumen	81
Tabla 28. Costo del proyecto	94
Tabla 29. Cuadro activos fijos.....	95
Tabla 30. Activos diferidos	95
Tabla 31. Capital de trabajo	96
Tabla 32. Resumen de inversión	96
Tabla 33. Financiamiento del proyecto	97
Tabla 34. Fuentes y usos.....	98
Tabla 35. Precios definidos para el proyecto	99
Tabla 36. Precio de cada paquete según sus costos	99
Tabla 37. Capacidad de producción en unidades	102
Tabla 38. Proyección de servicios por paquete.....	102
Tabla 39. Proyección de ingresos.....	103
Tabla 40. Proyección de costos	106
Tabla 41. Costos directos de fabricación	107
Tabla 42. Estado de situación.....	109
Tabla 43. Estado de pérdidas y ganancia proyectado.....	111
Tabla 44. Flujo de caja proyectado	112
Tabla 45. Cálculo del VAN (Valor Actual Neto)	113
Tabla 46. Tasa interna de retorno (TIR).....	115

Tabla 47. Cálculo de la TMAR	115
Tabla 48. Punto de equilibrio año 1.....	117
Tabla 49. Punto de equilibrio año 2.....	118
Tabla 50. Punto de equilibrio año 3.....	119
Tabla 51. Punto de equilibrio año 4.....	120
Tabla 52. Punto de equilibrio año 5.....	121
Tabla 53. Punto de equilibrio año 6.....	122
Tabla 54. Punto de equilibrio año 7.....	123
Tabla 56. Punto de equilibrio año 9.....	125
Tabla 57. Punto de equilibrio año 10.....	126
Tabla 58. Matriz de identificación de impactos ambientales producidos por la implementación de planta turística en el Esfuerzo	128
Tabla 59. Cuadro propuesto de matriz para evaluación de impactos ambientales en proyecto turístico	130

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.....	144
Anexo 2. Entrevista	146
Anexo 3. Costos y gastos del proyecto.....	147
Anexo 4. Determinación del precio por paquete.....	156

RESÚMEN EJECUTIVO

Actualmente los pequeños y medianos negocios turísticos contribuyen significativamente al desarrollo, impulso y crecimiento de las operaciones de red del turismo local y nacional, en el país más del 75% de los negocios hoteleros son de PYMES, la falta de experiencia en el sector no impide que las pequeñas y medianas empresas formen parte del mundo competitivo, motivando el presente trabajo de investigación para el fortalecimiento del turismo que describe la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Se realiza el estudio de mercado e investigación recopilando información referente a la actividad turística y la demanda insatisfecha en la parroquia El Esfuerzo, cantón Santo Domingo, se desarrolla en conceptos y teorías relacionadas con la administración, gestión de talento humano, marketing, logística, finanzas y enfocan áreas técnicas para brindar un servicio de calidad y excelencia al cliente.

Finalmente se realiza el análisis económico financiero para demostrar la viabilidad de la creación e implementación del proyecto.

Palabras claves: hostería, turismo, investigación, emprendimiento.

ABSTRACT

Currently small and medium tourism businesses contribute significantly to the development, promotion and growth of network operations of local and national tourism in the country more than 75% of hotel businesses are PYMES, lack of experience in the sector does not prevent small and medium enterprises are part of the competitive world, motivating this research to strengthen the tourism that describes the creation and implementation of an eco-lodge in the parish The Effort province of Santo Domingo de los Tsáchilas.

Market analysis and research is carried out by collecting information on tourism and unsatisfied demand in the parish The Effort Region Santo Domingo, is developed based on concepts and theories related to management, talent management, marketing, logistics, focusing on finance and technical areas to provide quality service and customer excellence.

Finally, the economic and financial analysis is carried out to demonstrate the viability of the creation an implementation of the project.

Keywords: inn, tourism, research, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial se ha transformado en los principales sectores productores en fuente de divisas para los países que lo desarrollan, además existen cada vez un mayor número de turistas que desean visitar nuevos lugares donde puedan relajarse en un ambiente tranquilo disfrutando de la naturaleza, de la aventura, el deporte y conocer de la cultura e historia, así como también las costumbres de las regiones.

Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad natural y cultural ya que cuenta con 4 regiones: Costa, Sierra, Oriente e Insular, en estas se desarrollan actividades turísticas orientadas a la sostenibilidad hacia el Ecoturismo. Por ello existen entidades de control como es el Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente y gobiernos locales que buscan generar conciencia en los operadores responsables del turismo.

En la actualidad, el turismo procura la máxima participación de la población local en beneficio de su propio desarrollo, la presente investigación ofrece la creación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, entendiendo así que este sector cuenta con riquezas naturales que constituyen un hogar privilegiado de un sinnúmero de especies de flora y fauna.

Es necesario mencionar que la hostería ofrecerá los servicios de hospedaje, alimentación, áreas de recreación, bar, piscina, entre otros, los mismos que serán comercializados y promocionados mediante anuncios publicitarios en medios de comunicación masivos como son la televisión, radio y revistas de diferente índole; además se contará con una página web que contenga toda la información necesaria de la hostería, se distribuirán trípticos y folletos en lugares estratégicos.

La inversión inicial para el desarrollo del proyecto será medianamente alta, puesto que se deberá adquirir equipos, muebles y artefactos apropiados, además se invertirá en cursos de capacitación del personal para que el servicio sea de calidad.

Desde la perspectiva del mercado de producción y servicios se considera que representa una alternativa importante para la generación de un nuevo negocio, para lo cual se determinara la factibilidad tanto técnica como financiera en el desarrollo de la presente investigación.

CAPÍTULO I
ASPECTOS GENERALES

1.1. Tema.

“Plan de Negocios para la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2016”.

1.2. Planteamiento del problema.

En el Ecuador, la diversidad geográfica incide directamente para la creación e impulso de un proyecto turístico, cada lugar tiene un concepto propio y diferente de desarrollo al de sus lugares vecinos, por ejemplo: La provincia de Napo ofrecerá una oferta turística diferente al de su vecina Pastaza, y la provincia de Sucumbíos una distinta al de la provincia de Orellana.

La actividad turística se mantiene en las 4 regiones del país, aunque en algunos lugares es de baja calidad debido a la falta de infraestructura; pero en los últimos años el incremento de sitios de alojamiento turístico mediante una adecuada utilización de los recursos naturales y culturales, les obliga a escalar posiciones competitivas difíciles de igualar.

En nuestro país más del 80% de los negocios de hotelería son PYMES, debido a que trabajan con recursos limitados y a la falta de experiencia en el sector, esto no impide que los pequeños y medianos negocios como el de hospedaje turístico formen parte del mundo competitivo, aporten al desarrollo de las operaciones de la red del turismo local, y contribuyan de manera significativa al desarrollo del país.

Actualmente varios de los destinos turísticos del país no son reconocidos a nivel local y nacional, por lo que las autoridades del gobierno están muy empeñadas en incentivar, fortalecer y expandir el desarrollo del sector turístico, agrícola e industrial, mediante políticas de financiamiento, direccionamiento, y capacitación, para aprovechar la expansión de la riqueza del Ecuador que en todos y cada uno de los lugares más pequeños cuenta con una serie de atractivos turísticos, ya sea de fauna o flora, en fin de todos aquellos recursos que permitan valorar la multidiversidad natural.

En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas que tiene una población votante de 361.623 habitantes se encuentran cuatro hosterías potenciales que brindan diferentes servicios y cuentan con atractivos paisajes para los visitantes, como la Hostería Samawa, ubicada en la vía Santo Domingo - Quito, a 26 Km, Hostería Kasama en el By Pass Quito-Quevedo Km 3, La Hacienda y Reserva Natural Tinalandia, en Km 16 vía Santo Domingo, la Hostería D´CARLOS ubicado a 7 kilómetros de la ciudad de Santo Domingo, y el Rancho Hostería Mi Cuchito en la vía a Chone, Km 2, de acuerdo con ello, el promedio de la distancia de estas hosterías es de 22 Km, aunque, realmente la distancia no influye en el servicio a brindar.

Con el paso de los años la actividad turística de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y de la parroquia El Esfuerzo se ha desarrollado con mayor intensidad, generando un incremento de visitantes que en su gran mayoría son de grupos familiares o grupos de amigos de las poblaciones aledañas. En este lugar ubicado a 22 kilómetros de la ciudad de Santo Domingo, en donde a pesar de poseer potenciales recursos para atraer y satisfacer a turistas nacionales y extranjeros, se puede mencionar que se observa escasez de una adecuada infraestructura hotelera para recibir a los visitantes que acuden a los balnearios de la parroquia El Esfuerzo, el lugar no cuenta con sitios cómodos, por ello es necesario la creación e implementación de una hostería ecológica, la misma que contará con la infraestructura necesaria para brindar un servicio de excelencia, comodidad, confort y que garantice una operación turística con altos estándares de calidad.

1.3. Delimitación del problema.

- a) La investigación recopilará datos actualizados con respecto a la situación del sector turístico de la parroquia El Esfuerzo y del cantón Santo Domingo.
- b) La investigación se ejecutará en la parroquia El Esfuerzo, cantón Santo Domingo, enfocada en la recopilación de información referente a la actividad turística del sector y la demanda insatisfecha, para establecer direccionamientos acordes a las necesidades del mercado.

- c) La investigación se desarrollará en base a conceptos y teorías relacionadas con la administración, gestión de talento humano, marketing, logística y finanzas, enfocando áreas técnicas que permitan determinar la creación e implementación de una hostería ecológica, mismo que es considerado como una oportunidad de desarrollo para fortalecer el turismo en el sector y un reto para la superación personal y profesional.

Con ello se requiere establecer una pregunta fundamental:

¿Es necesario y factible crear una hostería ecológica que brinde un servicio turístico de calidad, para cubrir deseos, necesidades y expectativas del cliente?

1.4. Justificación.

En el ámbito de la enseñanza las universidades se enfocan y han dado prioridad al manejo del Plan de Negocios, se ha convertido también en elemento central en el diseño de los planes de enseñanza, no sólo por su relevancia inherente al análisis de la viabilidad de proyectos, sino también por su papel que cubre las diferentes áreas funcionales (marketing, recursos humanos, operaciones, finanzas, etc.), el Plan de Negocios en su papel principal, es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad técnica, económica y financiera, desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la oportunidad en un proyecto empresarial concreto.

El proyecto de creación e implementación de una hostería ecológica surge de la necesidad imperiosa de ofrecer a los turistas locales la posibilidad de alojarse en un lugar cómodo, acogedor y encantador, donde la tradición y elegancia les permita disfrutar de una estancia placentera en pleno contacto con la naturaleza, con áreas recreativas, hermosos jardines, senderos, canto de pájaros y del agua fría de sus ríos. La creciente demanda de turistas en busca de un ambiente que brinde tranquilidad, confort, biodiversidad cultural y otras alternativas turísticas, son elementos preponderantes que impulsan la creación de un proyecto que brinde a los visitantes una salida y solución a la falta de infraestructura hotelera en el sector.

Otro aspecto importante que justifica la creación del presente proyecto es que la parroquia El Esfuerzo tiene potencialidades naturales útiles para el turismo ecológico y de aventura, el lugar es considerado por los turistas como uno de los paisajes más llamativos e interesantes de la región. La ejecución del proyecto de inversión generará plazas de trabajo para los pobladores del sector, minimizará el problema socio económico, fomentará el comercio y contribuirá para el progreso y crecimiento regional.

Con el incremento de la actividad emprendedora en nuestra sociedad aplicar un Plan de Negocios pasa a convertirse en un proceso indispensable de análisis, planificación, control y venta del proyecto emprendedor, tanto a nivel de nuevas iniciativas empresariales como en el desarrollo de proyectos corporativos y de consolidación en medianas y grandes empresas (PYMES).

En el presente Plan de Negocios se aplicará los conocimientos aprendidos, como son el análisis de costos, proyectar los tiempos de recuperación del capital y su amortización, analizar las variables de la oferta y demanda para conocer cuáles son los competidores y saber qué necesidades insatisfechas tienen los potenciales clientes, para determinar la ubicación geográfica, determinar el diseño de las instalaciones y distribución en el que se podrá conocer cuánto personal se necesita y realizar el proceso de selección.

1.5. Fundamentación teórica.

1.5.1. El turismo.

Como lo menciona Crosby, A. & Moreda, A. (1996), "El turismo se caracteriza por ser una actividad socioeconómica generalizada relativamente joven y por englobar a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas." (págs. 10-11)

1.5.2. Tipos de turismo.

Los tipos de turismo puede ser:

Turismo cultural.

Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo, es más exigente y menos estacional.

- **Creativo:** Es aquel que reúne cada vez más seguidores deseosos de realizar actividades artísticas y creativas.
- **Urbano:** Se desarrolla dentro de una ciudad o espacio geográfico urbano, y engloba las actividades que los visitantes realicen durante su permanencia, como visitar plazas, edificios públicos e históricos, monumentos y museos.
- **Monumental:** Está vinculado a visitar los grandes íconos de la cultura y elementos histórico-artísticos, como castillos y fortalezas históricas.
- **Arqueológico:** Refiere a museos que exhiben muestras arqueológicas, a monumentos y edificios que son parte del patrimonio histórico-cultural.
- **Funerario:** Consiste en visitar cementerios donde yacen personajes famosos, existen huellas de la arquitectura, escultura de antaño y leyendas.
- **De compras:** Lo principal es comprar a buenos precios los productos exclusivos, artísticos, tecnológicos, culinarios y de moda.
- **Etnográfico:** Relacionado a conocer más acerca de las tradiciones, las costumbres, la cultura de los pueblos y compartir experiencias de vida.
- **Literario:** Se desarrolla en lugares relacionados con los acontecimientos de los textos de ficción o con las vidas de sus autores.
- **Idiomático:** Tiene como motivación el aprendizaje y perfeccionamiento de un idioma distinto en otro país.
- **Gastronómico:** Forma de turismo cuyo interés es la gastronomía y cultura culinaria del país que se visita.
- **Enológico:** Enfocado en las zonas de producción vinícolas.

- **Industrial:** Forma de turismo cultural, el objetivo principal es difundir el patrimonio industrial.

Turismo natural.

Se desarrolla en un medio natural, realiza actividades recreativas sin dañar el entorno.

- **Rural:** Hoy en día, el turismo rural se consolida globalmente, entendiendo que el turismo rural no solo cubre el agroturismo que es lo que generalmente se creía, por parte de algunos, que es el turismo rural o lo que quiere decir la palabra para la mayoría de la gente, sino que también incluye las vacaciones de interés especial en la naturaleza, incluye, también, a los que viajan a las áreas rurales en busca de recreación y entretenimiento, y los servicios que incluyen además del alojamiento, actividades tales como: asistencia a festividades, participación en actividades y deportes al aire libre y/o en la producción, y la compra de artesanías y productos agrícolas, etc. (Crosby A. E., 2009, pág. 24)
- **Ecoturismo:** Se basa en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna de la zona receptiva.
- **Agroturismo:** Su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- **Agro ecoturismo:** El visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, participa de las labores agrícolas y consume los alimentos.
- **Ornitológico:** Llamado orniturismo, actividad de turismo de avistamiento y observación de aves o aviturismo.
- **Ictioturismo:** Es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva y el buceo en diversos medios acuáticos de áreas naturales.
- **Cinegético:** "Turismo enfocado a la caza deportiva de animales, existen lugares específicos (ranchos cinegéticos) donde se permite cazar a los

animales que han sido criados específicamente para este fin.” San (2005)

Turismo de masas.

Es aquel turismo que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa. San (2005)

Turismo individual.

San (2005) indica “es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.”

Turismo activo.

Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realiza en un parque natural debido al interés ecológico que representan, entre otros tenemos.

- **Parques temáticos:** Se basa en atracciones turísticas de temas concretos. Este surge de un turista más curioso y con ganas de algo diferente. Las empresas del sector han visto en esta moda una nueva oportunidad de negocio.
- **Deportivo:** Es un tipo de actividad que se practica generalmente en el ámbito rural (pesca deportiva, caza, cicloturismo, etc.)
- **Aventura:** Se practican deportes de riesgo, utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento, por lo que su objetivo básico es poder transmitir estas sensaciones.
- **Religioso:** Se diferencia de todos porque tiene como motivación fundamental la fe, está ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso.

- Espiritual: Representa uno de los principales flujos de turistas a nivel espiritual, su motivación es el recogimiento y la meditación.
- Místico: Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares místicos, en base a las creencias ancestrales y leyendas.
- Termal o de salud: Vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza, etc.). La infraestructura cuenta con una instalación independiente de las demás instalaciones hoteleras.
- Médico: El turismo de salud o turismo médico consiste en el viaje a otra ciudad o país para recibir tratamientos médicos o del tipo de bienestar como tratamientos estéticos en países donde son más baratas las atenciones.
- Social: Permite que un mayor número de personas acceda a las vacaciones y los viajes, se basa en el derecho al turismo de todas las personas.
- Experiencial: Responde a la realidad actual como respuesta a las demandas y exigencias del turista, implica un turismo basado en las emociones.
- Itinerante: Se desarrolla activamente e incluye desplazamientos a varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.

Turismo de negocios.

San (2005) manifiesta que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial entre empresas, por lo general es utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet, entre estos podemos enlistar las actividades que desarrollan este tipo de negocios:

- Reuniones y congresos: Muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a una asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no son de la misma empresa.
- Seminarios y convenciones: A diferencia del congreso, la convención suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña.
- Viajes de incentivo: Vinculado a viajes de negocios, mientras que éste último es de trabajo, los de incentivo son de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados, incentivándolos a ello con un viaje que puede ser individual o de grupo.
- Famtrips: Los viajes de familiarización (famtrips) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.

Turismo científico.

Indica en la página web señala que el turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos. En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar in situ alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural. (Info.turismo, 2010), recuperado el 11 de junio de 2015 de http://www.vacacionestravel.info/turismo/turismo_cientifico.asp

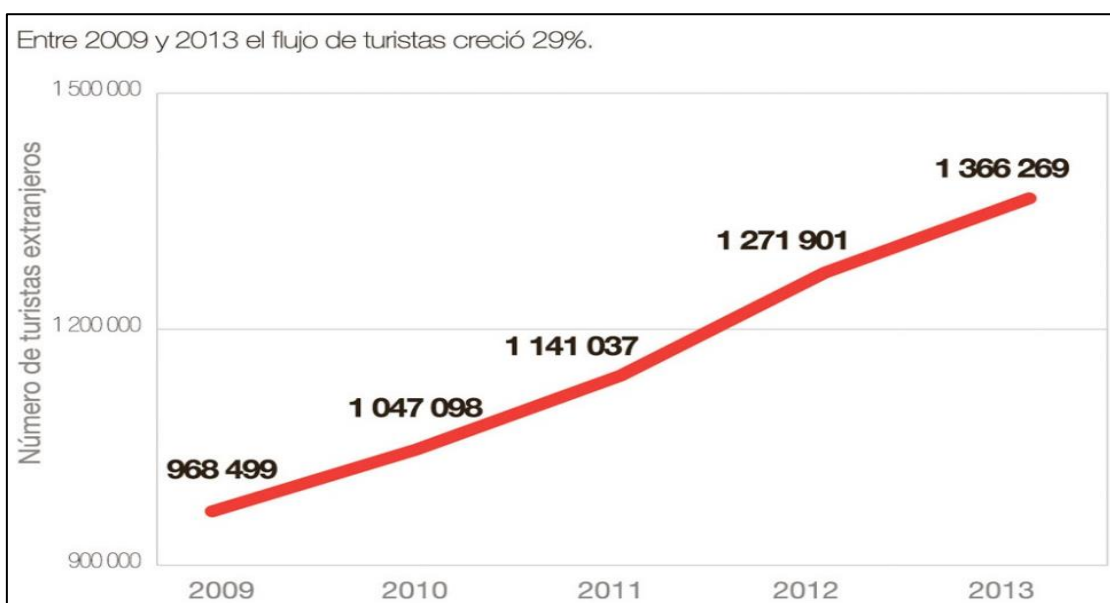
1.5.3. Turismo en el Ecuador.

Según Diario el Telégrafo (2013, pág. 2), menciona que en el Ecuador la actividad turística representa el 4,2% del PIB, que equivale a 680 millones de

dólares al año, económicamente esta cantidad es importante tomando en cuenta que cerca del 80% del presupuesto general de estado se financia con la venta de petróleo y sus derivados y tenemos reservas solamente para 20 años.

El turismo en Ecuador es altamente conflictivo, la superestructura nacional incluye el compromiso articulado por parte de los Ministerios de Turismo y Ambiente, a pesar de ello manejan limitaciones en su presupuesto, en la colaboración interinstitucional, la planificación, las regulaciones y la capacidad de ejercer la ley.

Figura 1. Número de extranjeros que llegaron al Ecuador



Fuente: Investigación (2016). *Número de extranjeros que llegaron al Ecuador*. Santo Domingo.

Existe un modelo para descentralizar los servicios gubernamentales y a pesar de que aún no ha sido implementado, ha creado confusión sobre las reglas que rigen los negocios de la actividad turística. De la misma manera, la falta de planificación en el uso de la tierra y el mal manejo de recursos han desencadenado grandes amenazas a los recursos naturales y el turismo orientado a la naturaleza en Ecuador no posee una cadena de valor bien integrada. Los actores tienden a carecer de una perspectiva industrial y se muestran reticentes para cooperar el uno con el otro. (Diario el Telégrafo, 2013, pág. 2)

1.5.3.1. Turismo en el Ecuador y la matriz productiva.

La página web de Diario el Telégrafo (10 de marzo de 2014) informó la creciente importancia del turismo para la economía del país también se evidencia en términos presupuestarios. Mientras en 2008 el Ministerio de Turismo tuvo un presupuesto codificado anual cercano a los \$ 20 millones para este año suma unos \$ 56,7 millones, casi el triple. Recuperado el 4 de febrero de 2014 de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/2014-ano-clave-para-potenciar-el-turismo.html>

Entre sus metas destinadas a la transformación de la matriz productiva el aumentar a 64% los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales. En diciembre de 2006, ese indicador llegó al 47,5% y en diciembre de 2012 a 57,17%, de acuerdo con información del SNI. (Plan del buen vivir, 2013)

En el turismo ecuatoriano existen 14 sectores prioritarios que impulsan la matriz productiva, esto surge a través de nuevas industrias, nuevos sectores que mantienen alta productividad, son competitivos, sostenibles, sustentables y con visión territorial.

1.5.4. Turismo en Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.5.4.1. Antecedentes.

Santo Domingo, es una ciudad dinámica y acogedora, en esta tierra habitan ciudadanos de todos los rincones del Ecuador, lo que la hace diversa y emprendedora, esa es precisamente su identidad. Todos los caminos conducen a este rincón mágico, único en el país.

Figura 2. Ubicación geográfica

PROVINCIA	Santo Domingo de los Tsáchilas
CAPITAL	Santo Domingo
UBICACIÓN	A 133 Km. de Quito
EXTENSIÓN	3.523 Km ²
ALTITUD	655 msnm
TEMPERATURA MEDIA	22,9° centigrados
CLIMA	Tropical Humedo
POBLACIÓN	450.000 mil habitantes
POBLACIÓN ELECTORAL	249.020 votantes

Fuente: Investigación (2016). *Turismo en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Santo Domingo. Ubicación geográfica.

Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra ubicado en las estribaciones de la cordillera occidental a 133 Km de Quito, capital del Ecuador.

Figura 3. Límites de Santo Domingo

NORTE	Provincia de Esmeraldas y los cantones Puerto Quito y San Miguel de los Bancos
SUR	Las Provincias de los Rios y Cotopaxi
ESTE	Los Cantones Quito y Mejía
OESTE	La provincia de Manabí

Fuente: Investigación (2016). *Turismo en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Santo Domingo. Límites de Santo Domingo.

En Santo Domingo de los Tsáchilas lo más atractivo son sus paisajes y naturaleza, como los bosques: La Perla, Delta, La Indiana, Río Lelia y Tanti. Además, cuenta con un alto y maravilloso mirador, el cerro Bombolí.

Existe gran volumen de comercio, se ha convertido en un puerto terrestre de intercambio entre Sierra y Costa. La provincia ofrece a los turistas varios lugares para recreación y aventura debido a que cuenta con varios lugares donde se puede practicar deportes como el salto y el rafting.

1.5.4.2. Biodiversidad.

Da a conocer que Santo Domingo está localizada en la zona tropical por lo tanto cuenta con alta biodiversidad de los cuales se menciona lo siguiente:

Flora: La flora de la provincia Tsáchilas es considerada como uno de los atractivos importantes, donde se puede estudiar especies propias del sector. Existe una flora variable con plantas y árboles, procedentes la mayoría de ellas de diferentes regiones del Ecuador. Entre otras especies se puede encontrar: el laurel, roble, guayacán, y árboles legendarios como los ceibos de más de 700 años.

Fauna: Por su cercanía a la Sierra se puede observar aves del subtrópico andino como colibríes. La provincia de los Tsáchilas se caracteriza por poseer una gran variedad de aves como: pájaros carpinteros, guacamayos, tucanes y garzas bueyeras que llegan en el verano. Entre los mamíferos se encuentra: la guatusa, armadillo y cuchucho. Culebras muy peligrosas como la mata caballo, coral y x.

1.5.4.3. Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Hostería Kasama Lodge.

La hostería ubicada en el bypass Quito-Quevedo km 3, en Santo Domingo de los Tsáchilas, ofrece un grupo de servicios que incluyen 2 restaurantes con gastronomía típica nacional e Internacional, piscina, sauna, turco, hidromasaje, karaoke, capilla, canchas deportivas, áreas para camping, río Chigüilpe con su represa natural, boyas para tubing, área de internet y un área para eventos sociales. (Revista Vision, 2014, págs. 36-38)

Figura 4. Hostería Kasama Lodge



Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Santo Domingo, Hostería Kasama Lodge.

Elaborado: José Auqui

Alojamiento:

13 cabañas ecológicas, distribuidas en cabañas dobles, triples y familiares equipadas con baño privado, agua caliente y tv cable.

Figura 5. Precios de alojamiento

PAQUETE 1: UNA NOCHE DOS DIAS	PAQUETE 2: DOS NOCHES 3 DIAS	PAQUETE 3: TRES NOCHES 4 DIAS
<ul style="list-style-type: none"> • HOSPEDAJE • DESAYUNO INCLUIDO • VISITA A LA COMUNIDAD TSACHILA Y SU MUSEO • COCTEL DE BIENVENIDA <p>(Costo x persona en cabañas 36.00 DOLARES X PERSONA ADULTA , 15.00 DOLARES X NIÑO)</p> <p>(Costo x persona en suites 47.50 dólares x persona adulta, niños 2 x 1 a tan solo 10 usd cada niño)</p> <p>Capacidad máxima en suite 2 adultos y 2 niños</p>	<ul style="list-style-type: none"> • HOSPEDAJE • DESAYUNOS INCLUIDOS • COCTEL DE BIENVENIDA • VISITA COMUNIDAD TSACHILA <p>(Costo x persona en cabañas 63.00 DOLARES X PERSONA ADULTA , 25.00 DOLARES X NIÑO)</p> <p>(Costo x persona en suites 86.00 dólares x persona adulta, niños 2 x 1 a tan solo 20 usd cada niño)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • HOSPEDAJE • DESAYUNOS INCLUIDOS • COCTEL DE BIENVENIDA • VISITA COMUNIDAD TSACHILAS <p>(Costo x persona en cabañas 78.00 DOLARES X PERSONA ADULTA , 25.00 DOLARES X NIÑO)</p> <p>(Costo x persona en suites 120.00 dólares x persona adulta, niños 2 x 1 a tan solo 30 usd cada niño)</p>

• TOUR DE LAS CASCADAS (ALLURIQUIN)
• RAFTING
• KARTING
• JARDIN BOTANICO LA CAROLINA

RESERVACIONES :
0993985805 / 09970986
022750162

Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Santo Domingo. Precios de alojamiento.

Elaborado: José Auqui

Rancho Hostería Mi Cuchito.

La hostería está ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en la vía a Chone km 2, rodeado de áreas verdes. Es un complejo hotelero que incluye toboganes acuáticos, piscina con playa artificial, piscina para niños, canchas deportivas de uso múltiple, salsoteca, servicio de sauna, turco e hidromasaje y sala de spa. Cuenta con 15 cabañas con tv cable, teléfono, frigo bar, baño privado y agua caliente. (Revista Vision, 2014, págs. 36-38)

Figura 6. Rancho Hostería Mi Cuchito



Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Santo Domingo. Rancho Hostería Mi Cuchito.

Elaborado: José Auqui

Figura 7. Precios de alojamiento

RANCHO HOSTERIA Mi Cuchito	
Detalles de interés	
Habitación sencilla:	\$ 20 USD
Habitación Matrimonial:	\$ 35 USD
Habitación Doble:	\$ 40 USD
Habitación Triple:	\$ 50 USD
Cabaña:	\$ 65 USD
Impuestos y servicios:	No incluidos
Desayuno:	No incluido
Transporte:	No incluido
Sector:	Sur
Dirección:	Vía a Chone km 2
Capacidad:	80 personas
Habitaciones:	30 habitaciones
Restaurante:	Disponible
Internet inalámbrico:	Disponible
Parqueadero:	Disponible
Gimnasio:	No disponible
Salón de eventos:	Disponible
Business center:	No disponible
Lavandería:	Disponible
Teléfono:	Disponible
Caja fuerte:	Disponible

Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Rancho Hostería Mi Cuchito. Precios de alojamiento.

Elaborado: José Auqui

Hostería Tinalandia.

La hostería Tinalandia está ubicada muy cerca de la carretera Quito- Aloag - Santo Domingo y existen gran cantidad de buses pasando por su entrada, que conectan Quito con muchas regiones de la costa. En la hostería se puede caminar a todas las áreas de observación de aves y sus senderos. (Revista Vision, 2014, págs. 36-38)

Figura 8. Hostería Tinalandia



Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Hostería Tinalandia.

Elaborado: José Auqui

Figura 9. Precios de alojamiento

Tinalandia RESERVA NATURAL		
Paquete 1 noche y 2 días	Por persona en habitación familiar(triple/cuadruple)	\$65
	Doble/ Matrimonial	\$75
	Sencilla	\$85
	Niños (0<4)	Sin costo
	Niños de (4 a 10)	\$40
Paquete 2 noches 3 días	Por persona en habitación familiar(triple/cuadruple)	\$110
	Doble/ Matrimonial	\$130
	Sencilla	\$150
	Niños (0<4)	Sin costo
	Niños de (4 a 10)	\$70
Paquete 3 noches y 4 días	Por persona en habitación familiar(triple/cuadruple)	\$135
	Doble/ Matrimonial	\$165
	Sencilla	\$195
	Niños (0<4)	Sin costo
	Niños de (4 a 10)	\$85

Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Hostería Tinalandia. Precios de alojamiento.

Elaborado: José Auqui

Hostería Samawa.

Es una hostería de primera categoría, ha logrado establecerse muy rápido en el ambiente local como una de las mejores de la ciudad, cuenta con varios servicios; hospedaje, 2 piscinas, hidromasaje, restaurante y canchas deportivas, ubicado en la Vía a Quito km 7. (Revista Vision, 2014, págs. 36-38)

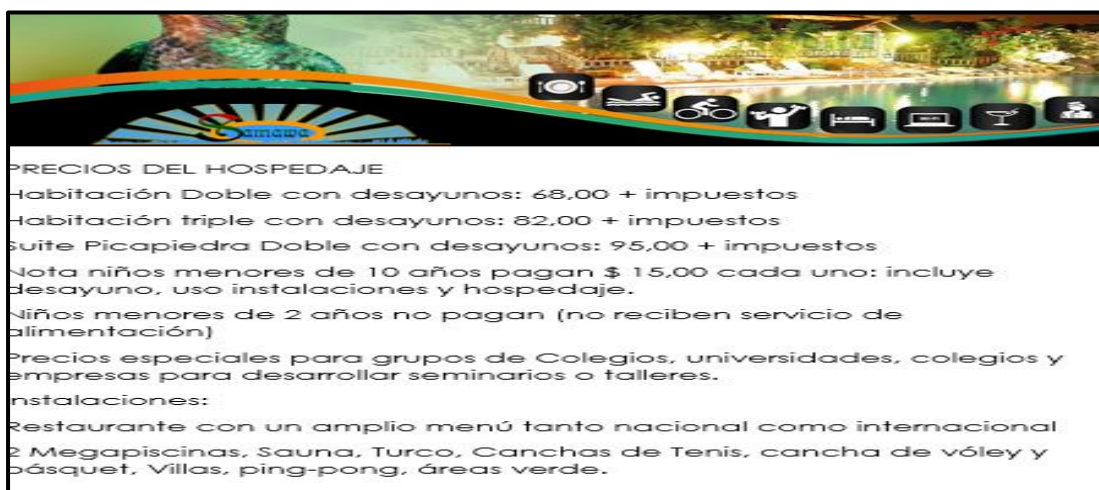
Figura 10. Hostería Samawa



Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Hostería Samawa.

Elaborado: José Auqui

Figura 11. Precios de alojamiento



Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Hostería Samawa. Precios de alojamiento.

Elaborado: José Auqui

Parador Los Colorados.

Revista Visión (Revista Vision, 2014, págs. 36-38) “La hostería está ubicada a 2 horas y media de Quito, y a tan solo 12 kilómetros de Santo Domingo, se encuentra estratégicamente ubicada la hostería Parador Los Colorados”

Figura 12. Hostería Parador Los Colorados



Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Hostería Parador Los Colorados.

Elaborado: José Auqui

Figura 13. Precios de alojamiento



**Hostería Parador
LOS COLORADOS**

PRECIOS DE ALOJAMIENTO

INDIVIDUAL USD 50.00 (AIRE ACONDICIONADO)
HAB. DOBLE USD 72.00 (AIRE ACONDICIONADO)
HAB TRIPLE 85.00 (AIRE ACONDICIONADO)

**DESAYUNO Y USO DE INSTALACIONES
(INCLUYE IMPUESTOS)**

Fuente: Investigación (2016). *Hosterías en Santo Domingo de los Tsáchilas*. Hostería Parador Los Colorados. Precios de alojamiento.

Elaborado: José Auqui

1.5.5. Proyectos turísticos.

Publicó que las hosterías debidamente acondicionadas proporcionan un servicio de hospitalidad temporal con comodidad y confort para un sano esparcimiento y encuentro familiar, brindan además servicios adicionales como restaurante, piscina, sala de conferencias, internet, tv cable, etc. para que las personas continúen con la visita a los diferentes lugares turísticos. (Diario el Comercio, 2014, págs. 21-22).

Las hosterías ofrecen el servicio de diferente manera, pudiendo tener características similares; en este caso la hostería ecológica brindará sus servicios para varios miembros de una familia, ofreciendo servicios adicionales como: parqueadero, piscina, áreas deportivas, sala para eventos, paseo en caballos, jardines y huertos, aspectos que contribuirán para que los turistas visiten y conozcan la tradición, cultura y costumbres.

La hostería es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (Reglamento General Actividades Turísticas, 2002)

CAPÍTULO II
ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Estudio de Mercado.

El estudio de mercado se realiza mediante un conjunto de investigaciones para realizar el análisis de conveniencia de lanzar al mercado y poner en circulación un producto o servicio que el consumidor (demanda) está dispuesto a aceptar, y para identificar la competencia (oferta), además las características del entorno, canales de distribución, tipo de producto, lugares de venta, promoción, precios, publicidad, etc.

2.2. Objetivos.

2.2.1. Objetivo general.

Elaborar un Plan de Negocios para la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, a fin de brindar un ambiente de comodidad, confort, entretenimiento y satisfacer las necesidades de los turistas que visitan el sector.

2.2.1.1. Objetivos Específicos.

- ✓ Realizar el estudio de mercado para determinar la existencia de la demanda insatisfecha.
- ✓ Determinar el tamaño óptimo para la localización, selección de equipos y materiales, para llevar a cabo el proyecto de implementación de la hostería.
- ✓ Determinar costos y gastos que incursionarán en el desarrollo del proyecto.
- ✓ Establecer mediante el análisis financiero, la inversión total y la rentabilidad deseada del proyecto de inversión, a través de la TIR, posteriormente confrontar con la rentabilidad que exige el inversor (TMAR), la recuperación de la inversión y los índices financieros del proyecto.
- ✓ Diseñar la estructura organizacional y funcional del recurso humano que laborará, así como la información legal y jurídica para la formación y funcionamiento de la hostería.

- ✓ Aplicar la estrategia publicitaria adecuada a través de un plan de marketing para garantizar la entrega oportuna del servicio.

2.3. Investigación del mercado.

La página web puntualiza que: La investigación de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas, para así obtener como resultado la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (www.monografias.com, s.f.)

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia asegurar el éxito de las empresas haciendo uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de marketing mix, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, etc.

2.3.1. Encuesta, cuestionario, entrevistas y métodos de investigación.

Al definir nuestro mercado objetivo y al no contar con suficiente información de la parroquia El Esfuerzo, se realizará entrevistas a los miembros de las juntas parroquiales y personas que visitan el sector, se realizará de manera permanente visitas de campo, se aplicará técnicas de encuestas y se complementará la investigación con el levantamiento fotográfico.

2.3.2. Técnicas de investigación.

(Cázares, 2004), manifiesta que existen las siguientes técnicas:

La Observación: La técnica de la observación se realizará en las distintas realidades de las hosterías que se encuentran distribuidas en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, a fin de obtener la información de las necesidades de los turistas, al igual que obtener datos importantes sobre el desarrollo del mercado turístico.

Es importante establecer la competencia, porque ésta impulsará al crecimiento de la hostería que se quiere implantar, con lo cual se podrá determinar precios, servicios, innovaciones y problemas que enfrenta la industria del turismo, la observación se realizará en las hosterías turísticas del sector.

La Entrevista: La aplicación de esta técnica es importante por cuanto se va a entrevistar a los conocedores del desarrollo turístico, principalmente del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santo Domingo, autoridades del GAD parroquial de El Esfuerzo, Director del departamento de Medio Ambiente con tres inspectores y dos autoridades de la parroquia El Esfuerzo.

La Encuesta: Esta técnica servirá para realizar la investigación de mercado, a tener contacto directo con los pobladores y visitantes de la parroquia el Esfuerzo, que se encuentra ubicada en el cantón Santo Domingo, a 22 Km y que alberga aproximadamente a 9.000 habitantes, se aplicará la técnica de encuestas puesto que permite obtener una gran cantidad de información.

2.3.3. Métodos generales.

Así mismo Cázares (2004) da a conocer los siguientes conceptos:

Método inductivo: Debido a que el campo de estudio en la parroquia El Esfuerzo es muy amplio, se procedió a tomar barrios y lugares turísticos representativos de la zona.

La inducción permitirá partir de la observación de las actividades productivas que enmarcan este problema de investigación y en base a esta información concluir proposiciones generales.

2.3.4. Métodos particulares.

Método histórico: Para este método fue necesario visitar la Junta parroquial en donde se adquirió el plan de desarrollo parroquial para investigar y obtener datos sobre las actividades, infraestructura y paisajes turísticos de la zona.

Método descriptivo: Servirá para detallar los hechos que suceden en la visita de los turistas y las impresiones que estos manifiestan acerca del lugar, los mismos que se obtiene de encuestas y entrevistas.

2.3.5. Tamaño de la muestra.

Población: Conjunto de los individuos o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo.

Muestra: Constituye la parte o porción que se extraerá de los actores que intervienen en la investigación, por métodos que permitan considerarla como representativa.

Tabla 1. Tamaño del universo

Población en estudio	Universo	%
Turistas Nacionales	1.874	26.09%
Turistas Extranjeros	729	10.15%
Visitantes de la provincia	4.580	63.76%
Total	7.183	100%

Fuente: Estadísticas y anuario de entradas y salidas internacionales – INEC, 2011.
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Para sacar la respectiva muestra se toma en consideración a 4.580 visitantes de la provincia y que sufragan en Santo Domingo, al ser una muestra mayor a cien habitantes, se aplicará la fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población o Universo

E = Margen de Error (0,05)

Cálculo de la muestra de visitantes.

$$n = \frac{7.183}{(0,05)^2 (7.183 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{7.183}{(0,0025) (7.182) + 1}$$

$$n = \frac{7.183}{17,96 + 1} = 386$$

2.3.5.1. Tabulación y análisis.

1. Edad.

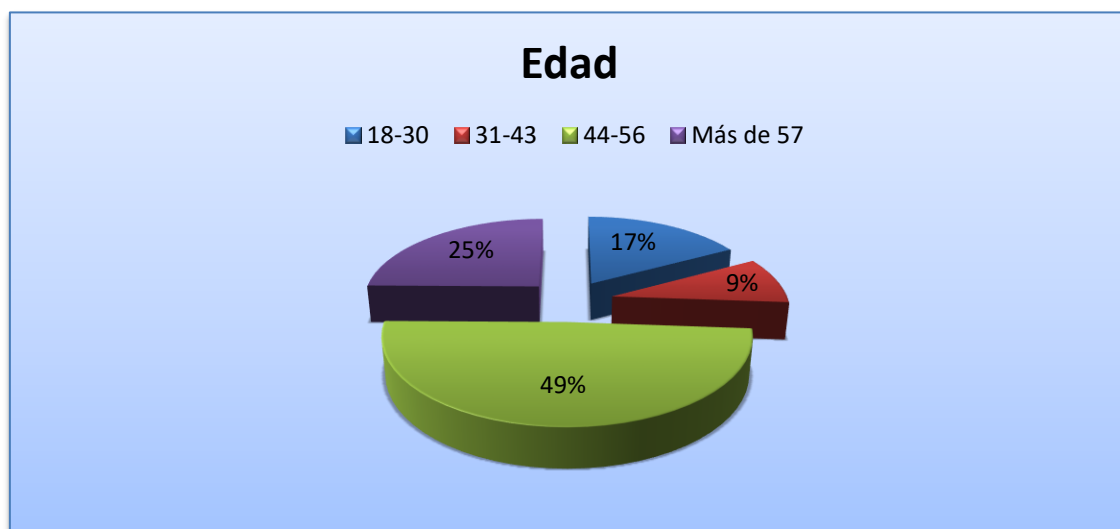
Tabla 2. Edad

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	18 - 30	66	17%
2	31 - 43	35	9%
3	44 - 56	189	49%
4	Más de 57	96	25%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 1. Edad



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: El mayor porcentaje de la población supera los 44 años de edad por cuanto el rango de 44 - 56 años representa el 49% y más de 57 años es del 25%.

2. Nacionalidad.

Tabla 3. Nacionalidad

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Nacional	351	91%
2	Extranjero	35	9%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 2. Nacionalidad



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: De la población total el 91% corresponde al turista nacional, en tanto solo el 9% representan a los extranjeros que aceptaron responder la misma, pero que aportan información necesaria para la realización del proyecto.

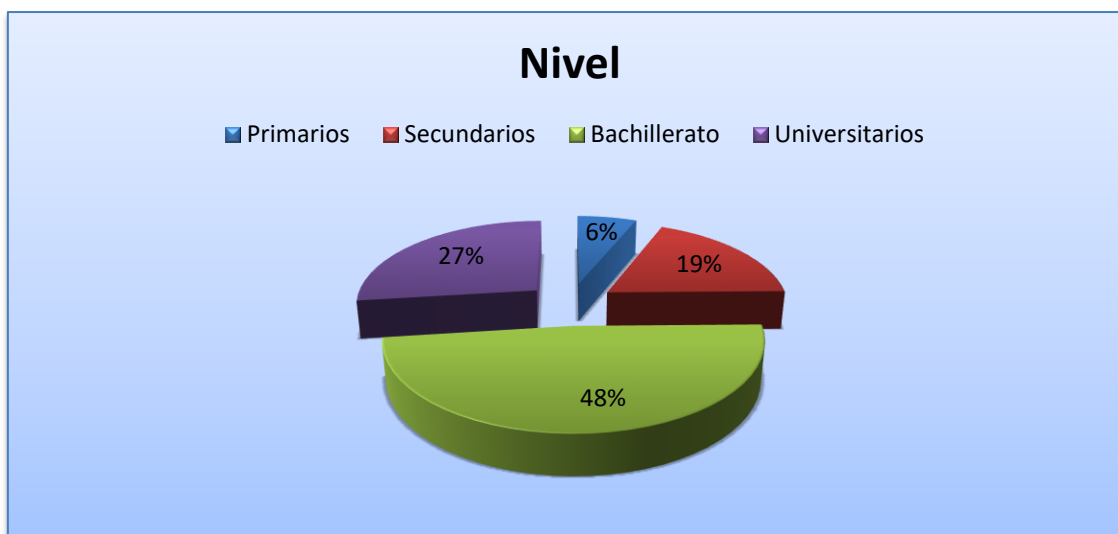
3. Nivel de escolaridad.

Tabla 4. Nivel de escolaridad

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Primarios	23	6%
2	Secundarios	73	19%
3	Bachillerato	185	48%
4	Universitarios	105	27%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 3. Nivel de escolaridad



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: Las tres cuartas partes de la población que representan el 75%, son personas que han alcanzado un nivel de escolaridad aceptable y por tanto tienen conocimiento pleno del contenido y significado de las preguntas para el proyecto.

4. Ocupación.

Tabla 5. Ocupación

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Estudiante	46	12%
2	Empleado público	77	20%
3	Empleado privado	135	35%
4	Desempleado	54	14%
5	Jubilado	74	19%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 4. Ocupación



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: El 74% de la población maneja sus propios recursos económicos por tanto tienen poder de decisión a la hora de elegir sus destinos, por lo que se considera que aportan un alto grado de confiabilidad a la hora de tomar en cuenta aspectos importantes para el proyecto.

5. ¿Qué periodo suele disfrutar de sus vacaciones?

Tabla 6. Periodo de disfrute de vacaciones

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	1 semana	120	31%
2	15 días	197	51%
3	30 días	27	7%
4	Más de un mes	42	11%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 5. Tiempo



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: Más de la mitad de la población en estudio vacaciona de 7 a 15 días al año como mínimo, lo que los convierte en clientes potenciales para disfrutar del turismo.

6. ¿Cuántos días considera Ud. es el adecuado para visitar la parroquia El Esfuerzo?

Tabla 7. Días de visita a la parroquia El Esfuerzo

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	2 días	0	0%
2	3 días	216	56%
3	Más de 3 días	170	44%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 6. Días de visita a la parroquia El Esfuerzo



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: Casi la totalidad de la población considera que para disfrutar de las ventajas y disfrutes que ofrece la parroquia El Esfuerzo, es necesario emplear como mínimo 2 días o más.

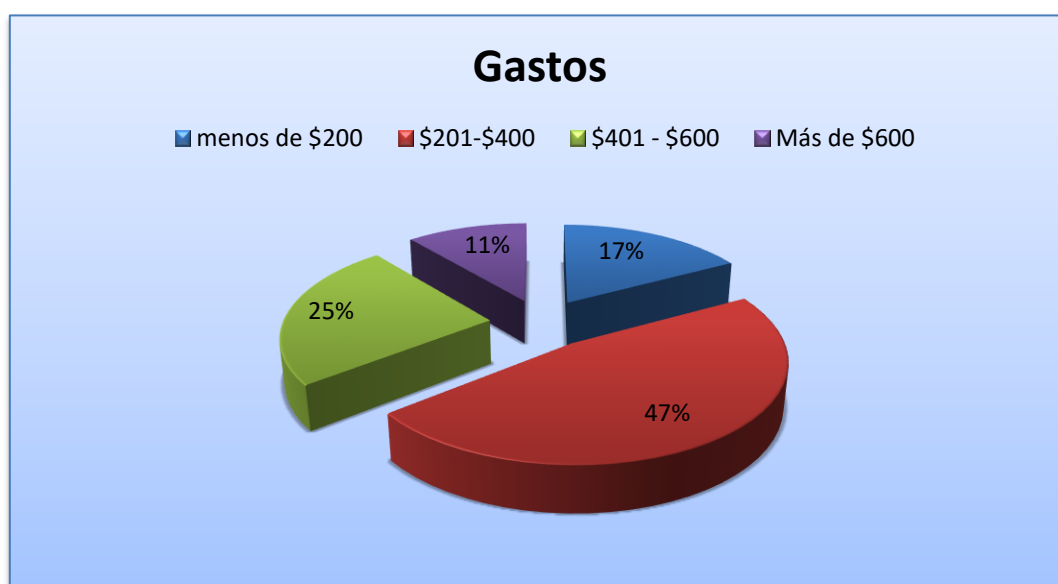
7. ¿Cuál es el promedio de gastos?

Tabla 8. Gastos

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Menos de \$200	66	17%
2	\$201 - \$400	181	47%
3	\$401 - \$600	97	25%
4	Más de \$601	42	11%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 7. Gastos



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: Tan solo el 17% de la población está en condiciones de gastar menos de 200 dólares en las vacaciones, el 47% hasta 400 dólares y el 36% restante por encima de 400 dólares.

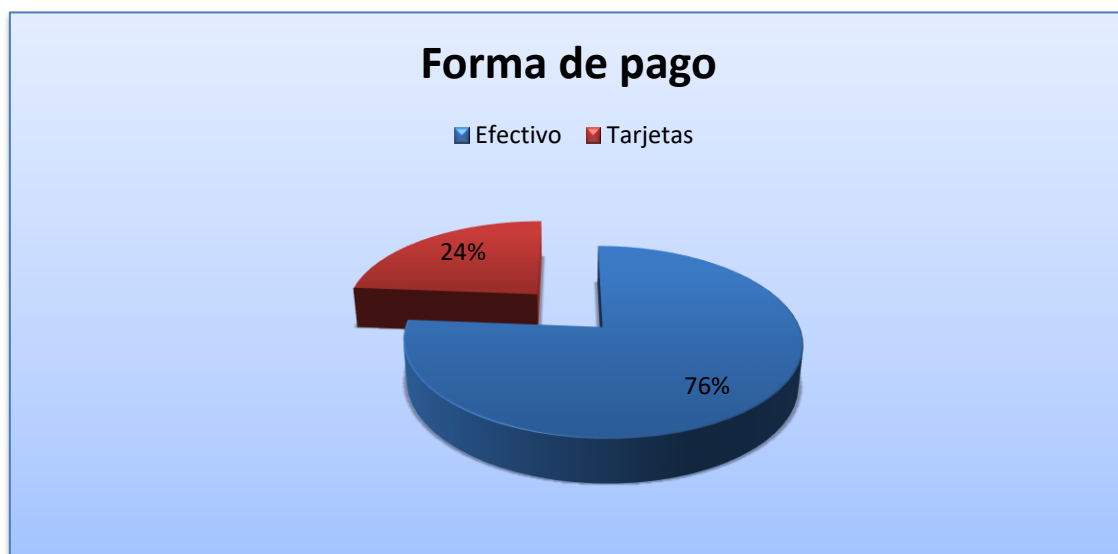
8. Cómo realiza el pago de productos y/o servicios?:

Tabla 9. Forma de pago

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Efectivo	293	76%
2	Tarjetas	93	24%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 8. Forma de Pago



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: El 76% de la muestra utiliza el efectivo para realizar sus pagos, lo que los convierte en portadores directos de liquidez para cualquier negocio.

9. ¿Cuál es el grado de conciencia que posee con el medio ambiente?

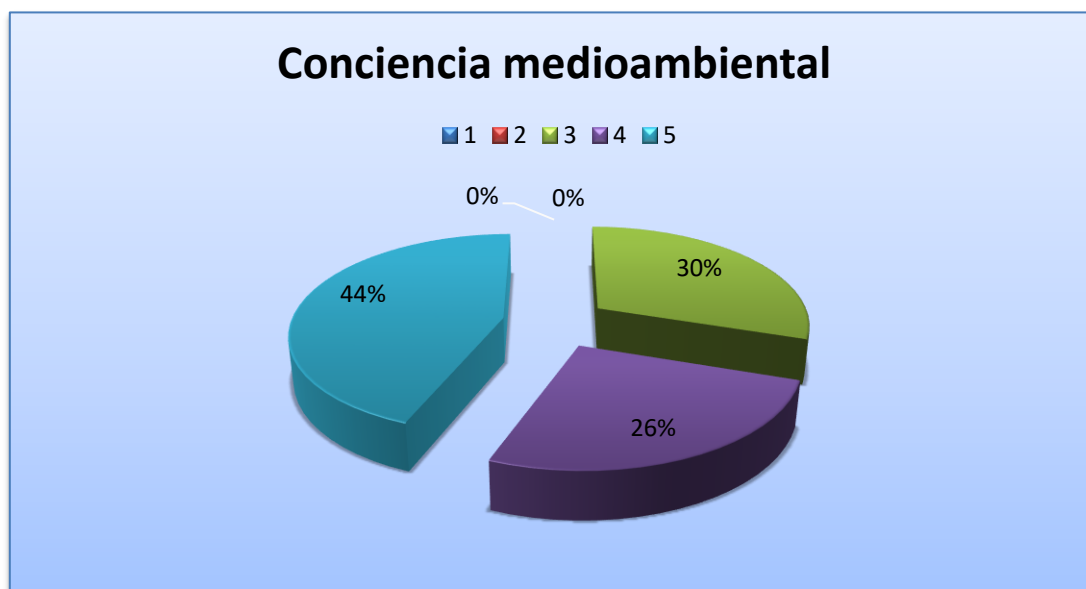
Tabla 10. Grado de conciencia

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Baja	0	0%
2	Baja	0	0%
3	Media	116	30%
4	Alta	100	26%
5	Alta	170	44%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 9. Conciencia medioambiental



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: El 70% de la población posee una alta conciencia y respeto por el cuidado del medio ambiente, lo que puede favorecer al desarrollo del proyecto.

10. ¿Consume productos ecológicos?

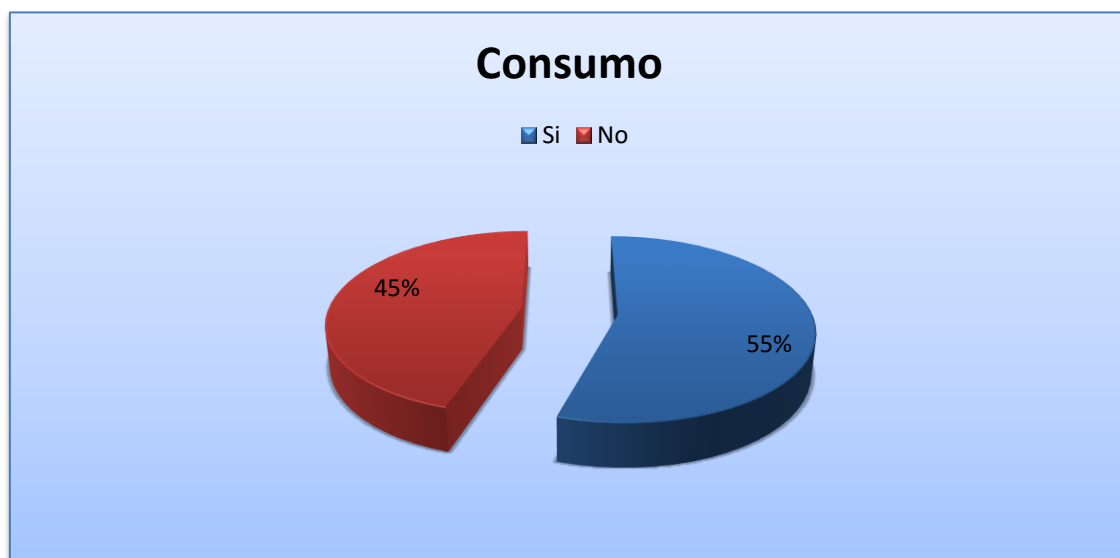
Tabla 11. Consumo

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Sí	212	55%
2	No	174	45%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 10. Consumo



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: Más de la mitad de la población encuestada consume productos ecológicos, el 45% restante no lo considera como una necesidad o prioridad en su vida.

11. Cuando viaja, ¿qué variables considera para elegir alojamiento?

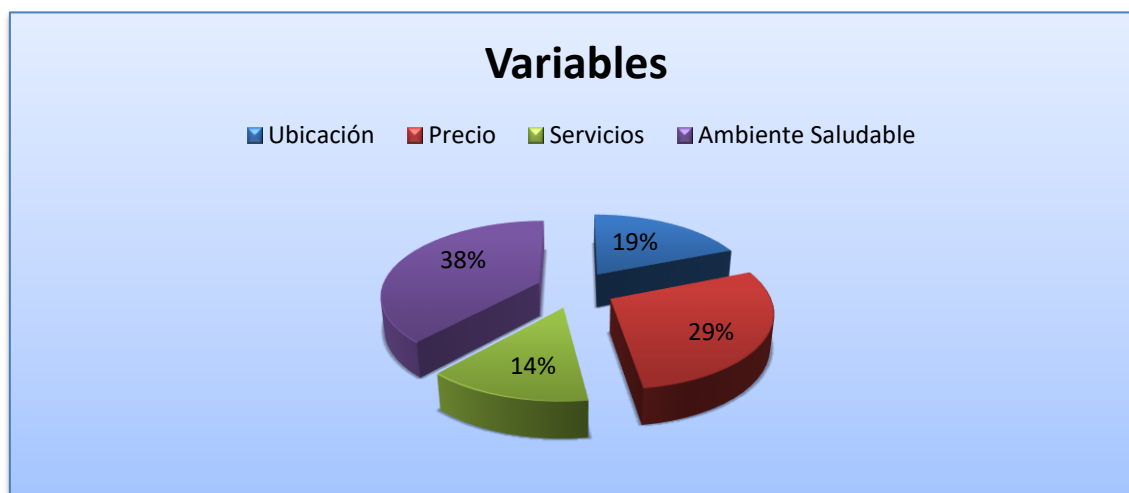
Tabla 12. Variables

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Ubicación	73	19%
2	Precio	112	29%
3	Servicios	54	14%
4	Ambiente Saludable	147	38%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 11. Variables



Fuente: Datos de la Encuesta.

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: El ambiente saludable y el precio son los aspectos fundamentales a tener en cuenta por la población la hora de elegir sus vacaciones, con un 38% y 29% respectivamente, convirtiéndolos en clientes potenciales para un proyecto de turismo ecológico.

12. ¿En qué zona se alojaría para disfrutar de sus vacaciones?

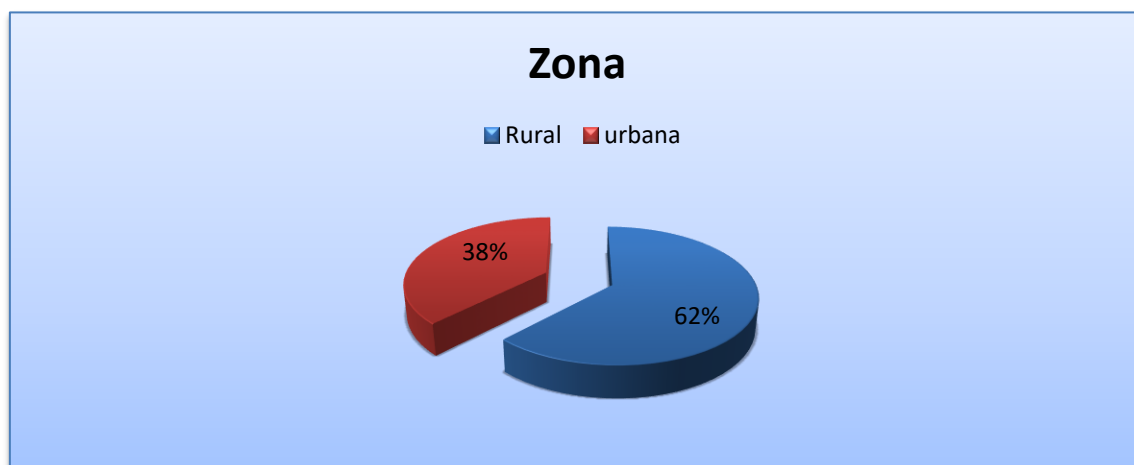
Tabla 13. Zona de preferencia

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Rural	239	62%
2	Urbana	147	38%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 12. Zona



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: El 62% de la población encuestada prefiere disfrutar de sus días libres en una zona rural, saliendo de las actividades de rutina diaria en busca de tranquilidad y alejados del ruido de las grandes ciudades.

13. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar más dinero por un alojamiento con un entorno saludable y respetuoso con el medio ambiente?

Tabla 14. Disposición

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Sí	73	19%
2	Sí, no hay mucha diferencia	259	67%
3	No	54	14%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 13. Disposición



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: La disposición de pagar por un entorno saludable y respetuoso con el medio ambiente es alta, pues el 19% respondió seguro de ello y el 67% si no existiera diferencia notable con el resto de las ofertas, lo que nos pone en ventaja, pues una característica del proyecto es la oferta con precios económicos.

14. En caso de ser afirmativa la respuesta anterior: ¿Qué importe estaría dispuesto a pagar por un entorno respetuoso con el medio ambiente?

Tabla 15. Disposición de pago adicional

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	3-8 dólares	243	63%
2	9-18 dólares	143	37%
3	Más de 19 dólares	0	0%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 14. Disposición pago adicional



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: La disposición de pagar un poco más de dinero por disfrutar de unas vacaciones en un entorno respetuoso con el medio ambiente es aceptada por el 37%, con un incremento hasta 18 dólares y el 63% estaría dispuesto a pagar un incremento de hasta 8 dólares, lo que serviría para elaborar la estrategia de mercado en cuanto a política de precios a seguir.

15. ¿Se alojaría en una hostería ecológica?

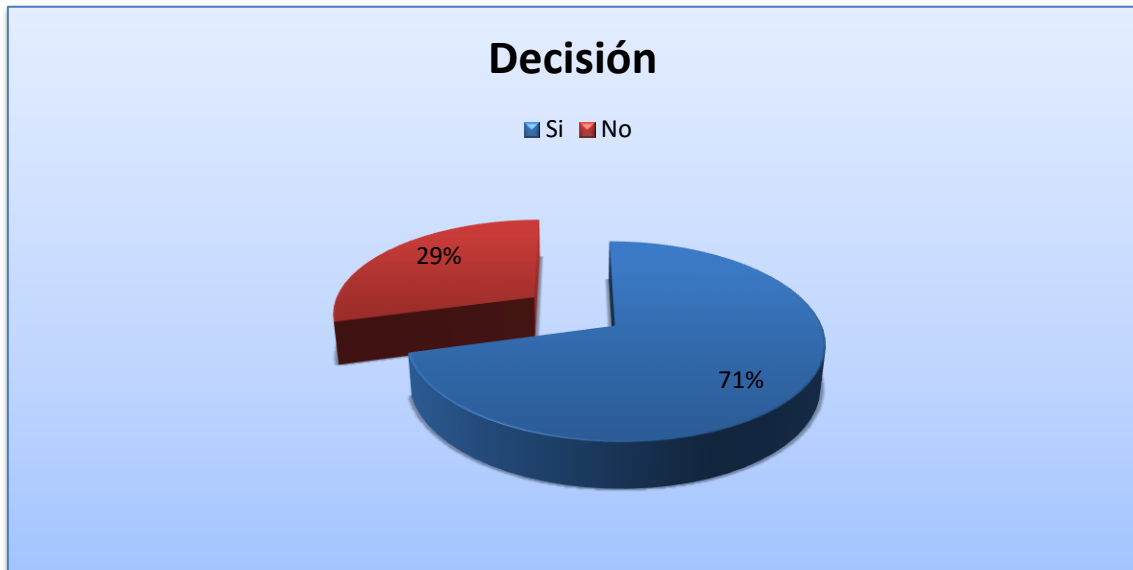
Tabla 16. Decisión de alojamiento

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	274	71%
2	No	112	29%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 15. Decisión



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: De la población en estudio el 71% considera que sería factible alojarse en una instalación ecológica, por cuanto expresan su interés por un descanso saludable y en interacción con el medio ambiente y tan solo el 29% no estaría en esa disposición.

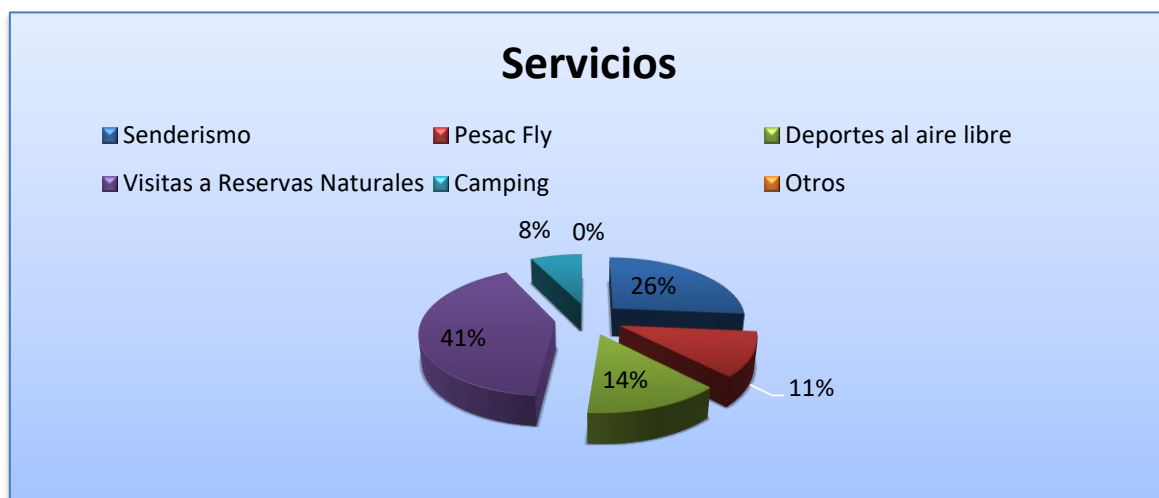
16. ¿Qué servicios considera prioritario en una hostería ecológica?

Tabla 17. Servicios prioritarios

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Senderismo	100	26%
2	Pesca deportiva	42	11%
3	Deportes al aire libre	54	14%
4	Visitas a reservas naturales	158	41%
5	Camping	32	8%
6	Otros	0	0%
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 16. Servicios prioritarios



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: El servicio de visitas a Reservas Naturales es el más solicitado por los turistas con un 41% de aceptación, y le siguen por ese orden el senderismo con un 26%, el deporte al aire libre con el 14%, la pesca deportiva con el 11% y el camping con el 8% respectivamente.

17. ¿Considera conveniente se construya una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo?

Tabla 18. Construcción de hostería ecológica

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	386	100
2	No	0	0
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 17. Construcción de hostería ecológica



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: La totalidad de la población considera apropiada la construcción de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, por cuanto tienen conocimiento de los atractivos turísticos naturales que se pueden ofrecer.

18. Indique su preferencia en cuanto a la infraestructura para su construcción:

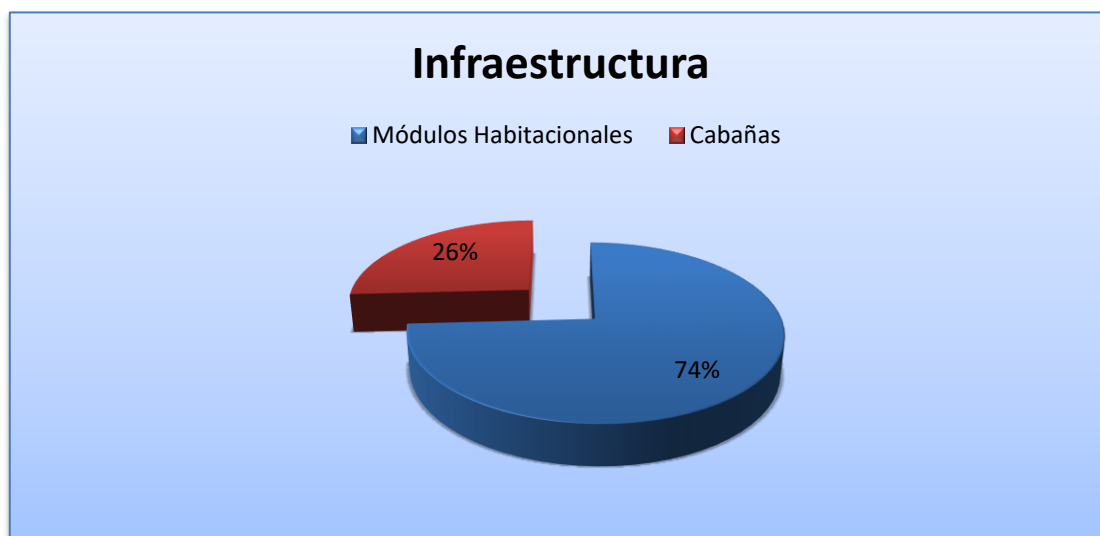
Tabla 19. Infraestructura

Ítem	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Módulos habitacionales	286	74
2	Cabañas	100	26
Total		386	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Gráfico 18. Infraestructura



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Interpretación: De la población en estudio el 74% de los encuestados prefieren alojarse en módulos habitacionales independientemente que sea una hostería ecológica por cuanto se siente en un ambiente más identificado con su vida habitual de socialización y tan solo el 26% prefieren alojarse en cabañas independientes para disfrutar de esta modalidad turística.

2.4. Conclusiones del estudio de mercado.

Se encuestó a 386 visitantes, para lo cual se realizó 18 preguntas con la finalidad de conocer la situación del mercado, una vez concluido con el procesamiento de la información con los datos obtenidos de la encuesta, se determinó la demanda insatisfecha, demanda futura, competencia directa e indirecta; en base a estos parámetros se logró establecer y proyectar las estrategias para promocionar los servicios de la hostería ecológica a nivel nacional e internacional mediante los medios publicitarios y la página web.

Se concluye que la creación del proyecto "Baba Lodge & Hostería Ecológica" es un proyecto rentable y que tendría aceptación y posicionamiento en el mercado local y nacional.

Para el proyecto en estudio se determina que existe en el mercado dos perfiles de turistas:

Perfil del turista local de la zona.

El perfil del turista local son hombres y mujeres, con un nivel de escolaridad aceptable y con poder de decisión para elegir los destinos turísticos, la mayoría considera necesaria la creación de una hostería en la parroquia El Esfuerzo, expresan su interés por un descanso saludable y en interacción con el medio ambiente, con una oferta ecológica alejado de la vida rutinaria y agitada de las ciudades que les aportaría salud y disfrute sano de sus vacaciones, como a su vez poder compartir las bellezas que se ofrecen en un ambiente natural.

Consideran como los mayores atractivos de actividades ecológicas las visitas a reservas naturales, el senderismo, el deporte al aire libre, la pesca deportiva, entre otros, esto hace de una hostería ecológica un lugar adecuado para cumplir con el presupuesto asignado para una estancia placentera y saludable, donde la mayoría de personas posee una alta conciencia del cuidado e interacción del medio ambiente.

El tiempo de sano esparcimiento supera los 5 días en su mayoría por lo que es perfectamente factible a la hora de elegir una hostería ecológica cuando el promedio de estancia es de 3 a 4 días, por su propio criterio consideran que para disfrutar de las ventajas que ofrece la parroquia El Esfuerzo es necesario emplear como mínimo 2 días.

Perfil del turista nacional.

El perfil del turista nacional son hombres y mujeres principalmente provenientes de las demás provincias del Ecuador que se encuentran dentro del rango de edad entre 44 a 56 años de edad y cursan por el nivel académico bachillerato y universitario.

Trabajan en empresas privadas, públicas, dependientes, si les gustaría visitar la hostería en grupos de amigos y familiares por un tiempo mayor a 3 días.

Todos los encuestados están de acuerdo en la construcción de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, por cuanto tienen conocimiento de los atractivos turísticos naturales que se pueden ofrecer, y tienen afinidad por convivir en módulos habitacionales y no en cabañas para disfrutar de su estancia en una hostería ecológica.

2.5. Análisis de la demanda.

El objetivo del estudio de mercado, es evaluar los aspectos referentes al entorno, determinando el mercado objetivo que son los pobladores de la zona y potencial que serán los turistas nacionales al cual nos vamos a dirigir, analizando la oferta existente, los atractivos, sus componentes, y el flujo de turistas para establecer de esta manera la demanda que existe en la zona y así considerar si el proyecto es o no factible, según el margen de ganancia que den los resultados en varios años, sobre las proyecciones de ventas.

2.5.1. Resultados de la demanda actual.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo, y en base al gráfico 2 de turistas nacionales, se determinó como resultado lo siguiente:

El 91% de los turistas se manifestaron positivamente con respecto a la creación de una hostería en la parroquia El Esfuerzo que satisfaga las necesidades de descanso y distracción turística en este sitio turístico de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se determina lo siguiente:

Universo 7.183 * 91% de aceptación = 6.537 turistas potenciales

Detalle	Porcentaje	Total
Turistas de la parroquia y sectores aledaños	50%	3.268
Turistas de la provincia	30%	1.961
Turistas nacionales	20%	1.307
Total		6.537

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Área del mercado.

A diferencia de la producción de un bien, en el cual el productor va hacia la demanda, en un servicio como es el turismo se debe lograr que los demandantes se dirijan hacia el mismo, el área de mercado para el proyecto está constituida por la afluencia de turistas que ingresaron en cierto tiempo hacia la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

2.5.2. Demanda objetiva.

Para la creación de la hostería se proyectó considerar como demanda objetiva a la población de la parroquia El Esfuerzo, se puede observar que la población, teniendo por objetivo del estudio de mercado, evaluar los aspectos referentes al entorno, determinando el mercado potencial al cual nos vamos a dirigir, analizando la oferta existente, los atractivos y sus componentes, el flujo de turistas para establecer de esta manera la demanda que existe en la zona y así considerar si el proyecto es o no factible, según el margen de ganancia que den los resultados en varios años, sobre las proyecciones de ventas.

2.5.3. Proyección de la demanda.

Una vez establecida la demanda actual, se calcula la demanda proyectada para los próximos 5 años, se utilizó la fórmula del incremento compuesto, considerando una tasa de crecimiento turístico nacional del 1,37 anual de Santo Domingo de los Tsáchilas en el 2012.

Tabla 20. Proyección de la demanda

Proyección de la demanda potencial				
Nº Año				5
Turistas nacionales (72%)				124966
Turistas extranjeros (28%)				48599
Total de turistas nacionales y extranjeros				173565
Año	Total turista	Nacional	Extranjero	Tasa Crecimiento
2012	173565	124966	48599	1.37
2013	175942	126678	49264	1.37
2014	178352	128413	49939	1.37
2015	180795	130172	50623	1.37
2016	183271	131955	51316	1.37

Fuente: Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Santo Domingo de los Tsáchilas, (2012).

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

2.5.4. Análisis de la demanda insatisfecha.

El análisis de la demanda insatisfecha es determinado por la diferencia entre la demanda y la oferta, el producto o servicio ofrecido no alcanza a cubrir el requerimiento del mercado.

La creciente demanda de visitantes tanto locales como nacionales, quienes, para salir de la rutina y el ruido estresante de la ciudad, visitan la parroquia El Esfuerzo en busca de un ambiente de tranquilidad, aire libre, confort, biodiversidad cultural, buscando experimentar nuevas emociones entre otras alternativas turísticas que ofrece el lugar.

Estos elementos preponderantes impulsan la creación de un proyecto que brinde a los visitantes una salida y solución a la falta de una infraestructura hotelera en el sector. La idea de construir una hostería surge de la necesidad imperiosa de ofrecer a los turistas la posibilidad de alojarse en un lugar acogedor que les permita disfrutar del contacto con la naturaleza, aprovechar de una estancia placentera en un lugar que cuenta con áreas recreativas, hermosos paisajes, canto de pájaros y del agua cristalina de sus ríos, de esta manera se pretende contribuir en el desarrollo de la parroquia ofreciendo plazas

de trabajo a las personas de la zona aledaña y minimizar el problema socio económico que afecta al país.

Este proyecto se constituye en una fuente de ingresos adicionales para la parroquia El Esfuerzo, consolidará al lugar como generador de empleo para los habitantes del sector y fomentará el comercio, en concreto será una solución para el progreso y reconocimiento regional.

De acuerdo con el aumento de la actividad emprendedora en nuestra sociedad, el aplicar un Plan de Negocios ha pasado a convertirse en un documento indispensable de análisis, planificación, control y venta del proceso emprendedor, tanto a nivel de nuevas iniciativas empresariales como en proyectos de consolidación de PYMES y por supuesto en desarrollo interno de proyectos corporativos en medianas y grandes empresas.

2.6. Análisis de la oferta.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. En tanto la oferta turística de la parroquia El Esfuerzo se da por las condiciones en que se presentan los atractivos naturales y culturales existentes en este lugar que conserva especies de flora y fauna que pueden ser apreciadas por los visitantes, mediante recorridos ecológicos, paseos de sano esparcimiento, o actividades recreativas. (McDaniel, 2008)

En la actualidad existen pocos establecimientos que brindan servicios turísticos a los visitantes nacionales e internacionales, la falta de infraestructura turística hotelera - recreacional hace que este sitio tenga limitaciones en su desarrollo.

2.6.1. Proyección de la oferta.

Es necesario conocer el grado de crecimiento que ha alcanzado la oferta, para evitar una saturación del mercado. De acuerdo a la información recibida, y el diálogo con los dueños de establecimientos existentes en la zona, operadores turísticos de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas se llega a la conclusión de que actualmente, no se pretende incrementar el número de plazas de ocupación.

De acuerdo a datos obtenidos en el Municipio de Santo Domingo de los Tsáchilas, no se conoce de la existencia de un proyecto nuevo, que pretenda ofrecer nuevas instalaciones hoteleras, por lo tanto la oferta futura se mantendrá igual.

Perfil del consumidor.

Se refiere a cómo, metodología, universo, etc.

Edad.

El estudio de mercado arrojó como resultado que el segmento de mercado que visita la zona rural de la provincia es la mayoría por personas adultas de 18 a 43 años de edad en un 26%, y de 41 a más años de edad en un 74% personas que visitan el lugar por la importancia de sus atractivos turísticos y la belleza de sus paisajes, a ellos está dirigido la prestación de servicios de alimentación, hospedaje y actividades turísticas.

Nacionalidad.

Nuestro mercado está enfocado más a turistas nacionales, quienes en una buena cantidad conocen y visitan el lugar de manera permanentemente, pero la creación de la hostería ecológica tiene proyección para brindar el servicio al mercado extranjero, es necesario trabajar con la promoción y publicidad del sector, para que un mayor número de personas conozcan y visiten el lugar.

Ocupación.

Los datos obtenidos nos informan que el perfil de la demanda turística va a estar principalmente conformado por personas profesionales con un 75%, estudiantes con el 25%. Un mercado primordial para las aspiraciones de crecimiento de la empresa, a la misma vez la responsabilidad y compromiso de brindar mejores servicios.

Época.

Los turistas que visitan esta zona con mayor frecuencia son los fines de semana con un 42%, además existe una cantidad importante de turistas que visitan el lugar los feriados y vacaciones con un 36% lo cual favorece para que la hostería ecológica sea considerada como primera opción para hacer turismo en los mencionados días.

Tiempo.

El tiempo más adecuado para visitar la parroquia El Esfuerzo según la opinión de los turistas es de 3 días con un promedio de 56%, lo cual favorece para la ejecución del proyecto, además existe un porcentaje significativo que le agradaría visitar el lugar más de 3 días, lo cual ayuda para la elaboración de diferentes paquetes turísticos.

Costo.

La mayor cantidad de turistas está dispuesta a pagar de 3 a 8 dólares en un 63% y de 9 a 18 en un 37%, es decir, analizando estos porcentajes lo más lógico es que las instalaciones y servicios que se implementen para el proyecto deben ir acorde a las aspiraciones y poder adquisitivo de los turistas.

Servicios y actividades turísticas.

La hostería ecológica va a ofrecer servicios de alimentación, hospedaje y actividades turísticas como: deportes al aire libre, senderismo, camping, visitas a reservas naturales y pesca deportiva, previo a un análisis del estudio de mercado que recomienda como lo más idóneo para desarrollar el turismo en la zona.

Creación de la hostería ecológica.

La preferencia que tienen los turistas en que se construya una hostería ecológica es de 100%, como primera opción módulos habitacionales con un 74% y como segunda opción cabañas en un 26%. Las agencias han manifestado su deseo de que se construyan módulos habitacionales en un 60% y cabañas en un 40%. Analizando estos porcentajes y cálculos se determinó que lo más adecuado es crear una hostería ecológica con módulos habitacionales.

2.7. Marketing.

2.7.1. Imagen corporativa.

Para diseñar la nueva imagen corporativa del proyecto, se analiza los conceptos previos que definen la investigación, se crea la nueva imagen, acorde a la hostería que se presentará a los turistas.

2.7.2. Nombre y descripción de la empresa.

El nombre asignado es Baba Lodge & Hostería Ecológica.

2.7.2.1. Logotipo.

Ya definido el nombre de la empresa, vamos a presentar el logo, mismo que está representado por las siguientes formas y colores:



2.7.2.2. Filosofía empresarial.

“Descanso y confort inolvidable cerca de ti”

2.7.2.3. Visión.

Ser la mejor hostería ecológica y líder del sector, al entregar un servicio turístico con eficiencia, innovación y calidad, contribuyendo en el grado de satisfacción y fidelización de visitantes nacionales y extranjeros.

2.7.2.4. Misión.

Satisfacer las necesidades turísticas de la parroquia El Esfuerzo, de la provincia y de nuestro país de manera eficiente, sustentable, segura, con responsabilidad social y ambiental, ofreciendo a los visitantes nacionales y extranjeros un servicio hotelero confortable, responsable y con altos estándares, a fin de despertar la conciencia ambiental en el cliente y habitantes del sector.

2.7.2.5. Valores empresariales.

- ✓ Honestidad
- ✓ Lealtad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Compromiso
- ✓ Seriedad
- ✓ Respeto
- ✓ Cumplimiento
- ✓ Calidad del servicio

2.7.3. Marketing mix (4 P).

Stanton (2010), define “El marketing mix es la combinación de cuatro variables que se utilizan para definir una estrategia de marketing o diseñar un plan de marketing de manera que se cumplan o mejoren los objetivos de la empresa.”

Estas variables son:

- Producto
- Precio
- Distribución (plaza)
- Promoción y se las conoce como las 4 P's.

Cuando se construye el mix, siempre hay que estar pensando a quién va dirigido. La coherencia del mix se refiere a lo bien que se conjugan los componentes del mismo.

A largo plazo, las cuatro variables del mix pueden ser modificadas a corto plazo, es difícil modificar el producto o el canal de distribución. Por lo tanto, a corto plazo los responsables de marketing están limitados a trabajar sólo con la mitad de sus herramientas. Esta limitación no quita importancia a la planificación estratégica a largo plazo.

Componentes del marketing mix.

McDaniel (2008) menciona “Refiere a las variables de decisión sobre las cuales una compañía tiene mayor control. Estas variables se generan a partir de las necesidades del consumidor.”

A continuación las definiciones de las 4 P's:

Política del producto / servicio: Define las características del producto que le va a ofrecer a los consumidores. El producto es el paquete total de beneficios que el consumidor recibe cuando compra.

Política de precios: Determina el costo financiero total que el producto representa para el cliente incluido su distribución, descuentos, garantías, rebajas, etc. El precio es una expresión del valor del producto para los consumidores potenciales.

Política de distribución (plaza): Escoge los intermediarios a través de los cuales el producto llegará a los consumidores. Intervienen mayoristas, minoristas, distribuidores, agentes.

Política de comunicaciones (promoción): Selecciona los medios para hablar con los intermediarios en la distribución de sus productos, así como también con sus consumidores actuales y potenciales. (Publicidad, ventas personales, promoción, relaciones públicas).

2.7.4. Plaza.

Se refiere a los lugares donde se oferta el producto y a los canales de distribución, mismos que están formados por un grupo de intermediarios relacionados que llevan los productos y servicios del productor a los

consumidores finales. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que se ofrece, mayor cantidad de ventas. De muy poco sirve tener un producto de excelente calidad y precio, cuando es difícil encontrarlo, para la mayoría de personas es muy molesto tener deseos de adquirir un producto de difícil acceso. (McDaniel, 2008)

Esta visión tradicional encaja perfectamente en el enfoque de "empuje" que visualiza la distribución como una manera de llevar productos y servicios desde el lugar donde se generan hasta el lugar donde el cliente o usuario final puede adquirirlos. El enfoque se centra en estas actividades sin perder de vista aquellas que sirven de "atracción" de clientes, como la publicidad o la promoción de ventas.

"Las estrategias de distribución se aplican para hacer que los productos se encuentren a disposición en el momento y lugar en que los consumidores lo deseen." (Stanton William, 2010)

Los canales de distribución permiten que se realicen los procesos de entrega de los servicios al consumidor. Existen diferentes tipos de canales de distribución que se ajustan a cada uno de los diferentes proyectos que se pueden realizar.

Los servicios de la hostería ecológica, se ofertarán a través del canal uno o directamente, el mismo que, consiste en un fabricante que vende de manera directa al consumidor final (puerta a puerta, demostraciones en casa, a vuelta de correo, tele mercadeo, venta por televisión, y tiendas de propiedad del fabricante), a través del canal en cual se haga uso de una operadora turística que, actuaría como intermediario para poder llegar al consumidor final. (Martinez, 2004)

2.7.5. Precio.

Como menciona Thompson (2012) "El precio es el valor de mercado de los bienes, medido en términos de lo que un comprador está dispuesto a dar para obtenerlos". (pág. 51)

Normalmente, los precios se expresan en función de una cantidad de dinero, de hecho la principal razón por la que se utiliza el dinero reside en su utilidad para reflejar el valor

de los precios, pero en los sistemas de trueque los precios vienen dados por el valor de un bien en relación con otros bienes que, a su vez, tienen un determinado valor, por lo que todos los precios de todos los bienes se determinan mutuamente sin que intervenga el dinero.

Los precios son el principal mecanismo de ajuste de la oferta y la demanda, con el precio de cualquier bien, en una economía de libre mercado, tiene que alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo: este precio de equilibrio refleja el punto donde concuerda lo que los productores pueden costear y lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Por lo tanto, los precios determinarán qué y cuánto se produce, cómo se produce y quién puede comprarlo. Son un aspecto crucial en la ciencia económica, especialmente en microeconomía. (Thompson, 2012, pág. 51)

(Thompson, 2012, pág. 51), indica “Las estrategias para establecer precios constituyen directrices que permiten el cumplimiento del objetivo que se planteará en relación al precio, además determina el precio del servicio que se desea ofrecer en el mercado”.

Estrategia de precios de selección

Consiste en vender el nuevo producto a un precio elevado, limitándose voluntariamente a los grupos de compradores dispuestos a pagar el precio alto, de manera que se aseguran unos ingresos financieros importantes rápidamente tras el lanzamiento.

La estrategia que se utilizará para establecer los precios de los servicios de la hostería será la de selección, el mercado objetivo se caracteriza por poseer ingresos altos, es decir, que poseen capacidad de pago a precios altos, pero que garantiza la calidad del servicio.

El valor del producto que se va a vender es fundamental; si para la gente comprar lo que se ofrece es “caro”, puede ser que no lo haga. Es necesario comparar precios con aquellos productos semejantes al que se oferta.

(Stanton William, 2010), manifiesta “Se debe ser competitivo, hay que ofrecer un precio adecuado; si se da el producto muy barato, puede ser percibido como de mala calidad, si se lo da caro, como un abuso.”

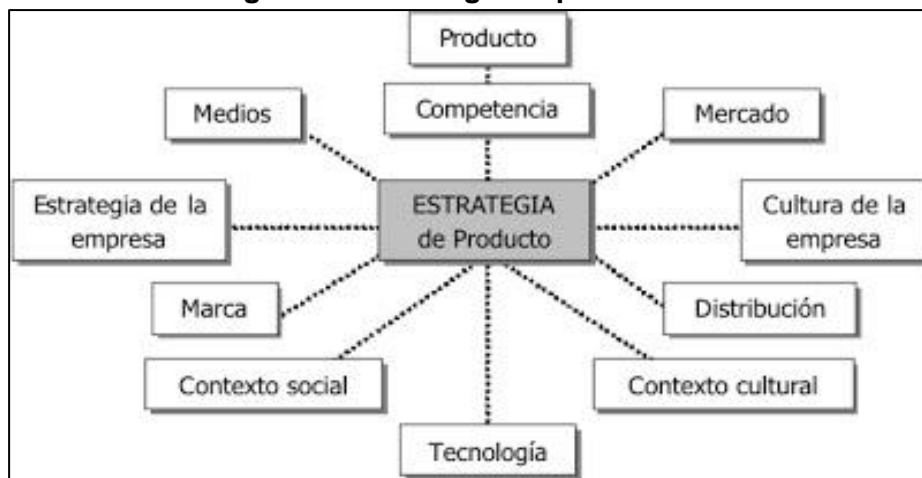
Por esto, se debe buscar una justa medida por lo que se recomienda:

- ✓ Mantener un adecuado control administrativo – financiero.
- ✓ Sistematizar los procesos de compras y recepción de proveedores.
- ✓ Trabajar con recetas estándar.
- ✓ Cumplir las metas presupuestarias fijadas dentro del estudio financiero.

2.7.6. Producto.

El producto es el catalizador para el inicio de un negocio, y el desarrollo de la estrategia de producto una de las decisiones más importantes que un vendedor hará, los productos juegan un papel importante en la demanda, la competencia y el éxito. Los encargados deben entender las ramificaciones de la estrategia de producto en otras áreas de mercadeo como el precio, la distribución y la promoción. (Currie, 2009, pág. 217)

Figura 14. Estrategia de producto



Fuente: Marla Currie, Advertising and Sponsorship, pág.217

Por tal motivo podemos determinar que las estrategias son como el conjunto de tácticas y acciones a implementar en la elaboración de un bien o la prestación de un servicio, con el fin de que cumpla a cabalidad las expectativas y necesidades del consumidor. Para ello se deben tomar en cuenta todas sus características tanto tangibles como intangibles.

McDaniel (2008) define “La creación de una estrategia de servicio exige una planeación enfocada en el proceso del servicio.”

Existen tres tipos de procesamiento:

- **Procesamiento de la persona:** Consiste en que el servicio es dirigido en forma directa al consumidor.
- **Procesamiento de la posesión:** Ocurre cuando el servicio está orientado a alguna pertenencia del consumidor final.
- **Procesamiento de la información:** Se encuentra relacionado con el uso de la tecnología o de asesores que posean conocimientos especializados.

Para generar diferenciación en los servicios de la nueva hostería se dará a los clientes la posibilidad de elegir un paquete de alimentación gratis por la inauguración del negocio, además en la visita de los turistas se podrá brindar a los clientes una bandeja de frutas de la región como muestra de bienvenida.

2.7.7. Promoción.

Indica que la publicidad es un conjunto de actividades encaminadas a presentar a un grupo de personas un mensaje impersonal, visual y oral mediante símbolos, slogan, logotipos o un nombre que representa a la empresa, con el fin de informar la existencia de un producto o servicio patrocinado por un medio publicitario como: televisión, radio, prensa, internet, etc. (Thompson, 2012, pág. 51)

Define a la estrategia de promoción como plan para el uso óptimo de los elementos que la forman: publicidad, relaciones públicas, ventas personales y promoción de ventas; la función principal de la estrategia de promoción es convencer a los consumidores de que los bienes y servicios ofrecidos brindan una ventaja diferencial respecto a la competencia.

Publicidad: (McDaniel, 2008) define “La comunicación impersonal masiva, en un solo sentido acerca de un producto o una organización, basada en cualquier forma de comunicación pagada, en la que se identifica el patrocinador o la empresa.”

En este punto del proceso se encargará de exponer lo que estamos presentando en el mercado y por qué le conviene adquirir este producto. La labor de la publicidad es dar a conocer un producto o un servicio en un mercado determinado; la promoción ayudará a acelerar el proceso de venta.

Indica la publicidad debe ser de elevada calidad, orientada a comunicar las ventajas y conveniencias del producto o servicio que se ofrece, y tiene que ser transmitida en los medios adecuados para que sea “vista” por la gente que se sabe que puede comprar nuestro producto.

La publicidad, la venta directa y la promoción de ventas son las técnicas fundamentales empleadas para promover la venta de un producto o servicio.

Para esto se deben desarrollar algunas promociones que se podrán ofertar en temporada baja a fin de incrementar la ocupación aun cuando esto signifique reducir un poco la tarifa promedio.

Para la publicidad en la promoción de la nueva hostería ecológica realizarán las siguientes actividades:

❖ **Periódicos.**

En la prensa escrita se escogió al diario Centro y La Hora, que son los principales periódicos que circulan en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

❖ **Revistas.**

Las revistas seleccionadas para realizar la promoción son:

Revista MUNDO DINERS

Revista VANGUARDIA

Revista COSAS

Revista CHEF

Revista VISIÓN

❖ **Cena de inauguración.**

Para la inauguración se prevé organizar una cena los tres primeros días, con invitados de la municipalidad, empresarios importantes, funcionarios públicos afines al gobierno central, personas de la televisión de Santo Domingo.

❖ **Trípticos, postales y adhesivos.**

Este tipo de material será repartido en diferentes sitios claves como gasolineras, en las afueras del terminal terrestre, así como, en poder de la operadora turística.

CAPÍTULO III
ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Macro localización del proyecto.

La hostería estará ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón El Esfuerzo.

Figura 15. Mapa político de Santo Domingo de los Tsáchilas.



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

La parroquia El Esfuerzo está limitada:

- ✓ **Al Norte:** La cabecera cantonal Santo Domingo.
- ✓ **Al Sur:** Las parroquias Santa María del Toachi y Luz de América.
- ✓ **Al Este:** La parroquia Luz de América.
- ✓ **Al Oeste:** Las parroquias Alluriquin y Santa María del Toachi.

La parroquia está conformada por pocos barrios, tiene balnearios naturales como Santa Marianita, El Esfuerzo y Río Baba, el sector es apto para la producción agrícola y ganadera que fortalece el trabajo de sus pobladores, La parroquia El

Esfuerzo cuenta con aproximadamente 9.000 habitantes, quienes se dedican principalmente a la agricultura, ganadería y a la cría de especies pequeñas como aves de corral, los productos de estas actividades lo comercializan en el mercado y los barrios aledaños, lo cual se constituye en fuente principal de sus ingresos. web (www.santodomingo.gob.ec, 2014)

Uno de los logros en procesos organizativos es el de mantener reuniones y programas que contribuyen al buen vivir, con el objetivo de mejorar la gestión administrativa y aportar con soluciones para el desarrollo de la parroquia y cubrir necesidades de la población, ejemplo servicios básicos, educación, etc.

En la parroquia El Esfuerzo actualmente no existen hoteles ni lugares avalados por el Ministerio de Turismo que brinden hospedaje, situación por la cual el desarrollo e implementación de la hostería ecológica, tendrá una favorable acogida, brindará el servicio de hospedaje, alimentación el mismo que ayudará a fortalecer actividades de convivencia familiar en pleno contacto con la naturaleza, y hacer de la estadía un momento inolvidable para el turista local, nacional o extranjero. (www.santodomingo.gob.ec, 2014)

Siendo una gran oportunidad de desarrollo puesto que el negocio tendrá una utilidad rentable. Ofrecer un sitio de sano esparcimiento, que invite a descansar la mente y el cuerpo, lugar que mimetizado con el entorno pueda brindar nuevas formas de distracción, garantizando el cuidado del medio ambiente y el servicio al cliente- ofrecer un turismo de relax, comodidad y aventura, comprometido con la satisfacción en la excelencia del servicio, alejado del ruido, y rodeado por la naturaleza única.

La hostería comprenderá un complejo que busque brindar calidad en el servicio de hospedaje y alimentación, alternado con una variedad de actividades complementarias creadas para fomentar el turismo sostenible, el proyecto contará con cómodas cabañas, con baño privado, parqueadero, área de fogata, salas para eventos, canchas deportivas, hermosos jardines con hamacas, senderos ecológicos para caminatas dirigidas, se podrá disfrutar de la observación de aves y hermosos paisajes que caracterizan a la parroquia.

Flora.

Su naturaleza está dotada de una gran biodiversidad, la flora es considerada como uno de los atractivos importantes para quienes lo visitan, se cuenta con especies propias de la zona, y una variada flora con plantas y árboles procedentes de diferentes regiones del país, entre otras especies tenemos el roble, guayacán, laurel, árboles legendarios como los ceibos de más de 700 años (www.santodomingo.gob.ec, 2014)

Fauna.

- Mamíferos: ganado vacuno, porcino, caballar, perros, gatos, guatusa, guanta, armadillo.
- Aves: palomas, pájaros carpinteros, tucanes, guacamayos, garzas buayeras, colibríes, etc.
- Reptiles: La presencia de culebras muy peligrosas como la mata caballo, coral, x, lagartijas, iguanas, etc.
- Insectos: mariposas, ciempiés, grillos, lombrices, etc.

3.2. Infraestructura.

Todos los materiales considerados para las obras de construcción de infraestructura serán los que se los puede obtener en el sector, para no introducir materiales ajenos a los que son propios del ambiente de la parroquia El Esfuerzo y de esta manera evitar que se produzca una mayor modificación en el entorno natural y el paisaje escénico del sector. El proyecto trata de rescatar y preservar los rasgos arquitectónicos de los tipos de vivienda que se construyen a lo largo y ancho de la zona, con la única intención de brindar a los turistas un destino turístico con infraestructura diferente a la ciudad o centros urbanos, disfrutando de lo acogedor dentro del lugar rodeado de la naturaleza y tranquilidad.

3.2.1. Servicio de hospedaje.

Esta área presta el servicio de hospedaje, para ello se ubicará 9 cabañas ecológicas con sus respectivos baños y salas comunales al igual que un espacio de descanso en el cual los huéspedes podrán interactuar con las demás personas.

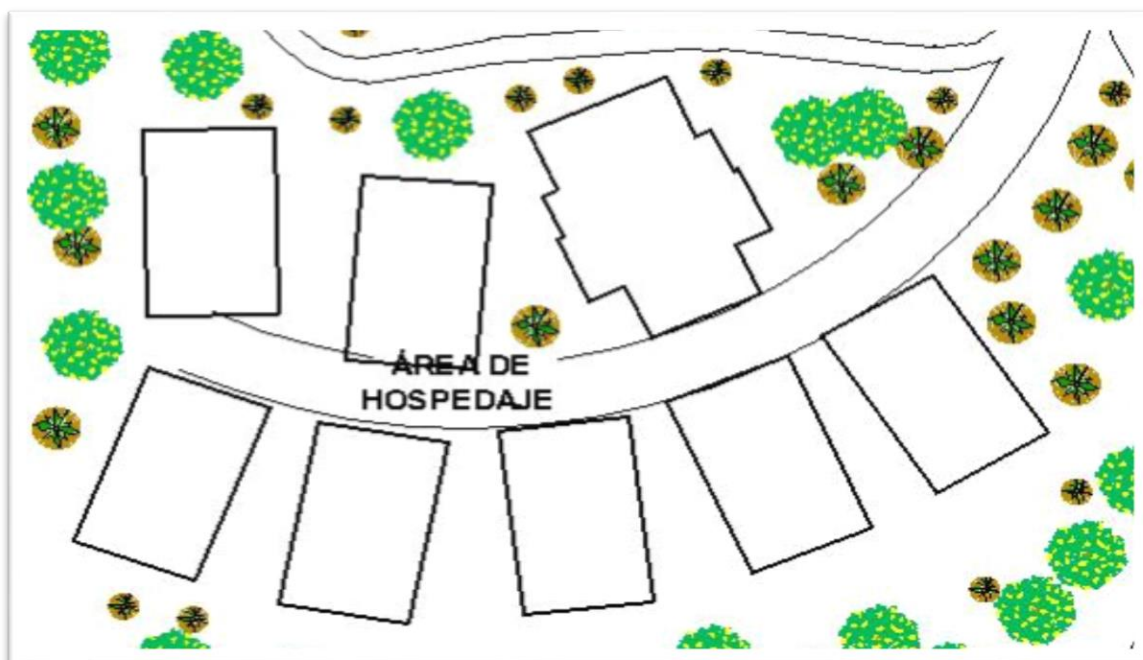
Tabla 21. Cabañas

Instalaciones	Unidades	Área Total
9 Cabañas	m2	340
Total		340

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Figura 16. Distribución de las cabañas



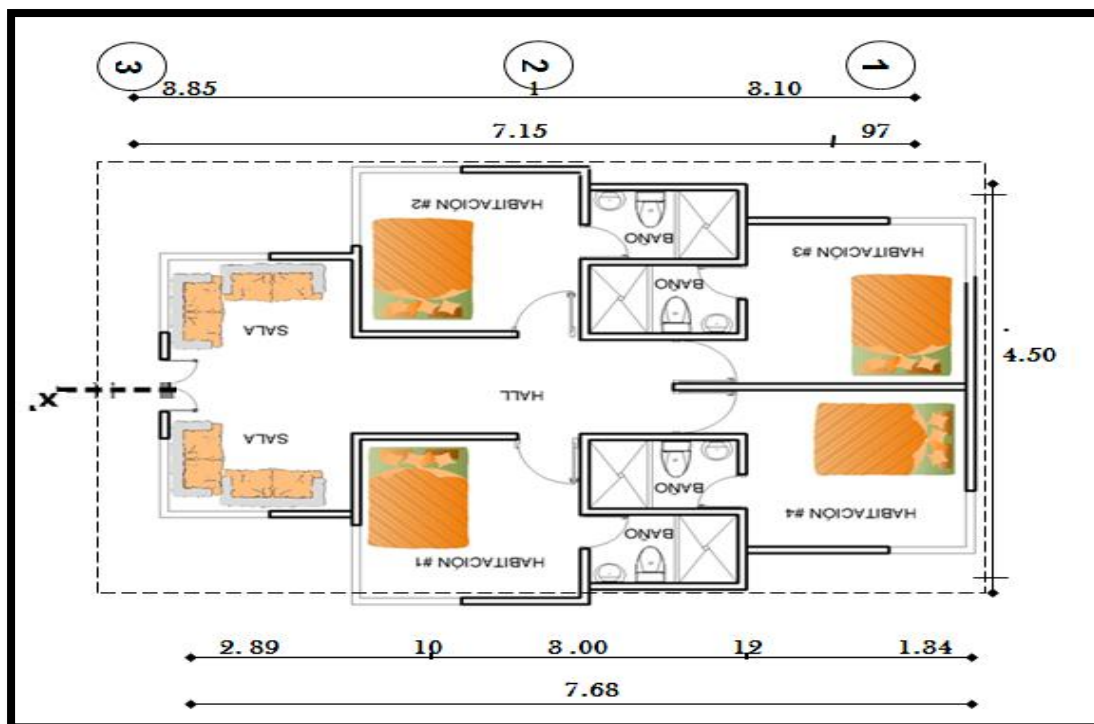
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Las cabañas ecológicas estarán distribuidas en 2 familiares, y 7 simples.

Cabañas familiares.- Cada cabaña familiar contará con cuatro habitaciones, cada habitación tendrá 1 cama de dos plazas.

Figura 17. Distribución cabañas familiares



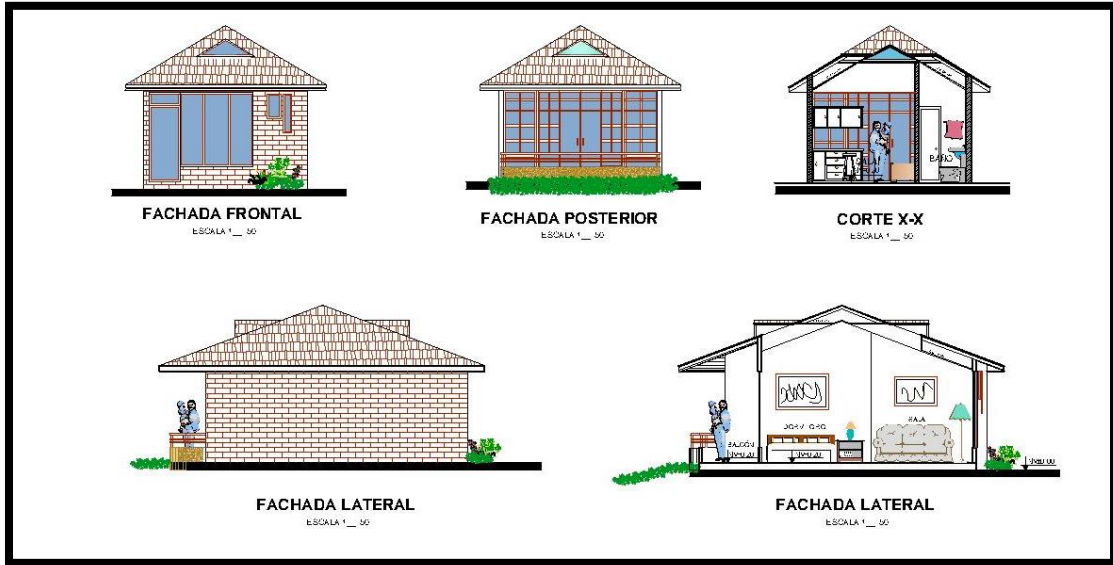
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Cabañas simples.- Contarán con una sola habitación, con una cama de 2 plazas, todas dispondrán de una decoración rustica pero a la vez elegante, de acuerdo al entorno en el que se encuentran, provistas de todos los servicios básicos, baño privado con agua caliente las 24 horas del día. Una pequeña sala de descanso con mini nevera y televisión, con su respectivo mobiliario y decorado con fotografías de paisajes de la zona.

Los dormitorios con un ambiente acogedor poseerán 1 velador con su respectiva lámpara de noche y un pequeño armario para facilitar al huésped su estadía. Todas las habitaciones tendrán un balcón en el cual se colocarán hamacas.

Figura 18. Cabañas simples



Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.2.2. Servicio de alimentación.

El restaurante tendrá un área de 200 m², con capacidad para 50 personas y contará con lo siguiente:

- ✓ Área de cocina
- ✓ Una bodega para granos secos
- ✓ Una bodega con frigoríficos para productos cárnicos y bebidas
- ✓ Un baño para mujeres y hombres

Tabla 22. Área de alimentos

Instalaciones	Unidades	Área
Restaurante	m ²	200,00
Cocina con alacena	m ²	47,85
Área de baños	m ²	45,32
Total		293,17

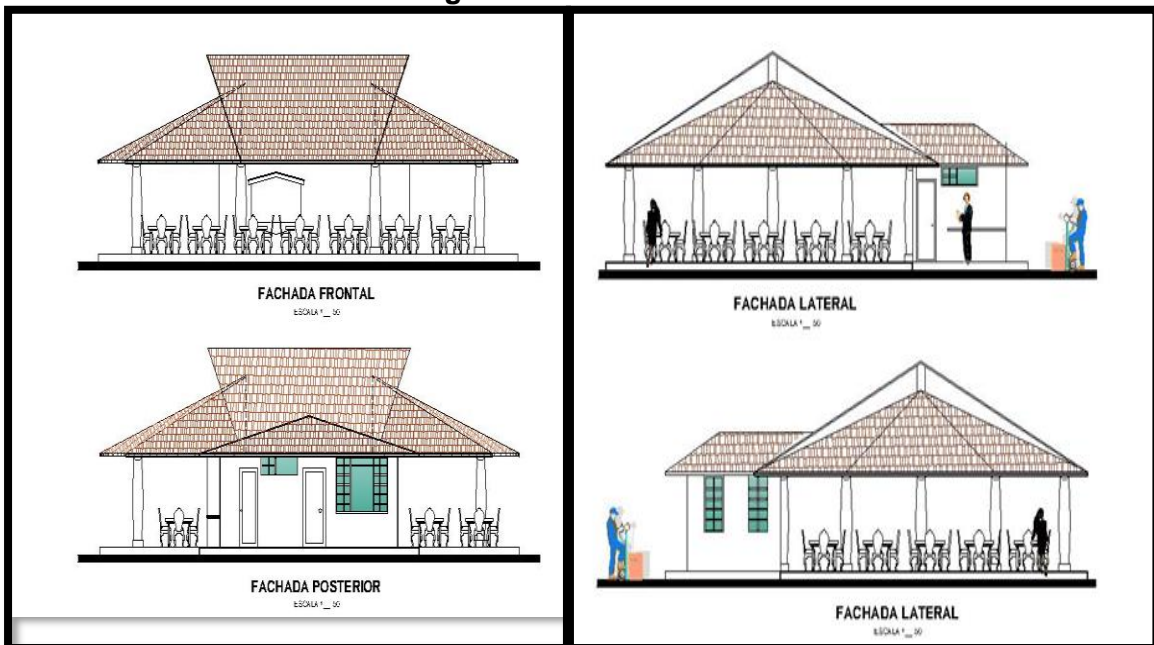
Servicio en el área de restaurante.- Para el servicio de alimentación se creará un restaurante panorámico con capacidad para 50 personas, en el cual se ofrecerá al cliente el servicio de alimentación (desayunos, almuerzos y cenas) con una gran

variedad de menús con platos típicos de la zona, nacionales e internacionales. El local permanecerá abierto y atenderá en el horario de 08:00 a 21:00 horas.

El restaurante tendrá 14 mesas redondas distribuidas de la siguiente manera: 2 mesas con capacidad para 6 personas, 7 mesas con capacidad para 4 personas y 5 mesas con capacidad para 2 personas, con capacidad total para 50 personas. El lugar estará construido con madera rústica, ofrecerá un ambiente acogedor y relajante, para que los visitantes disfruten de un momento inolvidable.

Cocina.- Es una sub-área del restaurante destinado para el proceso de elaboración de alimentos fríos y calientes, que se ofrecerá al público en general, contará con lavado de utensilios y almacenamiento de equipos; habrá también casilleros para guardar las pertenencias del personal, además baños. La conservación de alimentos e insumos para la preparación serán de la mejor manera de acuerdo a la exigencia en calidad para no afectar la salud del turista, y la limpieza será de acuerdo a lo que exigen las normas de higiene para el funcionamiento de los locales de alimentación.

Figura 19. Restaurante



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.2.3. Actividades y servicios de recreación.

El conjunto de actividades y servicios de recreación y esparcimiento que prestará la hostería ecológica a los turistas nacionales y extranjeros, se subdivide en:

Tabla 23. Áreas de recreación y esparcimiento

Instalaciones	Unidades	Área
Área de circulación m2	m2	120,00
Caballerizas de madera m2	m2	40,94
Juegos infantiles y canchas m2	m2	1.000,00
Total		1.160,94

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

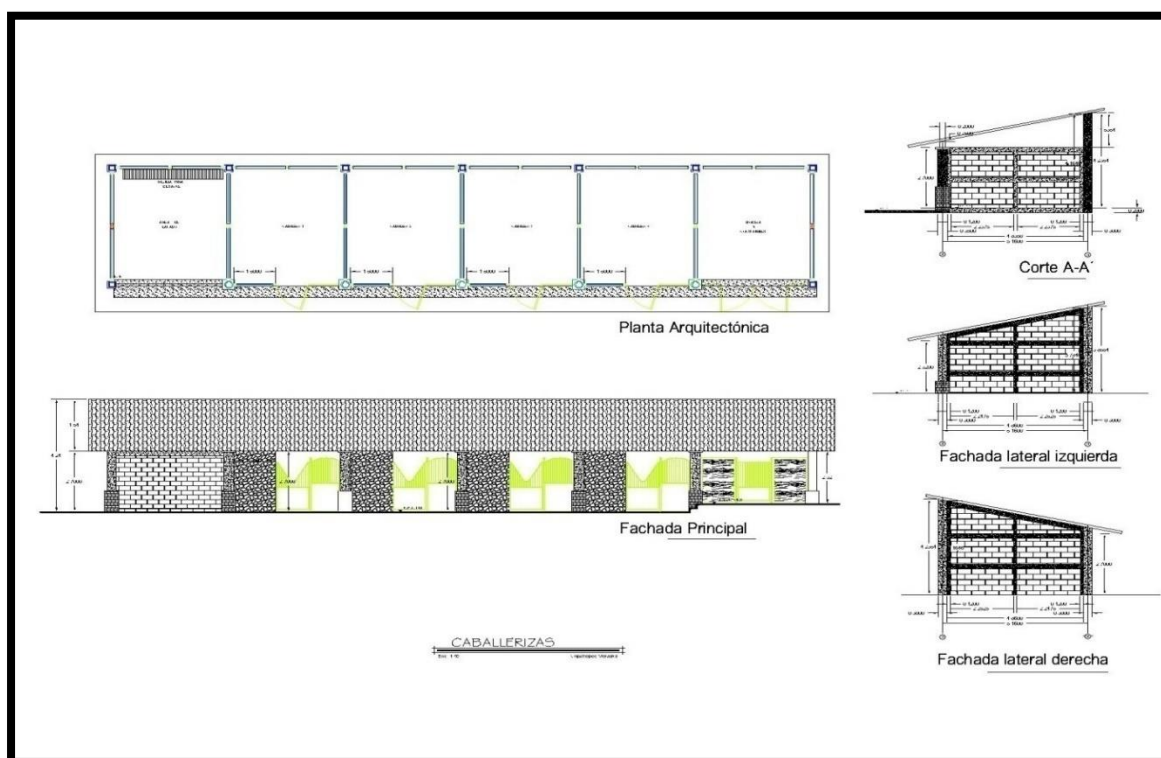
Paseos a caballo-caballerizas.

Con capacidad para 4 caballos, con un área total de 40,94 m2, en su totalidad será de madera de pino con cubierta de paja, sobre una cama de zuros.

Los paseos a caballo se los efectuará dentro y fuera del área de la hostería, para que el recorrido sea majestuoso se lo efectuará observando los paisajes que muestra el sector, por lo que contará con 6 caballos, los paseos están ideados para que los visitantes puedan conocer de forma entretenida y aventurera, esta área estará equipada con la caballeriza para la supervivencia y alimentación diaria de los caballos, cada una de ellos tendrá sus implementos necesarios como la montura, el freno y las herraduras, para ofrecer la comodidad del caso a los turistas. Estará a cargo de una persona que es la encargada de alimentar, entrenar y cuidar de la salud de los animales.

Los paseos o cabalgata a caballo se podrán realizar en grupos pequeños a cargo de guías turísticos conocedores de la flora y fauna, se visitará las diferentes reservas que están incluidas en nuestras visitas.

Figura 20. Diseño caballerizas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Caminatas de observación de flora y fauna.

Esta es una de las actividades principales que se ofrecerá, se lo efectuará en las reservas aledañas a la hostería donde se podrá admirar la belleza de la flora y fauna que ofrece el lugar, que contará con senderos diferentes, se brindará servicio de guía especializado que conduzca y dirija a los turistas interesados en disfrutar de esta actividad turística, incluso se harán recorridos fuera de la hostería en dirección a otras zonas de interés natural y recreativas, se incluirá además un box lunch durante los diferentes recorridos.

Ciclismo.

El ciclismo es una actividad turística que puede ser realizada por cualquier visitante, para lo cual la hostería ofrecerá bicicletas con todo el equipo de protección.

Pesca deportiva y rafting.

La pesca deportiva es una actividad turística que se la realiza en el río Baba, el mismo se encuentra recorriendo la zona. La hostería brindará todas las facilidades necesarias para la práctica de este deporte, como es la caña de pescar, con la carnada suficiente, y una bandeja de plástico para poner los pescados.

Para la práctica del rafting, la hostería brindará al usuario todo el equipo y elementos de seguridad indispensable para la realización de esta actividad, que igualmente se la realizará en el río Baba.

Juegos infantiles y áreas recreativas.

Contará con un área de 1.000 m², destinada para la construcción de amplios espacios verdes, áreas recreativas e instalaciones deportivas (cancha múltiple de vóley, indor-fútbol, y básquet), lugares y espacios que permitirán el desarrollo de actividades deportivas e integración familiar de los visitantes.

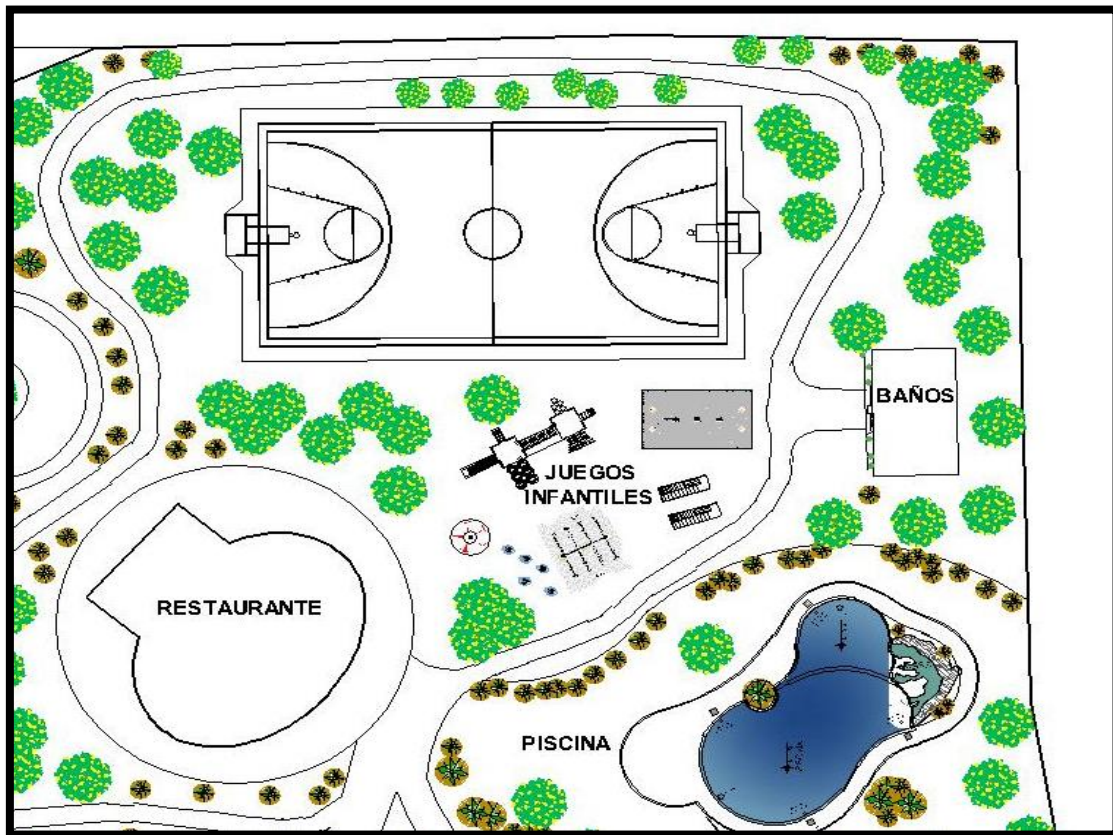
Contará además con un laberinto realizado de madera, de juegos infantiles y de una pequeña tarabita construida, para que los niños disfruten de la tranquilidad del lugar durante su estadía.

Figura 21. Juegos infantiles y áreas recreativas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Figura 22. Área de recreación



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Área de mantenimiento y seguridad.

El área contará con todo lo indispensable para su buen desempeño y mantenimiento en cuanto a implementos de limpieza, reparación, etc.; para ello se dispone de instalaciones diseñadas exclusivamente para el personal que labora en esta área y una caseta para el guardia de seguridad.

3.3. Recursos tecnológicos y materiales.

Requerimiento de maquinaria y equipo.

En este punto se detallará toda la maquinaria, mobiliario y equipos necesarios para la implementación y funcionamiento de la hostería de acuerdo a las áreas existentes en la misma.

Tabla 24. Servicios de mantenimiento

Concepto	Valor Anual
Mantenimiento de instalaciones	5.000,00
Mantenimiento de equipos	1.800,00
Total	6.800,00

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Tabla 25. Otros requerimientos

Unidad	Concepto	Valor Unitario	Valor Total
Maquinarias			
2	Escritorio	350,00	700,00
2	Mueble para computadora	200,00	400,00
4	Sillas	150,00	600,00
1	Archivador de documentos	201,00	201,00
4	Juegos infantiles	1.500,00	6.000,00
1	Equipo de sonido	350,00	350,00
1	Televisor 40 pulgadas	700,00	700,00
4	Redes	25,00	100,00
1	Aspiradora – abrillantadora	350,00	350,00
1	Cortadora de césped	600,00	600,00
1	Tarabita	700,00	700,00
1	Televisor 21 pulgadas	330,00	330,00
Area de alojamiento lencería			0,00
15	Edredones 1 plaza	17,00	255,00
15	Edredones 2 plazas	17,00	255,00
30	Sábanas 1 plaza	10,00	300,00
30	Sábanas 2 plazas	10,00	300,00
30	Juego de toallas	25,00	750,00
25	Juego de baño	25,00	625,00
13	Cortinas de habitación	20,00	260,00
Muebles y enseres			0,00

15	Cama 2 plazas	266,67	4.000,00
15	Veladores	150,00	2.250,00
15	Floreros	25,00	375,00
15	Lámparas	30,00	450,00
40	Cuadros de adorno	25,00	1.000,00
40	Espejos para baños	20,00	800,00
6	Cañas de pescar	15,00	90,00
6	Bandejas de plástico	3,00	18,00
6	Cabezada de cuadra	30,00	180,00
6	Montura	30,00	180,00
2	Tijera crin	25,00	50,00
1	Máquina de esquilar	10,00	10,00
1	Jaboncillo líquido spray	4,00	4,00
1	Horquillo	6,00	6,00
6	Esponja flexodry	15,00	90,00
1	Escarbacasco cepillo y punta	6,00	6,00
1	Cuchilla de secar	10,00	10,00
1	Cepillo raíz	10,00	10,00
6	Bebedero automático	50,00	300,00
6	Comedero stubbs ganchos	45,00	270,00
1	Cocina industrial	350,00	350,00
1	Cocina convencional	500,00	500,00
1	Horno industrial	500,00	500,00
1	Licuada industrial	75,00	75,00
1	Batidora industrial	105,00	105,00
1	Microondas	250,00	250,00
1	Sanduchera	120,00	120,00
1	Refrigeradora	1.200,00	1.200,00
1	Extractor de jugos	86,00	86,00
4	Cilindros de gas	4,00	16,00
Utensilios de cocina			0,00
4	Exprimidores de limón	6,00	24,00
3	Juego coladores	3,00	9,00
2	Rallador	2,00	4,00
5	Cucharones	3,00	15,00

8	Cafeteras	38,00	304,00
3	Juego de cuchillos	50,00	150,00
3	Ollas de presión	110,00	330,00
8	Ollas pequeñas	50,00	400,00
8	Ollas medianas	50,00	400,00
3	Ollas grandes	80,00	240,00
4	Pailas	90,00	360,00
2	Juego de sartenes	65,00	130,00
4	Tablas de cortar	8,00	32,00
1	Muebles de cocina	1.500,00	1.500,00
28	Mesas	25,00	700,00
50	Sillas	15,00	750,00
1	Barra (incluye dos sillas)	332,00	332,00
10	Manteles	8,00	80,00
8	Cubertería	15,00	120,00
8	Candelabros	7,00	56,00
8	Jarras de vidrio 1.3 litros	4,00	32,00
42	Saleros/ pimenteros	2,00	84,00
42	Ceniceros de vidrio	2,30	96,60
42	Individuales	1,50	63,00
240	Vasos de cristal	2,00	480,00
120	Vasos cervecedores	3,00	360,00
45	Copas de agua	6,00	270,00
45	Copas de vino	6,00	270,00
45	Copas de licor	6,00	270,00
43	Azucareros	6,00	258,00
120	Platos base	9,00	1.080,00
120	Plato hondo	9,00	1.080,00
120	Plato postre	5,00	600,00
120	Plato tendido	9,00	1.080,00
100	Tazas	9,00	900,00
4	Destapador de botellas	5,00	20,00
8	Servilleteros	3,00	24,00
6	Paquetes de servilletas	0,80	4,80
8	Exprimidores de limón	2,00	16,00

3	Mangueras	25,00	75,00
5	Trapeadores	8,00	40,00
5	Escobas	3,00	15,00
5	Desinfectantes	1,50	7,50
15	Basureros	15,00	225,00
8	Palas para recoger basura	4,00	32,00
6	Cepillos de limpieza baños	5,00	30,00
1	Destapador de cañerías	4,00	4,00
2	Escoba para jardín	1,50	3,00
1	Hoz dentada	10,00	10,00
3	Pala	15,00	45,00
2	Tijera para podar	20,00	40,00
2	Picos	15,00	30,00
3	Regaderas	20,00	60,00
Equipos			
2	Computadoras	750,00	1.500,00
1	Impresoras	270,00	270,00
1	Sumadora	50,00	50,00
1	Grabadora	150,00	150,00
Total			42.587,90

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.4. Recursos humanos.

Para la ejecución de los procesos que se desarrollarán en la hostería se ha visto la necesidad de utilizar la mano de obra directa e indirecta, con el fin de poder satisfacer las necesidades de los turistas que visiten el lugar, para esto se contratará personal capacitado para que desempeñe sus funciones en las diferentes áreas que conforman la hostería, de esta manera se logrará ofrecer servicios turísticos de calidad.

A continuación, se detalla el personal de la hostería:

Tabla 26. Recursos humanos

Descripción	Cantidad	Características
ÁREA ADMINISTRATIVA		
Administrador	1	Capacidad aportar ideas, dinámico y práctico
Contador general	1	Minucioso y detallista
ÁREA DE ALOJAMIENTO		
Recepcionista	1	Facilidad de comunicación
Camarera	1	Responsable y atenta
ÁREA DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO		
Persona para paseos a caballo	1	Ágil, responsable
Persona para pesca	1	Comedido, ágil
Guía de turismo	1	Cordial, don de gentes
ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS		
Cocinero	1	Creativo, innovador
Ayudante de cocina	1	Colaborador
Cajero	1	Responsable
Posillero	1	Pre-cauteloso
Mesero	1	Atento, cordial
ÁREA DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD		
Jardinero	1	Creativo, innovador
Guardia de seguridad	1	Responsable, observador

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.4.1. Área Administrativa.

Este lugar se ha conformado como una sola área, con el fin de unificar tanto el área administrativa como la de mantenimiento y seguridad, para controlar de la mejor manera el resto de instalaciones, en su totalidad este lugar tiene un área de 119,12 m²; a continuación se detalla cada una de las instalaciones con sus respectivas áreas.

Tabla 27. Cuadro de resumen

Instalaciones	Unidades	Área
Oficina de administración	m2	50,00
Dormitorio personal de mantenimiento	m2	36,48
Cuarto guardia con baño	m2	32,64
Total		119,12

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

Figura 23. Oficinas administrativas



Fuente: Investigación de Campo

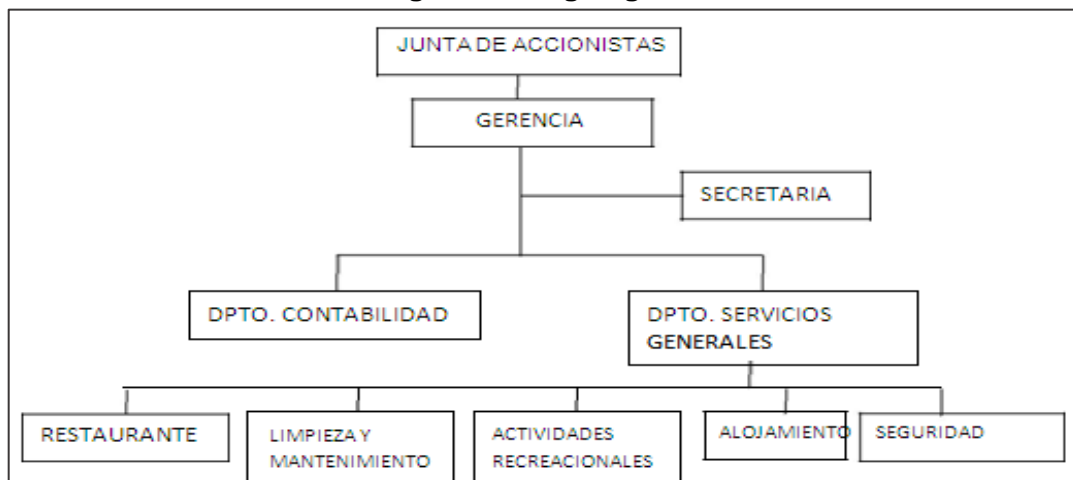
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.4.2. Descripción y funciones de personal.

Área importante para el desempeño de las actividades administrativas que se cumplan en beneficio del manejo de la hostería y estará ubicada cerca del ingreso al lugar para tener un control más eficiente en cuanto al flujo turístico y el manejo de la operación turística junto al área de mantenimiento y seguridad.

Organigrama de Baba Lodge & Hostería Ecológica

Figura 24. Organigrama



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

1. Administrador.

- ❖ Informará a la junta de accionistas sobre la situación financiera con los balances y estados financieros de la empresa.
- ❖ Asignación de presupuestos a todas las áreas de la hostería.
- ❖ Determinará las multas y sanciones al personal y llevará un registro.
- ❖ Realizará la selección del personal en caso de que haya un cargo vacante.
- ❖ Administrará la política de motivación e incentivos al personal.

2. Asesor Legal.

- ❖ Se encarga de los trámites jurídicos de la constitución de la empresa.
- ❖ Elabora los contratos para el personal bajo el régimen laboral vigente.

3. Área de Alojamiento.

Counter.

- ❖ Registrar la llegada y la salida de los huéspedes.
- ❖ Controlar la ocupación de cabañas.

- ❖ Realizar la facturación del consumo de los clientes para el registro de ventas en la base de datos del sistema.

Recepciones.

- ❖ Recibir, documentar y analizar las solicitudes anticipadas de cabañas.
- ❖ Proporciona además información a ama de llaves cuando las cabañas quedan disponibles para su limpieza.
- ❖ Atiende lo relacionado con el ingreso de huéspedes check in (entrada) y check out (salida).
- ❖ Proporcionar al huésped atención en la solución de problemas o satisfacer sus requerimientos.
- ❖ Limpiar las cabañas y tener todo lo necesario para hacerlo correctamente.
- ❖ Enviar la ropa sucia a la lavandería.
- ❖ Reportar diariamente el estado de las cabañas.
- ❖ Supervisar el estado de los uniformes y ordenar reparaciones o reposiciones.

4. Mantenimiento.

- ❖ El personal eventualmente contratado será: electricista, plomero, albañil, pintor, carpintero, jardinero, técnico de refrigeración.
- ❖ Establece controles para las herramientas utilizadas por su personal.
- ❖ Supervisa que exista el mantenimiento preventivo mediante registros.

5. Seguridad y guardiana.

- ❖ Supervisa la aplicación de normas de seguridad.
- ❖ Establece procedimientos de emergencia en coordinación con el Gerente.
- ❖ Investiga casos de robos dentro de la hostería y reporta a la policía.
- ❖ Da seguridad a los clientes que ingresan, así como a los activos de la hostería.
- ❖ Vigila las instalaciones y el ingreso de vehículos de los clientes al parqueadero.

6. Área de alimentos y bebidas.

Jefe de abastecimiento alimentos y bebidas.

- ❖ Presupuesta todo lo necesario en el área de alimentos y bebidas.

- ❖ Confirma la lista de mercado de los productos perecibles (frutas, verduras, hortalizas) realizada por el personal de cocina.
- ❖ Aprueba el pago de facturas relacionadas con el área de alimentos y bebidas.

Chef.

- ❖ Presupuesta lo necesario para el área de producción y se lo pasa al Jefe de alimentos y bebidas.
- ❖ Planifica horarios para el personal que está a su cargo.

Ayudante de cocina.

- ❖ Realiza procesos de elaboración de recetas estándar de platos que han sido solicitados por los clientes.
- ❖ Mantiene limpia el área de cocina, incluyendo vajilla, cristalería, cubertería, bodega y cuarto frío.
- ❖ Se encarga de hacer el conteo físico y verifica el peso de los productos para que cumplan con las verificaciones estándar.
- ❖ Almacena en refrigeración, congelación, a temperatura ambiente, según sea la necesidad.

Mesero.

- ❖ Realiza la apertura y cierre de la cuenta y lleva la factura al cliente.
- ❖ Atiende a los clientes de acuerdo a los pedidos solicitados.
- ❖ Realiza el montaje del área de servicio (mantelería, plato base, cubertería, cristalería, menaje, servilletas); y se encarga de su mantenimiento.

7. Área de contabilidad.

Contador.

- ❖ Registra todas las transacciones contables de la empresa.
- ❖ Realiza las declaraciones y el registro de los impuestos que genera la hostería.
- ❖ Presenta balances y aprueba el pago a los proveedores.

8. Condiciones de productividad.

La motivación del personal es indispensable para que éste sea productivo y cumpla con los resultados esperados. Para esto es necesario motivar por medio del reconocimiento de sus logros, hacerlo responsable de sus acciones, enfocarlo a su realización personal, ofrecer estabilidad y buen ambiente de trabajo bajo buenas condiciones ergonómicas y con una remuneración salarial adecuada.

9. Capacitación del recurso humano.

La capacitación y el desarrollo de los recursos humanos se han tornado en uno de los medios de gestión clave para acrecentar y construir valor para la empresa.

En términos generales la capacitación tiene por misión preparar al empleado para cumplir con los requerimientos del cargo que actualmente ocupa, o para una función en particular. El objetivo es que el empleado adquiera un conjunto determinado de conocimientos, actitudes y habilidades en función del cargo específico.

Se entiende entonces que la capacitación habla de objetivos más bien de corto plazo con resultados inmediatos.

10. Políticas.

Las políticas que se deberán cumplir son:

- ❖ Cuidar de su imagen personal y de su uniforme adecuadamente (uñas pintadas con brillo o colores pastel, maquillaje tenue, agarrado el cabello con un elástico sencillo).
- ❖ No consumir bebidas alcohólicas ni llegar a trabajar en estado etílico.
- ❖ Cumplir con los horarios establecidos de trabajo.

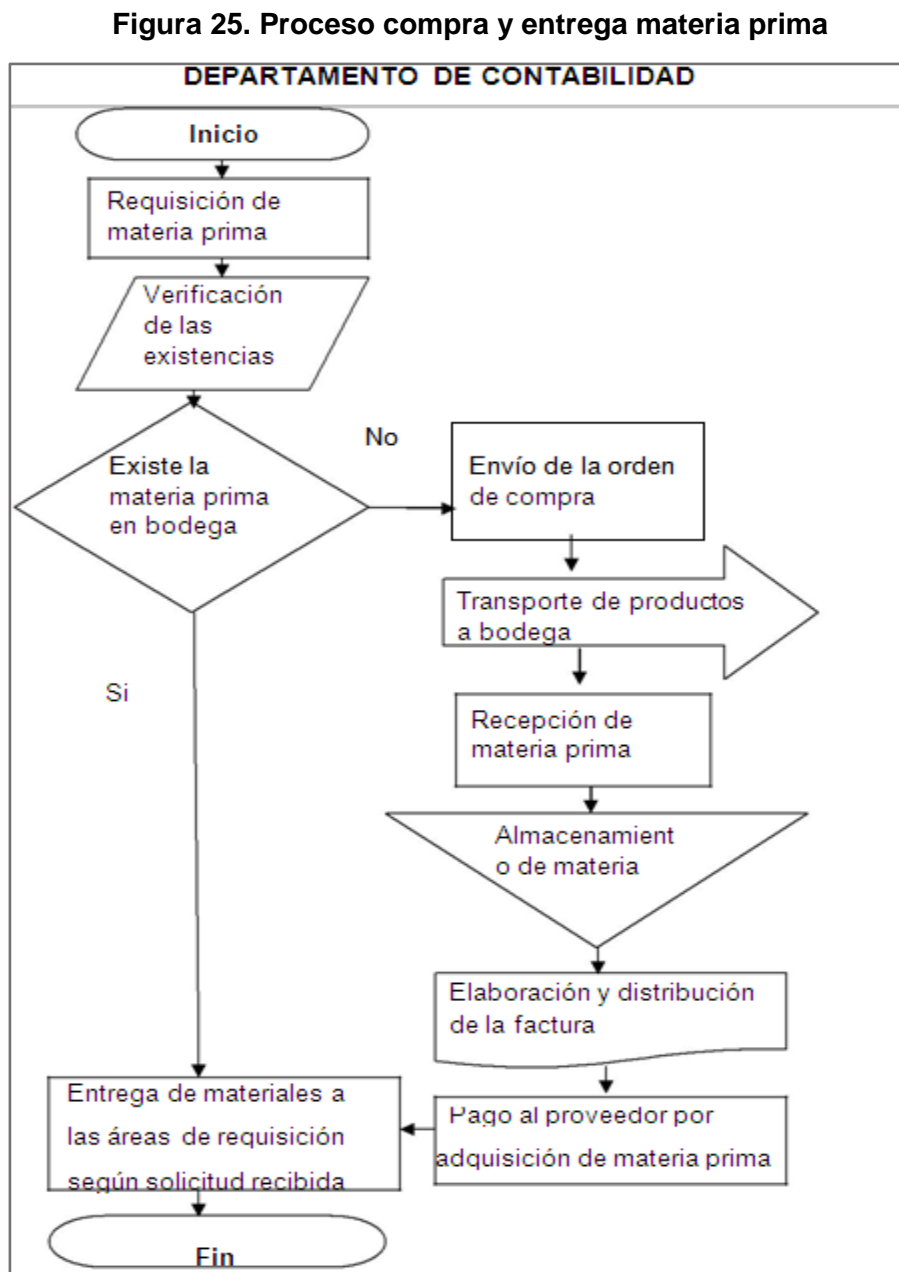
Pago de sueldos.- El pago de sueldos se realizará el 30 de cada mes a través Cash Management en una cuenta de ahorros del Banco Pichincha que se abrirá para cada empleado de no contar con una.

Vacaciones del personal.- Las vacaciones que por ley le corresponden al empleado, según el Código del Trabajo deberán ser ingresadas en el sistema para

la planificación anual y garantizar tanto el descanso de los colaboradores como también una programación adecuada para precautelar el servicio al cliente.

3.5. Flujo grama del proceso.

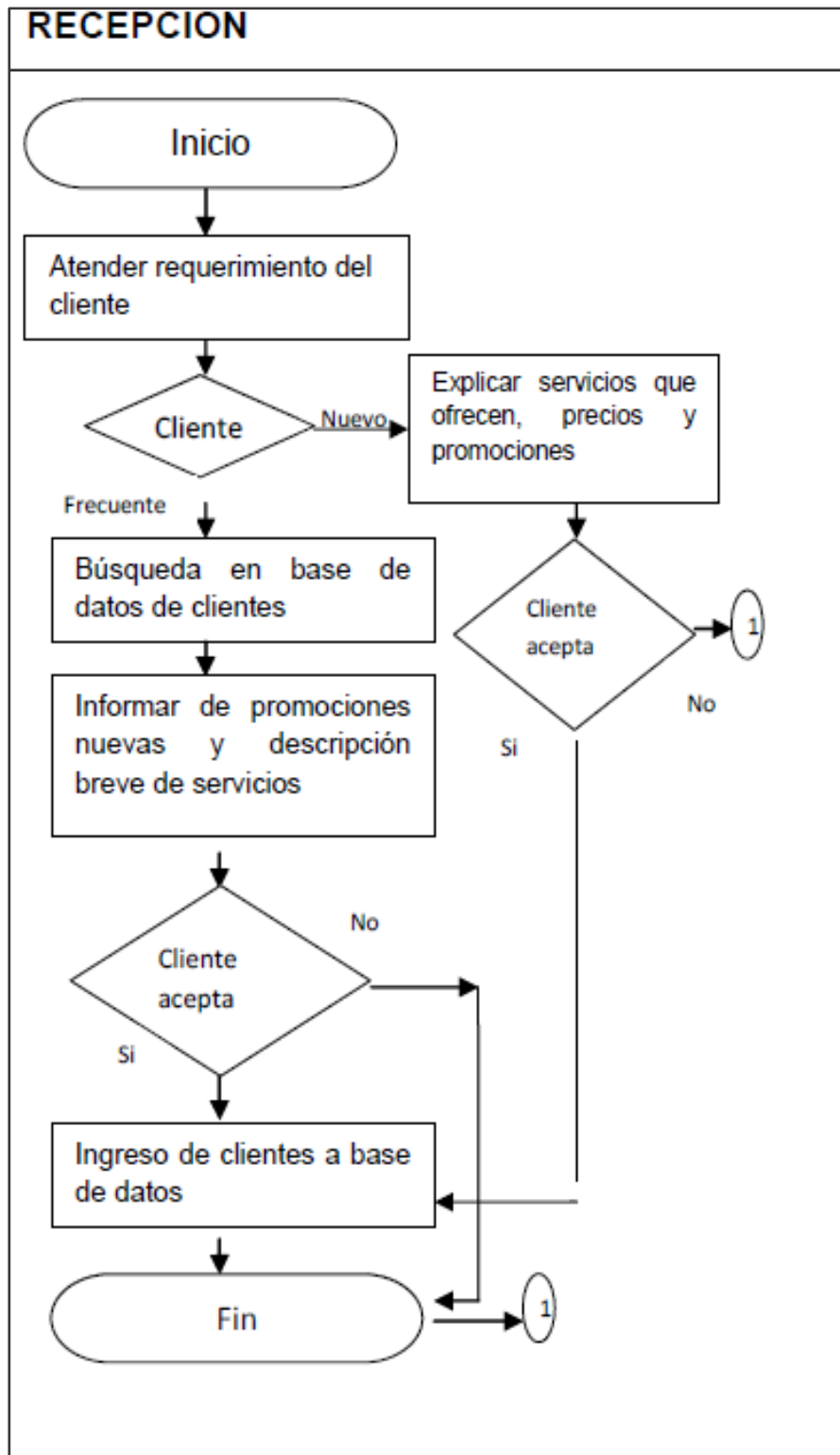
3.5.1. Proceso de compra y entrega de materia prima.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.5.2. Proceso de ventas y reservaciones.

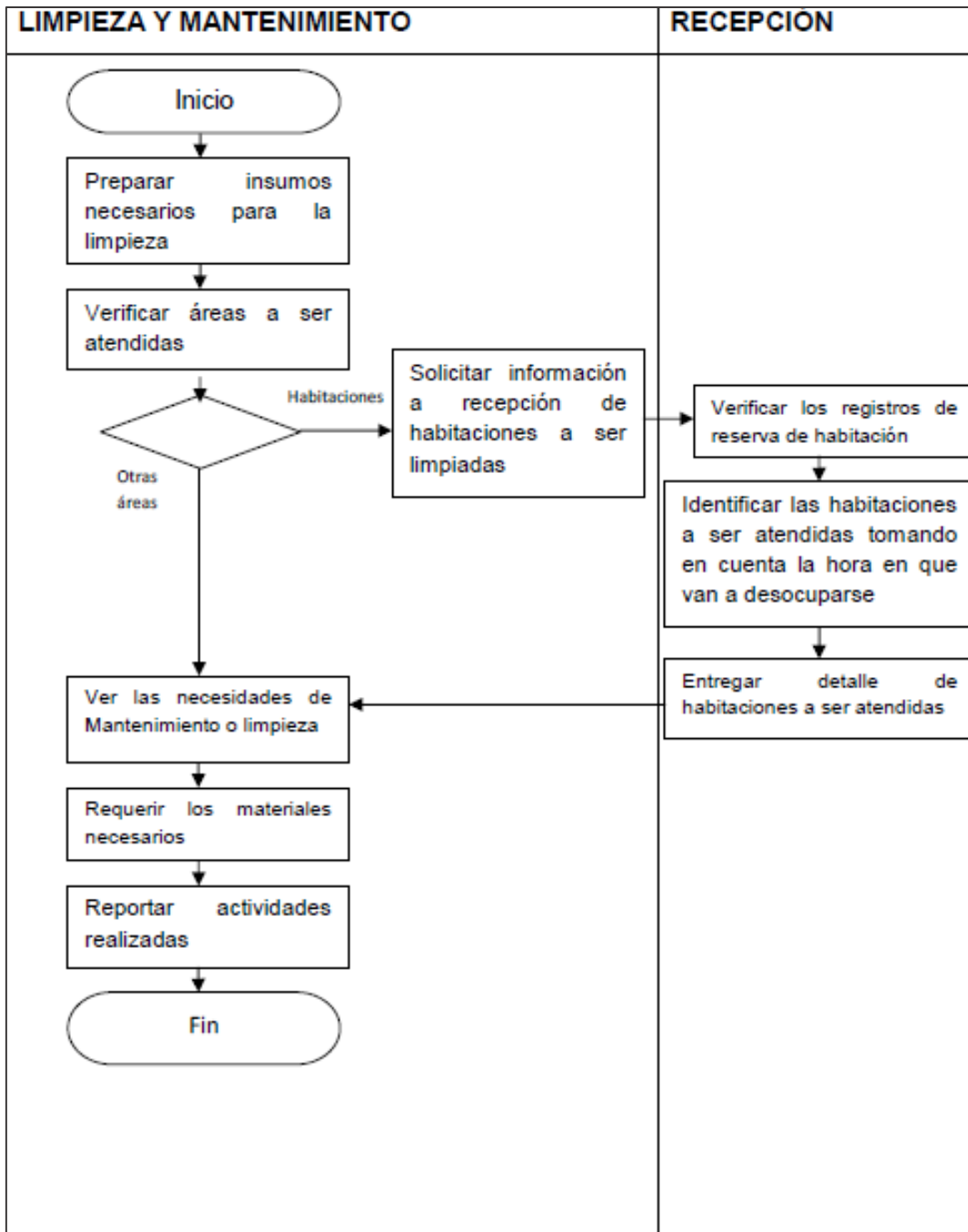
Figura 26. Proceso ventas y reservaciones



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.5.3. Proceso de limpieza y mantenimiento.

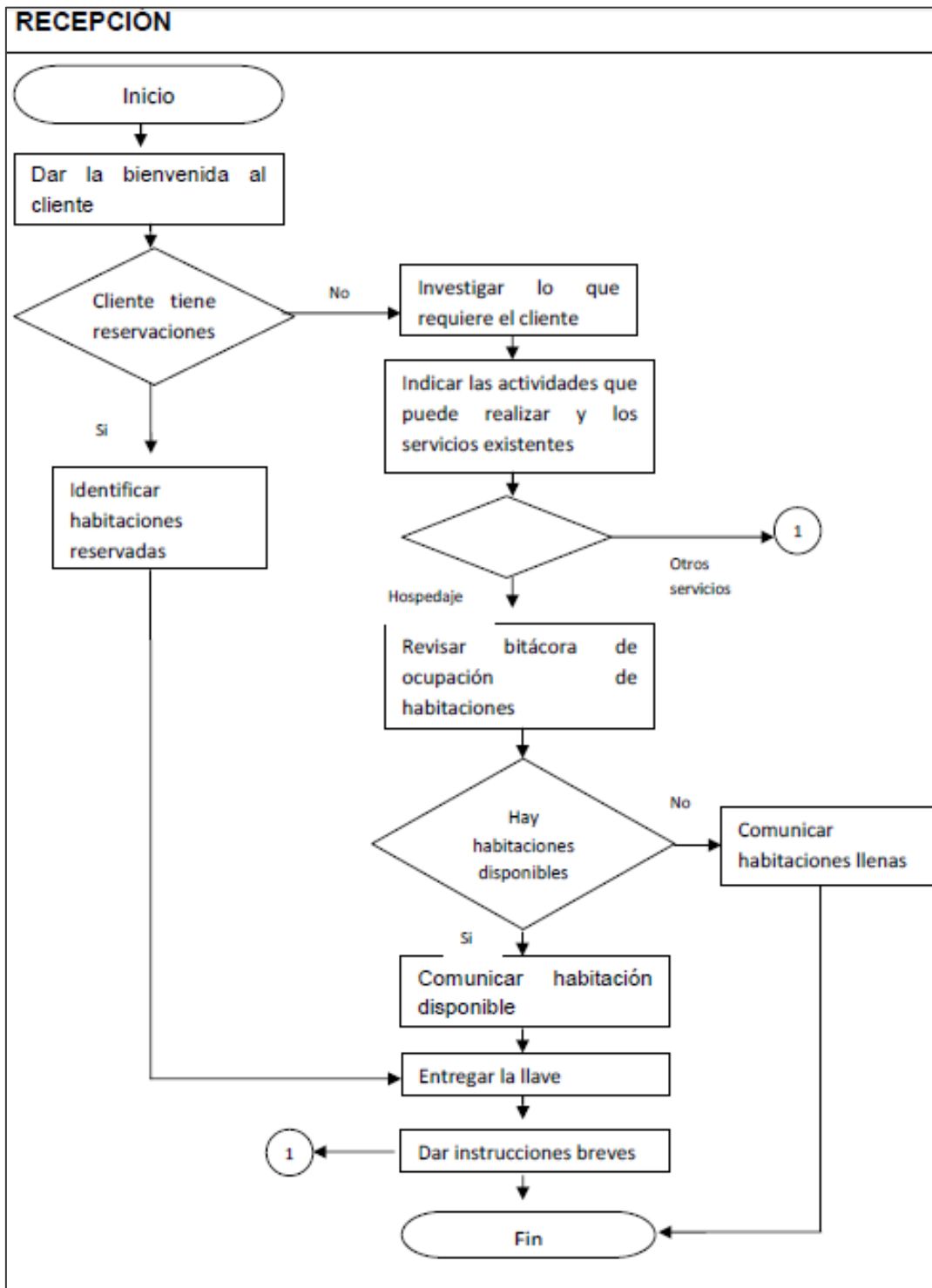
Figura 27. Proceso de limpieza y mantenimiento



Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.5.4. Proceso de recepción de clientes.

Figura 28. Proceso recepción clientes

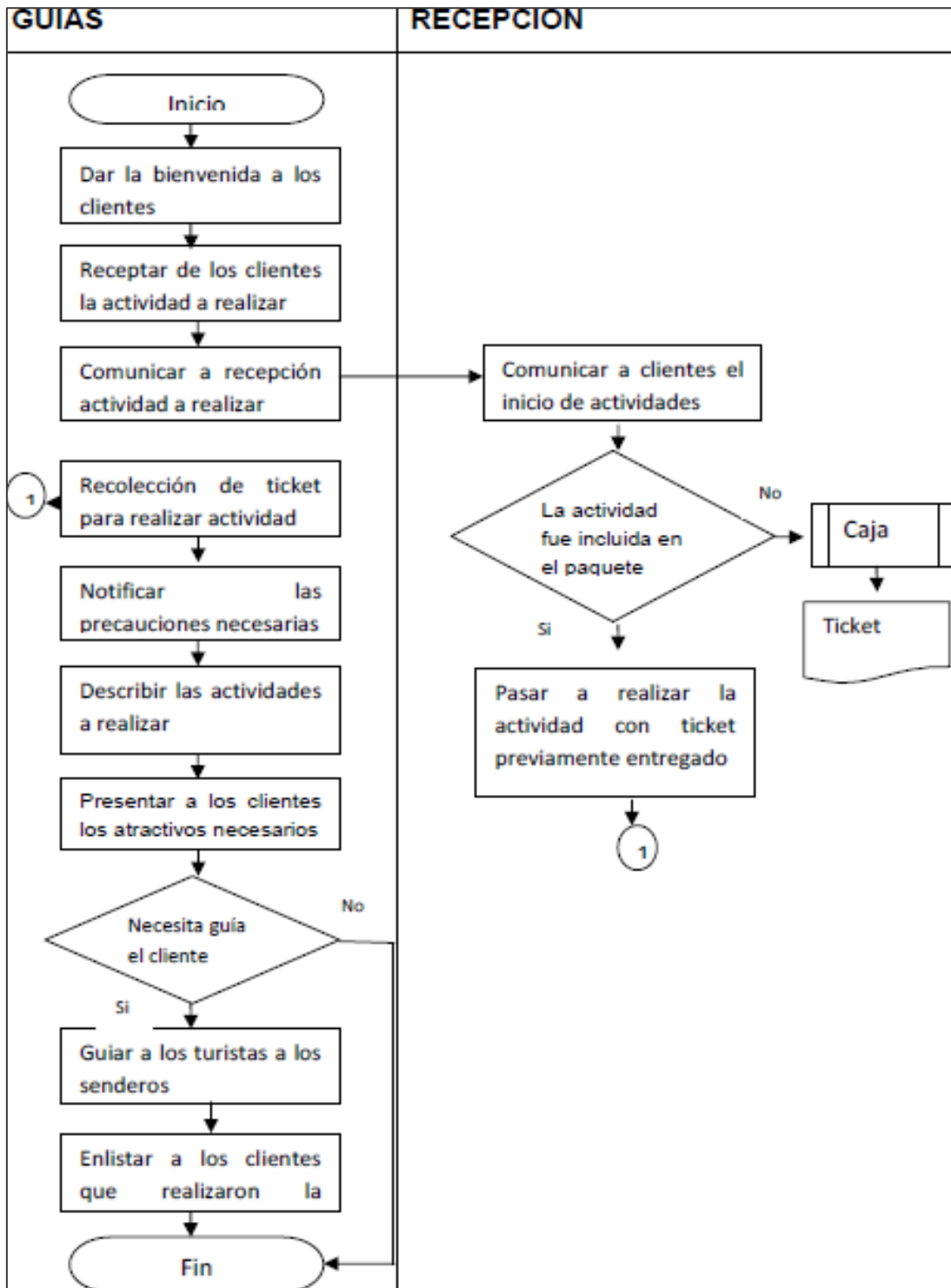


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.5.5. Proceso de prestación de servicios de la hostería.

Figura 29. Proceso prestación servicios de la hostería

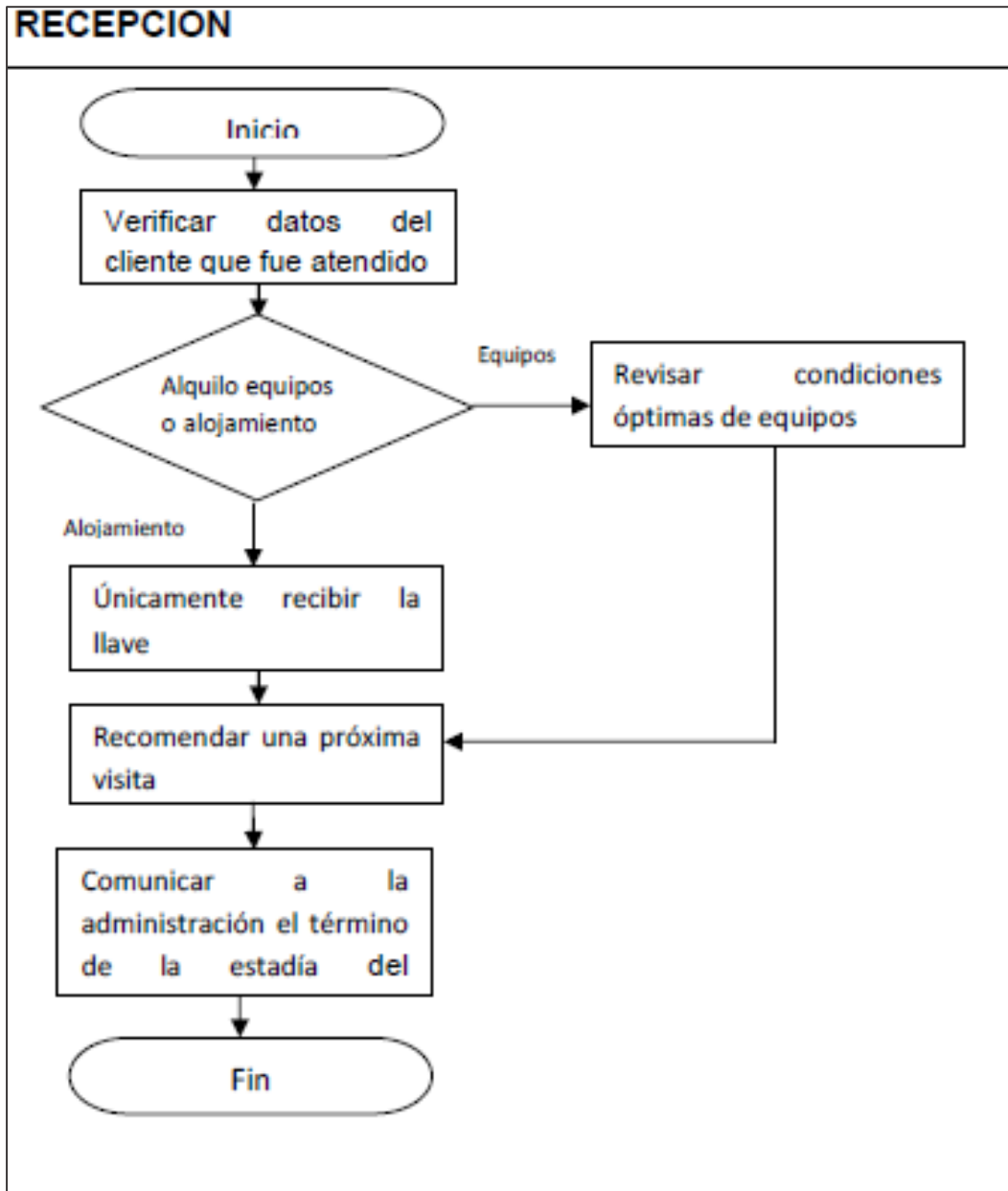


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

3.5.6. Proceso de atención salida del cliente.

Figura 30. Proceso atención salida del cliente



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: José Raúl Auqui Guamán

CAPÍTULO IV
ESTUDIO ECONÓMICO

4.1. Inversiones del proyecto.

En el presente capítulo se realiza el estudio financiero del proyecto, tomando en cuenta aspectos que fueron analizados en el estudio de mercado, técnico, administrativo y legal para el equipamiento e inversión en recursos materiales y humanos para el funcionamiento de la hostería, considerando los servicios y actividades que se va a ofrecer, como también el resto de infraestructura que se va a construir para la satisfacción de necesidades. Se determinará el presupuesto de inversión que tendrá el proyecto y cómo será financiado mediante créditos de entidades bancarias. Se establecerá el presupuesto de ingresos, costos, gastos y para concluir, se realizará la evaluación económica financiera para saber con certeza el período de recuperación de la inversión, la tasa interna de rendimiento que se obtendrá.

4.1.1. Inversión fija.

Inversiones en activos fijos: Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. Estos constituyen los terrenos, las obras físicas (edificios, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etc.), el equipamiento de la planta, oficinas y salas de venta en maquinaria, muebles, herramientas, alojamiento en general, la infraestructura en servicios de apoyo (agua potable, desagües, red eléctrica, comunicaciones, energía).

El terreno tiene extensión de 10.000 m², se ubica en la parroquia el Esfuerzo, posee los servicios de agua y luz.

Terreno	Ha	1	10.000,00	10.000,00
---------	----	---	-----------	-----------

Tabla 28. Costo del proyecto

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	No.	UNIDAD	AREA (m²)	COSTO /m²	COSTO TOTAL
ÁREA DE ALOJAMIENTO						
1	Cabañas	9	m ²	340	200,00	\$ 68.000,00
ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS						
2	Restaurante capacidad 50 personas	1	m ²	200	150,00	\$ 30.000,00
3	Cocina con alacena	1	m ²	47,85	150,00	\$ 7.177,50
4	Área de baños	1	m ²	45,32	150,00	\$ 6.798,00
AREA ADMINISTRATIVA Y DE SEGURIDAD						
5	Oficina Administración	1	m ²	50	340,00	\$ 17.000,00
6	Dormitorio personal mantenimiento	1	m ²	36,48	340,00	\$ 12.403,20
7	Cuarto de guardia	1	m ²	32,64	340,00	\$ 11.097,60
ÁREA DE RECREACIÓN						
8	Áreas de circulación	1	m ²	120	40,00	\$ 4.800,00
9	Caballeriza de madera	1	m ²	40,94	20,00	\$ 818,80
10	Juegos infantiles y canchas deportivas	1	m ²	1.000	25,00	\$ 25.000,00
OBRAS COMPLEMENTARIAS						
11	Fosa séptica	1	Total			\$ 1.000,00
12	Cisterna	1	Total			\$ 4.000,00
MONTO TOTAL DE LA INVERSIÓN				1913,23 m²		\$ 183.095,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Raúl Auqui

Tabla 29. Cuadro activos fijos

ACTIVOS	VALOR
Terrenos	\$ 10,000.00
Edificio (construcción, acabados e instalaciones)	\$ 183,095.10
Muebles y equipos de oficina	\$ 11,031.00
Muebles y enseres cabañas	\$ 13,331.00
Utensilios de cocina	\$ 5,855.00
Equipos	\$ 1,970.00
Bienes de reposición	\$ 10,584.90
Total Activos fijos	\$ 235,867.00

Elaborado por: José Auqui / 2016

Fuente: Investigación propia

Activos diferidos.

Los activos diferidos corresponden a los que se realizan en diversas actividades previas a la operación de la hostería ecológica, de acuerdo a las normas tributarias y a las exigencias legales para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 30. Activos diferidos

Activos Diferidos	USD
Gastos de constitución	2.000,00
Gastos de estudio de pre factibilidad	1.000,00
Total	3.000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Capital de trabajo.

La empresa no se encuentra en condiciones de cubrir los costos y gastos durante sus primeros años de operación, por lo que se debe contar con un porcentaje económico para financiar parte del ciclo operativo. Dentro de esta cantidad, se debe tomar en

cuenta pagos al personal, adquisición de suministros y pago de servicios; es decir todo aquello que permita a la empresa realizar sus primeras ventas. El resultado de esto es un valor a pagar mensualmente.

Tabla 31. Capital de trabajo

Capital de Trabajo	USD
Pago a recurso humano	6.390,91
Materiales directos	2.633,00
Requerimiento diario	200,00
Servicios básicos	329,00
Mantenimiento maquinaria	416,67
Gastos financieros	150,00
Suministros de oficina	257,75
Publicidad	1966,53
Total	12.343,86

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Tabla 32. Resumen de inversión

Cuenta	USD	%
Activos fijos		
Terrenos	\$ 10,000.00	3.98%
Construcciones	\$ 183,095.10	72.89%
Muebles y equipos de oficina	\$ 11,031.00	4.39%
Muebles y enseres cabañas	\$ 13,331.00	5.31%
Utensilios de cocina	\$ 5,855.00	2.33%
Equipos	\$ 1,970.00	0.78%
Bienes de reposición	\$ 10,584.90	4.21%
Total	\$ 235,867.00	93.89%
Activos diferidos		
Gastos de constitución	\$ 2,000.00	0.80%
Gastos de estudio de pre factibilidad	\$ 1,000.00	0.40%
Total	\$ 3,000.00	1.19%
Capital de trabajo		
Pago a recurso humano	\$ 6,390.91	2.54%
Materiales directos	\$ 2,633.00	1.05%
Requerimiento diario	\$ 200.00	0.08%
Servicios básicos	\$ 329.00	0.13%
Mantenimiento maquinaria	\$ 416.67	0.17%

Gastos financieros	\$ 150.00	0.06%
Suministros de oficina	\$ 257.75	0.10%
Publicidad	\$ 1,966.53	0.78%
Total	\$ 12,343.86	4.91%
Total Inversión	\$ 251,210.86	100%
Financiamiento		
Recursos propios	\$ 150,726.52	60%
Crédito bancario CNF	\$ 100,484.34	40%
Total Financiamiento	\$ 251,210.86	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Para llevar a efecto el proyecto, se requiere de una inversión en dólares, compuesto por el 93.89% para activos fijos, 1.19% en activos diferidos y el 4.91% en capital de trabajo.

4.2. Financiamiento.

La forma de financiamiento del proyecto viene desde dos ángulos, recursos propios y crédito bancario, los cuales serán distribuidos como se detalla a continuación:

Tabla 33. Financiamiento del proyecto

Financiamiento	Valor
Recursos propios	150.726,52
Crédito bancario CFN	100.484,34
Total	251.210,86

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

4.2.1. Cuadro de fuentes y usos.

Establece la distribución de los recursos tanto propios como financiados en el momento de realizar la inversión.

Tabla 344. Fuentes y usos

I Fuentes	Total	Proporción
Recursos propios	\$ 150,726.52	60.00%
Crédito bancario CNF	\$ 100,484.34	40.00%
Total	\$ 251,210.86	100.00%
II Usos		
Activos		
Terrenos	\$ 10,000.00	3.98%
Construcciones	\$ 183,095.10	72.89%
Muebles y equipos de oficina	\$ 11,031.00	4.39%
Muebles y enseres cabañas	\$ 13,331.00	5.31%
Utensilios de cocina	\$ 5,855.00	2.33%
Equipos	\$ 1,970.00	0.78%
Bienes de reposición	\$ 10,584.90	4.21%
Gastos de constitución	\$ 2,000.00	0.80%
Gastos de estudio de pre factibilidad	\$ 1,000.00	0.40%
Capital de trabajo	\$ 12,343.86	4.91%
Total	\$ 251,210.86	100.00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

4.3. Flujo de caja.

4.3.1. Ingresos y costos del proyecto.

Se ha proyectado anualmente un porcentaje de ingresos en relación a la venta del paquete turístico promocional, tomando en cuenta el alojamiento, alimentación y demás servicios adicionales, constituyéndose básicamente como el principal ingreso anual. Sin embargo, el proyecto dispone de ciertos rubros adicionales como la venta de tours, estimado en tres tours por mes, será difícil determinar con qué frecuencia estos serán adquiridos.

Una vez establecido el volumen de ventas, este valor será el que se incluya en el estado de pérdidas y ganancias. Para realizar un estimado de los ingresos del primer proyecto se estableció los precios que deberían tener los diferentes servicios ofrecidos. Se toma como base el estudio realizado a la competencia en el capítulo 2, donde se ha definido para el proyecto los siguientes precios:

Tabla 355. Precios definidos para el proyecto

Tipo de cabaña / habitación	Precio
Familiares (hasta 8 personas)	\$ 95,00
Simple (1-2 personas)	\$ 35,00
Actividades y servicios	
Restaurante tipo buffet	\$ 30,00
Paseo en caballo	\$ 30,00
Caminatas	\$ 4,00
Ciclismo	\$ 20,00
Pesca deportiva (c/kg)	\$ 4,00
Rafting	\$ 45,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

A continuación, se da a conocer los paquetes disponibles en la hostería, el precio estimado por paquete se encuentra en el Anexo 4.

Tabla 366. Precio de cada paquete según sus costos

Producto	Costo unitario	Porcentaje de utilidad	Precio unitario
Paquete 1			
Incluye:			
<ul style="list-style-type: none"> • 1 noche / 1 día de alojamiento en Eco – habitación o habitación Deluxe con TV • Un desayuno americano, un almuerzo (incluye jugo) • Tours en bicicleta guiados • Pesca deportiva • Rafting • Piscina, juegos recreacionales • Uso de parqueadero con seguridad las 24 horas y uso de internet • Salón de baile 	247,6	10%	272,36

<p>Mini nevera en todas las cabañas (no incluye consumos).</p> <p>Niños menores de 6 años pagan únicamente alimentación, deben compartir la habitación con dos adultos.</p> <p>Tarifa no válida en habitación sencilla. Aplica restricciones.</p>			
Paquete 2			
<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 noches / 2 días de alojamiento en Eco – habitación o habitación Deluxe con TV • Un desayuno americano, un almuerzo y una cena tipo menú ecuatoriano (incluye jugo) • Paseo en caballo por los senderos de la hostería guiados • Tours en bicicleta guiados • Pesca deportiva • Piscina, juegos recreacionales • Uso de parqueadero con seguridad las 24 horas y uso de internet • Salón de baile <p>Mini nevera en todas las cabañas (No incluye consumos).</p> <p>Niños menores de 6 años pagan únicamente alimentación, deben compartir la habitación con dos adultos.</p> <p>Tarifa no válida en habitación sencilla. Aplica restricciones.</p>	252,48	10%	277,73
Paquete 3	312,26	10%	343,49

<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 noches / 3 días de alojamiento en Eco – habitación o habitación Deluxe con TV • Un desayuno americano, un almuerzo y una cena tipo menú ecuatoriano con una bebida. • Tours en bicicleta guiados • Pesca deportiva • Paseo en caballo por los senderos de la hostería guiados • Rafting • Piscina, juegos recreacionales • Uso de parqueadero con seguridad las 24 horas y uso de Internet • Salón de baile <p>Mini nevera en todas las cabañas (no incluye consumos).</p> <p>Niños menores de 6 años pagan únicamente alimentación, deben compartir la habitación con dos adultos.</p> <p>Tarifa no válida en habitación sencilla. Aplica restricciones.</p>			
---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Como se menciona anteriormente se considera el 1.3% de crecimiento para los 3 primeros años y el 2% para los siguientes años, debido que la parroquia es conocida por los turistas de la localidad, pero debido a la falta de promoción y publicidad estos no se hospedan en el lugar, y no conocen de los atractivos turísticos se espera implementar este proyecto y brindar mayor comercialización y promoción turística al lugar.

Tabla 377. Capacidad de producción en unidades

TIEMPO	VISITAS DE POBLADORES	VISITAS DE TURISTAS
Diaria	2	3
Mensual	60	90
Anual	720	1.800

Fuente: Elaboración propia
 Elaborado por: José Auqui / 2016

Tabla 388. Proyección de servicios por paquete

PROYECCIÓN DE NÚMERO DE SERVICIOS POR PAQUETE										
PAQUETES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Paquete 1	720	729	739	754	769	784	800	816	832	849
Paquete 2	540	547	554	565	577	588	600	612	624	637
Paquete 3	540	547	554	565	577	588	600	612	624	637
TOTALES	1800	1823	1847	1884	1922	1960	1999	2039	2080	2122

Fuente: Elaboración propia
 Elaborado por: José Auqui / 2016

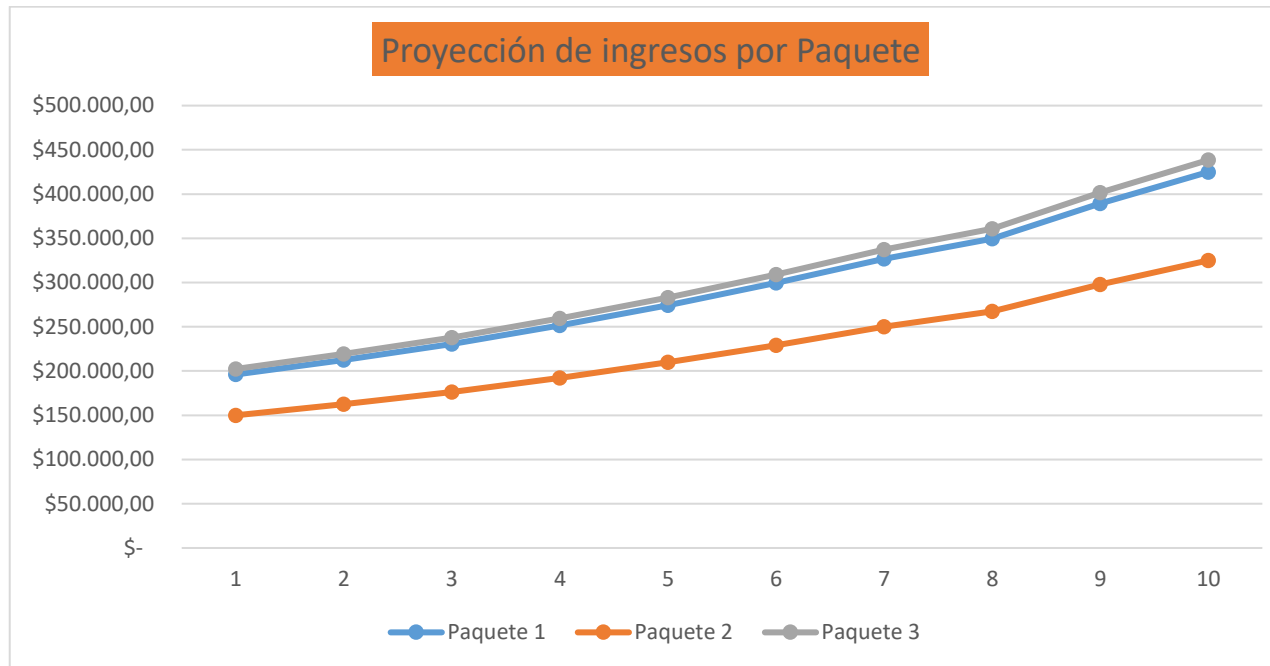
Tabla 399. Proyección de ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS										
PRODUCTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso
Paquete 1	272.36	\$ 196,099.20	\$ 291.43	\$ 212,553.88	\$ 311.82	\$ 230,389.28	\$ 333.65	\$ 251,446.86	\$ 357.01	\$ 274,429.10
Paquete 2	277.73	\$ 149,974.20	\$ 297.17	\$ 162,558.54	\$ 317.97	\$ 176,198.82	\$ 340.23	\$ 192,303.39	\$ 364.05	\$ 209,879.92
Paquete 3	374.71	\$ 202,343.40	\$ 400.94	\$ 219,322.03	\$ 429.01	\$ 237,725.35	\$ 459.04	\$ 259,453.44	\$ 491.17	\$ 283,167.49
TOTAL		\$ 548,416.80		\$ 594,434.45		\$ 644,313.45		\$ 703,203.70		\$ 767,476.52
PRODUCTO	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso	Precio de Venta	Ingreso
Paquete 1	\$ 382.00	\$ 299,511.92	\$ 408.74	\$ 326,887.31	\$ 437.35	\$ 349,769.43	\$ 467.97	\$ 389,373.12	\$ 500.72	\$ 424,961.82
Paquete 2	\$ 389.53	\$ 229,062.95	\$ 416.80	\$ 249,999.30	\$ 445.97	\$ 267,499.25	\$ 477.19	\$ 297,787.66	\$ 510.60	\$ 325,005.45
Paquete 3	\$ 525.55	\$ 309,049.00	\$ 562.34	\$ 337,296.07	\$ 601.70	\$ 360,906.80	\$ 643.82	\$ 401,771.56	\$ 688.89	\$ 438,493.48
TOTAL		\$ 837,623.87		\$ 914,182.69		\$ 978,175.48		\$ 1,088,932.33		\$ 1,188,460.75

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 19. Proyección de ingresos



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

4.3.2. Costos del proyecto.

4.3.2.1. Costos de producción.

Los costos de producción son los que se derivan de los servicios que se va a ofrecer en la hostería spa y que van a servir para operar y entregar al cliente la mejor atención en este caso con alojamiento, alimentación y spa. (Urbina, 2006)

Para lo cual se han determinado los siguientes costos:

- Costos directos
- Costos indirectos
- Gastos indirectos de fabricación

El costo de producción totaliza el valor de los recursos utilizados en el proceso de producción de servicios de hospedaje, alimentación, actividades y recreación durante el período determinado, que es de un año. En el gráfico siguiente se puede apreciar la clasificación de los costos con sus respectivos valores.

Tabla 40. Proyección de costos

PROYECCIÓN DE COSTOS										
PROYECCIÓN DE COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Mano de obra directa	\$ 11.379,44	\$ 11.884,69	\$ 12.412,37	\$ 12.963,48	\$ 13.539,05	\$ 14.140,19	\$ 14.768,01	\$ 15.423,71	\$ 16.108,53	\$ 16.823,74
Materiales directos	\$ 31.596,00	\$ 34.755,60	\$ 38.231,16	\$ 42.054,28	\$ 46.259,70	\$ 50.885,67	\$ 55.974,24	\$ 61.571,67	\$ 67.728,83	\$ 74.501,72
SUBTOTAL PRODUCCIÓN	\$ 42.975,44	\$ 46.640,29	\$ 50.643,53	\$ 55.017,76	\$ 59.798,75	\$ 65.025,86	\$ 70.742,25	\$ 76.995,38	\$ 83.837,36	\$ 91.325,46
CIF										
Materiales indirectos	\$ 3.093,00	\$ 3.230,33	\$ 3.373,76	\$ 3.523,55	\$ 3.680,00	\$ 3.843,39	\$ 4.014,03	\$ 4.192,26	\$ 4.378,39	\$ 4.572,79
Servicios básicos	\$ 3.948,00	\$ 4.123,29	\$ 4.306,37	\$ 4.497,57	\$ 4.697,26	\$ 4.905,82	\$ 5.123,64	\$ 5.351,13	\$ 5.588,72	\$ 5.836,86
Reparación y mantenimiento	\$ 6.800,00	\$ 7.101,92	\$ 7.417,25	\$ 7.746,57	\$ 8.090,52	\$ 8.449,74	\$ 8.824,91	\$ 9.216,73	\$ 9.625,95	\$ 10.053,35
Seguros	\$ 712,59	\$ 744,23	\$ 777,27	\$ 811,78	\$ 847,83	\$ 885,47	\$ 924,79	\$ 965,85	\$ 1.008,73	\$ 1.053,52
Depreciaciones	\$ 11.922,02	\$ 11.922,02	\$ 11.922,02	\$ 11.922,02	\$ 11.922,02	\$ 11.496,14	\$ 11.496,14	\$ 11.496,14	\$ 11.496,14	\$ 11.496,14
Reposición de bienes	\$ 1.058,49	\$ 1.087,07	\$ 1.116,42	\$ 1.146,56	\$ 1.177,52	\$ 1.209,31	\$ 1.241,97	\$ 1.275,50	\$ 1.309,94	\$ 1.345,30
SUBTOTAL CIF	\$ 27.534,10	\$ 28.208,86	\$ 28.913,09	\$ 29.648,05	\$ 30.415,15	\$ 30.789,87	\$ 31.625,47	\$ 32.497,61	\$ 33.407,87	\$ 34.357,96
TOTAL DE COSTOS	\$ 70.509,54	\$ 74.849,15	\$ 79.556,62	\$ 84.665,81	\$ 90.213,90	\$ 95.815,74	\$ 102.367,73	\$ 109.492,98	\$ 117.245,23	\$ 125.683,42
PROYECCIÓN GASTOS										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y salarios	\$ 76.690,89	\$ 80.095,97	\$ 83.652,23	\$ 87.366,39	\$ 91.245,45	\$ 95.296,75	\$ 99.527,93	\$ 103.946,97	\$ 108.562,21	\$ 113.382,38
Uniformes	\$ 2.500,00	\$ 2.611,00	\$ 2.726,93	\$ 2.848,00	\$ 2.974,46	\$ 3.106,52	\$ 3.244,45	\$ 3.388,50	\$ 3.538,95	\$ 3.696,08
Suministros de oficina	\$ 636,04	\$ 664,28	\$ 693,77	\$ 724,58	\$ 756,75	\$ 790,35	\$ 825,44	\$ 862,09	\$ 900,37	\$ 940,34
Amortizaciones	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	\$ 80.426,93	\$ 83.971,25	\$ 87.672,93	\$ 91.538,97	\$ 95.576,66	\$ 99.193,62	\$ 103.597,82	\$ 108.197,56	\$ 113.001,53	\$ 118.018,80
GASTO DE VENTAS										
Publicidad	\$ 2.815,40	\$ 2.940,40	\$ 3.070,96	\$ 3.207,31	\$ 3.349,71	\$ 3.498,44	\$ 3.653,77	\$ 3.816,00	\$ 3.985,43	\$ 4.162,38
SUBTOTAL GASTO VENTAS	\$ 2.815,40	\$ 2.940,40	\$ 3.070,96	\$ 3.207,31	\$ 3.349,71	\$ 3.498,44	\$ 3.653,77	\$ 3.816,00	\$ 3.985,43	\$ 4.162,38
GASTO FINANCIERO										
Gasto financiero	\$ 10.764,38	\$ 10.087,93	\$ 9.333,19	\$ 8.491,12	\$ 7.551,61	\$ 6.503,38	\$ 5.333,84	\$ 4.028,97	\$ 2.573,10	\$ 948,76
SUBTOTAL GASTO FINANCIERO	\$ 10.764,38	\$ 10.087,93	\$ 9.333,19	\$ 8.491,12	\$ 7.551,61	\$ 6.503,38	\$ 5.333,84	\$ 4.028,97	\$ 2.573,10	\$ 948,76
TOTAL COSTO + GASTOS	\$ 164.516,25	\$ 171.848,73	\$ 179.633,71	\$ 187.903,21	\$ 196.691,88	\$ 205.011,17	\$ 214.953,16	\$ 225.535,51	\$ 236.805,29	\$ 248.813,36

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Tabla 41. Costos directos de fabricación

Producto	Meses	Mensual	Total anual
Insumos alojamiento	12	190,00	2.280,00
Insumos Spa	12	200,00	2.400,00
Compras alimentación	12	800,00	9.600,00
Insumos para caballerizas	12	350,00	4.200,00
Insumos para caminatas	12	230,00	2.760,00
Insumos para piscinas	12	743,00	8.916,00
Insumos para ciclismo	12	120,00	1.440,00
Total			31.596,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA Y AMBIENTAL DEL PROYECTO

5.1. Evaluación del proyecto.

El objetivo general de la evaluación del proyecto es determinar la factibilidad de la inversión a realizarse para la operación de una hostería en la parroquia el Esfuerzo. La evaluación se realizará con el fin de observar la rentabilidad del negocio.

Como menciona (Baca Urbina, 2001, pág. 2), El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

5.1.1. Estado de situación inicial.

(Urbina, 2006), indica que “El balance de situación inicial permite observar las condiciones del negocio antes de su operación.”

A continuación, se indica el estado de situación inicial de “Baba Lodge & Hostería Ecológica”.

Tabla 42. Estado de situación

Activos			Pasivos	
CIRCULANTE			CORTO PLAZO	0
Caja Bancos		\$ 12,343.86		
			LARGO PLAZO	
Activos fijos			Préstamo Bancario	\$ 100,484.34
Terrenos		\$ 10,000.00		
Construcciones		\$ 183,095.10	Total Pasivo	\$ 100,484.34
Muebles y equipos de oficina		\$ 11,031.00		
Muebles y enseres cabañas		\$ 13,331.00	Patrimonio	
Utensilios de cocina		\$ 5,855.00	Capital	\$ 150,726.52
Equipos		\$ 1,970.00		
Bienes de Reposición		\$ 10,584.90	Total Patrimonio	\$ 150,726.52
Activos Diferidos				
Gastos de constitución		\$ 3,000.00		
Total Activos		\$ 251,210.86	Total Pasivo más Patr	\$ 251,210.86

Fuente: Elaboración propia en base a investigación de campo

Elaborado por: José Auqui / 2016

5.1.2. Balance de pérdidas y ganancias.

(Urbina, 2006) Indica que “El estado de pérdidas y ganancias muestra el beneficio o pérdida real, producto de la operación en la actividad económica.”

A continuación, se presenta el estado para el escenario propuesto.

El proyecto genera utilidad a partir del primer año de operación, muestra un beneficio al primer año de \$ 251.598,89 como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 433. Estado de pérdidas y ganancia proyectado

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas netas	\$ 548.416,80	\$ 594.434,45	\$ 644.313,45	\$ 703.203,70	\$ 767.476,52	\$ 837.623,87	\$ 914.182,69	\$ 978.175,48	\$ 1.088.932,33	\$ 1.188.460,75
Costos	\$ 70.509,54	\$ 74.849,15	\$ 79.556,62	\$ 84.665,81	\$ 90.213,90	\$ 95.815,74	\$ 102.367,73	\$ 109.492,98	\$ 117.245,23	\$ 125.683,42
UTILIDAD BRUTA	\$ 477.907,26	\$ 519.585,30	\$ 564.756,83	\$ 618.537,89	\$ 677.262,61	\$ 741.808,13	\$ 811.814,97	\$ 868.682,50	\$ 971.687,10	\$ 1.062.777,33
Gasto administrativo	\$ 80.426,93	\$ 83.971,25	\$ 87.672,93	\$ 91.538,97	\$ 95.576,66	\$ 99.193,62	\$ 103.597,82	\$ 108.197,56	\$ 113.001,53	\$ 118.018,80
Gasto de ventas	\$ 2.815,40	\$ 2.940,40	\$ 3.070,96	\$ 3.207,31	\$ 3.349,71	\$ 3.498,44	\$ 3.653,77	\$ 3.816,00	\$ 3.985,43	\$ 4.162,38
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	\$ 394.664,93	\$ 432.673,65	\$ 474.012,93	\$ 523.791,61	\$ 578.336,24	\$ 639.116,07	\$ 704.563,37	\$ 756.668,94	\$ 854.700,15	\$ 940.596,15
15% Participación	\$ 59.199,74	\$ 64.901,05	\$ 71.101,94	\$ 78.568,74	\$ 86.750,44	\$ 95.867,41	\$ 105.684,51	\$ 113.500,34	\$ 128.205,02	\$ 141.089,42
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 335.465,19	\$ 367.772,61	\$ 402.910,99	\$ 445.222,87	\$ 491.585,81	\$ 543.248,66	\$ 598.878,87	\$ 643.168,60	\$ 726.495,13	\$ 799.506,72
25% Impuesto a la renta	\$ 83.866,30	\$ 91.943,15	\$ 100.727,75	\$ 111.305,72	\$ 122.896,45	\$ 135.812,17	\$ 149.719,72	\$ 160.792,15	\$ 181.623,78	\$ 199.876,68
UTILIDAD NETA	\$ 251.598,89	\$ 275.829,45	\$ 302.183,25	\$ 333.917,15	\$ 368.689,35	\$ 407.436,50	\$ 449.159,15	\$ 482.376,45	\$ 544.871,34	\$ 599.630,04

Fuente: Elaboración propia en base a investigación de campo

Elaborado por: José Auqui / 2016

5.1.3. Flujo de caja.

El flujo de caja muestra el resultado de la operación anual de la empresa. Es la herramienta básica para la determinación de la evaluación del proyecto, porque de la actualización de los flujos anuales se calcula tanto el VAN como el TIR.

Tabla 4444. Flujo de caja proyectado

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
A. INGRESOS											
Ventas netas		\$ 548.416,80	\$ 594.434,45	\$ 644.313,45	\$ 703.203,70	\$ 767.476,52	\$ 837.623,87	\$ 914.182,69	\$ 978.175,48	\$ 1.088.932,33	\$ 1.188.460,75
B. EGRESOS		\$ 153.751,87	\$ 161.760,80	\$ 170.300,51	\$ 179.412,09	\$ 189.140,27	\$ 198.507,80	\$ 209.619,32	\$ 221.506,54	\$ 234.232,18	\$ 247.864,60
Costo de Producción		\$ 42.975,44	\$ 46.640,29	\$ 50.643,53	\$ 55.017,76	\$ 59.798,75	\$ 65.025,86	\$ 70.742,25	\$ 76.995,38	\$ 83.837,36	\$ 91.325,46
CIF		\$ 27.534,10	\$ 28.208,86	\$ 28.913,09	\$ 29.648,05	\$ 30.415,15	\$ 30.789,87	\$ 31.625,47	\$ 32.497,61	\$ 33.407,87	\$ 34.357,96
Gastos administrativos		\$ 80.426,93	\$ 83.971,25	\$ 87.672,93	\$ 91.538,97	\$ 95.576,66	\$ 99.193,62	\$ 103.597,82	\$ 108.197,56	\$ 113.001,53	\$ 118.018,80
Gastos ventas		\$ 2.815,40	\$ 2.940,40	\$ 3.070,96	\$ 3.207,31	\$ 3.349,71	\$ 3.498,44	\$ 3.653,77	\$ 3.816,00	\$ 3.985,43	\$ 4.162,38
C. FLUJO OPERACIONAL		\$ 394.664,93	\$ 432.673,65	\$ 474.012,93	\$ 523.791,61	\$ 578.336,24	\$ 639.116,07	\$ 704.563,37	\$ 756.668,94	\$ 854.700,15	\$ 940.596,15
D. INGRESOS	\$ 150.726,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes de capital	\$ 150.726,52										
E. EGRESOS NO		\$ 143.066,04	\$ 156.844,20	\$ 171.829,69	\$ 189.874,46	\$ 209.646,89	\$ 231.679,58	\$ 255.404,22	\$ 274.292,49	\$ 309.828,80	\$ 340.966,10
15% Participación		\$ 59.199,74	\$ 64.901,05	\$ 71.101,94	\$ 78.568,74	\$ 86.750,44	\$ 95.867,41	\$ 105.684,51	\$ 113.500,34	\$ 128.205,02	\$ 141.089,42
25% Impuestos a la renta		\$ 83.866,30	\$ 91.943,15	\$ 100.727,75	\$ 111.305,72	\$ 122.896,45	\$ 135.812,17	\$ 149.719,72	\$ 160.792,15	\$ 181.623,78	\$ 199.876,68
TOTAL ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS	\$ 238.867,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Fijos	\$ 235.867,00										
Gasto de constitución	\$ 3.000,00										
F. FLUJO OPERACIONAL	\$ -88.140,48	\$ -143.066,04	\$ -156.844,20	\$ -171.829,69	\$ -189.874,46	\$ -209.646,89	\$ -231.679,58	\$ -255.404,22	\$ -274.292,49	\$ -309.828,80	\$ -340.966,10
G. FLUJO NETO GENERADO	\$ -88.140,48	\$ 251.598,89	\$ 275.829,45	\$ 302.183,25	\$ 333.917,15	\$ 368.689,35	\$ 407.436,50	\$ 449.159,15	\$ 482.376,45	\$ 544.871,34	\$ 599.630,04
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ -88.140,48	\$ 163.458,41	\$ 439.287,86	\$ 741.471,11	\$ 1.075.388,26	\$ 1.444.077,62	\$ 1.851.514,11	\$ 2.300.673,27	\$ 2.783.049,71	\$ 3.327.921,06
I. SALDO FINAL DE CAJA	\$ -88.140,48	\$ 163.458,41	\$ 439.287,86	\$ 741.471,11	\$ 1.075.388,26	\$ 1.444.077,62	\$ 1.851.514,11	\$ 2.300.673,27	\$ 2.783.049,71	\$ 3.327.921,06	\$ 3.927.551,10

Fuente: Elaboración propia en base a investigación de campo

Elaborado por: José Auqui / 2016

5.1.4. Valor actual neto – VAN.

(Urbina, 2006), describe “El VAN significa traer a valores de hoy los flujos futuros. Se obtiene a través de los flujos expresados en moneda actual de acuerdo a la TMAR calculada.”

En la tabla 45 se muestra el cálculo del VAN.

$$\begin{aligned}
 & \mathbf{VAN > 0; VIABLE} \\
 & \mathbf{VAN = 0; INDIFERENTE} \\
 & \mathbf{VAN < 0; NO ES VIABLE}
 \end{aligned}$$

Fórmula N° 1:

$$\text{Valor Actual Neto (VAN)} = -C_0 + \frac{C_1}{(1+d)^1} + \frac{C_2}{(1+d)^2} + \frac{C_n}{(1+d)^n}$$

Dónde:

Co = Valor de la inversión

C1 = Flujo caja primer año

C2 = Flujo caja segundo año

D = Tasa de descuento

Tabla 45. Cálculo del VAN (Valor Actual Neto)

FLUJO DE FONDOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión fija	\$ -235,867.00					
Inversión diferida	\$ -3,000.00					
Capital de operación	\$ 88,140.48					
15% participación trabajadores		\$ -143,066.04	\$ -156,844.20	\$ -171,829.69	\$ -189,874.46	\$ -209,646.89
25% Impuesto a la renta		\$ -59,199.74	\$ -64,901.05	\$ -71,101.94	\$ -78,568.74	\$ -86,750.44
Flujo Operacional	\$ -	\$ 394,664.93	\$ 432,673.65	\$ 474,012.93	\$ 523,791.61	\$ 578,336.24
Flujo neto generado	\$ -88,140.48	\$ 251,598.89	\$ 275,829.45	\$ 302,183.25	\$ 333,917.15	\$ 368,689.35
Flujo de Caja Acumulado	\$ -88,140.48	\$ 163,458.41	\$ 439,287.86	\$ 741,471.11	\$ 1,075,388.26	\$ 1,444,077.62
TMAR	19.06%					
VAN	\$ -88,140.48	\$211,313.99	\$194,571.71	\$179,031.30	\$166,156.32	\$154,084.25
VAN=		\$817,017.09				

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

El VAN del proyecto para la prestación del servicio de alojamiento en la hostería para personas que realizan turismo, es positivo en los cinco años, lo que indica que el proyecto es viable y que el inversionista tendrá una rentabilidad futura a partir del primer año.

5.1.5. Tasa interna de retorno – TIR.

TIR indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como retribución de la decisión de invertir en la creación de un negocio, para que el proyecto sea aceptado, el resultado de calcular la TIR debe ser superior a la TMAR establecida. (Baca Urbina, 2001, pág. 2)

TIR				
			decisión	razón
TIR	>	tasa de descuento	aceptar	crea valor
TIR	=	tasa de descuento	aceptar	rinde lo esperado
TIR	<	tasa de descuento	rechazar	destruye valor

Para el cálculo de la TIR se utiliza la siguiente fórmula.

Formula N° 2:

$$TIR = tm + (tM - tm) * \frac{VAN tm}{VAN tm - VAN tM}$$

Tabla 4646. Tasa interna de retorno (TIR)

FLUJO DE FONDOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión fija	\$ -235,867.00					
Inversión diferida	\$ -3,000.00					
Capital de operación	\$ 88,140.48					
15% participación trabajadores		\$ -143,066.04	\$ -156,844.20	\$ -171,829.69	\$ -189,874.46	\$ -209,646.89
25% Impuesto a la renta		\$ -59,199.74	\$ -64,901.05	\$ -71,101.94	\$ -78,568.74	\$ -86,750.44
Flujo Operacional	\$ -	\$ 394,664.93	\$ 432,673.65	\$ 474,012.93	\$ 523,791.61	\$ 578,336.24
Flujo neto generado	\$ -88,140.48	\$ 251,598.89	\$ 275,829.45	\$ 302,183.25	\$ 333,917.15	\$ 368,689.35
Flujo de caja acumulado	\$ -88,140.48	\$ 163,458.41	\$ 439,287.86	\$ 741,471.11	\$ 1,075,388.26	\$ 1,444,077.62
TIR	294.65%					

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

5.1.6. Tasa mínima aceptable de rendimiento – TMAR.

(Urbina, 2006) Señala que la TMAR “Es la tasa mínima de rentabilidad que se debe obtener para considerar viable la puesta en marcha del proyecto.”

En el siguiente cuadro se muestra el cálculo de la tasa.

Tabla 4747. Cálculo de la TMAR

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO				
TMAR=	Indice inflacionario + Premio al Riesgo		TOTAL	
TMAR=	4.44%	20%	24.44%	
COSTO PROMEDIO PONDERADO CAPITAL				
ORIGEN	CANTIDAD	APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 150,726.52	60%	24.44%	14.66%
Banco	\$ 100,484.34	40%	11.00%	4.40%
TOTAL	\$ 251,210.86	100%		19.06%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

La TMAR a utilizarse para el cálculo del Valor Actual Neto es del 19,06%. Por lo tanto, este es el porcentaje de rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para pagar los porcentajes para cubrir el interés.

5.1.7. Punto de equilibrio.

Se conoce como punto de equilibrio al nivel de actividad y ventas en el cual los ingresos de una empresa se igualan a sus costos y gastos totales. Es aquel donde no se registran ni pérdidas ni ganancias.

Fórmula para determinar el punto de equilibrio en USD

$$PE = \frac{CF}{1 - CV}$$

Dónde:

PE = Punto de equilibrio, nivel de ventas para alcanzar el equilibrio

CF = Costos fijos

CV = Relación costos variables

El punto de equilibrio está calculado para cada uno de los periodos del proyecto simulando cantidades de servicios para poder realizar una proyección.

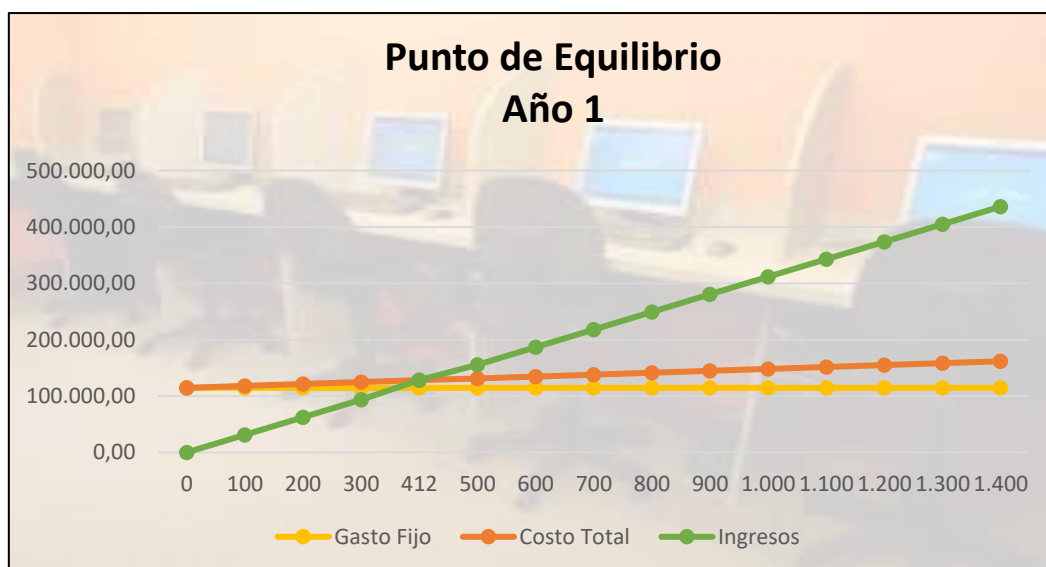
Tabla 4848. Punto de equilibrio año 1

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1					
AÑO 1					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	114.499,81	0,00	114.499,81	0,00	-114.499,81
100	114.499,81	3.373,73	117.873,54	31.159,15	-86.714,39
200	114.499,81	6.747,45	121.247,27	62.318,30	-58.928,97
300	114.499,81	10.121,18	124.620,99	93.477,45	-31.143,54
412	114.499,81	13.902,65	128.402,46	128.402,46	0,00
500	114.499,81	16.868,63	131.368,44	155.795,75	24.427,30
600	114.499,81	20.242,36	134.742,17	186.954,89	52.212,72
700	114.499,81	23.616,08	138.115,90	218.114,04	79.998,15
800	114.499,81	26.989,81	141.489,62	249.273,19	107.783,57
900	114.499,81	30.363,54	144.863,35	280.432,34	135.568,99
1.000	114.499,81	33.737,26	148.237,08	311.591,49	163.354,41
1.100	114.499,81	37.110,99	151.610,80	342.750,64	191.139,84
1.200	114.499,81	40.484,71	154.984,53	373.909,79	218.925,26
1.300	114.499,81	43.858,44	158.358,25	405.068,94	246.710,68
1.400	114.499,81	47.232,17	161.731,98	436.228,09	274.496,11

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 20. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

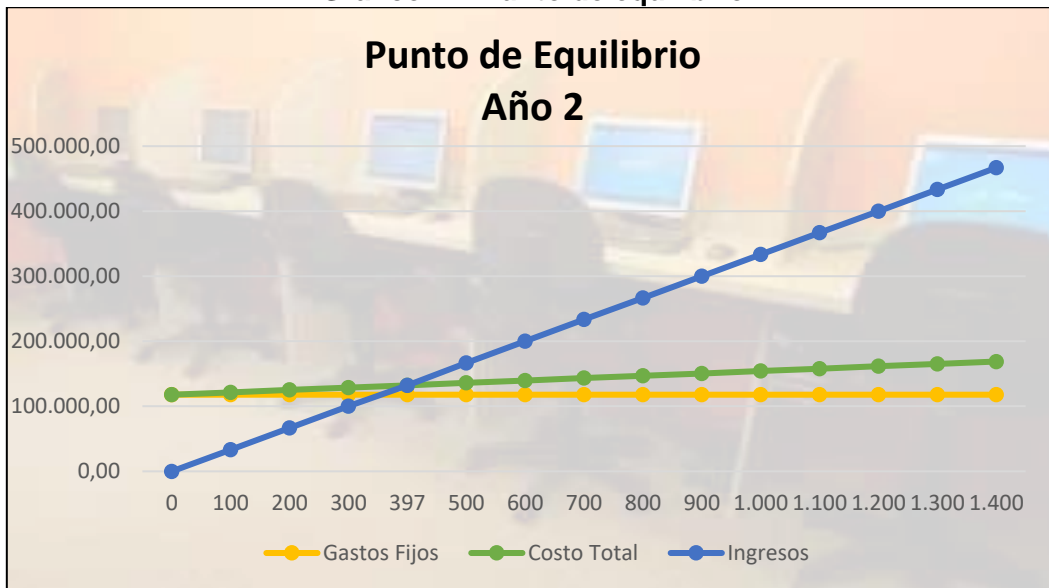
Tabla 4949. Punto de equilibrio año 2

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO					
AÑO 2					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	117.854,82	0,00	117.854,82	0,00	-117.854,82
100	117.854,82	3.642,02	121.496,83	33.340,29	-88.156,54
200	117.854,82	7.284,03	125.138,85	66.680,58	-58.458,27
300	117.854,82	10.926,05	128.780,87	100.020,87	-28.760,00
397	117.854,82	14.453,00	132.307,82	132.307,82	0,00
500	117.854,82	18.210,08	136.064,90	166.701,45	30.636,55
600	117.854,82	21.852,10	139.706,91	200.041,74	60.334,82
700	117.854,82	25.494,11	143.348,93	233.382,03	90.033,10
800	117.854,82	29.136,13	146.990,94	266.722,32	119.731,37
900	117.854,82	32.778,14	150.632,96	300.062,61	149.429,64
1.000	117.854,82	36.420,16	154.274,98	333.402,89	179.127,92
1.100	117.854,82	40.062,18	157.916,99	366.743,18	208.826,19
1.200	117.854,82	43.704,19	161.559,01	400.083,47	238.524,47
1.300	117.854,82	47.346,21	165.201,02	433.423,76	268.222,74
1.400	117.854,82	50.988,22	168.843,04	466.764,05	297.921,01

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 21. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

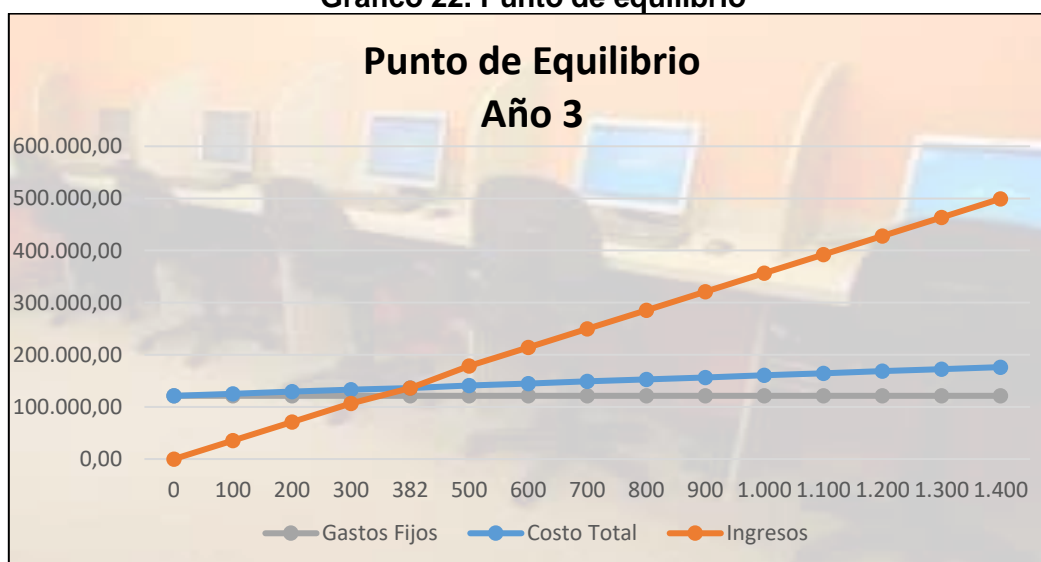
Tabla 5050. Punto de equilibrio año 3

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑO 3					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	121.310,05	0,00	121.310,05	0,00	-121.310,05
100	121.310,05	3.934,07	125.244,12	35.674,11	-89.570,01
200	121.310,05	7.868,14	129.178,18	71.348,22	-57.829,96
300	121.310,05	11.802,20	133.112,25	107.022,33	-26.089,92
382	121.310,05	15.035,96	136.346,01	136.346,01	0,00
500	121.310,05	19.670,34	140.980,39	178.370,55	37.390,16
600	121.310,05	23.604,41	144.914,45	214.044,66	69.130,20
700	121.310,05	27.538,47	148.848,52	249.718,77	100.870,25
800	121.310,05	31.472,54	152.782,59	285.392,88	132.610,29
900	121.310,05	35.406,61	156.716,66	321.066,99	164.350,33
1.000	121.310,05	39.340,68	160.650,73	356.741,10	196.090,37
1.100	121.310,05	43.274,74	164.584,79	392.415,21	227.830,41
1.200	121.310,05	47.208,81	168.518,86	428.089,32	259.570,46
1.300	121.310,05	51.142,88	172.452,93	463.763,43	291.310,50
1.400	121.310,05	55.076,95	176.387,00	499.437,54	323.050,54

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 22. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

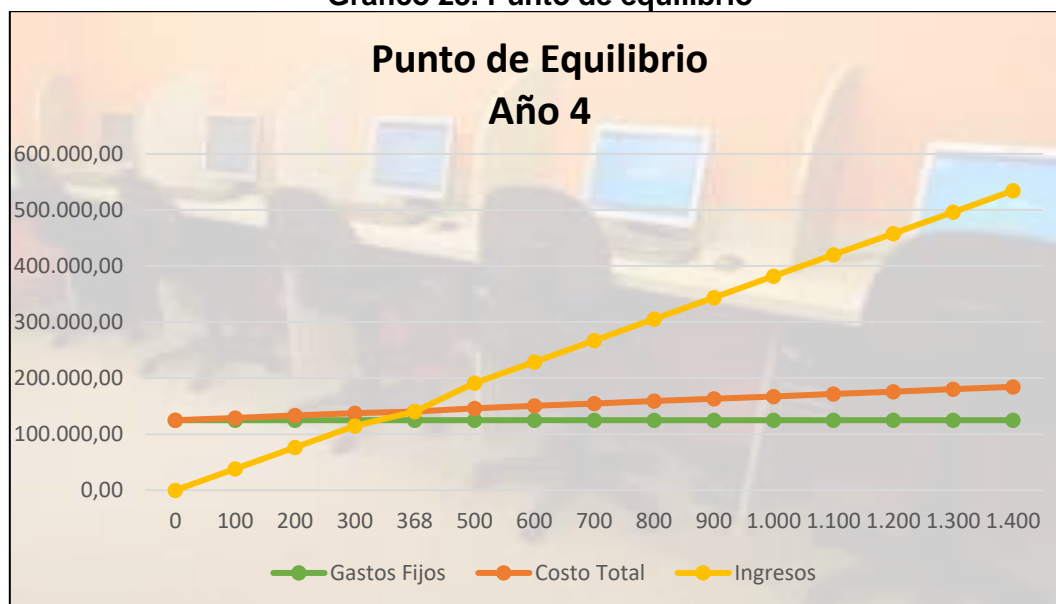
Tabla 5151. Punto de equilibrio año 4

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑO 4					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	124.864,33	0,00	124.864,33	0,00	-124.864,33
100	124.864,33	4.252,12	129.116,45	38.171,30	-90.945,16
200	124.864,33	8.504,24	133.368,57	76.342,59	-57.025,98
300	124.864,33	12.756,36	137.620,69	114.513,89	-23.106,80
368	124.864,33	15.653,04	140.517,37	140.517,37	0,00
500	124.864,33	21.260,60	146.124,94	190.856,49	44.731,55
600	124.864,33	25.512,72	150.377,06	229.027,78	78.650,73
700	124.864,33	29.764,84	154.629,18	267.199,08	112.569,91
800	124.864,33	34.016,96	158.881,30	305.370,38	146.489,08
900	124.864,33	38.269,08	163.133,42	343.541,68	180.408,26
1.000	124.864,33	42.521,20	167.385,54	381.712,97	214.327,44
1.100	124.864,33	46.773,32	171.637,66	419.884,27	248.246,62
1.200	124.864,33	51.025,44	175.889,78	458.055,57	282.165,79
1.300	124.864,33	55.277,56	180.141,90	496.226,87	316.084,97
1.400	124.864,33	59.529,68	184.394,02	534.398,16	350.004,15

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 23. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

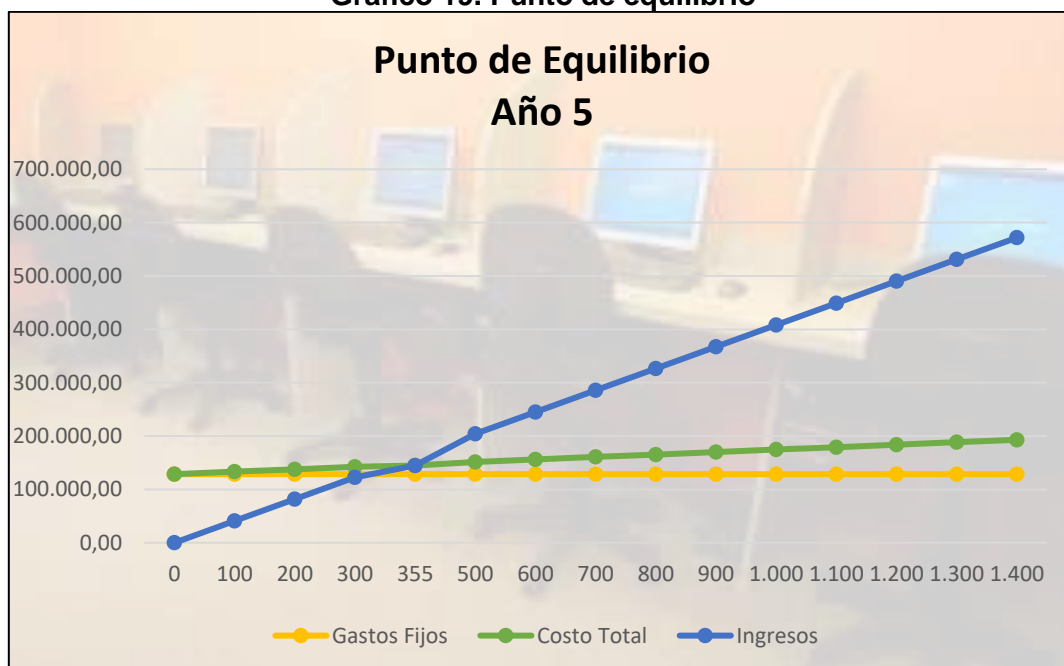
Tabla 5252. Punto de equilibrio año 5

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑO 5					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	128.515,87	0,00	128.515,87	0,00	-128.515,87
100	128.515,87	4.598,63	133.114,50	40.843,29	-92.271,21
200	128.515,87	9.197,26	137.713,13	81.686,58	-56.026,56
300	128.515,87	13.795,90	142.311,77	122.529,86	-19.781,90
355	128.515,87	16.305,77	144.821,64	144.821,64	0,00
500	128.515,87	22.993,16	151.509,03	204.216,44	52.707,41
600	128.515,87	27.591,79	156.107,66	245.059,73	88.952,07
700	128.515,87	32.190,42	160.706,29	285.903,02	125.196,72
800	128.515,87	36.789,06	165.304,93	326.746,31	161.441,38
900	128.515,87	41.387,69	169.903,56	367.589,59	197.686,04
1.000	128.515,87	45.986,32	174.502,19	408.432,88	233.930,69
1.100	128.515,87	50.584,95	179.100,82	449.276,17	270.175,35
1.200	128.515,87	55.183,59	183.699,45	490.119,46	306.420,00
1.300	128.515,87	59.782,22	188.298,09	530.962,75	342.664,66
1.400	128.515,87	64.380,85	192.896,72	571.806,04	378.909,32

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 19. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

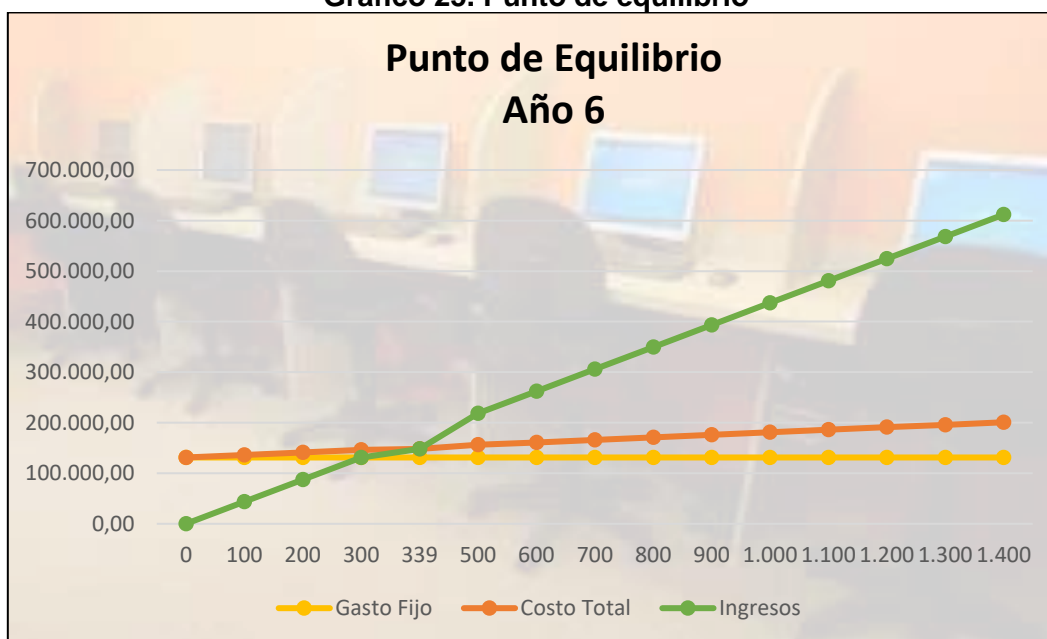
Tabla 5353. Punto de equilibrio año 6

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO					
AÑO 6					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	131.236,10	0,00	131.236,10	0,00	-131.236,10
100	131.236,10	4.976,30	136.212,40	43.702,32	-92.510,08
200	131.236,10	9.952,60	141.188,70	87.404,64	-53.784,06
300	131.236,10	14.928,91	146.165,00	131.106,96	-15.058,05
339	131.236,10	16.863,87	148.099,97	148.099,97	0,00
500	131.236,10	24.881,51	156.117,61	218.511,59	62.393,98
600	131.236,10	29.857,81	161.093,91	262.213,91	101.120,00
700	131.236,10	34.834,11	166.070,21	305.916,23	139.846,02
800	131.236,10	39.810,41	171.046,51	349.618,55	178.572,03
900	131.236,10	44.786,72	176.022,81	393.320,87	217.298,05
1.000	131.236,10	49.763,02	180.999,12	437.023,18	256.024,07
1.100	131.236,10	54.739,32	185.975,42	480.725,50	294.750,08
1.200	131.236,10	59.715,62	190.951,72	524.427,82	333.476,10
1.300	131.236,10	64.691,92	195.928,02	568.130,14	372.202,12
1.400	131.236,10	69.668,23	200.904,32	611.832,46	410.928,13

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 25. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

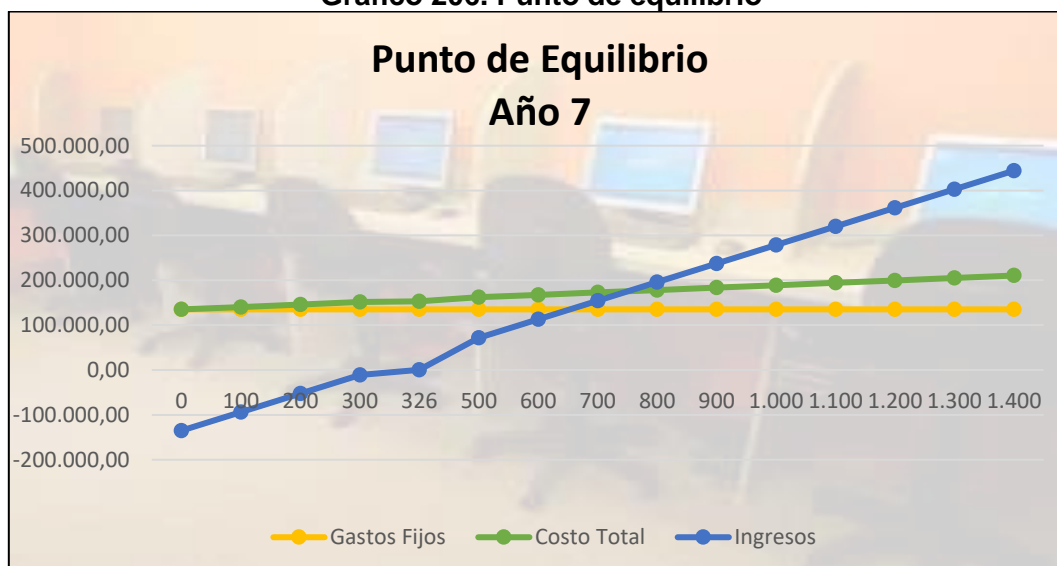
Elaborado por: José Auqui / 2016

Tabla 5454. Punto de equilibrio año 7

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO					
AÑO 7					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	135.073,24	0,00	135.073,24	0,00	-135.073,24
100	135.073,24	5.388,09	140.461,32	46.761,48	-93.699,84
200	135.073,24	10.776,18	145.849,41	93.522,96	-52.326,45
300	135.073,24	16.164,26	151.237,50	140.284,44	-10.953,06
326	135.073,24	17.590,69	152.663,93	152.663,93	0,00
500	135.073,24	26.940,44	162.013,68	233.807,40	71.793,73
600	135.073,24	32.328,53	167.401,77	280.568,88	113.167,12
700	135.073,24	37.716,62	172.789,85	327.330,36	154.540,51
800	135.073,24	43.104,71	178.177,94	374.091,85	195.913,90
900	135.073,24	48.492,79	183.566,03	420.853,33	237.287,30
1.000	135.073,24	53.880,88	188.954,12	467.614,81	278.660,69
1.100	135.073,24	59.268,97	194.342,21	514.376,29	320.034,08
1.200	135.073,24	64.657,06	199.730,29	561.137,77	361.407,47
1.300	135.073,24	70.045,15	205.118,38	607.899,25	402.780,87
1.400	135.073,24	75.433,23	210.506,47	654.660,73	444.154,26

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 206. Punto de equilibrio



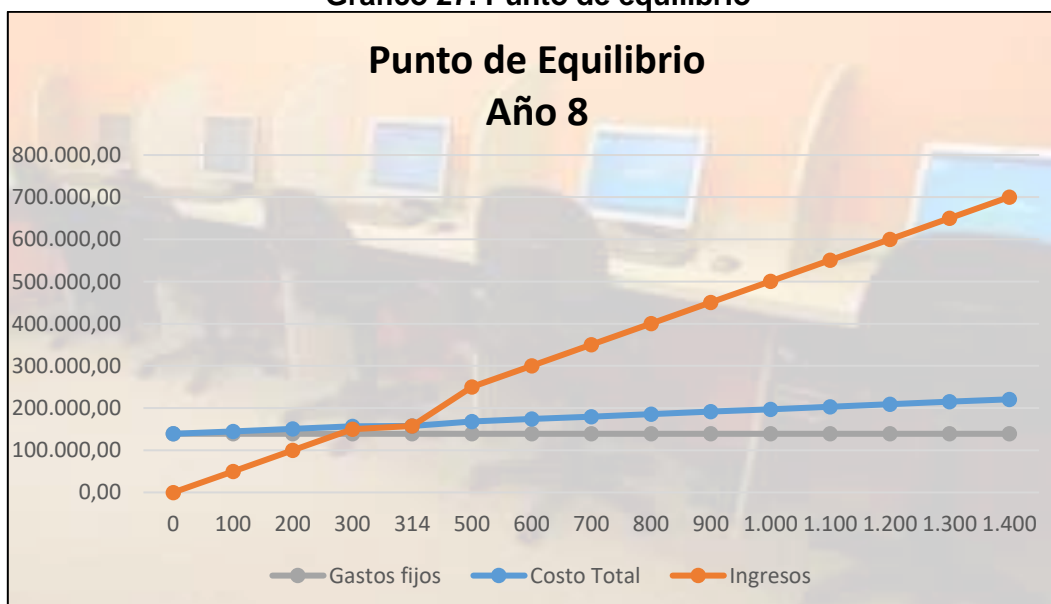
Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

Tabla 55. Punto de equilibrio año 8

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑO 8					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	138.996,75	0,00	138.996,75	0,00	-138.996,75
100	138.996,75	5.837,24	144.833,99	50.034,78	-94.799,21
200	138.996,75	11.674,49	150.671,23	100.069,57	-50.601,66
300	138.996,75	17.511,73	156.508,48	150.104,35	-6.404,12
314	138.996,75	18.357,53	157.354,28	157.354,28	0,00
500	138.996,75	29.186,21	168.182,96	250.173,92	81.990,96
600	138.996,75	35.023,46	174.020,20	300.208,71	126.188,50
700	138.996,75	40.860,70	179.857,45	350.243,49	170.386,04
800	138.996,75	46.697,94	185.694,69	400.278,27	214.583,58
900	138.996,75	52.535,19	191.531,93	450.313,06	258.781,13
1.000	138.996,75	58.372,43	197.369,18	500.347,84	302.978,67
1.100	138.996,75	64.209,67	203.206,42	550.382,63	347.176,21
1.200	138.996,75	70.046,91	209.043,66	600.417,41	391.373,75
1.300	138.996,75	75.884,16	214.880,90	650.452,20	435.571,29
1.400	138.996,75	81.721,40	220.718,15	700.486,98	479.768,83

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 27. Punto de equilibrio



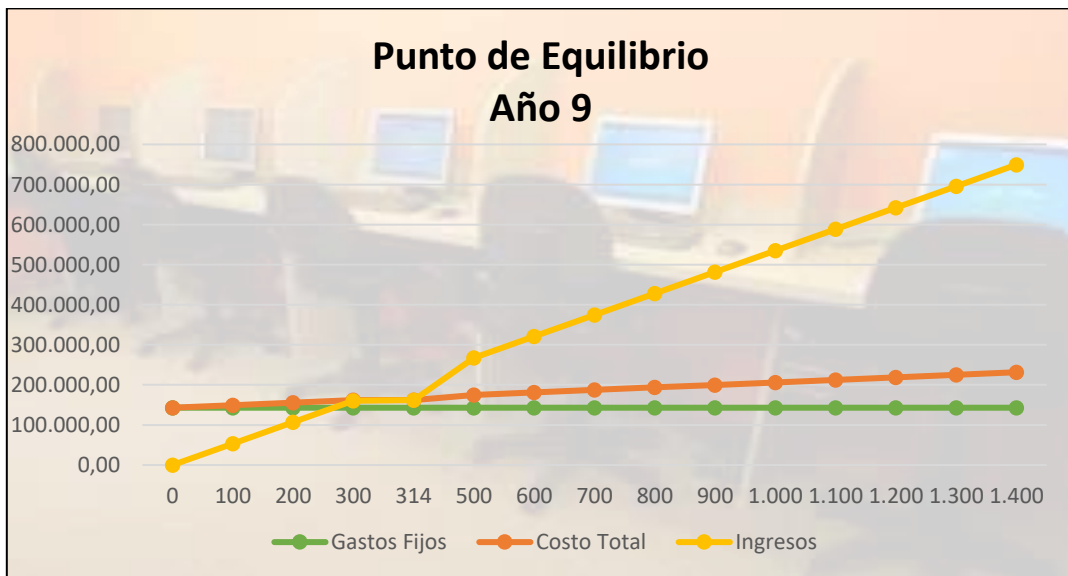
Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

Tabla 5655. Punto de equilibrio año 9

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑO 9					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	143.000,81	0,00	143.000,81	0,00	-143.000,81
100	143.000,81	6.327,33	149.328,15	53.537,22	-95.790,93
200	143.000,81	12.654,66	155.655,48	107.074,44	-48.581,04
300	143.000,81	18.982,00	161.982,81	160.611,66	-1.371,15
314	143.000,81	19.165,76	162.166,58	162.166,58	0,00
500	143.000,81	31.636,66	174.637,47	267.686,10	93.048,62
600	143.000,81	37.963,99	180.964,80	321.223,32	140.258,51
700	143.000,81	44.291,32	187.292,14	374.760,53	187.468,40
800	143.000,81	50.618,65	193.619,47	428.297,75	234.678,29
900	143.000,81	56.945,99	199.946,80	481.834,97	281.888,17
1.000	143.000,81	63.273,32	206.274,13	535.372,19	329.098,06
1.100	143.000,81	69.600,65	212.601,46	588.909,41	376.307,95
1.200	143.000,81	75.927,98	218.928,79	642.446,63	423.517,84
1.300	143.000,81	82.255,31	225.256,13	695.983,85	470.727,72
1.400	143.000,81	88.582,64	231.583,46	749.521,07	517.937,61

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 28. Punto de equilibrio



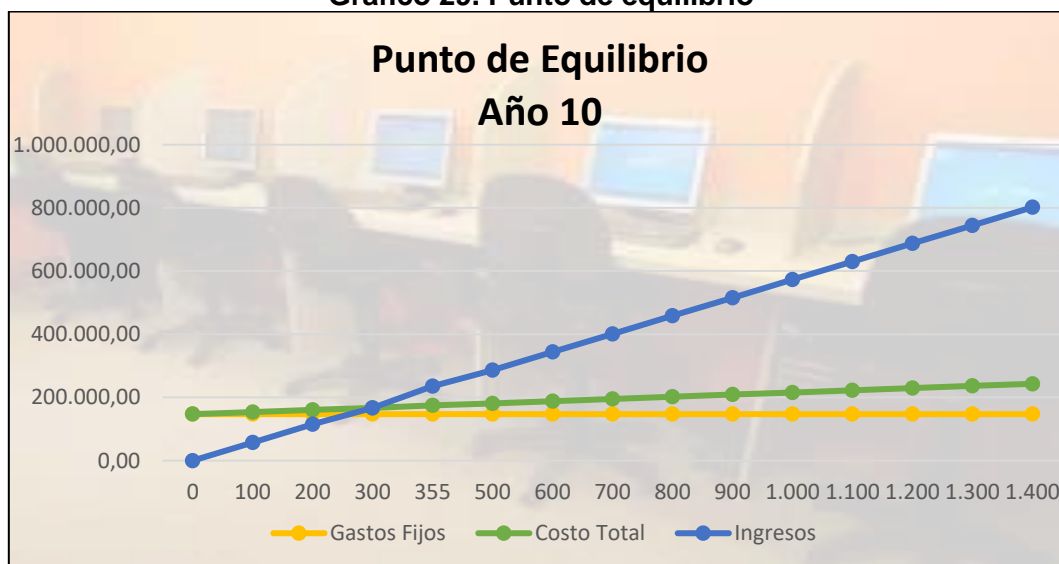
Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

Tabla 5756. Punto de equilibrio año 10

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑO 10					
Cantidad	Gasto Fijo	Gastos Variables	Costo Total	Ventas	Pérdida o Ganancia
0	147.078,26	0,00	147.078,26	0,00	-147.078,26
100	147.078,26	6.862,27	153.940,53	57.284,82	-96.655,70
200	147.078,26	13.724,54	160.802,80	114.569,65	-46.233,15
300	147.078,26	20.016,66	167.094,91	167.094,91	0,00
355	147.078,26	28.278,45	175.356,71	236.062,69	60.705,98
500	147.078,26	34.311,36	181.389,62	286.424,12	105.034,51
600	147.078,26	41.173,63	188.251,89	343.708,95	155.457,06
700	147.078,26	48.035,90	195.114,16	400.993,77	205.879,61
800	147.078,26	54.898,17	201.976,43	458.278,60	256.302,17
900	147.078,26	61.760,44	208.838,70	515.563,42	306.724,72
1.000	147.078,26	68.622,72	215.700,97	572.848,25	357.147,27
1.100	147.078,26	75.484,99	222.563,24	630.133,07	407.569,83
1.200	147.078,26	82.347,26	229.425,52	687.417,90	457.992,38
1.300	147.078,26	89.209,53	236.287,79	744.702,72	508.414,93
1.400	147.078,26	96.071,80	243.150,06	801.987,54	558.837,49

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

Gráfico 29. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

5.2. Identificación de impactos ambientales.

Planificación

A.- Reconocimiento del sitio

Construcción

B.- Transporte de material y de mano de obra

C.- Desbroce

D.- Ejecución de la obra

Operación

E.- Ingreso de turistas

F.- Visita a atractivos turísticos

G.- Pesca deportiva

H.- Preparación de alimentos y bebidas

I.- Utilización de la hostería

J.- Mantenimiento de la hostería

Tabla 5857. Matriz de identificación de impactos ambientales producidos por la implementación de planta turística en el Esfuerzo

Actividades Proyecto		PLAN	CONSTR			OPERACIÓN						TOTAL	
			PRODUCCI	Ó									
Componentes Ambientales			A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	x	X	x	0	0	0	0	3
		Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	x	X	x	0	x	x	x	6
		Erosión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	x	0	0	x	x	x	0	4
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	x	0	0	0	0	x	0	2
		Eutrofización	0	0	0	0	0	0	0	x	0	0	1
	Aire	Ruido	x	x	0	x	X	x	0	0	0	x	6
Biótico	Flora	Pérdida de la biodiversidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Pérdida cobertura vegetal	0	0	X	0	0	0	0	0	0	0	1
		Introducción de especies exóticas	0	0	0	x	0	0	0	0	0	0	1

		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fauna	Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	x	0	0	0	0	1
		Cambio patrones de conducta	0	0	0	x	X	x	0	0	0	0	3
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	0	x	x	0	0	0	2
		Migración de especies	0	0	X	0	X	0	0	0	0	0	2
	Ecosistemas	Alteración de hábitats	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Alteración de paisajes	0	0	0	x	0	0	0	0	0	0	1
Socio-económico-cultural	Población	Degradación social	0	0	0	0	X	x	0	0	0	0	2
		Impactos en los valores culturales y	0	0	0	0	X	x	0	0	0	0	2
		Pérdida de las prácticas tradicionales	0	0	0	0	X	0	0	0	0	0	1
		Generación de nuevos ingresos	0	0	X	x	X	x	0	x	x	x	7
		Provisión de fuentes de empleo	0	x	X	x	X	x	0	x	x	x	8

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: José Auqui / 2016

5.3. Evaluación de impactos ambientales.

Tabla 5958. Cuadro propuesto de matriz para evaluación de impactos ambientales en proyecto turístico

Actividad	Sub actividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia			Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
			1	3	5	0,5	1	1	2	0,5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
I. Planificación	1.1. Reconocim. Sitio	Aire	1			0,5		1			0,5			1		-1		1			-2,0
	Subtotal																				-2,0
II. Construcción	2.1 Transporte	Aire	1			1		1			1			1		-1		3			-5
		Población	1			0,5		1			1			1		1		3			4,5
	2.2. Desbroce	Flora	1			0,5		1			0,5			2		-1		3			-6,0

		Población	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	1	1	1	3	4,5	
			Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	2	2	2	-1	5	-25,0	
	2.3 Ejecución obra	Suelo	Compactación	1	1	1	1	2	-1	5	-14,0	
			Contaminación con desechos sol. y liq.	1	1	1	1	1	-1	5	-7,0	
		Agua	Contaminación con desechos sol. y liq.	1	1	1	1	1	-1	5	-7,0	
			Sedimentación turbidez	1	1	2	1	2	-1	3	-12,0	
		Aire	Ruido	1	1	1	1	1	-1	3	-5,0	
		Flora	Introducción de especies exóticas	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5	
		Fauna	Cambio patrones de conducta	1	1	2	2	2	-1	3	-18,0	
			Migración Spp.	1	1	2	1	2	-1	5	-16,0	
		Ecosist.	Alteración paisajes	1	0,5	1	2	2	-1	5	-23,0	
		Población	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	1	1	1	3	5,0	
			Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	1	1	1	3	5,0	
Subtotal											-12,59	4,7
III. Operación		3.1 ingreso de	Suelo	Compactación	1	0,5	2	2	1	-1	5	-12,5
	Contaminación con desechos sol. y liq.			1	0,5	1	2	1	-1	5	-11,5	
	Aire		Ruido	1	1	2	2	2	-1	5	-24,0	
	Fauna		Cambio patrones de conducta	1	1	2	2	2	-1	5	-26,0	
	Población		Degradación social	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17,0	
			Impactos en valores culturales	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17,0	

		Pérdidas prácticas tradición y estilos de vida	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17.0
		Generación nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	2	1	1	3	8.5
3.2 Visita a Atracc. Turistic	Suelo	Compactación	1	0,5	1	1	2	-1	3	-7.5
		Contaminación con desechos sol. y líq.	1	0,5	1	1	2	-1	3	-7.5
	Aire	Ruido	1	1	2	2	1	-1	5	-12.0
	Fauna	Interrupción procesos reproductivos	1	0,5	2	2	2	-1	5	-25.0
		Cambio patrones de conducta	1	1	2	2	2	-1	5	-26.0
		Disminución tamaño de la población	1	0,5	2	2	2	-1	5	-25.0
		Migración de especies	1	1	2	2	2	-1	5	-26.0
	Población	Degradación social	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17.0
		Impactos en los valores culturales y	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17.0
		Comunitarios Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	2	2	1	1	3	8.5
		Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	2	2	1	1	3	8.5
3.3. Pesca	Agua	Contaminación con desechos sol. y líq.	1	1	2	1	2	-1	1	-8.0
	Fauna	Disminución tamaño de la población	1	0,5	1	2	2	-1	3	-17.0
	Suelo	Contaminación con desechos sol. y líq.	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4.5

	3.4 Prepara. Alim.	Agua	Contaminación con desechos sol. y líq.	1	1	2	2	2	-1	5	-12.0
			Eutrofización	1	1	2	2	2	-1	3	-9.0
		Población	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	2	2	1	5	12.5
			Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	2	2	1	5	12.0
	3.5. Utilización de la	Suelo	Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	2	2	-1	3	-7.5
		Agua	Desechos sólidos y líquidos	1	1	2	2	2	-1	5	-12.0
			Sedimentación y turbidez	1	1	1	2	2	-1	5	-26.0
		Población	Generación de nuevos ingresos alternativos		1	1	2	2	1	5	12.0
	Provisión de fuentes de empleo		1	1	1	2	2	1	5	12.0	
	3.6. Mantenimiento	Suelo	Desechos sólidos y líquidos	1	1	1	1	1	-1	3	-5.0
		Aire	Ruido	1	1	1	0,5	0,5	-1	3	-7.0
		Población	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	1	1	1	3	5.0
Provisión de fuentes de empleo			1	1	1	1	1	1	3	5.0	
	Subtotal								-14.39	8.13	
Total									-28.98	14.03	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: José Auqui / 2016

Luego de que los estudios finales han sido presentados, es necesario proceder a calificar y categorizar ambientalmente el proyecto; el cual, dio como resultado -14.95 por lo que se ubica dentro del rango 5-15, es decir la realización de dicho proyecto tiene un impacto moderado, en el que se prevé la posibilidad de presentarse impactos ambientales pero factibles de ser mitigados.

Plan de mitigación.

El plan de mitigación tiene los siguientes propósitos:

Buscar las mejores alternativas para realizar las actividades, de forma que los impactos negativos sean minimizados o eliminados, y los beneficios sean potenciados.

Asegurar que el público y los individuos no tengan que enfrentar costos que sean mayores que los beneficios que recibirán por la ejecución e implementación del proyecto.

Medidas de mitigación componentes físicos.

Suelo.

Compactación.

Para la construcción de las cabañas, se utilizará maquinaria pesada, para la limpieza de la capa vegetal y nivelación del suelo, la zona posee pastizales, misma que está rodeada de una barrera que no afectará a los cultivos. Se considerará el menor movimiento de tierras para la ejecución de la obra.

Los turistas deberán caminar por senderos debidamente señalizados dentro del área, para así evitar la compactación del suelo. Igualmente existirá señalización para la circulación vehicular.

Desechos sólidos y líquidos

La construcción de la hostería genera desechos sólidos y líquidos, por lo que se utilizará tecnología moderna con la utilización de materiales, a fin de permitir su reciclaje o reutilización de desperdicios, ejemplo los desechos orgánicos será convertidos en abono para el uso de los huertos; mientras que la basura inorgánica será clasificada, y parte de la misma entregada a empresas recicladoras, esto se lo realizará periódicamente.

Se construirá inodoros y aboneros secos, que no solamente retienen el material, sino que lo convierten en materia orgánica, especialmente útil para los programas de reforestación en la zona que se está llevando a cabo el proyecto. Estos inodoros son fijos y permanentes, y pueden ser usados sin límite de tiempo, no necesitan de agua, a su vez se utiliza aserrín y cal, evitando la contaminación del suelo.

Agua.

Desechos sólidos y líquidos, sedimentación y turbidez.

Eutrofización.

Actualmente, el terreno dispone de canales de regadío que no cumplen adecuadamente con su función, se desperdicia agua y encharcan ciertas zonas. En el caso de alojamiento, las aguas grises y negras serán tratadas y reutilizadas, bajo la tecnología de depuración y aprovechamiento de residuales líquidos. Se utilizará dispensadores de shampoo y jabones a cargo de la empresa de bajo contenido químico que no afecte al ambiente, es decir con productos biodegradables.

Aire.

Ruido.

En el momento de la construcción se utilizará maquinaria pesada, lo que provocará ruido, pero será en menor escala y por un tiempo determinado, lo que no afectará gravemente al medio ambiente.

El área de construcción se encuentra alejada de las reservas ecológicas y de la población por lo que el ruido no afecta directamente al medio ni a las personas.

Medidas de mitigación componentes bióticos.

Flora.

Pérdida de cobertura vegetal.- La construcción de la hostería se lo realizará en los lugares que no poseen exuberante flora, se asignará espacios verdes y especialmente arborización para tratar de compensar la pérdida de vegetación causada por la construcción.

Fauna.

Cambio patrones de conducta.

Durante las visitas a las diferentes reservas, pueden presentar cambios en la conducta de los animales, por lo que se dictarán charlas de capacitación a los turistas antes de cada visita, para evitar hacer mucho ruido y molestar a las diferentes especies de animales.

Disminución del tamaño de la población y migración de especies.

Para estos problemas se evitará llevar gran cantidad de turistas a cada una de las reservas, es decir las visitas se los realizará en grupos reducidos, para evitar molestar a las especies y reducir su migración.

Ecosistemas.

Alteración del paisaje.

Se realizará una correcta planificación y diseño en las instalaciones de infraestructura turística, se construirá con materiales propios de la zona para no alterar el paisaje natural del sector.

Medidas de mitigación componentes socio-económico y cultural.

Degradación social.

Se dictarán talleres de capacitación que ayuden a entender a los pobladores, la importancia del desarrollo de la zona, haciendo buen uso de los recursos naturales y culturales de los que disponen, fomentando así la participación de cada uno de los miembros de la comunidad para que puedan sacar provecho de estos y mejorar así su calidad de vida.

Impactos en los valores culturales y pérdida de prácticas tradicionales.

Se ha programado talleres de capacitación permanentes, que den a conocer a los pobladores la importancia de mantener sus costumbres e identidad propia.

Las actividades que se impulsan en este proyecto, se fundamentan en un constante diálogo con la población.

Generación de fuentes de ingreso y provisión de fuentes de empleo.

De acuerdo al desarrollo que alcance la creación de la hostería, se podrá crear más fuentes de trabajo para los habitantes de la comunidad, logrando así mejorar sus ingresos y calidad de vida de la población.

El sitio donde se ejecutará el proyecto tiene intervención humana, actualmente es una propiedad que posee un área exuberante de flora y fauna y otra donde no existe construcción de viviendas.

Para la operación de las actividades turísticas se aplicarán medidas de mitigación de acuerdo al resultado del estudio de mercado y a la política que llevará la hostería y entre ellas están el de utilizar elementos biodegradables, señalizar senderos, reciclaje de basura orgánica e inorgánica.

La construcción de la hostería ecológica propone trabajar en forma amigable con el ambiente natural y social, reutilizando en gran medida todos aquellos recursos que se los catalogan como desechos.

La construcción del proyecto en sí presenta algunos impactos, mismos que pueden ser reducidos o mitigados.

Para finalizar se puede decir que este proyecto es completamente viable, de acuerdo a factores ambientales y representa una inversión justificable.

CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con los puntos básicos que incluyen la formulación y estudio del plan de negocios, se puede determinar las siguientes conclusiones:

El proyecto de creación de la empresa está dirigido a las personas que gustan del turismo recreativo en zonas de entorno natural, vinculados a deportes extremos y de aventura, donde la tradición y elegancia conjugan con la naturaleza, mismo que propicia una creciente demanda por el incremento constante del turismo.

La construcción de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo es de vital importancia para el sector, se da a conocer un nuevo destino turístico y con proyecciones de crecimiento, puesto que en esta zona no existen sitios de alojamiento que logren satisfacer las necesidades de sus visitantes, a pesar de contar con un sinnúmero de atractivos naturales y culturales que aún no han sido explotados. El nivel de impacto para este aspecto se lo considerará alto positivo.

A pesar de que este proyecto busca fines de lucro para satisfacer las expectativas del inversionista, sin descuidar la atención de los indicadores socioeconómicos locales y del país, tiene visión empresarial, generará empleo en el sector y a la vez reactivará la economía de los pequeños negocios de sus moradores. Se espera un impacto medio positivo.

Gran parte de los pobladores de la zona emigran hacia las principales ciudades en busca de un mejor nivel de vida, afectando al desarrollo económico de la parroquia, con la realización de este proyecto se pretende minimizar la salida de sus pobladores, permitiendo así que se produzca un importante desarrollo económico y potencial de la zona. El proyecto generará un impacto medio positivo.

De acuerdo al análisis de cada uno de los factores financieros, se determina que la inversión en el proyecto es económicamente rentable, y con relación al aspecto ambiental se puede indicar que el proyecto es ecológicamente sostenible.

RECOMENDACIONES

La actividad turística bien manejada permitirá crear nuevas alternativas de trabajo, beneficios, y buscar oportunidades de desarrollo económico a la población de la parroquia El Esfuerzo.

Se recomienda para los años posteriores la construcción de un mayor número de sitios de alojamiento debido a la gran cantidad de demanda insatisfecha existente en el sector.

Es prioritario crear conciencia en la comunidad sobre la importancia de establecer un turismo bien estructurado y amigable con el ambiente, se deberá explotar los recursos naturales estableciendo estrictas medidas de control, para el manejo de los desechos producidos en el negocio se deberá aplicar el reciclaje, separando lo orgánico de lo inorgánico.

Es necesario que las autoridades locales gestionen el mejoramiento de los servicios básicos, así como la señalización y adecuación de la infraestructura de calles y vía de acceso a la zona.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional . (2003). *Creacion de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Quito : s.e.
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos* (Vol. Cuarta edición). México: Mc. Graw Hill.
- Castro, I. (2012). *Turismo*. Barcelona.
- Cázares. (2004). *Técnicas actuales de investigación*. México: Editorial Trillas.
- Censos, I. N. (2012). *Reporte de Entradas y Salidas*. Quito: s.e.
- Crosby, A. &. (1996). *Desarrollo y Gestión del Turismo en Áreas Rurales-Naturales*. Madrid: Turismo y Naturaleza S.L. ECOTUR (Centro Europeo de Formación Profesional).
- Crosby, A. E. (2009). *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo*. Barcelona: LAERTES S.A.
- Currie, M. (2009). Advertising and Sponsorship. En M. Currie. Canadá,: 1ra Edición.
- Diario el Comercio. (12 de 02 de 2014). Nuevos atractivos turísticos en la tierra tsáchila. págs. 21-22.
- Diario el Telégrafo. (10 de 03 de 10 de marzo de 2014). <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/2014-ano-clave-para-potenciar-el-turismo.html>. Recuperado el 4 de 4 de 2014, de www.telegrafo.com.ec/
- Diario el Telégrafo. (01 de 11 de 2013). Turismo en el Ecuador. *Diario Telegrafo*, pág. 2.
- Info.turismo. (22 de 02 de 2010). www.vacacionestravel.info. Recuperado el 11 de 06 de 2015, de www.vacacionestravel.info/turismo/turismo_cientifico.asp: www.vacacionestravel.com
- Martinez, F. (2004). *Alojamiento Turístico Rural*. Madrid-España: Síntesis.
- Mateo, J. M. (07 de 2004). www.surfuturo.org/...iii/conc_de_ecoturismo_aplicacion_en_el_pais. Recuperado el 29 de 11 de 2016
- McDaniel, C. (2008). *Marketing*. 6ta. Edición.
- Ministerio de Turismo, S. D. (2012). *Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2012*. Santo Domingo.
- Palacio Nacional . (2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito: s.e.
- Plan del buen vivir. (2013). *El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Ecuador.
- Reglamento General Actividades Turísticas. (2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito: s.e.
- Revista Vision. (2014). Hosterias en Santo Domingo. *Revista Visión*, 36-38.
- San, M. (2005). *Turismo en el Mundo*. Bogotal: Boscoute.

- San, M. (11 de 06 de 2005). *Turismo en el Mundo*. Bogota: Boscoute.
- Stanton William, E. M. (2010). *Fundamentos de Marketing*. Colombia: Walker Bruce Editorial.
- Thompson, M. (2012). *MARKETING, International*. En H. LAMB. Sexta edición.
- Urbina. ((2006). *Costos I*. Colombia: Boscos.
- Urbina. (2006). *Costos I*. Colombia: Bosco.
- www.monografias.com. (s.f.). Obtenido de /trabajos13/mercado/mercado.shtml:
<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
- www.santodomingo.gob.ec. (2014). *Santo Domingo*. Obtenido de www.santodomingo.gob.ec.
- www.santodomingo.gob.ec. (12 de 12 de 2014). *www.santodomingo.gob.ec*. Recuperado el 12 de 01 de 2015, de www.santodomingo.gob.ec: www.santodomingo.gob.ec
- x. (s.f.). Obtenido de huecasgastronomicasdmq.jimdo.com/...ecoturismo/turismo-en-el-ecuador

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

Señor/a: Con el objetivo de realizar un estudio que contribuya al proyecto de investigación con el tema: “Plan de Negocios para la creación e implementación de una hostería ecológica en la Parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2016”, solicito su colaboración de manera respetuosa.



Indicaciones: Complete y marque con una x según su criterio.

1. **Edad:** 18 - 30_____ 31- 43_____ 44-56_____ Más de 57_____
2. **Nacionalidad:** Nacional_____ Extranjero_____
3. **Nivel de escolaridad:** Primarios_____ Secundarios_____ Bachillerato_____ Universitarios_____
4. **Ocupación:** Estudiante_____ Empleado Público_____ Empleado Privado_____ Desempleado_____ Jubilado_____
5. **¿Qué periodo suele disfrutar de su descanso o vacaciones?**
1 semana_____ 15 días_____ 30 días_____ + 1 mes_____
6. **¿Cuántos días considera Ud. es el adecuado para visitar la parroquia El Esfuerzo?** 2 días_____ 3 días_____ Más de 3 días_____
7. **¿Cuál es el promedio de gastos?**
Menos de \$200_____ \$201 - \$400_____ \$401 - \$600_____ Más de \$601_____
8. **¿Cómo realiza el pago de productos y/o servicios?:**
Efectivo _____ Tarjetas _____
9. **¿Cuál es el grado de conciencia que posee con el medio ambiente?**
Nada 1 2 3 4 5 Completamente ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
10. **¿Consume productos ecológicos?** Sí_____ No_____
11. **Cuando viaja, ¿qué variables considera para elegir alojamiento?**

Ubicación_____ Precio_____ Servicios_____ Ambiente saludable_____

12. ¿En qué zona se alojaría para disfrutar de sus vacaciones?

Rural_____ Urbana_____

13. ¿Estaría dispuesto/a a pagar más dinero por un alojamiento con un entorno saludable y respetuoso con el medio ambiente?

Sí_____ Sí, no hay mucha diferencia_____ No_____

14. En caso de ser afirmativa la respuesta anterior: ¿Qué importe estaría dispuesto a pagar por un entorno respetuoso con el medio ambiente?

3-8 dólares _____ 9-18 dólares_____ Más de 19 dólares_____

15. ¿Se alojaría en una hostería ecológica? Sí_____ No_____

16. ¿Qué servicios considera prioritario en una hostería ecológica?

Senderismo_____ Pesca deportiva_____ Deportes al aire libre_____

Visitas a reservas naturales _____ camping _____Otros_____

¿Cuál?_____

17. ¿Considera conveniente se construya una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo?

Sí_____ No_____

18. Indique su preferencia en cuanto a la infraestructura para su construcción:

Módulos habitacionales_____ Cabañas_____

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Entrevista

Distinguido funcionario del Ministerio de Turismo de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Las preguntas detalladas a continuación servirán de apoyo para el Proyecto de investigación sustentado en el tema: “Plan de Negocios para la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2016.” Su vasta experiencia en la temática, constituirá un aporte significativo en el desarrollo del mismo.

1. ¿Cuáles son las estadísticas de turismo en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas?
2. ¿Qué temporadas se consideran altas para la afluencia de turistas en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas?
3. ¿Qué fechas son significativas para el turista que visita la provincia?
4. ¿Cuál es el número de turistas promedio que visita nuestro cantón?
5. ¿Qué opinión tiene sobre las hosterías ecológicas?
6. ¿Considera oportuno la implementación de una hostería ecológica en la parroquia El Esfuerzo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas? ¿Por qué?
7. ¿Qué servicios considera oportunos debería incluirse para satisfacer las exigencias de los clientes potenciales?

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Costos y gastos del proyecto.

Materiales directos

Producto	Meses	Mensual	Total anual
Insumos alojamiento	12	190,00	2.280,00
Insumos Spa	12	200,00	2.400,00
Compras alimentación	12	800,00	9.600,00
Insumos para caballerizas	12	350,00	4.200,00
Insumos para caminatas	12	230,00	2.760,00
Insumos para piscinas	12	743,00	8.916,00
Insumos para ciclismo	12	120,00	1.440,00
Total			31.596,00

Materiales Indirectos

Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total
Palas recogedoras de plástico	10	0,75	7,50
Trapeadores	10	2,50	25,00
Desinfectantes en galones	50	4,80	240,00
Basureros	50	4,00	200,00
Fundas basura, paq. 28 unid.	200	0,99	198,00
Escobas	30	1,75	52,50
Papel higiénico, paq. 48 unid.	150	14,00	2100,00
Jabones líquidos	100	2,70	270,00
Total		31,49	3.093,00

Servicios básicos

Suministros	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Electricidad	Kw	800,00	0,11	88,00	1.056,00
Calefones	Unidad	2,00	85,00	170,00	2.040,00
Gas	Unidad	3,00	7,00	21,00	252,00
Teléfono	Unidad	1,00	25,00	25,00	300,00
Internet	Unidad	1,00	25,00	25,00	300,00
Total				329,00	3.948,00

Reparación y mantenimiento

Concepto	Valor anual
Mantenimiento instalaciones	5.000,00
Mantenimiento de equipos	1.800,00
Total	6.800,00

Seguros y otros gastos

Concepto	Valor	Porcentaje	Valor anual
Maquinaria y equipo	11.379,44	2%	227,59
Otros gastos			485,00
Total			712,59

Gastos depreciación

Unidad	Concepto	Valor Unitario	Valor Total	% Deprec	Valor Residual	Depreciación
Construcciones						
1	Construcciones	\$ 183.095,10	\$ 183.095,10	5%	\$ 18.309,51	\$ 8.239,28
Muebles y equipos de oficina						
2	Escritorio	\$ 350,00	\$ 700,00	10%	\$ 35,00	\$ 66,50
2	Mueble para computadora	\$ 200,00	\$ 400,00	10%	\$ 20,00	\$ 38,00
4	Sillas	\$ 150,00	\$ 600,00	10%	\$ 15,00	\$ 58,50
1	Archivador de documentos	\$ 201,00	\$ 201,00	10%	\$ 20,10	\$ 18,09
4	Juegos infantiles	\$ 1.500,00	\$ 6.000,00	10%	\$ 150,00	\$ 585,00
1	Equipo de sonido	\$ 350,00	\$ 350,00	20%	\$ 35,00	\$ 63,00
1	Televisor 40 pulgadas	\$ 700,00	\$ 700,00	20%	\$ 70,00	\$ 126,00
4	Redes	\$ 25,00	\$ 100,00	10%	\$ 2,50	\$ 9,75
1	Aspiradora –abrillantadora	\$ 350,00	\$ 350,00	20%	\$ 35,00	\$ 63,00
1	Cortadora de césped	\$ 600,00	\$ 600,00	10%	\$ 60,00	\$ 54,00
1	Tarabita	\$ 700,00	\$ 700,00	10%	\$ 70,00	\$ 63,00
1	Televisor 21 pulgadas	\$ 330,00	\$ 330,00	20%	\$ 33,00	\$ 59,40
Muebles y enseres cabañas						
15	Cama 2 plazas	\$ 266,67	\$ 4.000,00	10%	\$ 40,00	\$ 396,00
15	Veladores	\$ 150,00	\$ 2.250,00	10%	\$ 15,00	\$ 223,50
15	Floreros	\$ 25,00	\$ 375,00	10%	\$ 2,50	\$ 37,25
15	Lámparas	\$ 30,00	\$ 450,00	10%	\$ 3,00	\$ 44,70
40	Cuadros de adorno	\$ 25,00	\$ 1.000,00	10%	\$ 2,50	\$ 99,75
40	Espejos para baños	\$ 20,00	\$ 800,00	10%	\$ 2,00	\$ 79,80
6	Cañas de pescar	\$ 15,00	\$ 90,00	10%	\$ 1,50	\$ 8,85
6	Cabezada de cuadra	\$ 30,00	\$ 180,00	10%	\$ 3,00	\$ 17,70
6	Montura	\$ 30,00	\$ 180,00	10%	\$ 3,00	\$ 17,70
2	Tijera Crin	\$ 25,00	\$ 50,00	10%	\$ 2,50	\$ 4,75

6	Bebedero automático	\$ 50,00	\$ 300,00	10%	\$ 5,00	\$ 29,50
6	Comedero stubbs ganchos	\$ 45,00	\$ 270,00	10%	\$ 4,50	\$ 26,55
1	Cocina industrial	\$ 350,00	\$ 350,00	10%	\$ 35,00	\$ 31,50
1	Cocina convencional	\$ 500,00	\$ 500,00	10%	\$ 50,00	\$ 45,00
1	Horno industrial	\$ 500,00	\$ 500,00	10%	\$ 50,00	\$ 45,00
1	Licuada industrial	\$ 75,00	\$ 75,00	20%	\$ 7,50	\$ 13,50
1	Batidora industrial	\$ 105,00	\$ 105,00	20%	\$ 10,50	\$ 18,90
1	Microondas	\$ 250,00	\$ 250,00	20%	\$ 25,00	\$ 45,00
1	Sanduchera	\$ 120,00	\$ 120,00	20%	\$ 12,00	\$ 21,60
1	Refrigeradora	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	10%	\$ 120,00	\$ 108,00
1	Extractor de jugos	\$ 86,00	\$ 86,00	20%	\$ 8,60	\$ 15,48
4	Cilindros de gas	\$ 50,00	\$ 200,00	10%	\$ 5,00	\$ 19,50
Utensilios de cocina						
4	Exprimidores de limón	\$ 6,00	\$ 24,00	10%	\$ 0,60	\$ 2,34
3	Juego coladores	\$ 3,00	\$ 9,00	10%	\$ 0,30	\$ 0,87
2	Rallador	\$ 2,00	\$ 4,00	10%	\$ 0,20	\$ 0,38
5	Cucharones	\$ 3,00	\$ 15,00	10%	\$ 0,30	\$ 1,47
8	Cafeteras	\$ 38,00	\$ 304,00	10%	\$ 3,80	\$ 30,02
3	Juego de cuchillos	\$ 50,00	\$ 150,00	10%	\$ 5,00	\$ 14,50
3	Ollas de presión	\$ 110,00	\$ 330,00	10%	\$ 11,00	\$ 31,90
8	Ollas pequeñas	\$ 50,00	\$ 400,00	10%	\$ 5,00	\$ 39,50
8	Ollas medianas	\$ 50,00	\$ 400,00	10%	\$ 5,00	\$ 39,50
3	Ollas grandes	\$ 80,00	\$ 240,00	10%	\$ 8,00	\$ 23,20
4	Pailas	\$ 90,00	\$ 360,00	10%	\$ 9,00	\$ 35,10
2	Juego de sartenes	\$ 65,00	\$ 130,00	10%	\$ 6,50	\$ 12,35
4	Tablas de cortar	\$ 8,00	\$ 32,00	10%	\$ 0,80	\$ 3,12
1	Muebles de cocina	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	10%	\$ 150,00	\$ 135,00
28	Mesas	\$ 25,00	\$ 700,00	10%	\$ 2,50	\$ 69,75
50	Sillas	\$ 15,00	\$ 750,00	10%	\$ 1,50	\$ 74,85
1	Barra (incluye dos sillas)	\$ 332,00	\$ 332,00	10%	\$ 33,20	\$ 29,88
3	Pala	\$ 15,00	\$ 45,00	10%	\$ 1,50	\$ 4,35
2	Tijera para podar	\$ 20,00	\$ 40,00	10%	\$ 2,00	\$ 3,80
2	Picos	\$ 15,00	\$ 30,00	10%	\$ 1,50	\$ 2,85
3	Regaderas	\$ 20,00	\$ 60,00	10%	\$ 2,00	\$ 5,80
Equipos						
2	Computadoras	\$ 750,00	\$ 1.500,00	33%	\$ 75,00	\$ 470,25
1	Impresoras	\$ 270,00	\$ 270,00	33%	\$ 27,00	\$ 80,19
1	Sumadora	\$ 50,00	\$ 50,00	10%	\$ 5,00	\$ 4,50
1	Grabadora	\$ 150,00	\$ 150,00	10%	\$ 15,00	\$ 13,50
Total Activos Depreciables			\$ 215.282,10			\$ 11.922,02

Gastos bienes de reposición

BIENES DE REPOSICIÓN				
Área de alojamiento lencería		Valor Unitario	Valor Total	Gasto
15	Edredones 1 plaza	\$ 17.00	\$ 255.00	\$ 25.50
15	Edredones 2 plazas	\$ 17.00	\$ 255.00	\$ 25.50
30	Sábanas 1 plaza	\$ 10.00	\$ 300.00	\$ 30.00
30	Sábanas 2 plazas	\$ 10.00	\$ 300.00	\$ 30.00
30	Juego de toallas	\$ 25.00	\$ 750.00	\$ 75.00
25	Juego de baño	\$ 25.00	\$ 625.00	\$ 62.50
13	Cortinas de habitación	\$ 20.00	\$ 260.00	\$ 26.00
1	Jaboncillo líquido spray	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 0.40
1	Horquillo	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 0.60
6	Esponja flexodry	\$ 15.00	\$ 90.00	\$ 9.00
1	Escarbacasco cepillo y punta	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 0.60
10	Manteles	\$ 8.00	\$ 80.00	\$ 8.00
8	Cubertería	\$ 15.00	\$ 120.00	\$ 12.00
8	Candelabros	\$ 7.00	\$ 56.00	\$ 5.60
8	Jarras de vidrio 1.3 litros	\$ 4.00	\$ 32.00	\$ 3.20
42	Saleros/ pimenteros	\$ 2.00	\$ 84.00	\$ 8.40
42	Ceniceros de vidrio	\$ 2.30	\$ 96.60	\$ 9.66
42	Individuales	\$ 1.50	\$ 63.00	\$ 6.30
240	Vasos de cristal	\$ 2.00	\$ 480.00	\$ 48.00
120	Vasos cervecedores	\$ 3.00	\$ 360.00	\$ 36.00
6	Bandejas de plástico	\$ 3.00	\$ 18.00	\$ 1.80
45	Copas de agua	\$ 6.00	\$ 270.00	\$ 27.00
45	Copas de vino	\$ 6.00	\$ 270.00	\$ 27.00
45	Copas de licor	\$ 6.00	\$ 270.00	\$ 27.00
43	Azucareros	\$ 6.00	\$ 258.00	\$ 25.80
120	Platos base	\$ 9.00	\$ 1,080.00	\$ 108.00
120	Plato hondo	\$ 9.00	\$ 1,080.00	\$ 108.00
120	Plato postre	\$ 5.00	\$ 600.00	\$ 60.00
120	Plato tendido	\$ 9.00	\$ 1,080.00	\$ 108.00
100	Tazas	\$ 9.00	\$ 900.00	\$ 90.00
4	Destapador de botellas	\$ 5.00	\$ 20.00	\$ 2.00
8	Servilleteros	\$ 3.00	\$ 24.00	\$ 2.40
6	Paquetes de servilletas	\$ 0.80	\$ 4.80	\$ 0.48
8	Exprimidores de limón	\$ 2.00	\$ 16.00	\$ 1.60
3	Mangueras	\$ 25.00	\$ 75.00	\$ 7.50
5	Trapeadores	\$ 8.00	\$ 40.00	\$ 4.00
5	Escobas	\$ 3.00	\$ 15.00	\$ 1.50
5	Desinfectantes	\$ 1.50	\$ 7.50	\$ 0.75
15	Basureros	\$ 15.00	\$ 225.00	\$ 22.50
8	Palas para recoger basura	\$ 4.00	\$ 32.00	\$ 3.20
6	Cepillos de limpieza baños	\$ 5.00	\$ 30.00	\$ 3.00
1	Destapador de cañerías	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 0.40
2	Escoba para jardín	\$ 1.50	\$ 3.00	\$ 0.30
1	Máquina de esquila	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 1.00
1	Cuchilla de secar	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 1.00
1	Cepillo raíz	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 1.00
1	Hoz dentada	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 1.00
Total Bienes de Reposición			\$ 10,584.90	\$ 1,058.49

Sueldos

SUELDOS

Cargo	Salario básico	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacaciones	Aporte patronal 11,15%	Aporte IECE 0,5%	Aporte CNCF 0,50%	Fondo de reserva	Costo real trabajador	Costo anual
Administrador	600,00	50,00	22,00	25,00	66,90	3,00	3,00	50,00	819,90	9838,80
Contador general	600,00	50,00	22,00	25,00	66,90	3,00	3,00	50,00	819,90	9838,80
Recepcionista	370,50	30,88	22,00	15,44	41,31	3,00	1,85	30,89	515,87	6190,44
Personal para pesca y paseo a caballo	371,92	30,99	22,00	15,50	41,47	3,00	1,86	30,99	517,73	6212,76
Guía de turismo	400,00	33,33	22,00	16,67	44,60	3,00	2,00	33,33	554,93	6659,16
Chef - cocinero	400,00	33,33	22,00	16,67	44,60	3,00	2,00	33,33	554,93	6659,16
Cajero	400,00	33,33	22,00	16,67	44,60	3,00	2,00	33,33	554,93	6659,16
Posillero	368,67	30,72	22,00	15,36	41,11	3,00	1,84	30,73	513,43	6161,16
Mesero - Ayudante de cocina	369,62	30,80	22,00	15,40	41,21	3,00	1,85	30,80	514,68	6176,16
Camarera	366,00	30,50	22,00	15,25	40,81	3,00	1,83	30,50	509,89	6118,68
Guardia de seguridad	369,65	30,80	22,00	15,40	41,22	3,00	1,85	30,80	514,72	6176,64
Total	4616,36	384,68	242,00	192,36	514,73	33,00	23,08	384,70	6390,91	76690,92

Gastos uniformes

Cargo personal	Descripción uniformes	Cantidad prendas Año	Costo Unitario	Total anual (USD)
Administrador	3 ternos	3	65	195
Contador general	3 ternos	3	65	195
Recepcionista	3 ternos	3	65	195
Personal para pesca y paseo a caballo	3 Camisetas - 3 pantalones - 2 chalecos	8	32	256
Guía de turismo	3 Camisetas - 3 pantalones - 2 chalecos	8	32	256
Chef - cocinero	3 camisas - 2 Camisetas - 3 pantalones	8	32	256
Cajero	3 ternos	3	65	195
Posillero	4 Camisetas - 4 pantalones	8	29	232
Mesero - Ayudante de cocina	3 camisas - 2 Camisetas - 3 pantalones	8	32	256
Camarera	4 Camisetas - 4 pantalones	8	29	232
Guardia de seguridad	4 Camisetas - 4 pantalones	8	29	232
Total				2.500

Suministros de Oficina

Concepto	Cantidad Anual	Costo Unitario	Total anual
Resmas hojas bond	10	4,5	45
Carpetas (archivadores)	12	2	24
Papel químico facturador	12	6,5	78
Bolígrafos	24	0,26	6,24
Corrector	9	1,8	16,2
Clips	15	0,3	4,5
Grapadora	3	2,6	7,8
Goma en barra	9	2,5	22,5
Resaltador	12	1,55	18,6
Perforadora	3	6,25	18,75
Sacagrapas	9	0,65	5,85
Cinta scotch	6	0,6	3,6
Separadores	12	1,75	21
Cartuchos de tinta tricolor	2	47	94
Cartuchos de tinta negra	6	45	270
TOTAL			636,04

Publicidad

Concepto	Proveedor	Especificaciones	Valor Anual
Propaganda televisiva	Majestad Tv	Spot publicitario a la semana	2.150,40
Tarjetas de presentación	Graphic	En papel couche 300 gramos	135,00
Diseño página web	Graphic	5 a 10 vínculos 20 a 30 imágenes	390,00
Hosting	Graphic	Para funcionamiento anual	140,00
TOTAL			2.815,40

Gasto Interés

GASTO INTERESES										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Intereses	\$ 10,764.38	\$ 10,087.93	\$ 9,333.19	\$ 8,491.12	\$ 7,551.61	\$ 6,503.38	\$ 5,333.84	\$ 4,028.97	\$ 2,573.10	\$ 948.76

Anexo 4. Determinación del precio por paquete

<u>PAQUETE 1 (1 noche / 1 día)</u>	
Detalle	Valor
1 Desayuno americano	\$ 2,50
1 Almuerzo (incluye jugo o gaseosa)	\$ 3,00
Tours en bicicleta	\$ 17,00
Pesca deportiva	\$ 2,00
Rafting	\$ 37,00
Piscina, juegos recreacionales	\$ 2,10
Habitación familiar (1 noche / 1 día)	\$ 176,00
Gastos administrativos y ventas	\$ 2,00
Mano de obra directa	\$ 2,00
Mano de obra indirecta	\$ 2,00
CIF	\$ 2,00
COSTO TOTAL	\$ 247,60
Margen de utilidad 10%	\$ 24,76
PRECIO TOTAL	\$ 272,36

<u>PAQUETE 2 (2 noches / 2 días)</u>	
Detalle	Valor
1 Desayuno americano	\$ 2,50
1 Almuerzo (incluye jugo o gaseosa)	\$ 3,00
1 Cena tipo menú	\$ 5,00
Tours en bicicleta	\$ 17,00
Pesca deportiva	\$ 2,00
Paseo en caballo	\$ 29,00
Piscina, juegos recreacionales	\$ 2,10
Habitación familiar (2 noches / 2 días)	\$ 176,00
Gastos administrativos y ventas	\$ 6,38
Mano de obra directa	\$ 3,50
Mano de obra indirecta	\$ 3,00
CIF	\$ 3,00
COSTO TOTAL	\$ 252,48
Margen de utilidad 10%	\$ 25,25
PRECIO TOTAL	\$ 277,73

<u>PAQUETE 3 (3 noches / 3 días)</u>	
Detalle	Valor
1 Desayuno americano	\$ 5,00
1 Almuerzo y bebida (jugo o gaseosa)	\$ 6,00
1 Cena tipo menú	\$ 10,00
Tours en bicicleta (guía)	\$ 34,00
Pesca deportiva	\$ 2,00
Paseo en caballo	\$ 29,00
Habitación familiar (3 noches / 3 días)	\$ 176,00
Gastos administrativos y ventas	\$ 25,00
Mano de obra directa	\$ 12,00
Mano de obra indirecta	\$ 3,26
CIF	\$ 10,00
COSTO TOTAL	\$ 312,26
Margen de utilidad 10%	\$ 31,23
PRECIO TOTAL	\$ 343,49