



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
HOSTERÍA CON UN CENTRO ESTÉTICO EN LA PROVINCIA DE
ESMERALDAS, CANTÓN ELOY ALFARO; SECTOR LAS PEÑAS,
LOTIZACIÓN PLAYAS DE ACAPULCO”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA**

AUTOR: ANDRADE, B. Cristian R.

DIRECTOR: Ec. CHAMORRO, M. José

IBARRA, MAYO, 2009.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene por objetivo principal dar una respuesta acertada y adecuada de la conveniencia o no sobre la ejecución del proyecto y que este cumpla con las expectativas que haya despertado en el medio y por supuesto que satisfaga las necesidades de visitantes nacionales y extranjeros que busca nuevas alternativas turísticos; al tratar de romper con una rutina diaria y conocer la biodiversidad que ofrece el país, como por ejemplo su cultura, tradiciones, entre otros ámbitos de cada región, especialmente en el sector “Las Peñas”; de esta manera se trata de contribuir al fortalecimiento hotelero de la zona y a solucionar en parte los problemas socio económico que afecta al desarrollo de la nación.

Por ello a través de la presente investigación se contempla varios aspectos como una investigación de mercado para analizar la factibilidad del proyecto mediante el estudio de mercado y determinar el mercado meta en función de la demanda; el estudio técnico para identificar la macro y micro localización del proyecto, los procesos y el tamaño; la evaluación económica y financieramente para determinar la rentabilidad de llevar a cabo la realización del proyecto y establecer los impactos que se derivan del proyecto en los aspectos educativo, social, económico y ambiental, con todos estos aspectos considerados y explicados en cada uno de sus capítulos se determina la factibilidad de llevar a cabo el trabajo de grado, considerando la construcción, por medio de etapas de inversión y crecimiento institucional.

Por las consideraciones anteriormente expuestas se puede afirmar que el presente proyecto es económica y socialmente factible de ejecutarlo, contribuye a dinamizar la economía, a crear nuevas fuentes de empleo y por sobre todo genera una rentabilidad financiera social importante al velar por el bienestar y desarrollo de las actividades de la inversión.

THE SUMMARIZE EXECUTIVE

The present work has for main objective to give a guessed right answer and appropriate of the convenience or don't have more than enough the execution of the project and that this it fulfills the expectations that he/she has wakened up in the means and of course that the necessities of national visitors and foreigners that it looks for tourist new alternatives satisfies; when trying to break up with a daily routine and to know the biodiversity that offers the country, I eat their culture for example, traditions, among other environments of each region, especially in the sector "The Rocks"; this way it is to contribute to the hotel invigoration of the area and to solve the problems economic partner that it affects to the development of the nation partly.

For it through the present investigation is contemplated several aspects like a market investigation to analyze the feasibility of the project by means of the market study and to determine the market it puts in function of the demand; the technical study to identify the macro and micro localization of the project, the processes and the size; the economic evaluation and financially to determine the profitability of to carry out the realization of the project and to establish the impacts that are derived of the project in the educational, social, economic and environmental aspects, with all these considered aspects and explained in each one of their chapters the feasibility it is determined of carrying out the grade work, considering the construction for investment stages and institutional growth.

For the previously exposed considerations one can affirm that the present project is economic and socially feasible of executing it, it contributes to energize the economy, to create new employment sources and for mainly it generates an important social financial profitability when looking after the well-being and development of the activities of the investment.

AUTORÍA

Yo, CRISTIAN RICARDO ANDRADE BUITRÓN, portador de la cédula de ciudadanía N° 100261644-7, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería con un centro estético, en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro; Sector Las Peñas, Lotización Playas de Acapulco”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
Cristian Ricardo Andrade Buitrón

C.C. 100261644-7

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado CRISTIAN RICARDO ANDRADE BUITRÓN para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL, cuyo tema es **“Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería con un centro estético, en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro; Sector Las Peñas, Lotización Playas de Acapulco”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los seis días del mes de Mayo del 2009.

.....
ECON. JOSÉ CHAMORRO MAYANQUER

C.C. 100094275-3

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres y hermanas quienes me apoyaron incondicionalmente a ingresar a las aulas universitarias y durante esta etapa de estudios universitarios me brindaron su apoyo absoluto,

Cuyos frutos se ven reflejados en mi carrera profesional, por todo ello mi compromiso es retribuir a la sociedad, desde cualquier campo que me desempeñe.

A mis compañeros y compañeras, con quienes compartí momentos gratos e inolvidables.

Cristian Andrade

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del norte y de manera particular a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, tanto a autoridades y docentes, por su invaluable aporte académico y de formación profesional.

Un agradecimiento especial al Econ. José Chamorro Mayanquer y otros expertos sobre el tema, por sus importantes aportes de asesoramiento, su profesionalismo y don de gentes.

Cristian Andrade

PRESENTACIÓN

El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la creación de una hostería con un centro estético en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro; Sector Las Peñas, Lotización Playas de Acapulco; el mismo que pretende satisfacer de mejor manera el confort de los visitantes tanto nacionales y extranjeros, que en los últimos años se ha incrementado gracias elaboración y mantenimiento de la vía Ibarra - San Lorenzo, con lo cual se logra descentralizar al turismo playero tradicional.

Así mismo, se pretende poseer un criterio adecuado de todos los beneficios y limitaciones que posee la zona a través de la recolección y análisis de documentos que contribuyan a elaborar la estructura de la mencionada investigación, concluyendo con las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas a las cuales estaría sujeto el proyecto.

En una visión más amplia de la factibilidad del proyecto es a través del estudio de mercado, porque permite avizorar la aceptación o no del producto o servicio que pretende alcanzar el proyecto, mediante un análisis de la oferta y la demanda; permitiendo realizar estimaciones de las mismas.

Por otra parte se debe considerar que la investigación planteada es el cimiento definitorio en la gestión de comercializarlo, es decir, se establece el mercado meta, con lo cual se busca estructurar y desarrollar diversas estrategias en el posicionamiento de mercado; dejando en claro que este proceso no es un costo o un gasto si no una inversión que ayuda en la toma de decisiones.

En cuanto al establecer los fundamentos matemáticos – financieros que permitan una evaluación correcta y adecuada del proyecto y su rentabilidad, es necesario considerar las posibles herramientas que podemos utilizar para medir el grado de inversión que se requiere y el tiempo de recuperación de la misma, para el efecto es necesario considerar la clase de inversión a realizar, el cálculo del costo de oportunidad, cálculo de la tasa de descuento, presupuestos, cuadros de pagos si es el caso, estados pro forma, flujos de caja, tasa interna de retorno, tasa de

rendimiento beneficio costo, la recuperación de la inversión, entre otros aspectos financieros a considerar para la correcta valuación del proyecto.

Por último tenemos el análisis de los impactos como posibles consecuencias que puede presentarse en la ejecución del proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, con lo que se trata de establecer la bondad y los efectos que tiene el proyecto, por medio del diseño de la Matriz de impactos.

Y para finalizar se han redactado conclusiones a las que hemos llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. También se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de falibilidad elaborado.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THESUMMARIZEEXECUTIVO	iii
AUTORÍA	iv
INFORME DIRECTOR DE TESIS	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
PRESENTACIÓN	viii
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
INTRODUCCIÓN	1

CAP. I: DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes de la Investigación	2
1.2. Diagnóstico situacional	9
1.3. Diagnóstico Externo	20
1.4. Problema Diagnóstico	22

CAP. II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Antecedentes del Estudio de Mercado	23
2.2. Presentación de Resultados (datos de encuestas y entrevistas)	27
2.3. Estructura y segmentación del mercado	46
2.4. Análisis y proyección de la demanda	47
2.5. Análisis y proyección de la oferta	56
2.6. Balance entre oferta y demanda (demanda insatisfecha)	58
2.7. Análisis de precios	59
2.8. Análisis de la competencia	
2.9. Análisis de comercialización	60

CAP. III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Macro Localización	62
3.2. Micro Localización	65
3.3. Descripción del Servicio	66
3.4. Tamaño del Proyecto	68
3.5. Aspectos Técnicos o Ingeniería del Proyecto	69
3.6. Disponibilidad de Recursos	72
3.7. Diagramas Operativos	77

CAP. IV: ESTUDIO ECONÓMICO

4.1. Inversión	85
4.2. Estructura de financiamiento	86
4.3. Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio (TRM) de la inversión	
4.3.1. Cálculo del costo de oportunidad	
4.3.2. Tasa de rendimiento (TRD(i))	87
4.4. Presupuestos	88
4.4.1. Presupuesto ingresos	
4.4.2. Presupuesto de costos operacionales	89
4.4.3. Presupuesto de gastos	90
4.5. Estados pro forma	91
4.5.1. Balance de arranque	
4.5.2. Estado de pérdidas y ganancias proyectados	92
4.5.3. Flujo de caja	93
4.6. Indicadores de evaluación económica	94
4.6.1. Valor presente neto (VAN)	
4.6.2. Tasa interna de retorno (TIR)	95
4.6.3. Punto de equilibrio	
4.6.4. Tiempo de recuperación de la inversión	96
4.6.5. Beneficio costo	97

CAP. V: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

5.1.	Marco legal de la microempresa hotelera	98
5.1.1.	Registro único de turismo	100
5.1.2.	Licencia única de funcionamiento	101
5.2.	Importancia del marco legal	102
5.3.	Tipo de empresa	103
5.4.	Beneficiarios	104
5.5.	Misión y visión	
5.5.1.	Misión	
5.5.2.	Visión	105
5.6.	Objetivos, metas, principios y valores	
5.6.1.	Objetivos	
5.6.2.	Metas	106
5.6.3.	Principios y valores	
5.7.	Organigrama estructural	107
5.8.	Unidades estructurales	109
5.8.1.	Gerente propietario	
5.8.2.	Contabilidad	
5.8.3.	Administración y recepción	110
5.8.4.	Limpieza y mantenimiento	
5.8.5.	Vigilancia	
5.9.	Funciones departamentales	111
5.9.1.	Gerente propietario (gerencia)	
5.9.2.	Contabilidad (contador)	112
5.9.3.	Administración y recepción (administrador)	
5.9.4.	Limpieza y mantenimiento	114
5.9.5.	Vigilancia	

CAP. VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1.	Impactos del proyecto	115
6.2.	Aspectos significativos de los impactos	116

6.3.	Diseño de la matriz de impactos	
6.3.1.	Valoración cualitativa y cuantitativa	117
6.3.2.	Matriz de barrido de impactos	118
6.3.2.1.	Educativo	120
6.3.2.2.	Social	121
6.3.2.3.	Económico	
6.3.2.4.	Ambiental	

CAP. VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.	Conclusiones	122
7.2.	Recomendaciones	125

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA	128
---------------------	-----

CINCOGRAFÍA	129
--------------------	-----

ANEXOS

ÍNDICE CUADROS

CUADRO NOR.	TÍTULOS	Pág.
1	Cantón Eloy Alfaro: población clasificada por sexos año 2007	16
2	Cantón Eloy Alfaro: porcentajes de la población económicamente activa, año 2005	17
3	Cantón Eloy Alfaro: indicadores de pobreza, según sector urbano y rural, año 2005	
4	Indicadores sobre educación, año 2005	18
5	La atención que brinda su establecimiento es:	27
6	Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente visita su establecimiento	28
7	Cuál es el porcentaje de turistas que frecuenta su complejo turístico	29
8	Cuáles son las temporadas o meses que el turista visita su establecimiento	30
9	Cuáles de los siguientes servicios adicionales ofrece su centro turístico y que capacidad de personas puede albergar	31
10	Cuáles son los motivos para que exista una disminución en la afluencia de turistas a su establecimiento	33
11	Cuál es el precio actual de los servicios de su centro turístico por persona	34
12	Que medios de publicidad utiliza para promocionar los servicios de su centro turístico	35
13	Las utilidades que genera su establecimiento son:	36
14	¿En compañía de quien visita este lugar?	37
15	¿Puede usted enumerar las actividades que va a realizar en el lugar?	38
16	¿Qué medios de comunicación utiliza para conocer los lugares turísticos?	39

17	Puede usted señalar los servicios adicionales que desearía que existan en un establecimiento nuevo (en número de prioridad del 1 al 6)	40
18	De crearse una nueva hostería con servicio adicionales de centro estético, que servicios desearía usted que se brinde (en numerar en orden de prioridad del 1 al 4)	41
19	¿Qué número de veces al año visita la zona?	42
20	¿Qué número de días Ud.?¿Se queda hospedado en los establecimientos del balneario?	43
21	¿Qué sugiere Ud.?¿Para que el sector turístico visite con más frecuencia esta zona playera?	44
22	¿Por qué razón visita las peñas?	45
23	Balanza de pagos: cuenta viajes y transporte de pasajeros (millones de dólares)año: 2007	48
24	Entrada de extranjeros al ecuador del 2004 al 2008	49
25	Turismo interno en el ecuador	51
26	Turistas en el balneario de las peñas	52
27	Comparación de los modelos de proyección	54
28	Proyección de la demanda	55
29	Proyección de la oferta de plazas hoteleras	58
30	Balanza oferta y demanda	59
31	Inversión del proyecto	72
32	Talento humano requerido	73
33	Equipos de oficina	74
34	Equipos de computación	75
35	Maquinaria y equipos	
36	Muebles y enseres	76
37	Menaje o moblaje	77
38	Símbolos de la norma ANSI para elaborar diagramas de flujo	81

39	Clases de inversión	85
40	Estructura de financiamiento	86
41	Costo de oportunidad	87
42	Valoración cualitativa y cuantitativa de impactos	117

ÍNDICE GRÁFICOS

CUADRO NOR.	TÍTULOS	Pág.
1	Mapa político de la provincia de esmeraldas	64
2	Ubicación del recinto las peñas	65

INTRODUCCIÓN

La actividad turística constituye una de las formas más sofisticadas de la comunicación humana donde los actos de los que interviene en ella tienen un significado no sólo en lo económico regional o nacional, sino también en su cultura y en sus características ideológicas.

Este estudio es un aporte práctico sobre la importancia que tiene el turismo como un medio de desarrollo sostenible para el Ecuador.

Es objetivo del proyecto es efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una hostería con un centro estético en la provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro; Sector las Peñas, Lotización Playas de Acapulco. Considerando ejecutarlo por etapas de construcción.

La información obtenida para el desarrollo de esta investigación, se basa en la investigación de campo, bibliografía – documental y litográfica. La misma que me permitió desarrollar cada uno de los capítulos expresados en este proyecto.

Este estudio es un estímulo y aporte para quienes creen en los grandes recursos turísticos que pueden ser explotados en muchos lugares del Ecuador, ya que en combinación con otros proyectos similares, el efecto social en generación de empleo directo, indirecto y de divisas para el país, incrementaría el nivel vida de algunos ecuatorianos y el confort de muchos turistas nacionales y extranjeros.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico para la realización de la presente investigación; a continuación transcribo partes fundamentales del Plan o Proyecto de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte. Plan que me ha servido para desarrollar todas y cada una de las partes que contiene el Trabajo de Grado puesto a consideración del Tribunal Calificador y de la opinión pública en general.

1.1.1. Problema o necesidad a resolver

El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la creación de una hostería con un centro estético en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro; Sector Las Peñas, Lotización Playas de Acapulco; mismo que pretende satisfacer de mejor manera el confort de los visitantes tanto nacionales y extranjeros, que en los últimos años se han incrementado gracias a la construcción y mantenimiento de la vía Ibarra - San Lorenzo, con lo cual se logra descentralizar al turismo playero tradicional.

Así mismo, se pretende poseer un criterio adecuado de todos los beneficios y limitaciones que posee la zona a través de la recolección y análisis de datos que contribuyan a elaborar la estructura de la mencionada investigación, concluyendo con las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas a las cuales estaría sujeto el proyecto.

A través de una visión más amplia y detallada sobre el proyecto en cuestión, es necesario realizar algunos procesos; como lo es el estudio de mercado, ingeniería

del proyecto, estudio económico-financiero y la mitigación de impactos, para establecer las debidas recomendaciones y conclusiones de la investigación.

Para lo cual es necesario establecer fundamentos matemáticos – financieros que permitan una evaluación correcta y adecuada del proyecto y su rentabilidad. Es necesario además considerar las posibles herramientas que podemos utilizar para medir el grado de inversión que se requiere y el tiempo de recuperación de la misma, para el efecto es necesario considerar la clase de inversión a realizar, el cálculo del costo de oportunidad, cálculo de la tasa de redescuento, presupuestos, cuadros de pagos si es el caso, estados pro forma, flujos de caja, tasa interna de retorno, tasa de rendimiento beneficio costo, la recuperación de la inversión, entre otros aspectos financieros a considerar para la correcta valuación del proyecto.

Sin olvidar a los impactos como posibles consecuencias que puede presentarse en la ejecución del proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, con lo que se trata de establecer la bondad y los efectos que tiene el proyecto, por medio del diseño de la Matriz de impactos.

Por último se debe comprender que la investigación planteada es el cimiento definitorio en la gestión de comercializarlo, es decir, se establece el mercado meta, con lo cual se busca estructurar y desarrollar diversas estrategias en el posicionamiento de mercado; dejando en claro que este proceso no es un costo o un gasto si no una inversión que ayuda en la toma de decisiones.

El problema o necesidad fundamental que nos ha llevado a plantear la investigación y con ella la formulación de un proyecto productivo consistente en la instauración de una hostería que albergue al turista; brindando de esta forma una alternativa diferente con los servicios básicos de hospedaje, bar y un aspecto adicional de un centro estético como parte fundamental de la empresa de servicios.

1.1.2. Justificación

El principal justificativo que me motivó para la realización del presente proyecto ha sido tomar en cuenta la demanda existente por parte del visitante nacional y extranjero que busca nuevas alternativas turísticas; al tratar de romper con una rutina diaria y conocer la biodiversidad que ofrece el país, como por ejemplo su cultura, tradiciones, entre otros ámbitos de cada región, especialmente en el sector “Las Peñas”; de esta manera se trata de contribuir al fortalecimiento hotelero de la zona y solucionar en parte los problemas socio económico que afecta al desarrollo de la nación.

Por lo antes mencionado es necesario considerar aspectos que justifiquen la necesidad de incrementar una infraestructura física en el balneario como son:

La visión que tienen muchos empresarios, especialmente de la Sierra, que ven en el balneario las Peñas una oportunidad de superación personal, están edificando hoteles, restaurantes y cabañas de hospedaje turísticas en la zona, con la finalidad promocionar el turismo no solo del balneario, si no del sector.

El auge turístico que posee la región por parte de los turistas que prefieren a Las Peñas por los maravillosos paisajes y su playa de aguas cálidas; e incluso, por la pasividad del mar en el cual se puede desarrollar deportes acuáticos o simplemente la natación, se hace necesario impulsar proyectos de inversión.

La reducción de los costos de movilización, hospedaje en relación a otras playas como Atacames y Súa y el tiempo requerido para trasladarse de un lugar a otro es uno de los factores que influyen de manera considerable para que los visitantes disfruten de la calidez, hospitalidad y la tranquilidad del balneario, especialmente para los turistas de la zona norte del país y sur de Colombia.

1.1.3. Objetivos de la investigación

1.1.3.1. GENERAL:

Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una hostería con un centro estético en la provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro; Sector las Peñas, Lotización Playas de Acapulco

1.1.3.2. ESPECÍFICOS:

- a.** Efectuar un análisis situacional, con el fin de tener información sobre las características del área donde se pretende instalar el proyecto.
- b.** Realizar una investigación de mercado para analizar la factibilidad del proyecto mediante el estudio de mercado y determinar el mercado meta en función de la demanda.
- c.** Realizar el estudio técnico para identificar la macro y micro localización del proyecto, los procesos y el tamaño.
- d.** Demostrar que económica y financieramente es rentable llevar a cabo la realización del proyecto.
- e.** Determinar la estructura organizacional de funcionamiento técnico y administrativo de la nueva empresa de servicios (hostería).
- f.** Establecer los impactos que se derivan del proyecto en los aspectos educativo, social, económico y ambiental.

1.1.4. Metodología utilizada

1.1.4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene un enfoque de factibilidad en cuanto está dirigido a solucionar un problema específico y que responde a un interés social; la presente investigación pretende buscar alternativas turísticas con la finalidad de fortalecer y analizar el sector hotelero y puesto de trabajo.

El tipo de investigación a desarrollarse, con la cual se pretende elaborar el proyecto de empresa de servicios hoteleros, es cualitativa, descriptiva de campo bibliográfica documental.

a. Investigación cualitativa

Según la página web www.monografias.com(2007) expresa: “La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno”.

El modelo de investigación será cualitativo como un proceso de conocimiento de la realidad en perspectiva de una transformación y plantear alternativas de solución; logrando obtener un entendimiento lo más profundo posible de las condiciones en las que se pretende ejecutar el proyecto.

b. Investigación descriptiva

PAZMIÑO, Iván (1997) manifiesta: “A diferencia de la investigación histórica, la investigación descriptiva se ocupa de estudiar los hechos en tiempo presente, es decir aquellos que ocurren en la actualidad. Para cumplir con su finalidad suele valerse de la estadística que coadyuva al análisis cuantitativo de los sucesos, esto implica la medición exhaustiva de sus componentes”.

Este método se lo empleará en la elaboración del estudio técnico o propuesta, permitiendo delimitar de manera adecuada las dimensiones del proyecto y las condiciones específicas o particulares en que se desenvolvería, es decir describir el medio en donde se desarrollara la investigación.

c. Investigación de campo

Según la define el autor Santiago Zorrilla (1997), como: “La que se realiza en las áreas de las ciencias sociales y psicológicas. Algunas de sus técnicas son de igual manera utilizadas para la recolección de datos complementarios con otras áreas de la ciencia. Las técnicas específicas tienen como finalidad recoger y registrar de forma ordenada los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio”.

Es una investigación de campo puesto que permite vislumbrar el comportamiento de la oferta y demanda; y desarrollar de forma eficaz el estudio económico de la investigación, a través del estudio de los hechos al tomar contacto en forma directa con la realidad en la que se pretende instaurar el mencionado proyecto; esto nos permite recolectar información de acuerdo con el objetivo fundamental del proyecto, como es el plantear un estudio de factibilidad económico-financiero para la creación de una hostería.

d. Investigación bibliográfica – documental

La página Web www.monograifas.com(2007), establece “La investigación bibliográfica constituye el punto de partida para la realización de todo proceso de investigación, ya que permite analizar y evaluar lo que se ha investigado y lo que falta por indagar del objeto fenómeno en estudio”.

Tiene una modalidad bibliográfica documental porque su propósito es el de conocer y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones de varios autores sobre el problema planteado.

1.1.4.2. MÉTODOS:

a. Científico

Hernández (1999), expresa: “Es aquel conjunto de etapas y reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación cuyos resultados son aceptados como válidos para la comunidad científica”.

El mencionado método se lo utilizará en todas las fases del proceso de investigación ya que existe una relación directa entre la teoría y práctica; puesto que procura entender el problema y encontrar soluciones, que permitan el normal desarrollo y ejecución del proyecto.

b. Deductivo

Conceptuado por MÉNDEZ, Carlos (2002), como “Proceso de conocimientos que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general”.

El presente método se aplicará al colocar en operación los conceptos de hechos observables en el estudio de mercado, permitiendo avizorar de mejor manera y de forma prospectiva la aceptación o no del problema planteado; con el cual se busca deducir de él particularidades específicas.

c. Inductivo

“...Aquel que va de lo particular a lo general. Es decir, aquel que partiendo de casos particulares, permite llegar a conclusiones generales”. (Santiago Zorrilla: 1997). Aplicando este tipo de método en el momento de la tabulación, estudio e interpretación de resultados obtenidos en el diagnóstico situacional externo y el estudio económico, tratando de obtener las conclusiones y

establecer posibles causas y efectos del proyecto y la interrelación directa con el medio.

d. Analítico

Biblioteca de Consulta Encarta (2006), dice: “El método analítico es un proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad de esta forma se establece la relación causa efecto de los elemento que componen el objeto de investigación”

Se usara para el análisis de los resultados del estudio de mercado, estudio económico, los posibles impactos y presentar conceptos que se analicen en el texto del proyecto y que fundamente los principios técnicos de funcionamiento de la empresa de servicios al obtener resultados en forma cuantitativa y cualitativa.

1.1.4.3. TÉCNICAS

- a.** Registro de observación
- b.** Encuestas
- c.** Entrevistas

1.1.4.4. INSTRUMENTOS

- a.** Cuestionario (encuesta y entrevista).
- b.** Ficha de Observación y,
- c.** Dispositivos Mecánicos.

1.2. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.2.1. Antecedentes históricos

La provincia verde, como se la conoce popularmente a Esmeraldas, se trata de una llanura costera, piedemonte andino y drenado por numerosos ríos.

Está situada en la costa noroccidental del País; con una extensión territorial de 15.573,4 kilómetros cuadrados, con una población de 386.032 habitantes, entre 21 y 25 grados de temperatura y una latitud de 6 metros sobre el nivel del mar, posee siete cantones: Esmeraldas, Atacames, Muisne, Quininde, Río Verde, Eloy Alfaro y San Lorenzo, su capital es la ciudad de Esmeraldas.

En el cantón Eloy Alfaro, que está ubicado al norte de la Provincia de Esmeraldas, Valdez o más conocido como Limones es la capital del cantón Eloy Alfaro. Dentro su principal atractivo turístico se encuentra el balneario de “Las Peñas”. Dentro del mencionado balneario, se trata de instalar un proyecto de carácter privado, que consiste en la creación de una hostería; con el fin de acoger al turista nacional y extranjero que busca alternativas turísticas de sano entretenimiento y diversión. Se busca incrementar la infraestructura física del sector, creando fuentes de trabajo no solo en temporada si no a lo largo del año, fortaleciendo de este modo la estructura socio económica del sector.

Las Peñas siempre han sido consideradas por los habitantes de la zona norte del Ecuador como un “paraíso tropical”. Su extensa playa de 2 kilómetros de largo, adornada el lado sur por unas cuevas las mismas que son el resultado de la acción erosiva y disolvente del agua, le da una gran belleza natural.

Por la pasividad del mar, el lugar es ideal para la práctica de deportes como esquí, surf, motos acuáticas, paseos en bote o simplemente para nadar.

1.2.2. Aspectos geográficos

1.2.2.1. Localización general

De acuerdo a sitio web www.ecuaventura.com(2007); señala: “...Cabe indicar que gracias a la ubicación geográfica, este balneario recibe actualmente un intenso flujo turístico de visitantes del norte del País; El balneario “Las Peñas” se encuentra ubicado al Norte de la Provincia de Esmeraldas en el

Cantón Eloy Alfaro”. Al mismo se puede ingresar a través de la provincia de Imbabura, entrando por la población de Salinas, esta misma ruta dirige a las playas de Las Peñas a través de la vía Lita – San Lorenzo, permitiendo trasladarse en menor tiempo al balneario y en si a la provincia de Esmeraldas.

En Ecuador; Valdez o más conocido como Limones es la capital del cantón Eloy Alfaro. Las Playas de Las Peñas se encuentra situadas a seis kilómetros de la Y de Borbón, en la vía a La Tola. A su vez este balneario limita en su parte sur con la población de Olmedo, donde se encuentra la reserva ecológica de Majagual, con los árboles de mangle más altos del mundo.

Las Peñas fueron declaradas recinto el 15 de julio del 2006. Cerca de 1.200 personas viven en el lugar. De esa cantidad, al menos el 60 por ciento subsiste directa e indirectamente de la actividad turística.

La playa de Las Peñas no es tan famosa como las playas de Atacames o Súa, pero es mucho más tranquila y más barata. Desde la ciudad de Esmeraldas se necesita dos horas y media en transporte público, pasando por San Mateo, Camarones y Río Verde. Desde San Lorenzo se necesita dos horas y media en autobús, pasando por Borbón.

1.2.2.2. Localidades más importantes del Cantón Eloy Alfaro

La página Web www.visitaecuador.com(2007), establece que: “Las principales poblaciones del Cantón Eloy Alfaro son: Borbón, Maldonado, Selva Alegre, Playa de Oro, Atahualpa, Zapallo Grande, San Francisco del Onzole, Santo Domingo del Onzole”.

Hay que señalar que estos poblados se encuentran distribuidos a lo largo de la cuenca del Río Santiago, donde confluyen además el Río Cayapas y el Río Onzole.

La población vive en su gran mayoría en zonas rurales, tanto en la faja costera, como en las riberas de los ríos y en el bosque húmedo subtropical. Los asentamientos, generalmente, están nucleados alrededor de los servicios colectivos (escuelas, iglesia, dispensario médico).

1.2.2.3. Hidrografía del Cantón

Según la página de Internet www.municipiosmeraldas.gov.ec (2007), señala que: “El Cantón Eloy Alfaro se encuentran ubicados el Río Santiago, donde confluyen además el Río Cayapas y el Río Onzole. El río Santiago Nace en la cordillera occidental en los páramos de Piñán, recoge las aguas de las Lachas, Chacras y Cayapas. Sus afluentes son el Uimbí, el Bogotá, el Tululbí y el Palabí”.

Se debe manifestar que los mencionados ríos son favorables para la navegación lo que ha permitido la comunicación entre poblaciones y el comercio; además hay que denotar que el río Cayapas nace en las montañas de Intac y sus principales afluentes son el Onzole y el Zapallo Grande. En su desembocadura se une con el Santiago, se debe mencionar que los ríos Santiago y Cayapas riega toda la zona norte de la provincia.

1.2.2.4. Superficie del balneario

La página de Internet www.turismo.gov.ec (2007), manifiesta que: “...El Balneario de las Peñas cuenta con una extensión territorial de 2 Km² de playa y son consideradas como playas vírgenes”. Al poseer una amplia extensión de playa, el balneario puede albergar alrededor de 5.000 a 9.000 personas que llegan al lugar en cada feriado, en la actualidad se ha convertido en uno de los destinos más importantes de la región, lo que ha permitido impulsar de alguna manera la economía del cantón.

1.2.2.5. Clima

La página www.inamhi.gov.ec (2007), expresa que: “El clima de este sector y de la provincia es cálido, pero con variaciones. La temperatura promedio se encuentra entre 21 y 25 grados centígrados y una altitud de 6 metros sobre el nivel del mar”.

Gracias a su clima se ha dicho con razón que hablar de la provincia de Esmeraldas es hablar de la belleza mágica de sus playas, de su arena suave y del mar tibio que las baña. Escalonadas en la costa están situadas las playas a donde convergen los turistas. Lo que con lleva que el mar en este balneario sea muy cálido y tranquilo.

1.2.2.6. Fauna

La página de Internet www.visitaecuador.com (2007), determina que: “El Cantón Eloy Alfaro posee una gran diversidad de fauna entre ellos se encuentran los Crustáceos, Moluscos, Conchas, almejas, mejillones, ostiones. Y aves como por ejemplo fragata magna, gaviotas reidoras y una gran variedad de peces como son: Corvinas, Róbalo, Chernas, Meros, Pámpanos, Pargos”.

Dentro del ecosistema del sector se puede mencionar, que parte de estos crustáceos, moluscos y peces forman parte de la dieta alimenticia de sus habitantes y del comercio de la zona, como es el caso de Las Peñas donde se práctica la pesca artesanal como una forma de subsistir.

1.2.2.7. Flora

Minda Batallas (2003), expresa que: “Se estima que en la zona comprendida entre el cantón Eloy Alfaro y San Lorenzo el número total de especies de flora llega alrededor de las 6 300 (aproximadamente el 25% de la flora del país), de las cuales 1 260 son probablemente endémicas de zona”.

Se debe mencionar que esta subregión posee una gran biodiversidad especies existentes entre las que podemos mencionar, especies forestales-maderables de

gran importancia económica como la Teca, Amarillo, Cedro, Dormilón, Guayacán, Moral, Especies de mangle.

Según Minda Batallas(2003): “La importancia ecológica de estos cantones está determinada porque en ella se encuentran las áreas protegidas más importantes de la provincia de Esmeraldas como son: la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas (con una superficie de 204 420 ha de las cuales 161 130 corresponden a los cantones Eloy Alfaro y San Lorenzo); la Reserva Forestal Awá, (con una superficie de 101 000 de las que 28 160 se encuentran en el cantón San Lorenzo) y la Reserva Ecológica Manglares Cayapas-Mataje (con 51 300 ha)”.

Se debe anotar que, en estos momentos, en los dos cantones se encuentran asentadas importantes empresas dedicadas al cultivo de la palma africana, empresas de contrachapados que se dedican a la extracción de la madera.

1.2.3. Aspectos socio – demográficos

1.2.3.1. Población

El sitio web www.inec.gov.ec(2007), expresa: “...De acuerdo con el último censo poblacional el Cantón Eloy Alfaro posee una población de 33.403 habitantes aproximadamente”. Se puede considerar que la población se ha incrementado gracias a las actividades tanto ganaderas, agrícolas, comerciales; especialmente por el auge turístico que actualmente sostiene el área.

Cabe indicar que dentro de la composición étnica de la población; esta se encuentra comprendida por grupos de descendientes africanos, Chachis y Colonos mestizos. El pueblo Chachi conocido como Cayapas es uno de los pocos grupos aborígenes que sobreviven en la costa ecuatoriana con su cultura propia.

Está localizado en la zona selvática, al noreste de la provincia. Su antigüedad es anterior a la colonia y en su tradición se establece que fue originario de Ibarra

desde donde emigró huyendo de la conquista de los incas y de los españoles. El pueblo Chachi se encuentra desprotegido y hacia él no llega ninguna acción que preserve su condición humana, pues el avance de la colonización y la explotación han deteriorado sus condiciones naturales de existencia.

1.2.3.2. Salud

La página de Internet www.inec.gov.ec (2007), señala que: “Existen altos índices de mortalidad materno –infantil, y más de 10 casos por cada 1,000 habitantes padecen de enfermedades tropicales como la malaria. Las características rurales y condiciones de salubridad del cantón, determinan que los problemas de salud de su población en todos los cantones sean similares”.

Se debe mencionar que la atención emergente de los problemas de salud como mortalidad infantil, presencia de enfermedades infectocontagiosas y tropicales son y deben ser prioridades de los gobiernos seccionales porque entorpecen el desarrollo económico y social; deteriorando la calidad de vida de la población. Esta razón justifica considerar a la salud como un eje estratégico del cantón.

El cantón tiene graves problemas en lo que se refiere a este tema, el equipamiento humano y material no abastecen los requerimientos de la población.

Las enfermedades más frecuentes son las endémicas como la parasitosis, salmonelosis, fiebre, infecciones de la piel, etc.; que se debe principalmente a la limitada de agua tratada y, aguas estancadas.

Los factores determinantes que inciden en la salud se resumen en los siguientes:

- a) Desechos sólidos tratados de acuerdo con el criterio de cada ciudadano, poca o casi nada recolección de basura.
- b) Retraso de la ejecución de acciones preventivas.

- c) Falta de recursos económicos.
- d) Migración a la ciudad por pérdida de fuentes de trabajo en la zona rural.

La infraestructura médica existente en el cantón, está constituida por un centro de salud y el Patronato Municipal ubicado en la cabecera cantonal, subcentros en las cabeceras parroquiales y un puesto de salud en los recintos.

El recurso humano que pertenece al Ministro de Salud y labora en el cantón es de aproximadamente 24 personas, mientras que la población que debe ser atendida por este personal alcanza a 33.403.

1.2.4. ASPECTO SOCIO – ECONÓMICO

CUADRO NO. 1

CANTÓN ELOY ALFARO: POBLACIÓN CLASIFICADA POR SEXOS AÑO 2007

ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
URBANA	5.254	2.645	2.609
RURAL	28.149	14.883	13.266
TOTAL	33.403	17.528	15.875

FUENTE: INEC, 2007

Mediante los datos recopilados de la página Web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se determinó que el 52.5% de su población es de sexo masculino y el 47.5% son del sexo femenino; siendo el sector rural el que abarca el mayor porcentaje con el 84.27% de la población.

CUADRO No. 2

CANTÓN ELOY ALFARO: PORCENTAJES DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, AÑO 2005

ACTIVIDAD	% PEA
Agricultura	20%
Ganadería	20%
Forestales	30%
Pesca artesanal	10%
Otros sectores (turismo, Servicios públicos y actividades de comercio menor)	20%

FUENTE: CCONDEM, 2005

Del conjunto de los datos obtenidos se determina que la población económicamente activa en esta zona ha concentrado su economía en actividades primarias; y que en los últimos años el sector del turismo se transforma en un nicho de mercado potencial que va sobresaliendo gracias al acceso a la región y a la inyección de nuevos capitales.

CUADRO No. 3

CANTÓN ELOY ALFARO: INDICADORES DE POBREZA, SEGÚN SECTOR URBANO Y RURAL, AÑO 2005

CANTÓN	% DE POBREZA		
	SECTOR URBANO	SECTOR RURAL	PROMEDIO
San Lorenzo	76.1 %	87 %	81%
Eloy Alfaro	76.3%	86%	83.9%
Promedio provincial	46.3%	66.3%	69.1%

FUENTE: CCONDEM, 2005

Al analizar los datos anteriores y al trabajo de campo realizado se demuestra que en esta zona posee niveles de pobreza son muy elevados, puesto que estos lugares han vivido en un completo abandono por varios años por parte de las autoridades seccionales como nacionales al no invertir de buena manera los recursos económicos al incrementar nuevas mejores rutas de acceso para que los habitantes

de estos lugares movilicen sus productos y al falta de incentivo por parte a los moradores a crear nuevas formas de empleo en relación con los promedios de la provincia de Esmeraldas.

CUADRO No. 4

INDICADORES SOBRE EDUCACIÓN, AÑO 2005

INDICADORES	SAN LORENZO	ELOY ALFARO	PROVINCIA DE ESMERALDAS	PAÍS
Analfabetismo en mayores de 15 años	21.8%	24.5%	14.5%	11.7%
Años promedio de escolaridad en la población adulta	4.5%	3.9%	5.7%	6.7%
Población con acceso a educación superior	6.3%	5.4%	10.9%	14.1%

FUENTE: CCONDEM, 2005

Al analizar estos datos numéricos se llega como conclusión que los mencionados cantones San Lorenzo, Eloy Alfaro y la provincia de Esmeraldas en relación con la totalidad del País los indicadores de educación son muy elevados puesto que la mayoría de personas abandonan sus estudios para trabajar y ayudar de alguna manera en la economía de sus hogares.

1.2.5. Actividades económicas

La página Web www.ccondem.org.ec (2007), determina que: “Las principales actividades económicas en el Cantón son la agricultura, ganadería y pesca, existen actividades de comercio menor, servicios, administración y turismo, el 20% de la PEA se dedica a actividades generadas por la agricultura, el 20% de la PEA trabaja en actividades generadas por la ganadería, el 30% de la PEA se dedica a actividades forestales, el 10% de la PEA se dedica a actividades de pesca artesanal, otros sectores como turismo, servicios públicos y actividades de comercio menor ocupan el 20% de la PEA”.

Hay que señalar que Eloy Alfaro es un Cantón agrícola y forestal, sin embargo cada parroquia tiene una característica económica predominante en relación a su ubicación dentro de la geografía cantonal, lo que permite que sus actividades económicas sean varias; destacando la agricultura y el surgimiento del turismo en la zona por la visión de empresarios en su mayoría de la región norte del país.

1.2.5.1. Agricultura

Existen pequeñas extensiones de terrenos dedicadas a la agricultura. Esta tierra es rica en minerales y nutrientes, lo que permite que la producción en general y el cultivo de productos tropicales en particular, sean rentables y productivos.

Las tierras tienen un pH positivo, contienen potasio, nitrógeno y fósforo, lo que hace que sea apta para el cultivo de productos como: maíz, plátano, arroz, cacao, yuca y frutas tropicales.

A pesar de las bondades y beneficios que ofrece la tierra, los rendimientos de los cultivos son poco atractivo para los productores. Estos se enfrentan con la carencia de vías para el transporte a los mercados más cercanos.

1.2.5.2. Ganadería

Actividad a la que se dedica el 20% de la población de esta zona, a pesar de que es considerada poco rentable.

Existen en la zona pequeños ganaderos. El hecho de que los pequeños ganaderos no tienen recursos para invertir en la compra de ganado, la falta de vías que permitan transitar y sacar la producción, las técnicas rudimentarias utilizadas tanto para la ganadería como para la agricultura, hacen que esta actividad económica sea poco rentable.

Otra actividad importante a la que se dedica un 30% de la población del cantón es la explotación maderera.

1.2.5.3. Pesca

Los métodos de pesca de los pescadores artesanales siguen siendo en su mayoría rudimentarios. En los meses de abril a diciembre las balandras y barcos a motor pescan principalmente “a la rastra”; llegan hasta 30 millas mar adentro.

Las labores de pesca se las realiza especialmente en invierno, por lo que los pescadores ven en la agricultura otra fuente de ingreso dado el carácter estacional de su actividad principal.

1.2.5.4. Otros Sectores

Dentro de un 20% de la Población Económicamente Activa, se desarrolla actividades de turismo, servicio público y al comercio; predominado en estos últimos años el turismo, destacándose el sector playero de la zona de las Peñas, al acoger a una infinidad de turistas de la región norte del país, al ofrecer la calidez y hospitalidad de la población del Balneario.

1.3. DIAGNOSTICO EXTERNO

ALIADOS	OPONENTES
✓ Las Políticas del Estado al garantizar la inversión nacional y extranjera; gozando los extranjeros de los mismos derechos y	✓ Los ofertantes hoteleros actuales y potenciales de la Zona. ✓ La inestabilidad política, social y

<p>obligaciones de los nacionales.</p> <p>✓ Los incentivos y beneficios en general, a las personas naturales y jurídicas que presenten proyectos turísticos que permita el desarrollo de una zona o lugar por parte del Estado; previo a la aprobación del Ministerio de Turismo, por medio de la exoneración y devolución de obligaciones tributarias por Ejemplo la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios.</p> <p>✓ Los turistas que buscan nuevos servicios hoteleros, buscando evadir las rutinas cotidianas y se encuentran en la búsqueda cotidiana de nuevos sitios que brinden un bienestar integral alejados del movimiento de las ciudades.</p>	<p>económica del Ecuador.</p> <p>✓ Escasez de los servicios básicos en la zona.</p> <p>✓ La falta de mantenimiento de las vías de acceso al balneario por parte del Gobierno Nacional y Seccional a través del Ministerio de Obras Públicas.</p>
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<p>✓ Existencia de mercado potencial para todas las modalidades turísticas.</p> <p>✓ La cercanía al balneario o destinos turísticos desde las ciudades del norte del país por medio de la</p>	<p>✓ Decrecimiento en el área turística, al reducir el arribo de visitantes al balneario.</p> <p>✓ Declinación en la inversión hacia el sector turístico.</p>

<p>carretera Lita-San Lorenzo.</p> <p>✓ La tranquilidad del sector reflejada en la carencia de delincuencia en el balneario.</p> <p>✓ Los recursos naturales con los que cuenta no solo el balneario si no el sector, como lo es su playa y la proximidad a la reserva de manglar.</p>	<p>✓ Quebranto en la calidad de vida por parte de los lugareños y de los inversionistas.</p> <p>✓ Migración de la población al disminuir sus fuentes de ingresos monetarios.</p> <p>✓ Incremento de la delincuencia.</p>
--	--

Por medio del diagnóstico situacional externo se concluye que cada uno de los elementos que intervienen en el mismo varían según las circunstancias del lugar y expectativas del viajero; dado estos factores la alternativa competitiva de acuerdo al comportamiento actual del mercado nos lleva a la necesidad de estructurar un servicio personalizado, integral y que permanentemente le permita al huésped percibir que es alguien especial que constantemente pueda recibir sorpresas agradables, evitando caer en una rutina.

1.4. PROBLEMA DIAGNOSTICO

Del diagnóstico efectuado se concluye en la siguiente oportunidad a ser aprovechada; como es la escasa infraestructura hotelera en el Cantón Eloy Alfaro; Sector Las Peñas, “Lotización Playas de Acapulco”

Teniendo esta necesidad u oportunidad a ser aprovechada, se ha planteado el siguiente tema, motivo de la presente investigación:

“Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería con un centro estético en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro; Sector Las Peñas, Lotización Playas de Acapulco”.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Finalidad del estudio de mercado

El presente capítulo tiene por objetivo poseer una noción clara de la cantidad de posibles consumidores que dispondrán del bien o servicio que se está ofertando. Adicionalmente el estudio de mercado va indicar si las características del servicio son las que desea adquirir el cliente, incluso nos enseña que tipo de potenciales clientes serán los beneficiados de dicho proyecto.

La página de Internet www.monografias.com (2008); manifiesta: “El estudio de mercado es el de analizar, determinar, y cuantificar la necesidad social de disponer de un cierto bien o servicio, y definir una estructura de producción (o de prestación) y de comercialización, capaz de satisfacer esa necesidad”.

Se debe considerar que el estudio de mercado en un proyecto, es un elemento de gran valdes dentro de la prefactibilidad de un proyecto, considerando que dentro de este capítulo se puede advertir en forma clara, la aceptación o no del producto o servicio que se pretende ofertar.

Por otra parte se expone una visión detallada del comportamiento de la demanda y la oferta; y las condiciones en las que se encuentran a través de un análisis e interpretación de datos que permita comprender el comportamiento de los mencionados elementos.

CALDAS (1995) expone: “Esta parte se refiere al estudio de la oferta y demanda de bienes o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto que va a hacer demandado, determinar cuánto se debe producir, a qué precio, especificando las características del producto o servicio en estudio y abordando los problemas de comercialización, materias primas”.

Por ello el estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán para adquirir el servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, además indica si las características y especificaciones del servicio corresponde a las que desea comprar el cliente (turista), también demostrará qué tipo de clientes internos y externos son los interesados, lo cual servirá para orientar el horizonte del proyecto.

Finalmente, este diagnóstico o estudio del mercado nos permite obtener información apropiada en relación de precios y la competencia en el mercado, o bien imponer nuevos precios por alguna razón justificada; con lo expresado en los párrafos anteriores, se puede exponer estrategias de mercadeo y posicionamiento del mercado para el tipo de bien o servicio que se desea colocar.

2.1.2. Objetivos del estudio de mercado

Con el fin de alcanzar resultados precisos se cumplieron los siguientes objetivos para desarrollar el estudio de mercado del servicio que prestará la nueva empresa.

2.1.2.1. Objetivo General:

Realizar un estudio de mercado que permita identificar el volumen de oferta y demanda de los turistas por los servicios de la nueva hostería a ubicarse en el balneario natural de Las Peñas.

2.1.2.2. Objetivos Específicos:

- a. Analizar la oferta y la demanda del servicio a brindar a los turistas que visitan el balneario de Las Peñas.
- b. Determinar el método más razonable que nos permita efectuar las proyecciones de oferta y demanda.

- c. Establecer y segmentar el mercado objetivo para la entrega de los servicios de hostería.
- d. Identificar claramente las condiciones o variables del mercado como: oferta, demanda, precios, competencia en el mercado objetivo y canales de comercialización.
- e. Formular estrategias de comercialización del servicio que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado local.

2.1.3. Población y muestra para el estudio de mercado

Una vez efectuado el diagnóstico general del área de influencia del nuevo proyecto (capítulo I), cuyo resultado fue la determinación del problema diagnóstico; en este capítulo se determinará el universo a investigarse, cálculo de muestra para la aplicación de encuestas. Se desarrollará todo el análisis concerniente a cualificar y cuantificar la oferta, demanda, precios, comercialización del nuevo servicio y competencia.

2.1.4. CONSUMIDORES (DEMANDA)

Por medio del trabajo de campo efectuado se establece la demanda promedio del balneario Las Peñas es un aproximado mensual de 2400 personas; siendo la mayor parte de ellos turistas nacionales constituyendo un 95% de su totalidad y el 5% restante de turistas extranjeros procedentes del Sur de Colombia. Variando estos porcentajes de acuerdo a las temporadas turísticas que presenta la nación y por supuesto la situación económica del país.

2.1.5. OFERENTES O PRODUCTORES (OFERTA)

Dentro del sistema oferente hotelero de la zona se ha calculado en alrededor de 10, entre hoteles, hostales y cabañas. Siendo los más nombrados el de María José, el Real Pacifico, Cumbres Andinas; entre otros.

CALCULO DE LA MUESTRA

Para la demanda:

FÓRMULA MATEMÁTICA DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

Desviación Estándar (σ)	0,5
Tamaño de la Población (N)	2400
Tamaño de la muestra (n)	?
Error de la muestra (E)	5%
Valor Tipificado (Z)	1,96

DESARROLLO

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25) 2400}{0.05^2 (2400-1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{2.304,96}{6,9579}$$

$$n = 331$$

Para la Oferta:

Establecido el número de oferentes de la zona se realizará un censo; es decir serán muestreados en su totalidad.

2.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS (DATOS DE ENCUESTAS)

2.2.1. Cuadros de resultados de la aplicación de encuestas a ofertantes, de servicios hoteleros en Las Peñas.

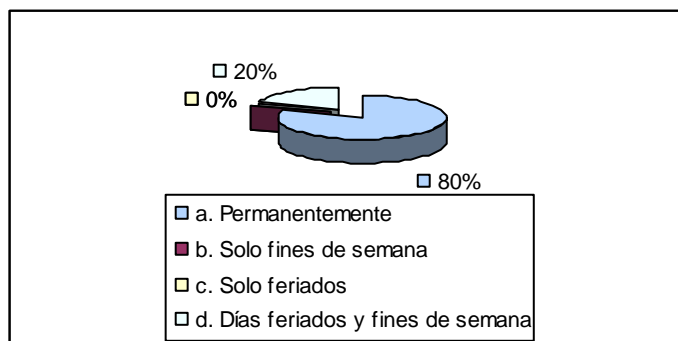
2.2.1.1. La atención que brinda su establecimiento es:

CUADRO No. 5

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Permanente	8	80%
b. Solo fines de semana	0	0%
c. Solo feriados	0	0%
d. Días feriados y fines de semana	2	20%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



a. ANÁLISIS:

Se puede apreciar que la mayoría de los establecimientos hoteleros brindan sus servicios en forma permanente, construyéndose en una ventaja dentro del sistema hotelero del balneario puesto que el turismo no sólo es un fin de semana, un feriado o temporadas; de este modo se publicita de mejor manera el establecimiento al dar a conocer sus servicios constantes e incrementando de este modo la recepción de visitantes que se albergan y con esto un incremento en sus utilidades

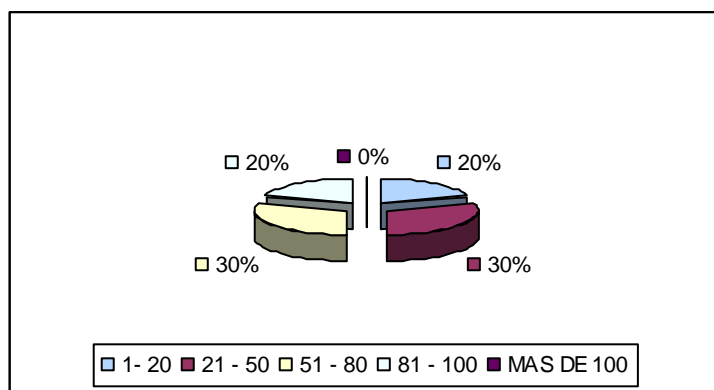
2.2.1.2. Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente visita su establecimiento

CUADRO No. 6

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1- 20	2	20%
21 - 50	3	30%
51 - 80	3	30%
81 - 100	2	20%
MAS DE 100	0	0%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



b. ANÁLISIS:

La opinión de la mayoritaria de encargados o administradores de los establecimientos expresan que existe una tendencia favorable de acuerdo a las dimensiones, servicios y costos que estos lugares otorgan; dado al marketing publicitario que cada uno realiza y su ubicación geográfica.

No hay que olvidar que el turista en mención son de diferentes clases económicas por lo tanto buscan tendencias de precios de acorde a su capacidad de ingresos que estos poseen; considerando los costos que implica el mantenimiento de los establecimientos.

2.2.1.3. Cuál es el porcentaje de turistas que frecuenta su complejo turístico

CUADRO No. 7

CATEGORÍA	PROMEDIO
a. Nacionales	87%
b. Extranjeros	13%
TOTAL	100%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008
ELABORACIÓN: El Autor



c. ANÁLISIS:

Por medio de los datos obtenidos se hace referencia que el balneario acoge en un gran porcentaje a visitantes nacionales puesto que es un lugar nuevo con una limitada difusión publicitaria, lo cual conlleva a que los turistas tanto nacionales y extranjeros desconozcan de las alternativas de turismo que posee el Ecuador, a pesar de esto el balneario en su actualidad se abre paso como una alternativa turística para el norte del País y sur de Colombia.

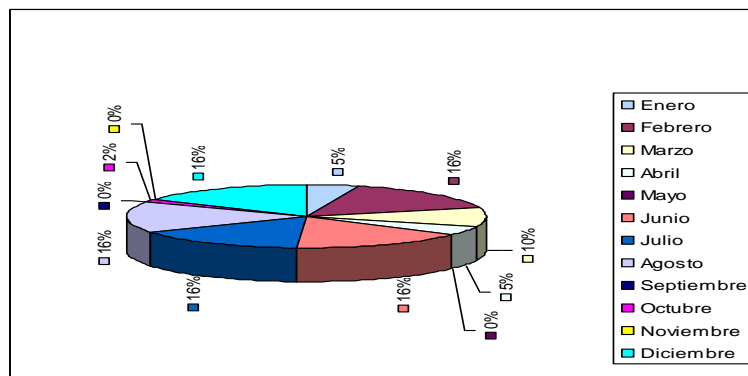
2.2.1.4. Cuáles son las temporadas o meses que el turista visita su establecimiento

CUADRO No. 8

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MESES		
Enero	3	5%
Febrero	10	16%
Marzo	6	10%
Abril	3	5%
Mayo	0	0%
Junio	10	16%
Julio	10	16%
Agosto	10	16%
Septiembre	0	0%
Octubre	1	2%
Noviembre	0	0%
Diciembre	10	16%
TOTAL	63	100%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



d. ANÁLISIS:

Con la información recolectada se concluye que los meses con mayor afluencia turística son los meses de Febrero, marzo, junio, julio, agosto y diciembre; hay que citar, que aquí se encuentran ubicados las temporadas del auge turístico dado por feriados como lo es carnaval, Semanas Santa, días festivos o fechas cívicas; y sin duda la temporada de vacaciones escolares de la Región Sierra.

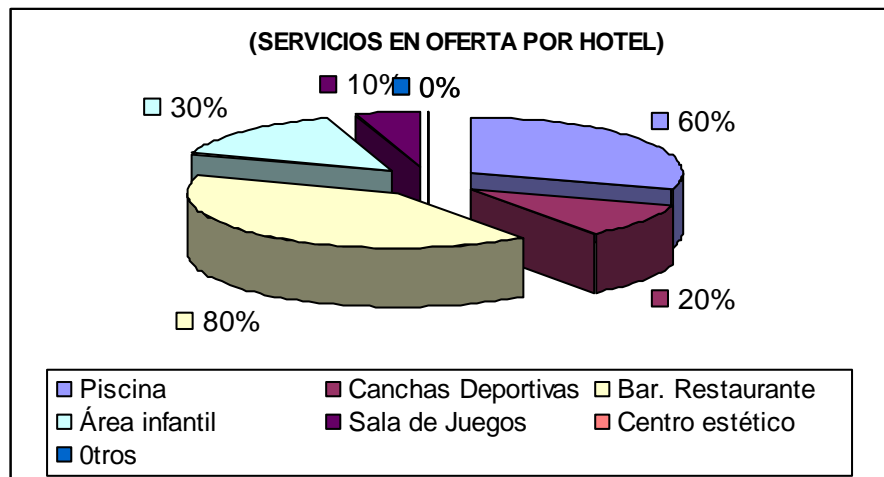
2.2.1.5. Cuáles de los siguientes servicios adicionales ofrece su centro turístico y que capacidad de personas puede albergar

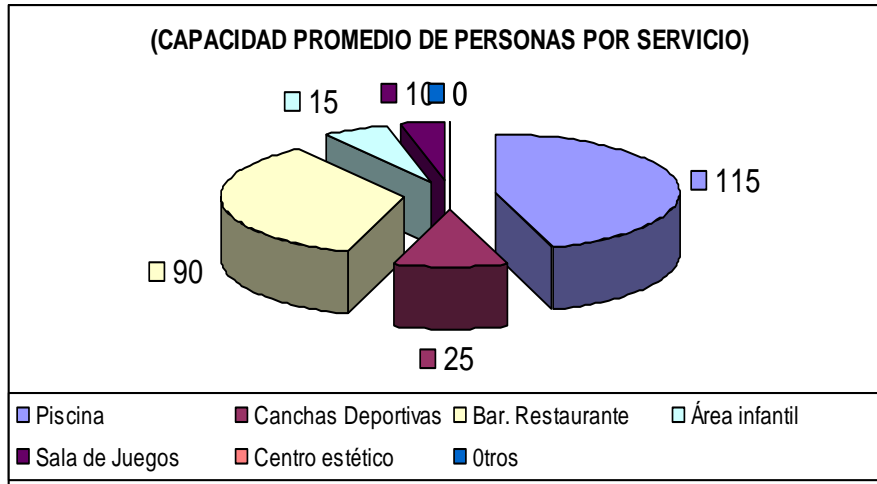
CUADRO No. 9

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	CAPACIDAD PROMEDIO
	SERVICIOS	SERVICIOS	
Piscina	6	60%	115
Canchas Deportivas	2	20%	25
Bar. Restaurante	8	80%	90
Área infantil	3	30%	15
Sala de Juegos	1	10%	10
Centro estético	0	0%	0
Otros	0	0%	0
TOTALES	10	100%	

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor





e. ANÁLISIS:

El resultado a la pregunta planteada en la encuesta da a conocer que la empresa hospedaje posee los servicios adicionales tradicionalmente hacia el cliente destacándose los de Bar. Restaurante, piscina, áreas infantiles y canchas deportivas.

Permitiendo avizorar que ninguna de estos establecimientos posee los servicios de un centro estético o un SPA; considerando de esta manera como un aspecto favorable para poder competir y atraer al visitante con mayor facilidad.

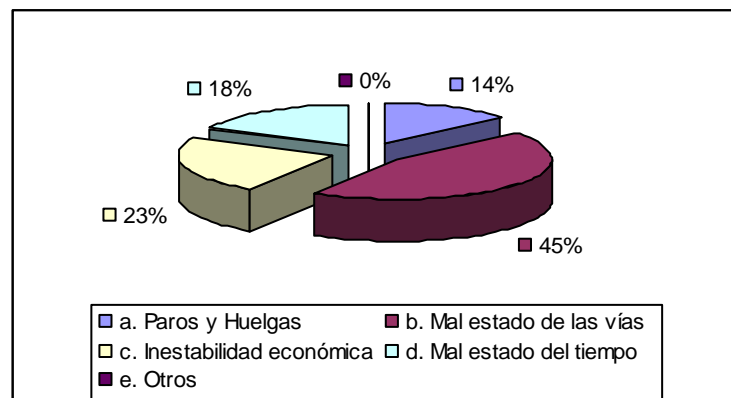
2.2.1.6. Cuáles son los motivos para que exista una disminución en la afluencia de turistas a su establecimiento

CUADRO No. 10

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Paros y Huelgas	3	14%
b. Mal estado de las vías	10	45%
c. Inestabilidad económica	5	23%
d. Mal estado del tiempo	4	18%
e. Otros	0	0%
TOTAL	22	100%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



f. ANÁLISIS:

Se puede notar que dentro de los elementos que intervienen para la disminución del turismo en el balneario Las Peñas es sin duda el mal estado en que se encuentran las vías; al no existir un adecuado trabajo de mantenimiento en las mismas por parte del Gobierno Nacional y Seccional, a pesar de estas circunstancias el balneario ha podido salir adelante gracias a la inversión económica privada y la organización existente por parte de los moradores del sector.

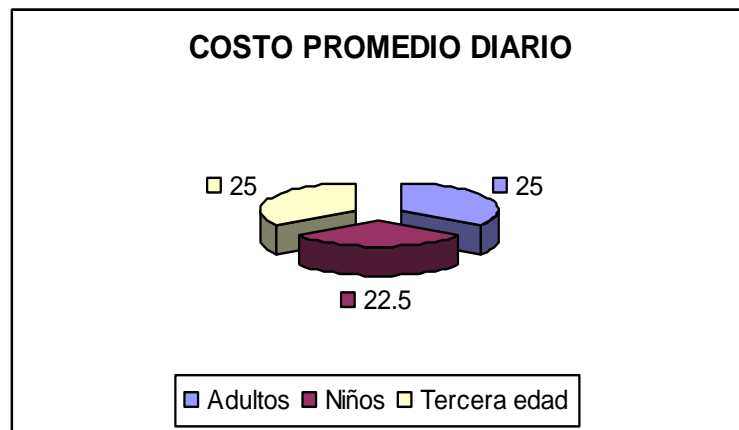
2.2.1.7. Cuál es el precio actual de los servicios de su centro Turístico por persona

CUADRO No. 11

CATEGORÍA	FRECUENCIA						PRECIO PROMEDIO DIARIO
	Hospedaje	Piscina	Parqueadero	Canchas deportivas	Bar. Restaurante	Áreas Infantiles	
Adultos	17	3	0	0	5	0	25
Niños	17	2	0	0	3.5	0	22.5
Tercera edad	17	3	0	0	5	0	25
TOTAL	51	8	0	0	13.5	0	72.5

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



g. ANÁLISIS:

A partir de los resultados obtenidos de la investigación se puede señalar un costo promedio diario alrededor de 25,00 USD permitiendo al viajero establecer un presupuesto de acuerdo a sus posibilidades económicas y el tiempo que se desea quedar; en general el Ecuador es uno de los países más baratos de Latino América en lo que se refiere al turismo; aquí usted podrá encontrar comida, alojamiento, y transporte de buena calidad a precios relativamente bajos comparados con otros países de la región.

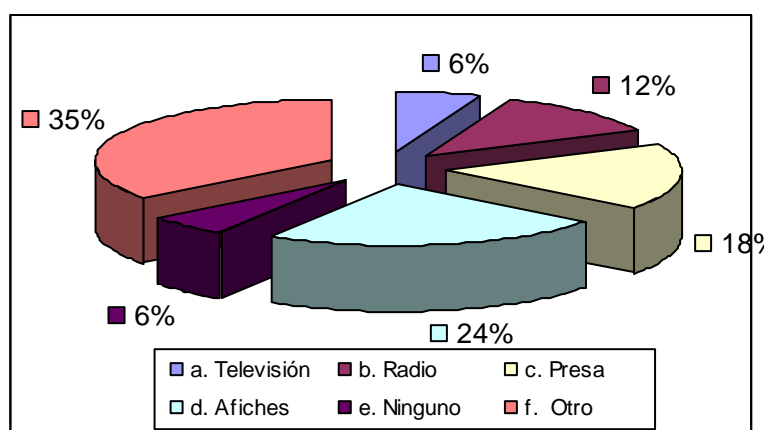
2.2.1.8. Que medios de publicidad utiliza para promocionar los servicios de su centro turístico

CUADRO No. 12

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Televisión	1	6%
b. Radio	2	12%
c. Presa	4	24%
d. Afiches	9	53%
e. Ninguno	1	6%
f. Otro	0	0%
TOTAL	17	100%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



h. ANÁLISIS:

Aquí observamos que la generalidad de las empresas de servicios de hospedaje de la localidad da a conocer sus servicios por medio de afiches o tarjetas hacia el visitante, instituyéndose en uno de los elementos primordiales de publicidad que este sector posee. Sin olvidar que adquirir un cliente nuevo cuesta seis veces más que retener un cliente actual, por lo cual es necesario enfocar e implementar políticas tendientes no sólo a la atracción de potenciales clientes si no a la retención de los mismos.

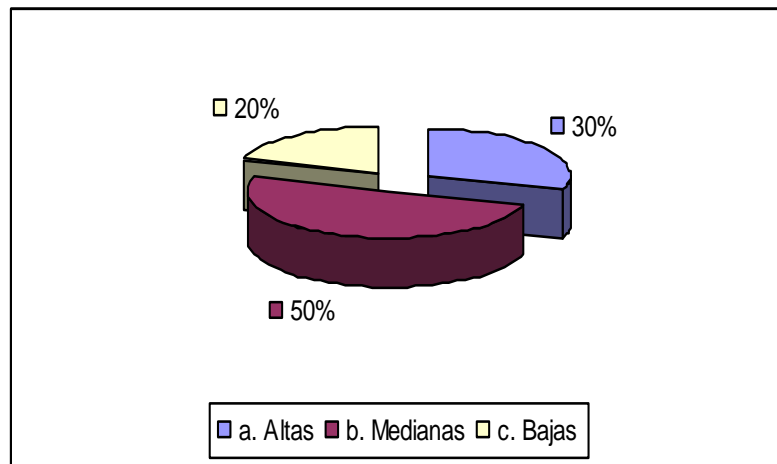
2.2.1.9. Las utilidades que genera su establecimiento son:

CUADRO No. 13

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Altas	3	30%
b. Medianas	5	50%
c. Bajas	2	20%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



i. ANÁLISIS:

Se puede apreciar que la mitad de los establecimientos adquieren utilidades altas y medias altas permitiendo cubrir los costos de inversión, mantenimiento y gastos de administración y poseer utilidades aceptables, que les permiten mantenerse en el mercado y siempre pesando en un aumento de las mismas gracias al incremento del turismo por medio de la aceptabilidad dada por sus atractivos y tranquilidad del balneario.

2.2.2. Cuadros de resultados de la encuesta efectuada a demandantes, de servicios hoteleros en Las Peñas.

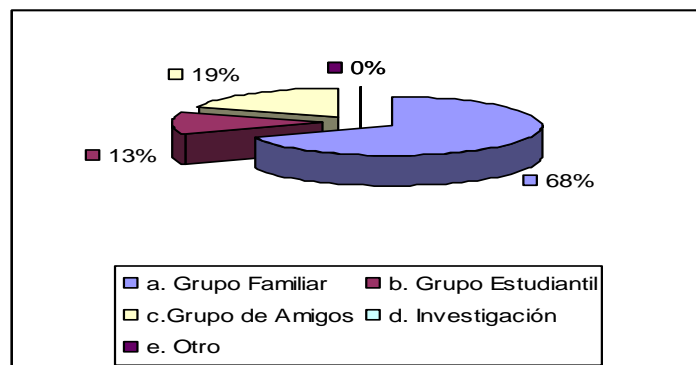
2.2.2.1. ¿En compañía de quien visita este lugar?

CUADRO No. 14

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Grupo Familiar	226	68%
b. Grupo Estudiantil	42	13%
c. Grupo de Amigos	63	19%
d. Investigación	0	0%
e. Otro	0	0%
TOTAL	331	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



a. ANÁLISIS:

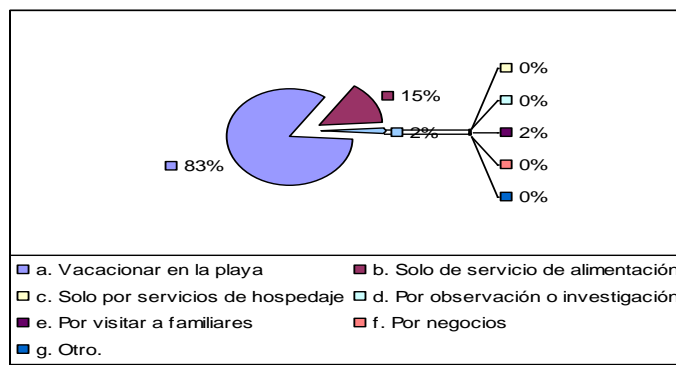
Al realizar la tabulación de la información recolectada, por medio de los encuestados se concluye que la mayor parte de sus visitantes son parte integral de un grupo familiar que arriba a este balneario como un lugar ideal de sana distracción, que permita en su gran medida salir de una rutina que lleva vivir en la ciudades; sin dejar de lado a los a grupos estudiantiles y de amigos que aprovechan sus vacaciones tanto de clases y de trabajo para descansar. Sin duda el auge TURÍSTICO que soporta la zona y el balneario; está dada por el acceso que esta tiene desde ciudades cercanas y la calma que ésta tiene en relación a las playas tradicionales que posee el Ecuador.

2.2.2.2. ¿Puede usted enumerar las actividades que va a realizar en el lugar?

CUADRO No. 15

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Vacacionar en la playa	278	84%
b. Solo de servicio de alimentación	48	15%
c. Solo por servicios de hospedaje	0	0%
d. Por observación o investigación	0	0%
e. Por visitar a familiares	5	2%
f. Por negocios	0	0%
g. Otro.	0	0%
TOTAL	331	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008
ELABORACIÓN: El Autor



b. ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados manifiestan que la actividades que van a realizar es la de vacacionar en la playa, esto comprende la distracción de los viajeros al disfrutar de su playa, su gastronomía y sobre todo de su paz que esta ofrece, lo que permite que la actividad turística se desarrolle en todo su esplendor; pero no todos lo hacen por vacacionar, algunos de ellos simplemente lo utilizan como un lugar de paso en el cual buscan alimentarse para trasladarse a Esmeraldas, Atacames, Súa u otros sitios de la Provincia de Esmeraldas. Gracias a este conjunto de actividades que se desarrolla dentro de la zona se incrementa el movimiento de visitantes y la actividad económica que aquí se despliega.

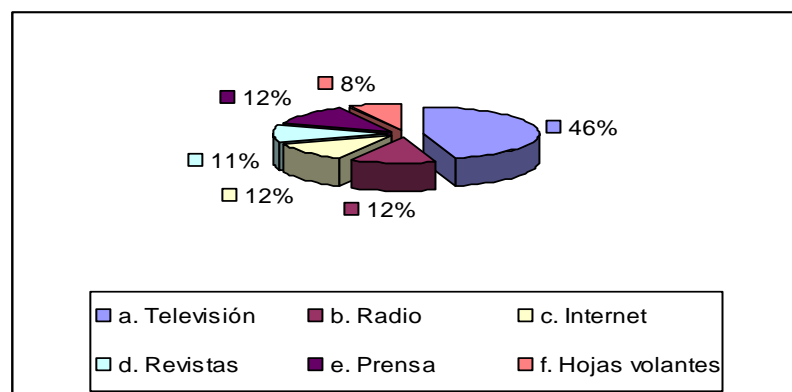
2.2.2.3. ¿Qué medios de comunicación utiliza para conocer los lugares turísticos?

CUADRO No. 16

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Televisión	252	46%
b. Radio	66	12%
c. Internet	66	12%
d. Revistas	60	11%
e. Prensa	66	12%
f. Hojas volantes	42	8%
TOTAL	552	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



c. ANÁLISIS:

Los turistas opinan, que al existir un sin número de medios de comunicación en la actualidad se hace sencillo conocer las maravillas que no solo posee una zona, una región o el país sino que va más allá y que engloba al planeta entero, sobresaliendo entre ellos la televisión como medio primario para dar a conocer las diversidades de un determinado lugar; sin dejar de lado a la radio, la prensa y sin duda alguna al Internet; como los gestores del turismo nacional e internacional. Brindando una visión clara de los posibles medios que se puede utilizar, dando a conocer el balneario y los servicios del establecimiento; permitiendo atraer a más clientes y competir de una manera sana con los demás empresas servicios.

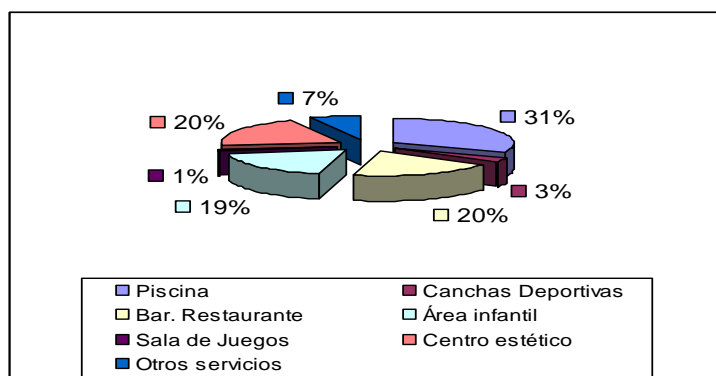
2.2.2.4. ¿Puede usted señalar los servicios adicionales que desearía que existan en un establecimiento nuevo (en número de prioridad del 1 al 6)?

CUADRO No. 17

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Piscina	103	31%
Canchas Deportivas	10	3%
Bar. Restaurante	66	20%
Área infantil	63	19%
Sala de Juegos	2	1%
Centro estético	67	20%
Otros servicios	23	7%
TOTAL	334	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



d. ANÁLISIS:

Por medio de los datos obtenidos, su tabulación y análisis se determina que un gran porcentaje de visitantes prefieren los servicios tradicionales como piscina, áreas infantiles y Bar. Restaurante; lo que permite a su vez pensar en nuevos servicios con los cuales se pretende atraer a nuevos turistas, como lo consideran un porcentaje aceptable que accede a la instauración de servicios adicionales como lo es Un centro estético; un número reducido de visitantes mencionan nuevas ideas de servicios que se pueden insertar como lo es un gimnasio, un bar, una discoteca y un mini súper mercado.

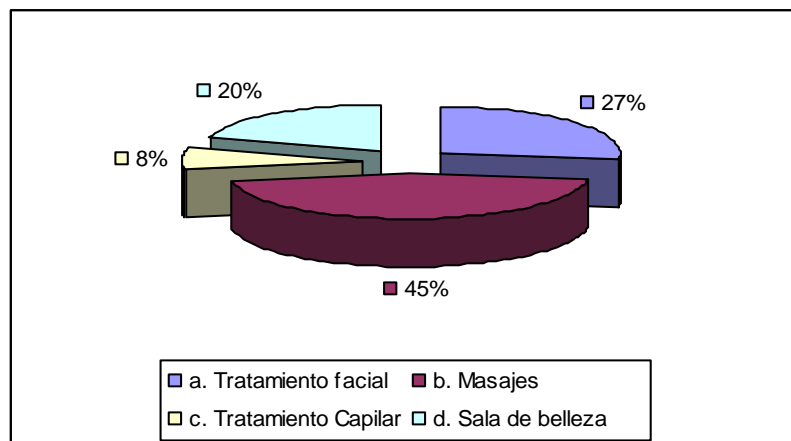
2.2.2.5. De crearse una nueva hostería con servicio adicionales de centro estético, que servicios desearía usted que se brinde (en numerar en orden de prioridad del 1 al 4).

CUADRO No. 18

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Tratamiento facial	89	27%
b. Masajes	149	45%
c. Tratamiento Capilar	27	8%
d. Sala de belleza	66	20%
TOTAL	331	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



e. ANÁLISIS:

Al observar los resultado recogidos a través de la encuesta planteada, la gran mayoría de los turistas dan a conocer su criterio por los servicios adicionales que se pretende alcanzar; considerando como prioridad al área de masajes como un lugar de relajamiento y anti estrés, sin dejar de lado los cuidados de la piel con tratamientos faciales y el cuidado de su cabello.

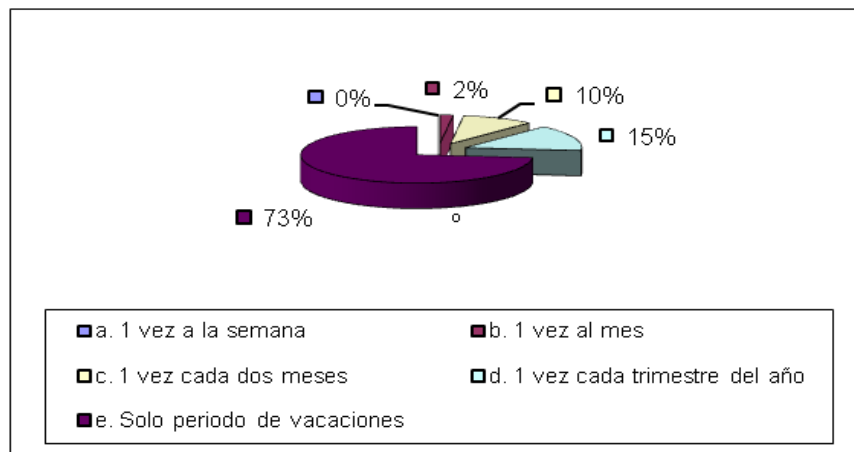
2.2.2.6. ¿Qué número de veces al año visita la zona?

CUADRO No. 19

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. 1 vez a la semana	0	0%
b. 1 vez al mes	6	2%
c. 1 vez cada dos meses	33	10%
d. 1 vez cada trimestre del año	49	15%
e. Solo periodo de vacaciones	243	73%
TOTAL	331	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



f. ANÁLISIS:

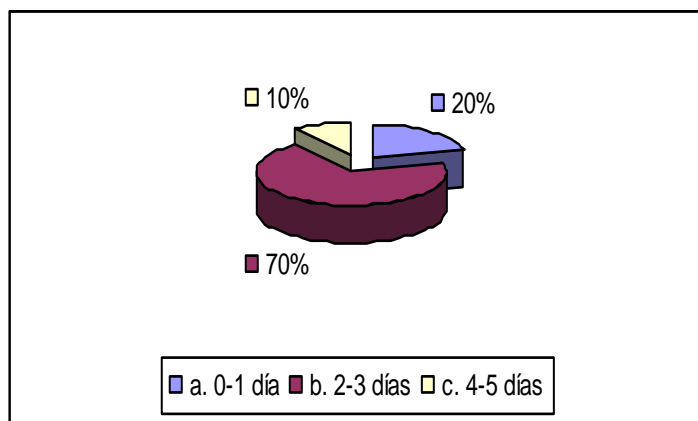
A partir de los datos obtenidos se concluye que en su totalidad los viajeros prefieren visitar este balneario solo en periodo de vacaciones, comprendiéndose los diversos feriados como son los de carnaval, los de semana santa entre otros que existen en el país y las respectivas vacaciones de verano que comienzan en la sierra y que da lugar el incremento del turismo principalmente en la región costera del país por medio de los sitios playeros que poseen.

2.2.2.7. ¿Qué número de días Ud.? . ¿se queda hospedado en los establecimientos del balneario?

CUADRO No. 20

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. 0-1 día	67	20%
b. 2-3 días	231	70%
c. 4-5 días	33	10%
TOTAL	331	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008
ELABORACIÓN: El Autor



g. ANÁLISIS:

El mayor número de encuestados prefiere vacacionar en la playa por un lapso no mayor a cinco días con los cuales se interpretan que son más que suficientes para distracción saludable y comprendiendo que la situación económica de cada persona difiere una con otra y se posee establecido un presupuesto base para poder disfrutar de los atractivos que posee la zona.

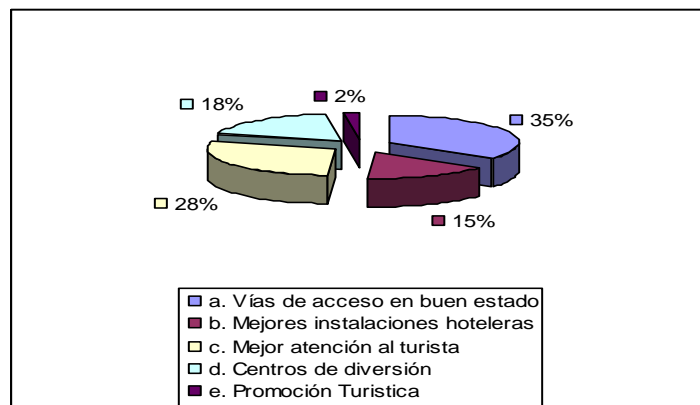
2.2.2.8. ¿Qué sugiere Ud.? ¿Para que el sector turístico visite con más frecuencia esta zona playera?

CUADRO No. 21

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Vías de acceso en buen estado	216	35%
b. Mejores instalaciones hoteleras	96	15%
c. Mejor atención al turista	174	28%
d. Centros de diversión	114	18%
e. Promoción Turística	12	2%
f. Cuidado de los desechos	12	2%
TOTAL	624	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



h. ANÁLISIS:

Cabe señalar que para el desarrollo de cualquier actividad es necesario muchos factores, entre los cuales se puede citar la organización del establecimiento, el acceso al lugar, los servicios y los factores ambientales; en el caso del turismo especialmente del Balneario las Peñas los encuestados recalcan que para un ingreso superior de turistas es necesario poseer vías en buen estado, mejorar las instalaciones hoteleras, mejor atención al cliente lo cual con lleva un preparación intelectual de cada individuo que ejerce actividades de turismo y centros de diversión.

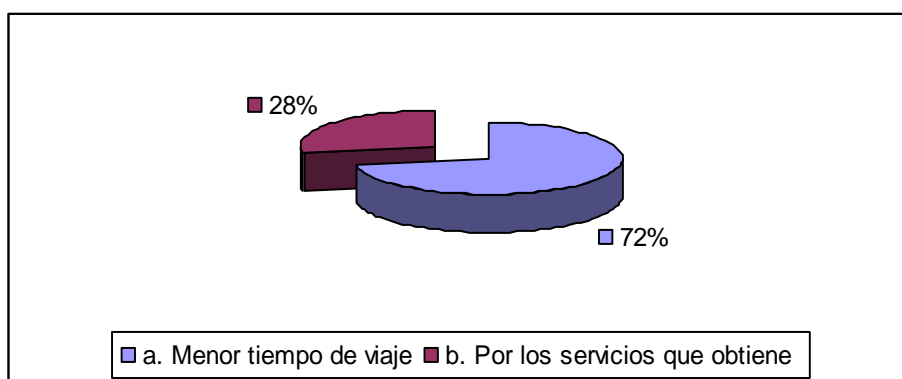
2.2.2.9. ¿Por qué razón visita Las Peñas?

CUADRO No. 22

CATEGORÍA	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL PORCENTAJE
	SI	NO	SI	NO	
a. Menor tiempo de viaje	234	72	15%	5%	19%
b. Por los servicios que obtiene	204	96	13%	6%	19%
c. Instalaciones cómodas	174	120	11%	8%	18%
d. Ambiente agradable	294	60	18%	4%	22%
e. Precios cómodos	234	102	15%	6%	21%
f. Otros	0	0	0%	0%	0%
TOTAL	1140	450	72%	28%	100%
TOTAL FRECUENCIAS	1590		100%		

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor



i. ANÁLISIS:

La totalidad de los visitantes encuestados establecen un equilibrio con las opciones que se puso a consideración y no objetan ninguna más a las citadas; sobresaliendo ante ellos el ambiente agradable y los precios cómodos sin mayor diferencia entre ellas, cabe señalar que el País en sí, es considerado como uno de los más baratos en relación al resto de países de Latino América. Lo que hace señalar la conformidad que tiene los visitantes hacia el balneario y al país.

2.3. ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Una de las cosas que debemos tener en claro, en el mundo de los negocios, es que existe la necesidad de recopilar información sobre lo que piensan las personas (público objetivo) del producto o servicio que le vamos a ofrecer. Para ello es necesario realizar una estructuración y segmentación del mercado, puesto que sería un grave error nuestro pensar que todos pueden tener el mismo pensamiento de nosotros frente al producto o servicio que pensamos introducir al mercado, por tal motivo hay que señalar que la estructuración y segmentación del mercado es un proceso de división del mercado en grupos de consumidores que se parezcan entre sí; el mercado se puede segmentar de acuerdo a las variables tales como edad, sexo, calidad de vida, educación, etnia, religión y procedencia.

Dentro de la estructura de criterios para segmentar el mercado es posible construirla de afuera hacia dentro. Estos criterios son factores demográficos, variables operativas tales como calidad de vida, necesidad de servicios y de tecnología; enfoques de compra del cliente como son criterios y políticas de compras; factores situacionales como la urgencia, el tamaño del establecimiento y la especificación del servicio o producto.

En el caso del problema planteado se ha dividido el mercado según la calidad de vida de los demandantes reales y potenciales que presenta el balneario, por medio de las condiciones de vida alta, media y baja.

El mercado al que se dirige el proyecto será en cuanto a su uso final, para la distribución que se puede brindar en un negocio de hostelería especialmente de tipo vacacional. La principal forma que se pondrá a disposición las habitaciones es por medio de reservaciones o alquiler.

Todo esto será dirigido a un grupo de personas, especialmente a familias de poder adquisitivo medio.

2.4. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

2.4.1. EL TURISMO EN LA ECONOMÍA DEL ECUADOR

Actualmente, Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica, entre las que se destacan el turismo junto con el petróleo, minería, telecomunicaciones, generación de energía, pesquería, agroindustrias y redes viales.

Cabe resaltar que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo consecutivo inferior a un año, por fines de ocio, por negocio u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Considerando los campos de actividad económica, los ingresos provenientes del turismo internacional se registran en la cuenta “viajes y transporte de pasajeros” de los servicios prestados de la balanza de pagos. De acuerdo a este registro, el turismo es una de las principales actividad generadoras de divisas en la economía ecuatoriana. El año 2007 el monto de ingresos por concepto de turismo fue de USD 458.2 millones, cifras que ubican al turismo dentro del los primero puestos en la economía ecuatoriana; como se puede observar en la balanza de pagos del país:

CUADRO No. 23
BALANZA DE PAGOS: CUENTA VIAJES Y TRANSPORTE DE
PASAJEROS

(Millones de dólares)

AÑO: 2007

TRIMESTRES	2007						SALDO (a - b)
	INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a)	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b)	
	VIAJES	TRANS PORTE		VIAJES	TRANS PORTE		
I TRIMESTRE	135.6	0.6	136.2	123.8	63.6	187.4	-51.2
II TRIMESTRE	156.1	0.7	156.8	127.1	69.9	197.0	-40.2
III TRIMESTRE	164.5	0.7	165.2	125.9	70.2	196.1	30.9
IV TRIMESTRE							
TOTAL	456.2	2	458.2	376.8	203.7	580.5	-122.3

FUENTE: Banco Central del Ecuador (Febrero 2008)

ELABORACIÓN: Gerencia Nacional de Planificación Ministerio de Turismo

El turismo, es sin lugar a dudas un eje fundamental dentro del crecimiento de la economía Ecuatoriana, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructura hotelera, puertos y vías; sobre todo, un atractivo de divisas para el país.

2.4.2. TURISMO RECEPTOR

Gracias a la gran variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre todo, para visitantes extranjeros, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta ecuatoriana; reflejado en “el turismo receptor, que se refiere al turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia. (Boletín de Estadísticas Turísticas: 2004)”; como se observa en el cuadro siguiente de entrada de extranjeros al Ecuador:

CUADRO No. 24
ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR DEL 2004 AL 2008

AÑOS							
MESES	2002	2003	2004	2005	2006	2007	VAR. % 2007/2006
ENE	61.372	61.688	70.868	79.118	78.856	84.707	7,42
FEB.	48.909	56.922	60.761	66.052	63.408	72.235	13,92
MAR	55.408	58.492	65.619	72.880	63.504	73.458	15,67
ABR.	45.824	56.327	61.874	60.489	62.108	69.687	12,20
MAYO	50.812	55.770	59.509	63.792	57.275	70.321	22,78
JUN.	60.273	67.527	70.373	77.059	71.789	85.965	19,75
JUL.	73.978	86.293	90.882	95.621	89.829	103.747	15,49
AGO.	64.854	72.795	73.697	80.181	77.826	89.564	15,08
SEP.	56.013	58.155	59.541	59.431	65.198	66.337	1,75
OCT.	60.235	59.966	68.377	63.755	66.538	76.482	14,94
NOV.	47.744	60.589	64.036	65.896	65.359	74.881	14,57
DIC.	57.540	66.252	73.390	75.614	78.865	85.812	8,81
TOTAL	682.962	760.776	818.927	859.888	840.555	953.196	13,40

FUENTE: Dirección Nacional de Migración (2007-2008)
ELABORACIÓN: Ministerio de Turismo del Ecuador

El sitio web www.turismo.gov.ec "...Ecuador cerró el 2007 con un total de 953.196 llegadas de visitantes extranjeros, lo que representa un incremento del 13,40% con relación al 2006, según los datos preliminares entregados por la Dirección de Migración de la Policía Nacional al Ministerio de Turismo. Los puntos de arribo más significativos fueron los aeropuertos de Quito con 428.974, de Guayaquil con 228.352 y los pasos fronterizos de Tulcán con 126.788 y Huaquillas con 147.785 que cubren el 97,7% de entradas de extranjeros al Ecuador. De ahí se encuentran el paso de Macará en Loja con 12.544 y el puerto de Manta en Manabí, con 2.236. Los puertos y pasos fronterizos de Sucumbíos, Pastaza, Esmeraldas y Orellana registran un total de 6.387 arribos y entrada de extranjeros".

Sin embargo, a pesar del importante crecimiento en el flujo del turismo receptor, el número de turistas llegados al Ecuador aún es muy inferior al logrado por otros países con atractivos turísticos similares al Ecuador (paisajes urbanos y rurales flora y fauna, cultura, etc.).

El turismo receptor en la presente publicación, registra el número de entradas o llegadas, el cual no se debe asumir que es igual al número de personas que viajan, puesto que una persona puede visitar un mismo país varias veces en un año, registrándose cada visita como una entrada. Además, si una persona visita varios países en el transcurso del mismo viaje, su llegada a cada uno de dichos países queda registrada individualmente.

Por otro lado, las entradas o llegadas asociadas al turismo receptor se refiere a las llegadas de visitantes internacionales dentro del territorio económico del país de referencia e incluyen tanto turistas (visitantes que pernoctan al menos una noche) como visitantes del día no residentes, denominados excursionistas.

2.4.3. TURISMO DOMÉSTICO O INTERNO EN EL ECUADOR

Para desarrollar el estudio de mercado se necesita poseer las cifras del turismo doméstico o interno: que es el realizado por los residentes de una región (país) dentro de la misma y no hay entrada ni salida de divisas, pero origina notables beneficios económicos como la redistribución de la renta.

Además de lo expresado en el párrafo, el turismo interno, es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país, dadas estas características se puede observar el número de turistas interno estimado del Ecuador.

CUADRO No. 25
TURISMO INTERNO EN EL ECUADOR

AÑOS	TURISMO INTERNO
2002	1514750
2003	1687312
2004	1816308
2005	1907156
2006	1864277
2007	2114015
SUMATORIA	10903818

FUENTE: Gerencia Nacional de Planificación del MINTUR
ELABORACIÓN: Ministerio de Turismo del Ecuador

Para calcular el número de turistas internos del Ecuador se procede de la siguiente manera:

- 2.4.3.1.** Se parte de un dato fiable de número de turistas internos al 2002.
- 2.4.3.2.** Se estima valores de incremento acorde a la tasa anual de crecimiento del turismo receptor.
- 2.4.3.3.** Se suma o se restan los valores, obteniéndolos del cálculo porcentual de las variaciones del turismo receptor.

En relación a la Provincia de Esmeraldas hay que citar que “Según las estadísticas de la Cámara Provincial de Turismo de Esmeraldas anualmente a las playas llegan 300. 000 turistas especialmente en la temporada alta que va desde fines de junio hasta el 15 de septiembre. Aunque no hay cifras exactas se calcula que alrededor de cinco mil familias viven del turismo directa e indirectamente.

2.4.4. DEMANDA TURÍSTICA EN EL BALNEARIO LAS PEÑAS

Respecto al balneario de las Peñas, hay que considerar que esta playa es prácticamente nueva y que se abre paso como un sitio tranquilo y de costos accesibles para sus visitantes; pese a la poca inversión realizada por parte de los gobiernos de turno el balneario ha podido sobresalir por medio de la inversión privada, considerada como uno de los atractivos turísticos de sol y playa.

La demanda turística en la actualidad se obtiene mediante el estudio de campo efectuado y la aplicación de las variaciones porcentuales del turismo receptor, detallados y explicados a continuación:

CUADRO No. 26
TURISTAS EN EL BALNEARIO DE LAS PEÑAS

AÑOS	TURISTAS LAS PEÑAS	VARIACIÓN %
2002	20636	-----
2003	22987	11.39%
2004	24744	7.64%
2005	25982	5.00%
2006	25397	-2.25%
2007	28800	13.40%
VARIACIÓN % PROMEDIO	-----	7.04%

FUENTE: Boletín de estadísticas turísticas (Dirección de Turismo de Esmeraldas)

ELABORACIÓN: El Autor

Al no existir un registro detallado de datos estadísticos sobre el ingreso del turista al balneario, sea conseguido establecer una demanda aproximada para el año 2007 de 28.800 turistas por medio del trabajo de campo efectuado; estas cifras están constituidas en mayoría visitantes internos de las Provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi, es decir que la gran mayoría de los visitantes son parte del turismo interno o doméstico del Ecuador.

El número de turistas establecidos en sus diversos años, se establece por medio del cálculo de las variaciones porcentuales del turismo interno, aplicadas al año base logrando establecer las cifras estimativas de los visitantes al balneario.

2.4.5. Tasa de crecimiento de la tendencia histórica

Para obtener la tasa de crecimiento de la tendencia histórica de turistas en el Balneario de las Peñas, se procedió al cálculo de cada una de las variaciones porcentuales como se observar claramente en el cuadro anterior; para esto es necesario utilizar la siguiente fórmula:

$$i = (Cn / Co) - 1$$

a. Referencias:

Cn= Número de turistas del último año

Co = Número de turistas del primer año

I = Tasa de crecimiento

1 = ES una constante

Determinada cada una de las variaciones, se procede a la sumatoria de ellas y dividida para el número de años, en la presente investigación se divide para cinco años, con esto se logra determinar la tasa de crecimiento promedio del **7,04%** de la tendencia histórica.

Calculada la tasa de crecimiento se procede a cotejar con los modelos o métodos de proyección de la demanda para estudiar y analizar la proximidad de la tasa con cada una de las tasas proyectadas.

2.4.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la cantidad de visitantes que llegarán al balneario Las Peñas, se procede a calcular la demanda futura para 5 años (2008, 2009, 2010, 2011, 2012), por medio del estudio y análisis las funciones de proyección lineal, parabólica, exponencial y la fórmula del monto (Anexo No. 2).

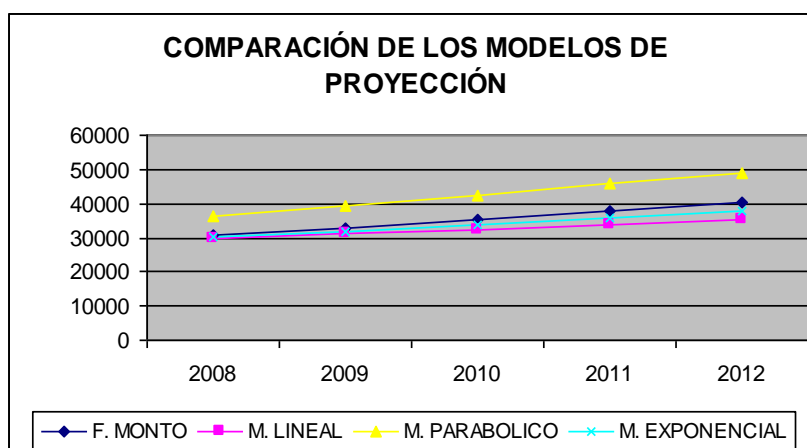
Luego de haber efectuado las proyecciones con cada uno de los modelos, como se puede fijar en el Anexo No. 2; en el cuadro siguiente podemos comparar y analizar los valores proyectados; con lo cual se busca adoptar el mejor método de proyección y utilizarlo en la investigación, para ello es necesario analizar detenidamente cada uno de los resultados proyectados y su variación porcentual que se hace referencia en el Cuadro No. 9.

CUADRO No. 27
COMPARACIÓN ENTRE MODELOS DE PROYECCIÓN

AÑOS	F. MONTO	M. LINEAL	M. PARABÓLICO	M. EXPONENCIAL
2008	30.827	29.686	36.191	30.123
2009	32.996	31.095	39.213	31.908
2010	35.318	32.503	42.382	33.798
2011	37.804	33.911	45.697	35.801
2012	40.464	35.319	49.159	37.922
TOTAL	176.665	162.515	212.642	169.551
VARIACIÓN % PROMEDIO	7,04%	4,44%	7,96%	5,92%

FUENTE: Proyección de la demanda utilizando métodos matemáticos (Anexo No.2).

ELABORACIÓN: El Autor



Al estudiar y analizar los modelos desarrollados, partiendo de una serie histórica del turismo en el balneario y el incremento del turismo receptor del Ecuador en el año anterior, se analiza las variaciones porcentuales y la gráfica, con esto se establece que el mejor método para trabajar en el presente proyecto es el modelo parabólico de proyección.

Se considera este modelo parabólico, puesto que su variación porcentual es superior en relación a los otros y su crecimiento año con año se ve reflejado claramente en la gráfico anterior en relación con los citados modelos, brindando un expectativa de desarrollo del turismo en este balneario y en el desarrollo del proyecto, más allá de la decisión adoptada al analizar un modelo matemático; se debe considerar como un aspecto importante y adicional el crecimiento del turístico que posee el Ecuador en los últimos años.

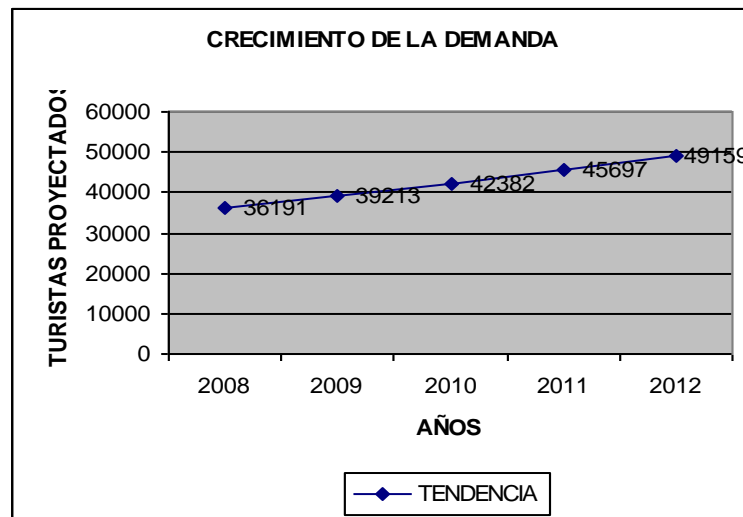
Por tal motivo se utilizará las proyección efectuada por el método parabólico, permitiendo tener una buena expectativa para el desarrollar del presente trabajo de investigación que se ha planteado, es necesario desglosar del cuadro anterior la demanda proyectada con la que vamos a trabajar para determinar si existe una demanda insatisfecha o no, graficando y analizando su tendencia de crecimiento.

CUADRO No. 28
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	PROYECCIÓN TURISTAS
2008	36.191
2009	39.213
2010	42.382
2011	45.697
2012	49.159
VARIACIÓN % PROMEDIO	7,96%

FUENTE: Proyección de la demanda utilizando Métodos matemáticos (Anexo No.2).

ELABORACIÓN: El Autor



Como se puede observar en la gráfica y como se mencionó, la tendencia de crecimiento del turismo dentro de las Peñas es favorable; puesto que el número de turistas por medio de la proyección efectuada se encuentra en incremento e igual manera si podemos revisar los datos de las llegadas de visitantes extranjeros al territorio económico la tendencia del país es un positiva con ciertas excepciones, puesto que el turismo posee variaciones tanto positivas y negativas dentro de un ejercicio económico dadas por algunos factores como la situación política y económica del país, factores climáticos, paros o huelgas, limitaciones publicitaria de los lugares turísticos entre otros.

2.5. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

2.5.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Hay que mencionar, que la oferta de servicios de hospedaje está constituida por el conjunto de proveedores que se encuentra en el mercado, los mismos que constituyen en la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio que se pretende brindar, en los últimos años las empresas hoteleras de la zona no han experimentado variaciones significativas en lo referente al número de centros de alojamiento, ya que se han concentrado en el mejoramiento de la infraestructura tanto hotelera e impulsar el crecimiento del turismo.

Para lo cual es necesario enfocarse en aquellos potenciales proveedores de servicios de alojamiento, según sus características y dimensiones, es decir, en el promedio de personas que puede albergar, posibles montos de inversión económicas realizadas, condiciones físicas de las instalaciones y del terreno.

Las estimaciones de la oferta hotelera actual del balneario es un aproximado de 10 establecimientos, llegando a esta conclusión a través de la observación directa (investigación de campo); puesto que el Ministerio de Turismo no posee ningún registró en la actualidad del número total de empresas hoteleras que brindan servicios hospedaje y alimentación en Las Peñas. Por tales circunstancias no se posee un registro catastral del número de hoteles, hostales, hosterías y cabañas; y la categoría que estos centros tienen.

2.5.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta de servicio de alojamiento se considera la información señalada en los párrafos anteriores, sobre el número de plazas aproximadas que se recopiló en el trabajo y estudio de campo; como se mencionó no existe una cifra exacta de los establecimientos disponibles en el balneario.

Por tales motivos se trabajó con una tasa de crecimiento del 3,4% establecida por el Ministerio de Turismo en su Boletín de Estadísticas Turísticas respecto a los servicios turísticos que se brinda en el territorio Ecuatoriano.

Al no existir un registro histórico del número de plazas ofertadas en el balneario, con el cual se proyecte el número de localidades para los años venideros como se trabajó con la demanda; se considera proyectarlas a través de la fórmula del monto, puesto que se posee una base de plazas ofertadas aproximadas y una tasa de crecimiento confiable que brinda el Ministerio de Turismo en su boletín de estadísticas.

CUADRO No. 29
PROYECCIÓN DEL LA OFERTA DE PLAZAS HOTELERAS

AÑOS PROYECTADOS	NO. PLAZAS PROYECTADAS
2008	1.551
2009	1.604
2010	1.658
2011	1.715
2012	1.773

FUENTE: Proyección mediante el método de la fórmula del Monto
(Anexo No. 3)

ELABORACIÓN: El Autor

Mirando el cuadro de las ofertas proyectadas podemos citar, las mencionadas proyecciones se efectuaron enmarcadas en una tasa de crecimiento del 3.4% anotó anteriormente y aplicando la fórmula del monto, como se puede apreciar con claridad en el Anexo No. 3; gracias a este método de proyección se obtiene cifras aproximadas del número de plazas disponibles dentro del balneario para los próximos cinco años.

**2.6. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA (DEMANDA
INSATISFECHA)**

Al comparar la demanda de servicios de alojamiento del turismo interno, con la oferta de plazas de los diferentes establecimientos, se tiene los siguientes resultados establecidos en el cuadro siguiente en la sección superávit o déficit:

CUADRO No. 30
BALANZA OFERTA Y DEMANDA

AÑOS	NO. PLAZAS PROYECTADAS	DEMANDA DE PLAZAS	SUPERÁVIT/DÉFICIT
2008	1551	36191	-34640
2009	1604	39213	-37609
2010	1658	42382	-40724
2011	1715	45697	-43982
2012	1773	49159	-47386

FUENTE: Cuadros de proyecciones de la oferta y demanda
ELABORACIÓN: El Autor

El balance entre la oferta y la demanda, como se analiza en el cuadro se observa claramente la existencia de un déficit de plazas hoteleras para albergar al número de turistas que podrían visitar esta playa, de ahí que se pretende instaurar la mencionada hostería para alojar una parte de este número considerable de turistas.

2.7. ANÁLISIS DE PRECIOS

En general, Las Peñas es uno de los balnearios con precios accesibles o muy similares a los registrados en la mayoría de las playas de la provincia de Esmeraldas. Aquí usted podrá encontrar comida, alojamiento, y transporte de buena calidad a precios bajos.

De ahí que se puede establecer un presupuesto diario de 25,00 dólares con los cuales se puede sobrevivir en buenas condiciones en el mencionado balneario, dicha información se establece a través de la encuesta realizada en el mencionado lugar, como se puede apreciar en el cuadro de resultados inicialmente examinados.

2.8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Mediante el trabajo y estudio campo, se concluye que los establecimientos de la playa poseen alrededor de 1500 plazas aproximadamente,

es decir alrededor 430 habitaciones que se encuentran distribuidas en los diferentes hoteles y cabañas de la playa.

Y gracias a las encuestas aplicadas a los administradores se conoce que existe una tendencia favorable a la afluencia de visitantes tanto en fines de semana y días de feriado en el territorio ecuatoriano.

Hay que señalar que la competencia la industria de alojamiento está dado por todos y cada uno de los establecimientos que prestan sus servicios a lo largo del balneario, a pesar de estas circunstancias se considera como posibles competidores aquellas empresas hotelería que poseen el espacio físico e inversión económica en condiciones similares a la pretende construir; para el efecto se considera a las cabañas y los pequeños y medianos hoteles del sector como la principal competencia, puestos que los principales hoteles como el María José, Real Pacificó, Selmar entre otros albergan una inversión económica muy superior a la que se pretende invertir en el mencionada hostería.

Mediante la encuesta realizada, los servicios actuales que ofrecen gran parte de los establecimientos hoteleros en el balneario de Las Peñas son servicios de alojamiento, piscina, bar-restaurant, algunos de estos centros cuentan con otras distracciones o servicios como son áreas deportivas e infantiles y parqueadero.

2.9. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

El sector turístico es una actividad económica que continúa manifestando una tendencia de crecimiento a nivel mundial en términos cuantitativos y económicos (llegadas, pernoctaciones, crecimiento de la oferta, ingresos, etc.), lo que lleva a considerar los desafíos que surgen frente a los posibles impactos de la actividad, tanto positivos como negativos. Esta situación, requiere de una gestión del turismo en todos los niveles desde la perspectiva del desarrollo sostenible.

Las estrategias de comercialización del producto hotelero, con el propósito que implica la creación de una nueva empresa y el posicionamiento de la misma; por tanto sus esfuerzos de promoción, publicidad y mercadeo se debe concentrar en los siguientes parámetros:

2.9.1. El desarrollo de los servicios que se pretende ofrecer enfatizando la calidad de los mismos durante todo el proceso de la estadía de nuestros clientes. Esto nos permite establecer que el eje estructural de una estrategia de mercadeo en el campo de la hotelería es la satisfacción del huésped, entendiendo en esto que no hay diferencia entre lo que la demanda espera y lo que la demanda encuentra al utilizar los servicios de un establecimiento hotelero.

2.9.2. Desplegar un concepto de negocio turístico con énfasis al producto y servicios y formular su visión, misión, objetivos, estrategias, técnicas y acciones para el posicionamiento en el mercado de turismo.

2.9.3. Convertir la misión en objetivos específicos de resultados que permitan ingresar con imagen corporativa, en calidad de servicios.

2.9.4. Diseñar y aplicar una Estrategia de Marketing del producto o servicio turístico, que permita a la alta gerencia estructurar y sistematizar la implantación de las estrategias y planes para dar cumplimiento a los objetivos comerciales de la organización; y desarrollar información para la toma de decisiones y elaborar programas de acción, contribuyendo a la implantación de las estrategias de Producto, Precio, Promoción y Distribución.

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Para el desarrollo del presente capítulo, después de haber ejecutado el estudio de mercado, determinando una demanda insatisfecha, se considera especificar la ubicación del proyecto situándola en la región costera noroccidental del Ecuador, en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Eloy Alfaro.

3.1.1. Región Costera

Es la región situada al oeste de la Cordillera de los Andes. Tiene una extensión de 550 Km. de largo, una anchura que va de los 50 a los 200 Km., así como gran parte de los 2.237 Km. de costa y playa del país. Está atravesada de norte a sur por una cadena montañosa de altura menor y llena de extensas llanuras aluviales.

La Costa está formada por tres ecosistemas principales: los bosques lluviosos tropicales del norte, las sabanas tropicales del centro y sudoeste, y el bosque seco de la franja peninsular occidental y meridional.

A lo largo del litoral costero se distinguen dos ecosistemas adicionales caracterizados por sus comunidades animales y vegetales: las entrantes de manglar, y las playas y acantilados de peculiar formación rocosa.

El clima es cálido, con temperaturas que van de los 25°C a los 31°C. Durante el año hay dos estaciones: una lluviosa y una seca. La primera, caliente y húmeda, se extiende de diciembre a mayo. La estación seca abarca el resto del año.

3.1.2. Provincia de Esmeraldas

Esmeraldas es conocida como la provincia verde, está situada en la costa noroccidental del país. El territorio es en general plano con pequeñas elevaciones que no superan los 30 Mts. Sobre el nivel del mar y son estribaciones de la cordillera occidental. Limita al norte con la República de Colombia, al sur con la Provincia de Manabí, al este con las Provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha; y al oeste el Océano Pacífico

El territorio esmeraldeño es de 15.232,60 Km² Su capital es la ciudad de Esmeraldas y tiene siete cantones: Esmeraldas, Eloy Alfaro, Muisne, Quinindé, San Lorenzo, Atacames, Río Verde, en donde viven aproximadamente, 416.272 habitantes. Su clima es tropical lluvioso, con una temperatura elevada durante todo el año de 25°C de promedio mensual.

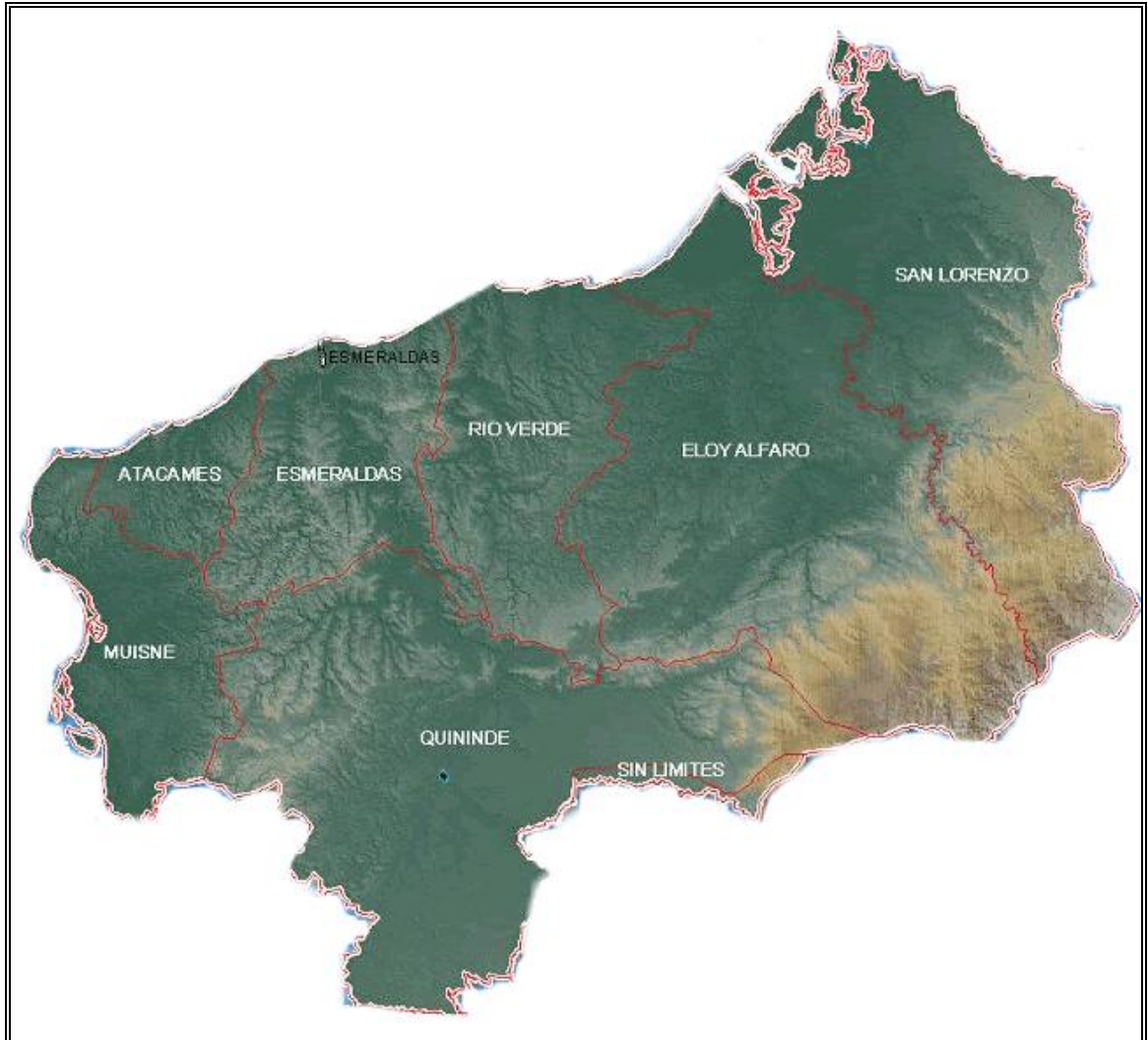
La Provincia de Esmeraldas tiene una economía que depende en buena parte de la producción agrícola, pesca y turismo y otra que genera los salarios de los empleados y trabajadores de instituciones públicas.

La provincia tiene tres puertos; el puerto marítimo comercial, que es importante por su ubicación geográfica; el petrolero; desde donde se embarca el petróleo que viene del Oriente por el oleoducto; y, el pesquero, que es artesanal y nada tecnificado, pero con perspectivas de desarrollo.

3.1.3. Cantón Eloy Alfaro

El cantón Eloy Alfaro está situado al norte de la Provincia de Esmeraldas, en Ecuador. Valdez o más conocido como Limones es la capital del cantón Eloy Alfaro; en la gráfica siguiente del mapa político de la Provincia de Esmeraldas se puede observar con mayor claridad su ubicación.

GRÁFICO No. 1
MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS



Las principales poblaciones del Cantón Eloy Alfaro son: Borbón, Maldonado, Selva Alegre, Playa de Oro, Atahualpa, Zapallo Grande, San Francisco del Onzole y Santo Domingo del Onzole. Estas poblaciones están distribuidas a lo largo de la cuenca del Río Santiago, donde confluyen además el Río Cayapas y el Río Onzole.

Por su ubicación geográfica posee una abundante fauna ictiológica, así podemos encontrar: corvina, lisa, pargo, bagre, etc.; crustáceos, conchas, mejillones, peces de agua dulce, etc.

A este cantón pertenece parte de la reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas, área que incluye la composición étnica de grupos de descendientes africanos, Chachis y colonos mestizos.

3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

En este punto se considera fijar las condiciones exactas del lugar en donde se llevara efecto el desarrollo del proyecto, estableciéndolas de la siguiente manera:

La implantación del proyecto tendrá lugar en la Playa Las Peñas, Cantón Eloy Alfaro, en la Parroquia de la Tola; ubicada a 6 kilómetros de la “Y” de Borbón, su localización se la puede apreciar en la gráfica que se presenta a continuación:

GRÁFICO No. 2
UBICACIÓN DEL RECINTO LAS PEÑAS



Definida la zona en la que se encuentra el Balneario, es necesario delimitar el lugar en donde se situado la propiedad; el mismo se localiza dentro de la Lotización Playas de Acapulco, en el lote de terreno designado con el número

siete de la manzana cincuenta y uno de la segunda etapa de la lotización como se observa en el Anexo No. 4 del croquis de ubicación, y se encuentra individualizado por los siguientes linderos y dimensiones:

- 3.2.1. Al norte: con el lote “uno” de la manzana cincuenta y uno en veinte y cinco metros.
- 3.2.2. En sur: con la calle “A” de la lotización de veinticinco metros.
- 3.2.3. Al oriente: con el lote ocho de la manzana cincuenta y uno en treinta metros.
- 3.2.4. Y en el occidente: Con la calle cuatro de la lotización en treinta metros.

La citada playa está ubicada a seis kilómetros de la Y de Borbón, en la Vía la Tola; se puede acceder desde la parte norte del país por medio de la Provincia de Imbabura, ingresando por la población de Salinas a travesando la vía Lita – San Lorenzo.

3.3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Básicamente nuestra oferta de servicios es la de brindar una buena calidad en el producto o servicio. La misma que estará respaldada por la infraestructura física de la hostería con las que se pretende contar y su personal capacitado.

La hostería también brindara confort, descanso, relajación y el disfrute de nuestras instalaciones; en cuanto a los servicios que se pretende brindar en estos están incluidos:

3.3.1. ALOJAMIENTO

Esta área constará con un número de 18 habitaciones, las mismas que pueden albergar entre tres y cuatro personas en cada una de ellas.

3.3.2. BAR – RESTAURANT

Dentro del bar – restaurant, nuestros visitantes tendrán una variedad de comidas típicas de la región costera del Ecuador y de igual forma degustarán de bebidas en nuestro bar.

3.3.3. PARQUEADERO

Nuestros clientes tendrán a su disposición nuestro parqueadero delimitado para cada habitación, permitiendo tener un orden de accesibilidad y control de sus vehículos.

3.3.4. JUEGOS INFANTILES

Desde luego no podemos olvidarnos de los niños que deben contar con sus espacios de distracción en nuestra hostería, para lo cual se contará con un pequeño parque infantil adecuado a sus condiciones.

Para la viabilidad de proyecto se ha considerado estos productos o servicios como los primordiales o básicos; adicionalmente se crea un espacio físico para la creación de un centro estético, permitiendo obtener el confort de sus interesados y sin duda la de su seguridad por medio de la guardianía correspondiente.

3.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está representado por la capacidad de turistas que puede albergar el establecimiento para tratar de cubrir una parte de la demanda insatisfecha, su aforo está considerado para todos los fines de semana y los días considerados como feriados fijados por el gobierno nacional y los establecidos en la actualidad.

3.4.1. CAPACIDAD INSTALADA DE LA HOSTERÍA

La capacidad de las instalaciones para la hostería se considera en un número de 56 plazas (personas); determina mediante un cálculo sencillo del número de habitaciones multiplicadas para la capacidad de personas aproximada por habitación, expresado claramente a continuación:

3.4.2. Cálculo de las plazas proyectadas

Plazas proyectadas = Número de habitaciones * Capacidad de personas por habitación

3.4.2.1. Número de habitaciones = 14 Habitaciones

3.4.2.2. Capacidad de personas por habitación = 4

Plazas Proyectadas = 14 * 4

PLAZAS PROYECTADAS = 56 PERSONAS

3.4.3. NÚMERO DE CLIENTES PROYECTADOS AL AÑO EN LA HOSTERÍA

La institución tendrá una cantidad de turistas aproximados al año de 3.761 personas que albergaría, considerando que del 100% de su capacidad anual; ésta hospede un 46%.

3.5. ASPECTOS TÉCNICOS O INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.5.1. TERRENO

A través del número de visitantes al que se pretende brindar los servicios, la nueva hostería pretende ofrecer instalaciones adecuadas que conforten a los bañistas, para esto se pretende implantar la hostería en un terreno de 750 metros cuadrados; estipulados en el contrato de compra y venta, se debe aclarar que este contrato ha concluido con la adquisición del bien e inscripción de la escritura pública se encuentra en proceso por las partes interesadas como referencia a lo anterior se adjunta la copia del contrato de compra venta, como se aprecia en el Anexo No. 5.

Sus dimensiones se encuentran dadas en la parte frontal con una extensión de 25 m² y de fondo de 30 m²; y una superficie plana que disminuye los costos de preparación del suelo para la construcción de nuestro centro.

3.5.2. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

La superficie del terreno, se la divide en diversos espacios, permitiendo una distribución física adecuada de sus instalaciones detalladas en el Anexo No. 6 del plano de edificación y presupuesto de construcción; brindando bienestar a los visitantes y optimizar al máximo el área del terreno, de este modo se logra obtener los siguientes servicios.

3.5.2.1. Área Administrativa y Recepción

Esta área se encuentra ubicada en la planta baja del establecimiento; en la parte frontal en la entrada principal del establecimiento.

3.5.2.2. Área de Limpieza y Mantenimiento

Dentro de este espacio constan las secciones de lavandería y bodega; que se encuentran situadas en la parte superior de la hostería junta al cubre gradas.

3.5.2.3. Área del Bar - Restaurant

La zona del bar – restaurant, se ubica dentro de la planta baja; junto la gradería de la planta alta; constará de las secciones de cocina, bar y baterías sanitarias.

3.5.2.4. Centro Estético

El centro estético estará situado en la parte frontal de la planta baja junto el área administración.

3.5.2.5. Área Infantil

La institución dispone de una estructura de recreación infantil; situada en la planta baja en la parte central de la edificación.

3.5.2.6. Parqueadero

El parqueadero estará ubicado en la parte lateral izquierda de la distribución de instalaciones, adyacente al área administrativa, centro estético y la estructura infantil.

3.5.2.7. Área de Hospedaje

Las habitaciones con las que contaría el proyecto son de catorce y se encuentra distribuidas en la planta superior e inferior, con baño privado y con una capacidad por habitación de entre tres y cuatro personas aproximadamente.

3.5.3. DISEÑO DE CONSTRUCCIÓN

El proyecto estructural de la hostería se fundamenta, en las técnicas y procedimientos habituales de la construcción, basados en infraestructura hotelera de la región costera; de este modo se plantea la ejecución de la obra en hormigón armado, mampostería de bloque y los componentes necesarios para cada uno de los elementos de los servicios básicos con los que debe contar un establecimiento de estas características.

3.5.4. ESTIMACIONES DE CONSTRUCCIÓN

Los costes de construcción se encuentran fijados de acuerdo a los precios unitarios establecidos por la Cámara de Construcción y a un programa de obra civil estimada por metro cuadrado de edificación.

Esto permite obtener una referencia de inversión para el proyecto, basado en los diversos materiales a utilizar y sus costos unitarios; válidos a los planos arquitectónicos y estructurales del proyecto de hostería.

En la ejecución de proyecto básicamente en la edificación, se podrá realizar en su totalidad o edificarse por etapas según la conveniencia del propietario.

3.6. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS

La disponibilidad de los recursos es el factor primordial para todo proyecto de inversión, puesto que aquí se define las dimensiones y capacidad del proyecto; en los aspectos económicos, financieros, maquinaria y equipos (inversión fija, variable y diferida).

3.6.1. RECURSO ECONÓMICO

El recurso económico es un factor importante para la ejecución del proyecto; llegando a establecer una inversión propia y el financiamiento requerido para llevar a cabo la edificación de la hostería. El cuadro siguiente señala las fuentes de financiamiento:

CUADRO No. 31
INVERSIÓN DEL PROYECTO

INVERSIÓN PROPIA	107.800,00
INVERSIÓN FINANCIADA	83.716,00
TOTAL	191.516,00

FUENTE: Estudio Económico
ELABORACIÓN: El Autor

Dentro de la inversión propia se considera el valor del terreno adquirido y el monto disponible para la construcción del establecimiento; la fuente de financiamiento se lograría a través de líneas de créditos externo de la empresa.

3.6.2. TALENTO HUMANO

El talento humano considerado para la prestación de los servicios que se intenta instaurar y el buen funcionamiento de estos, se contempla de acuerdo a los departamentos o áreas que se detalla en el capítulo de la estructura administrativa del proyecto en los títulos referentes al organigrama estructura, las unidades estructurales y los servicios considerados con las que contará la hostería, siendo los siguientes:

CUADRO No. 32
TALENTO HUMANO REQUERIDO

TALENTO HUMANO REQUERIDO	NÚMERO DE EMPLEADOS
Administrador	1
Contador	1
Bar – Restaurante	2
Centro estético	1
Guardianía	1
TOTAL PERSONAL REQUERIDO	6

FUENTE: Estudio Económico

ELABORACIÓN: El Autor

Detallado el talento humano que requiere el proyecto en sus unidades administrativas y operativas; estas personas serán los responsables del buen desempeño de las actividades y la permanencia de los turistas.

A más de los sujetos que interviene en el desempeño de sus funciones, se contrataría personal adicional según la demanda en las temporadas vacacionales o feriados que posee el país. Se establece como ente principal al gerente propietario que velará por sus recursos económicos invertidos y en especial en el control y delegación de responsabilidades que debe existir, evitando el sobrecargo del trabajo.

3.6.3. TECNOLOGÍA

En el desarrollo de las actividades de la hostería, se considera utilizar diversos equipos de oficina, equipos de computación, maquinaria y equipos, muebles y enseres y por último el menaje de habitaciones y del bar restaurant.

3.6.3.1. Equipos de Oficina

En el cuadro siguiente se detallan los posibles equipos de oficina con los que se contaría la hostería para el desempeño de actividades.

CUADRO No. 33
EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
TELÉFONO	1	50,00	50,00
ARCHIVADORES	1	80,00	80,00
ESCRITORIOS	1	180,00	180,00
SILLAS METÁLICAS	4	25,00	100,00
TOTAL	7	335,00	410,00
IMPREVISTOS 3%			12,30

FUENTE: Estudio Económico

ELABORACIÓN: El Autor

3.6.3.2. Equipos de Computación

En el cuadro se exponen los posibles equipos de computación con los que contaría la hostería para el desempeño de actividades.

CUADRO No. 34
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
COMPUTADOR	1	750.00	750.00
IMPRESORA	1	180.00	180.00
TOTAL	2	930.00	930.00
IMPREVISTOS 3%			27.90

FUENTE: Estudio Económico
ELABORACIÓN: El Autor

3.6.3.3. Maquinaria y Equipos

Para brindar un buen servicio, en el cuadro siguiente se detalla la maquinaria y equipos básicos con los que se contaría la hostería para la prestación de servicios.

CUADRO No. 35
MAQUINARIA Y EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
COCINA INDUSTRIAL	1	150.00	150.00
CAFETERA	1	100.00	100.00
CONGELADOR	1	650.00	650.00
LICUADORA	1	60.00	60.00
LAVADORA 10.5Kg	1	500.00	500.00
PLANCHA	1	30.00	30.00
PLANCHADOR	1	10.00	10.00
TELEVISOR	7	110.00	770.00
VENTILADORES	10	45.00	450.00
EQUIPO DE SONIDO	1	169.00	169.00
EQUIPOS DE CENTRO ESTÉTICO	1	350.00	350.00
TOTAL	25		3239.00
IMPREVISTOS 3%			97.17

FUENTE: Estudio Económico
ELABORACIÓN: El Autor

3.6.3.4. Muebles y Enseres

Para ofrecer un buen servicio, a continuación se puntualiza la muebles y enseres básicos con los que se contaría la hostería para la prestación de servicios.

CUADRO No. 36
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
CAMAS DE 2 PLAZAS	6	70.00	420.00
CAMAS DE 1 1/2 PLAZAS	22	60.00	1320.00
COLCHONES DE 2 PLAZAS	6	90.00	540.00
COLCHONES DE 1 1/2 PLAZAS	22	80.00	1760.00
JUEGO DE MESAS Y SILLAS PLÁSTICAS	10	25.00	250.00
ACCESORIOS DE COCINA	0	0.00	100.00
VELADORES	14	30.00	420.00
TOTAL	80	355.00	4810.00
IMPREVISTOS 3%			144.30

FUENTE: Estudio Económico

ELABORACIÓN: El Autor

3.6.3.5. Menaje o Moblaje

Para procurar un buen servicio, el moblaje o menaje básicos con los que se contaría el establecimiento en el desarrollo de sus actividades son:

CUADRO No. 37
MENAJE O MOBLAJE

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
JUEGO DE SABANAS 11/2 PLAZAS	35	15.00	525.00
JUEGO DE SABANAS 2 PLAZAS	10	16.00	160.00
ALMOHADA	30	5.00	150.00
TOALLAS	20	4.00	80.00
MOQUETAS PARA BAÑOS	14	3.00	42.00
ESPEJOS BAÑO	16	4.50	72.00
VAJILLA (24 PIEZAS)	2	25.00	50.00
CRISTALERÍA (12 PIEZAS)	4	6.00	24.00
CUBIERTOS (24 PIEZAS)	2	12.00	24.00
TOTAL	133		1127.00
IMPREVISTOS 3%			33.81

FUENTE: Estudio Económico

ELABORACIÓN: El Autor

Se debe considerar que estos recursos tecnológicos pueden variar de acuerdo a las necesidades que se presenten en la prestación de servicios.

3.7. DIAGRAMAS OPERATIVOS

3.7.1. DIAGRAMA DE BLOQUE

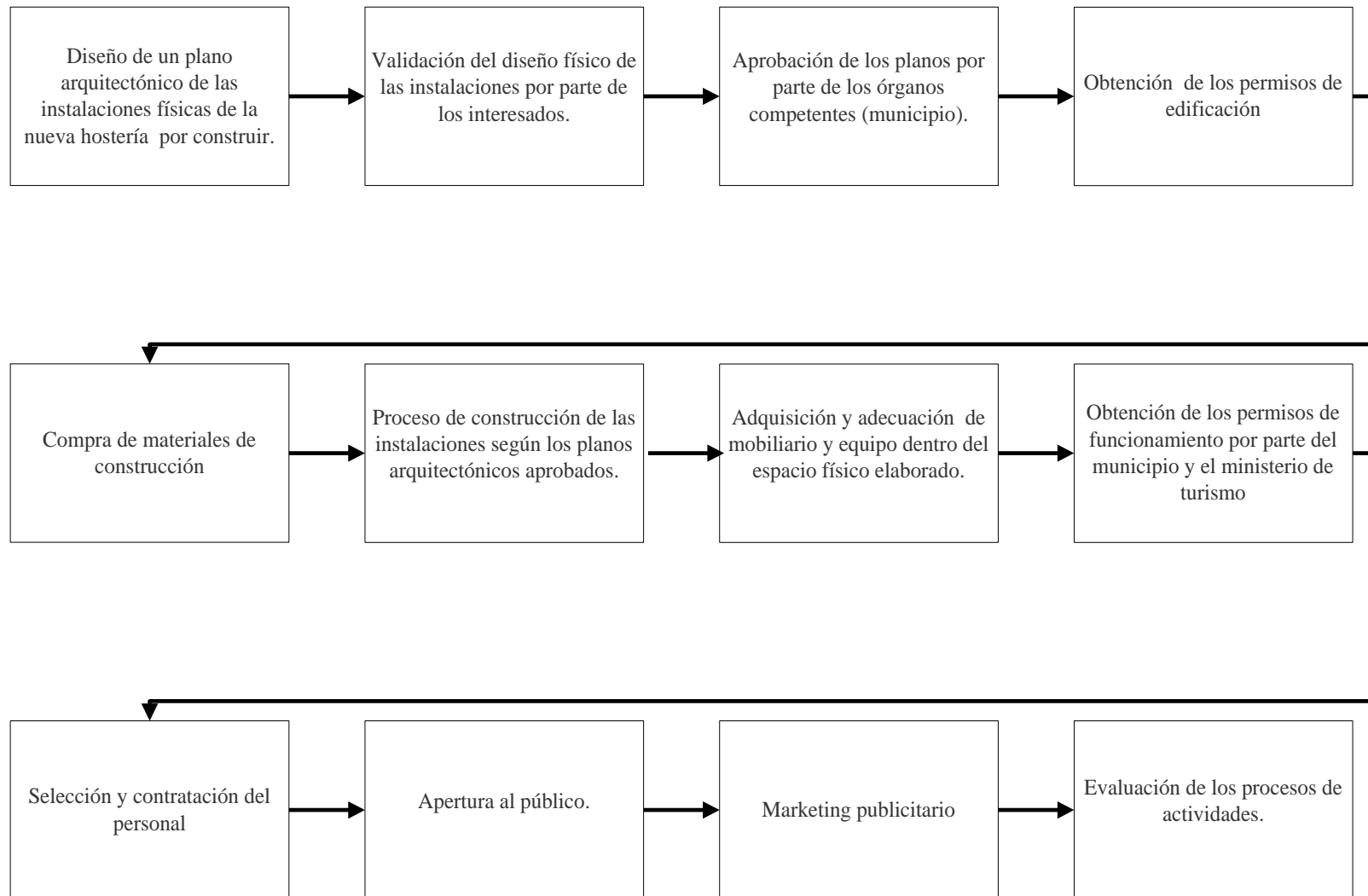
Por medio del presente diagrama de bloque se pretende avizorar una esquematización del proceso en forma generalizada y secuencial, que señale el objetivo o propósito técnico del presente proyecto de investigación que se encuentra en desarrollo.

En conclusión este tipo de diagrama permite visualizar los diferentes procesos y actividades a realizar dentro de la edificación y ejecución del proyecto de la nueva hostería, con el cual se pretende alcanzar el objetivo primordial de esta investigación.

3.7.1.1. Actividades

- a.** Diseño de un plano arquitectónico de las instalaciones físicas de la nueva hostería por construir.
- b.** Validación del diseño físico de las instalaciones por parte de los interesados.
- c.** Aprobación de los planos por parte de los órganos competentes (municipio).
- d.** Obtención de los permisos de edificación.
- e.** Compra de materiales de construcción.
- f.** Proceso de construcción de las instalaciones según los planos arquitectónicos aprobados.
- g.** Adquisición y adecuación de mobiliario y equipo dentro del espacio físico elaborado.
- h.** Obtención de los permisos de funcionamiento por parte del municipio y el ministerio de turismo.
- i.** Selección y contratación del personal.
- j.** Apertura al público.
- k.** Marketing publicitario.
- l.** Evaluación de los procesos de actividades.

3.7.1.2. Diagrama de bloque



3.7.2. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DE SERVICIOS

El presente diagrama de flujo de procesos sobre la prestación de servicios, tiene por objetivo expresar gráficamente las distintas tareas o actividades que componen un proceso u operaciones, estableciendo de esta manera una secuencia cronológica y visual del proceso de cómo se deben realizar cada una ellas.

La importancia del diagrama de flujo de procesos en la parte administrativa; está basada en la formulación, análisis y solución de problemas o posibles consecuencias que puede presentarse en el desarrollo de las actividades a desempeñar por cada uno de los miembros que intervengan en el buen funcionamiento de las actividades.

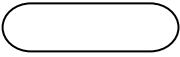

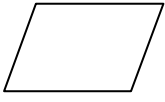
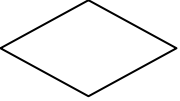

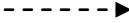


Adicional a lo expresado en el párrafo anterior este diagrama permite identificar los pasos redundantes, los conflictos de autoridad, las responsabilidades, los cuellos de botella y los puntos de decisión; Son una excelente herramienta para capacitar a los nuevos empleados y también a los que desarrollan la tarea, cuando se realizan mejoras en el proceso.

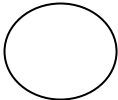

Para la realización del diagrama de flujo debemos contar con un análisis lógico de lo que se quiere expresar o representar, es decir, hacer un breve razonamiento al problema o a dicha situación para luego representarlo en el diagrama de flujo.

Para poder desarrollar diagramas de flujo se requiere el empleo de símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso los mismos que se observan a continuación.

CUADRO No. 38

SÍMBOLOS DE LA NORMA ANSI PARA ELABORAR DIAGRAMAS DE FLUJO

NOMBRE	SÍMBOLO	REPRESENTA
INICIO / FIN		Este se utiliza para representar el inicio o el fin de un algoritmo. También puede representar una parada o una interrupción programada que sea necesaria realizar en un programa.
PROCESO		Este se utiliza para un proceso determinado, es el que se utiliza comúnmente para representar una instrucción, o cualquier tipo de operación que origine un cambio de valor.
ENTRADA/SALIDA		Este símbolo es utilizado para representar una entrada o salida de información, que sea procesada o registrada por medio de un periférico.
DECISIÓN Y RATIFICACIÓN		Este es utilizado para la toma de decisiones, ramificaciones, para la indicación de operaciones lógicas o de comparación entre datos.
FLUJO DEL PROGRAMA		Este es utilizado para indicar la secuencia del diagrama de flujo, es decir, para indicar el sentido de las operaciones dentro del mismo.
FLUJO DE INFORMACIÓN		Este es utilizado para indicar la secuencia de la información dentro del proceso.
DOCUMENTO		Este es utilizado para representar la salida de información por medio de la impresora.
COPIA DEL DOCUMENTO		Se la utiliza para representar la copia del documento original.

FUENTE DE REGISTRO EN EL LIBRO MAYOR		Se la emplea en el proceso del registro de las actividades originadas en un documento comercial que indica el débito y crédito.
ARCHIVO PERMANENTE		Se la emplea para archivar documentos de manera numérica
NOTAS ACLARATORIAS	* (1) * (2) * (3)	Se la utiliza como referencias o reseñas del proceso o actividad a desempeñarse.

FUENTE: Diagrama de Flujo (www.monografias.com)

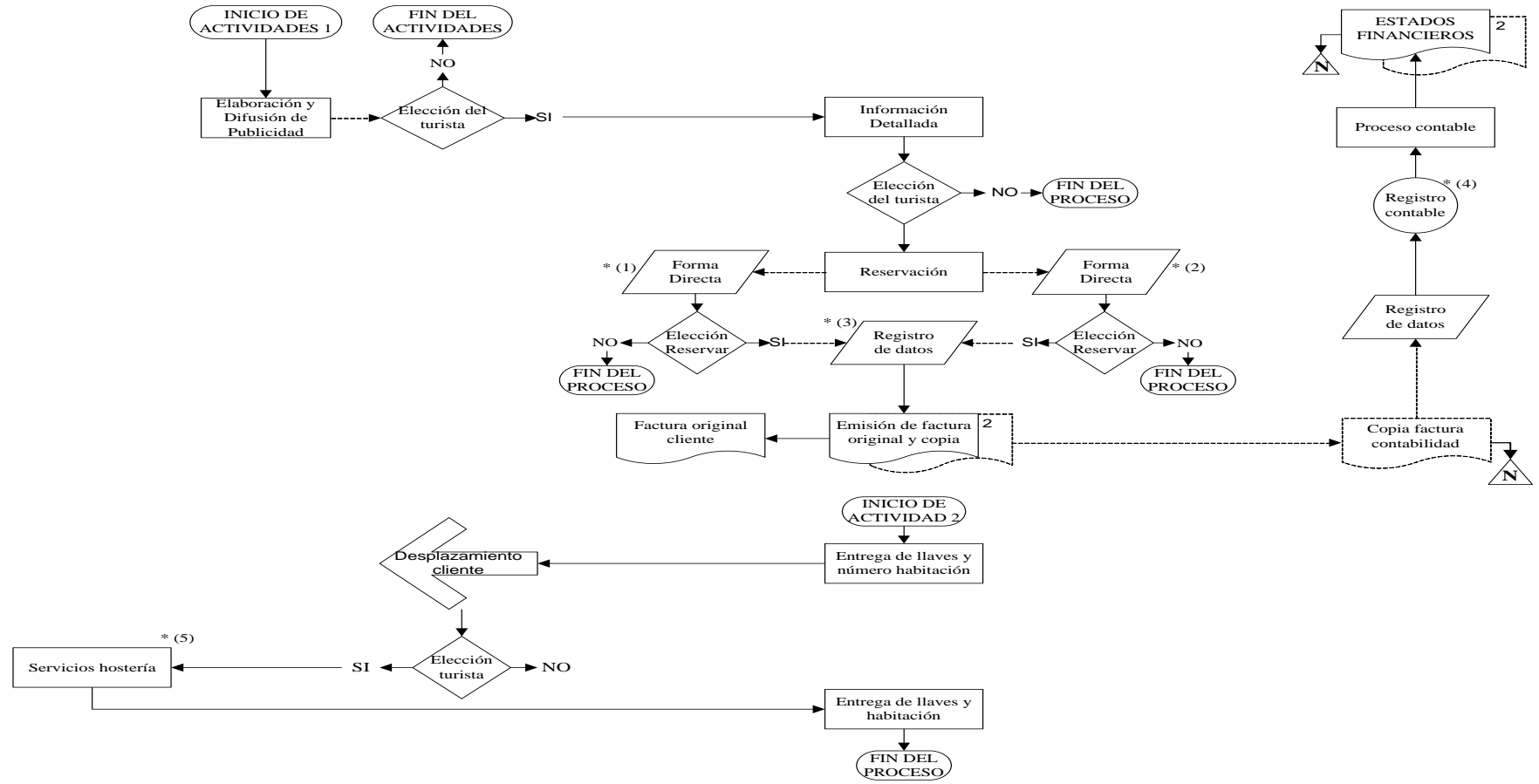
ELABORACIÓN: Antonio Millán (Antonio millan@hotmail.com)

3.7.2.1. Actividades del proceso de prestación de servicios

- a. Elaboración y difusión de publicidad.
- b. Información detallada por parte del área administrativa y recepción
- c. Reservaciones de forma directa o indirecta
- d. Registro de datos de los clientes
- e. Emisión de factura
- f. Entrega de llaves y habitaciones a los clientes
- g. Recreación personal por parte de los clientes (servicios y balneario).
- h. Entrega de llaves y habitaciones por parte del cliente.

A continuación se muestra el diagrama de flujo de proceso de la hostería y sus respectivas notas aclaratorias:

SERVICIOS	GERENTE PROPIETARIO	CLIENTE	ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN	CONTABILIDAD
------------------	----------------------------	----------------	--	---------------------



NOTAS ACLARATORIAS:

- * **(1)** La reservación en forma directa, se llevara a cabo cuando el turista o cliente se traslade personalmente a las instalaciones y se informe de las vacantes y costos; y tomar su decisión.

- * **(2)** La reservación en forma directa se la podrá realizar mediante la información por vía telefónica informándose de los costos y vacantes; luego de haber realizado el respectivo depósito y su confirmación.

- * **(3)** En el área administrativa y de recepción se registran los datos del cliente de manera detallada para luego emitir la respectiva factura.

- * **(4)** Se efectúa el respectivo registro contable de la actividad económica desarrollada para luego emitir los Estados Financieros.

- * **(5)** El turista realiza actividades de recreación personal con los servicios que se cuenta, en especial la playa.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO

A continuación se presenta una breve explicación en lo que respecta al objetivo de un análisis económico financiero que nos proyecta una evaluación económica del proyecto de inversión; ya que a través de este estudio o evaluaciones realizadas podemos saber si es beneficioso o no dicha inversión.

El estudio o análisis Económico – Financiero o Evaluación Económica de un Proyecto, está basado en aspectos matemáticos y análisis financieros, con los cuales se puede determinar la factibilidad o viabilidad económica del proyecto. Este debe estar concebido desde el punto de vista técnico y debe cumplir con el objetivo mencionado; en otras palabras trata de estudiar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no.

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la ejecución de la hostería, así como los indicadores que servirán de base para indicar el tiempo de recuperación de la inversión.

4.1. INVERSIÓN

La inversión total para la instalación y operación de la hostería, se estima en 196.487,00; la misma que se encuentra clasificada en inversión fija, variable y diferida; como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 39
CLASES DE INVERSIÓN

TIPO DE INVERSIÓN	VALOR
Inversión Variable (Capital de trabajo)	1.500,00
Inversión Fija (Activos productivos)	189.516,00
Inversión Diferida	500,00
INVERSIÓN TOTAL	191.516,00

4.2. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

La inversión de este proyecto está basada en el financiamiento propio y a través de un crédito por medio de una institución financiera. En el cuadro siguiente señala la clase de inversión y sus respectivos valores.

CUADRO No. 40
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN PROPIA	107.800,00
INVERSIÓN FINANCIADA	83.716,00
TOTAL	191.516,00

La estructura de financiamiento del proyecto comprende un 56% como inversión propia y el restante 44% se considera una inversión financiada. Se debe recordar que el monto de la inversión puede variar en la ejecución misma del proyecto, los costos de los materiales construcción, equipos, maquinaria, muebles, moblaje y todo artículo que comprenda el desarrollo de la actividad están sujetos a cambios en el mercado.

4.3. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO (TRM) DE LA INVERSIÓN

4.3.1. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

La inversión que representa el proyecto consta de dos partes como se observa en la estructura de financiamiento un aporte propio y el financiado. El aporte propio es la erogación económica disponible por parte del propietario y posee una rentabilidad equivalente al rendimiento promedio de la tasa pasiva del mercado financiero.

Los fondos financiados son los recursos económicos a obtenerse en el mercado financiero con una tasa activa cobrada por su uso según las condiciones económicas imperantes.

CUADRO No. 41
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MONETARIO	% DE COMPOSICIÓN	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	107.800,00	55%	5.14	2,85
INVERSIÓN FINANCIADA	86.587,00	45%	9.18	4,09
INVERSIÓN TOTAL	194387,00	100%	14.32%	6,94
COSTO DE OPORTUNIDAD (Ck)				6,94%

Las tasa de ponderación a las que se hace referencia en el cuadro del costo de oportunidad para la inversión propia es la tasa pasiva y la inversión financiada es la tasa activa datos obtenidos de la página Web del Banco Central; estos datos permiten obtener el valor ponderado a las que están sujetas las clases de inversión, es decir, el costo de oportunidad para cada una de ellas, dadas por el porcentaje de composición y las tasas de ponderación.

El costo de oportunidad de la inversión a la que está sujeta la edificación y puesta en marcha del proyecto es la erogación inicial del efectivo, constituida en este caso por valores monetario y activos productivos, con el propósito de obtener una rentabilidad, es decir, representa el sacrificio de rentabilidad cuando se analiza la colocación del dinero en el mercado competitivo.

4.3.2. TASA DE RENDIMIENTO (Trd(i))

Para esta tasa se han determinado dos elementos básicos el Costo de Oportunidad (Ck = 6,94%) y el Riesgo País (Rp = 3089 puntos); el dato del riesgo país se obtuvo en la página Web del Banco Central.

Su fórmula es: **Trd(i) = (1 + Ck) (1 + Rp) - 1**

$$\text{Trd (i)} = (1 + 0,694) (1 - 0,3089) - 1$$

$$\text{Trd (i)} = 0,3997$$

$$\text{Trd (i)} = 39,97\%$$

- ✓ La tasa de riesgo país es un dato flotante que depende de las condiciones económicas del país.

- ✓ La tasa activa y pasiva del costo de oportunidad también son flotantes porque dependen de las condiciones del mercado financiero del país.

4.4. PRESUPUESTOS

Los presupuestos dentro del proyecto de la edificación de la hostería, es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas en las actividades económicas a desempeñar.

4.4.1. PRESUPUESTO INGRESOS

Los ingresos proyectados de este proyecto provienen de la prestación de servicios de hospedaje, alimentación; para la determinación de sus valores, se toma como base la capacidad total anual del establecimiento para albergar a turistas con una media de días de hospedaje de 2,5; de los cuales se ha considerado el 30% de su aforo para desarrollar sus actividades y un crecimiento anual promedio 7.96%, porcentaje obtenido de la proyección de la demanda del Cuadro No. 28 del estudio de mercado.

El importe de estos servicios es de \$ 10,00 por día de hospedaje por persona y \$ 7,50 por alimentación diaria por cliente (promedio días de hospedaje 2,5 días). Además de la prestación de estos servicios se implanta un pequeño centro estético con

un importé promedio de \$ 5,00 por personas; el número de cliente se estima un 35% de turistas proyectados que albergaría anualmente la hostería.

PRESUPUESTO INGRESOS

DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013
Turistas proyectados	2,453	2,648	2,859	3,086	3,332
Precios de hospedaje por días promedio	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
INGRESOS PROYECTADOS	61.320,00	66,201.07	71,470.68	77,159.74	83,301.66
Turistas proyectados centro estético	858	927	1,001	1,080	1,080
Precio por servicios de centro estético	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
INGRESOS PROYECTADOS	4,92,40	4,634.08	5,002.95	5,401.18	5,401.18
Turistas proyectados	2.453	2,648	2,859	3,086	3,332
Precio de alimentación (días promedio)	18,75	18,75	18,75	18,75	18,75
INGRESOS PROYECTADOS	45,990.00	49,650.80	53,603.01	57,869.81	62,476.24
INGRESO TOTAL PROYECTADO	111,602.40	120,485.95	130,076.63	140,430.73	151,179.08

4.4.2. PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES

Los costos operacionales son todos los desembolsos y deducciones necesarios para producir y vender los productos o mercancías de la empresa o para prestar sus servicios; a continuación se presenta el presupuesto de costos operacionales.

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES

DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013
Insumos	20.695,50	22.342,86	24.121,35	26.041,41	28.114,31
Suministros de limpieza	1.008,00	1.088,24	1.174,86	1.268,38	1.369,34
Servicios básicos	3.390,00	3.659,84	3.951,17	4.265,68	4.605,23
Suministros centro estético	1.287,72	1.390,22	1.500,88	1.620,35	1.749,33
COSTO TOTAL PROYECTADO	26.381,22	28.481,17	30.748,27	33.195,83	35.838,22
COSTO UNITARIO PROYECTADO	10,76	10,76	10,76	10,76	10,76

Los costos de producción están basados en el crecimiento de turistas proyectados que es del 7,96% anual respecto al año base y posteriormente al año subsiguiente.

Los costos en especial de los insumos representan un 45% de los ingresos por alimentación a expendirse y de igual tratamiento se considera con los suministros del centro estético con un porcentaje del 30% de sus ingresos totales.

Los suministros de limpieza están constituidos por Jabón de tocador, shampoo, papel higiénico, desinfectantes los mismos que poseen tiempo de duración promedio de 2 días considerando las unidades por habitación a utilizar.

Los servicios básicos a utilizar son energía eléctrica, agua potable y teléfono; el costo de estos se establece anualmente y crecerán de acuerdo al crecimiento clientes a hospedar; el tratamiento de los costos operativos se puede analizar de mejor manera en el Anexo No. 7.

4.4.3. PRESUPUESTO DE GASTOS

Los gastos a incurrir; son aquellos que nos permita desarrollar la prestación de servicios, el desgaste natural de los activos productivos, sin el menaje o moblaje puesto que este tendrá un tratamiento de inventario; los gastos financieros por el crédito y un imprevisto del 3% del monto de los activos productivos. Los ítems que intervienen en el presupuesto de gastos y su tratamiento se pueden observar en el No. 8.

PRESUPUESTO DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013
Sueldos Fijos Administrativos	9719.70	9719.70	9719.70	9719.70	9719.70
Sueldos fijos operativos	8942.66	8942.66	8942.66	8942.66	8942.66
Gastos por Depreciación	8775.87	8775.87	8775.87	8465.90	8465.90
Gastos de constitución	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Publicidad	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Gastos Financieros	7623.10	7363.45	7079.43	6768.73	6428.85
Imprevistos	315.48	315.48	315.48	315.48	315.48
GASTOS TOTALES PROYECTADOS	36476.81	35717.16	35433.14	34812.47	34472.59

4.5. ESTADOS PRO FORMA

4.5.1. BALANCE DE ARRANQUE

Para instituir la edificación y la prestación de los servicios, se elabora el balance de arranque para el año cero que es el siguiente:

ACTIVOS		
Activos Circulantes		1500.00
Capital de Trabajo (inversión variable)	1500.00	
Inversión Diferida		500.00
Activos Fijos		189516.00
Terreno	17800.00	
Obra civil (edificación)	161200.00	
Muebles y enseres	4810.00	
Equipo de Oficina	410.00	
Equipo de Computación	930.00	
Maquinaria y equipos (operativos)	3239.00	
Menaje	1127.00	
TOTAL DE ACTIVOS		<u>191516.00</u>
 PASIVOS		
Inversión financiada	83716.00	
TOTAL PASIVOS		<u>83716.00</u>
 CAPITAL Y PATRIMONIO		
Inversión Propia	107800.00	
TOTAL CAPITAL Y PATRIMONIO		<u>107800.00</u>
 TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		 <u>191516.00</u>

El desglose de cada uno de los activos fijos que intervienen en el balance de arranque se encuentra visible en el capítulo del estudio técnico dentro de la disponibilidad de recursos.

4.5.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS

Dentro del estado de pérdidas y ganancias elaborado se puede apreciar un superávit en cada uno de los años de la vida útil del proyecto; luego de las deducciones realizadas a partir de los ingresos proyectados, costos y gastos, pago del 25% de Impuesto a la Renta y 15% Participación Trabajadores (PTU).

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (PROYECTADO)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión					
Ingresos por servicios hospedaje	61320.00	66201.07	71470.68	77159.74	83301.66
Ingreso por servicios de centro estético	4292.40	4634.08	5002.95	5401.18	5401.18
Ingresos por alimentación	45990.00	49650.80	53603.01	57869.81	62476.24
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	111602.40	120485.95	130076.63	140430.73	151179.08
Costos Operativos Proyectados	26381.22	28481.17	30748.27	33195.83	35838.22
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	85221.18	92004.79	99328.37	107234.90	115340.87
Sueldos Fijos Administrativos	9719.70	9719.70	9719.70	9719.70	9719.70
Sueldos fijos operativas	8942.66	8942.66	8942.66	8942.66	8942.66
Depreciación	8775.87	8775.87	8775.87	8465.90	8465.90
Gastos de constitución	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Publicidad	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Imprevistos	315.48	315.48	315.48	315.48	315.48
TOTAL EGRESOS	28853.71	28353.71	28353.71	28043.74	28043.74
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	56967.47	64251.08	71574.66	79791.16	87897.13
Gastos Financieros	7623.10	7363.45	7079.43	6768.73	6428.85
UTILIDAD PROYECTADA	49344.37	56887.62	64495.23	73022.44	81468.28
15% PTU	7401.66	8533.14	9674.28	10953.37	12220.24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	41942.72	48354.48	54820.95	62069.07	69248.04
25% DE IMPUESTOS	10485.68	12088.62	13705.24	15517.27	17312.01
UTILIDAD NETA PROYECTADA	31457.04	36265.86	41115.71	46551.80	51936.03

4.5.3. FLUJO DE CAJA

A continuación se presenta el flujo de caja.

DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	-191.516,00					
Ingresos por servicios hospedaje		61320.00	66201.07	71470.68	77159.74	83301.66
Ingreso por servicios de centro estético		4292.40	4634.08	5002.95	5401.18	5401.18
Ingresos por alimentación		45990.00	49650.80	53603.01	57869.81	62476.24
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		111602.40	120485.95	130076.63	140430.73	151179.08
Costos Operativos Proyectados		26381.22	28481.17	30748.27	33195.83	35838.22
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA		85221.18	92004.79	99328.37	107234.90	115340.87
Sueldos Fijos Administrativos		9719.70	9719.70	9719.70	9719.70	9719.70
Sueldos fijos operativas		8942.66	8942.66	8942.66	8942.66	8942.66
Depreciación		8775.87	8775.87	8775.87	8465.90	8465.90
Gastos de constitución		500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Publicidad		600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Imprevistos		315.48	315.48	315.48	315.48	315.48
TOTAL EGRESOS		28853.71	28353.71	28353.71	28043.74	28043.74
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA		56967.47	64251.08	71574.66	79791.16	87897.13
Gastos Financieros		7623.10	7363.45	7079.43	6768.73	6428.85
UTILIDAD PROYECTADA		49344.37	56887.62	64495.23	73022.44	81468.28
15% PTU		7401.66	8533.14	9674.28	10953.37	12220.24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		41942.72	48354.48	54820.95	62069.07	69248.04
25% DE IMPUESTOS		10485.68	12088.62	13705.24	15517.27	17312.01
UTILIDAD NETA PROYECTADA		31457.04	36265.86	41115.71	46551.80	51936.03
Depreciación		8775.87	8775.87	8775.87	8465.90	8465.90
Capital Pagado		2764.92	3024.56	3308.59	3619.29	3959.16
FLUJO NETO DE CAJA	-191.516,00	37467.99	42017.17	46582.99	51398.42	56442.76

Con el fin de establecer la liquidez y el riesgo que puede tener la empresa en marcha, se elabora el cuadro de flujo neto de caja proyectado, que generaría la institución durante la vida útil de la misma, pudiendo observarse en cada uno de los años los resultados son positivos logrando en el primer año \$ 31.604,27.

4.6. INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONÓMICA

4.6.1. VALOR PRESENTE NETO (VAN)

El valor presente neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma, determinado a través de la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = (\text{Inversión}) + \sum FC / (1+i)^n$$

a. Simbología:

FC: Flujos de caja proyectados

i : Tasa de descuento

n : Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

b. Desarrollo:

$$\text{VAN} = < 191516.00 > + 37.467,99 / (1,3993)^1 + 42.017,17 / (1,3993)^2 + 46.582,99 / (1,3993)^3 + 51.398,42 / (1,3993)^4 + 56.442,76 / (1,3993)^5$$

$$\text{VAN} = \mathbf{63652.64}$$

Al tener el valor presente neto positivo significa que es atractiva la inversión; considerando el incremento de visitantes nacionales como extranjeros; a pesar del

riesgo país que en la actualidad se encuentra muy elevado; por las condiciones económicas que se atraviesa a nivel mundial y considerando a la capacidad de hospedaje en un 35%.

4.6.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero (0).

Nuestra tasa interna de retorno es del 7%, esta rentabilidad sobre nuestra inversión, es pequeña dados los factores macroeconómicos vigentes a nivel mundial; que elevan el riesgo país el mismo que es un pre determinante que incrementa nuestra tasa de rendimiento.

4.6.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto en el cual las ganancias igualan a las pérdidas; es decir, el punto de equilibrio define cuándo una inversión genera una rentabilidad positiva.

Considerando el punto donde las ventas o las rentas y igualan a los costos; en el caso de la inversión para la construcción y puesta en marcha del proyecto se estima que a partir de los 3.877 turistas que utilicen nuestros servicios se comienza a recuperar la inversión.

El cálculo de esta cifra se la realiza por medio de la siguiente fórmula:

PUNTO DE EQUILIBRIO (PE) = Gastos fijos (inversión)/ Margen de contribución (MG)

$$PE = 189.516,00 / 48,75 - 10,76$$

$$PE = 3.877 \text{ turistas}$$

Nota: El margen de contribución, es igual al precio de venta (PV); menos el costo variable unitario (CV)

4.6.4. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El periodo o tiempo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Cuando se analiza los proyectos de inversión, es mejor el que tiene el menor tiempo de recuperación de la inversión, porque es relevante analizar los flujos después del tiempo previsto para recuperar la inversión.

Para determinar el tiempo de recuperación de la inversión se plantea el siguiente tratamiento:

$$TRI = (\text{Inversión} * \text{vida útil del proyecto}) / \sum FC$$

$$TRI = (191516.00 * 5) / 233,909.33$$

$$TRI = \quad \quad \quad \mathbf{4,09 \text{ AÑOS}}$$

El tiempo para recuperar la inversión es de cuatro años aproximadamente teniendo en cuenta el porcentaje de capacidad de la hostería considerado para la ejecución del proyecto; avizorando un periodo de recuperación aceptable.

4.6.5. BENEFICIO COSTO

Este método sirve para juzgar como retorna los ingresos en relación a los egresos, para éste cálculo se utilizan los ingresos y gastos del flujo de efectivo.

Su fórmula es la siguiente:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Egresos} (1+i)^n}$$

$$B/C = 121866.95 / 98832.47$$

$$B/C = 1.23$$

Eso significa que por cada dólar gastado se genera 0,23 centavos de dólar.

CAPITULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

5.1. MARCO LEGAL DE LA MICROEMPRESA HOTELERA

El marco legal que engloba todo proyecto turístico, se encuentra enmarcado dentro de la Ley de Turismo. “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.”

Se debe reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y el Estado en cuanto al fomento y promoción del turismo nacional dentro y fuera del país; protección al turista, protección de los recursos naturales, entre otros; a través del Ministerio de Turismo y sus estamentos.

En la presente Ley, el Estado garantiza el derecho de toda actividad turística a efectuarse dentro del territorio ecuatoriano, los mismos se deben encontrar dentro de los principios de:

- a. La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico.
- c. El fomento de la infraestructura nacional y mejoramiento de los servicios básicos, garantizando la satisfacción del turista.

- d. La conservación de los recursos naturales y culturales del país.
- e. La iniciativa y participación comunitaria de los pueblos del Ecuador preservando su cultura y tradiciones, su identidad y su ecosistema; y participando en la prestación de servicios turísticos.

La Ley de Turismo (2002), expresa en su Art. 25: "...El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales".

Par comprender el párrafo anterior, se considera lo expresado en La Constitución Política de la República en su artículo No. 271 que expresa: "El Estado garantizará los capitales nacionales y extranjeros que se inviertan en la producción, destinada especialmente al consumo interno y a la exportación. La ley podrá conceder tratamientos especiales a la inversión pública y privada en las zonas menos desarrolladas o en actividades de interés nacional.

El Estado, en contratos celebrados con inversionistas, podrá establecer garantías y seguridades especiales, a fin de que los convenios no sean modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase que afecten sus cláusulas".

A partir de estos artículos, el Estado Ecuatoriano establecerá las condiciones necesarias para garantizar al inversionista, en aspectos de régimen patrimonial, legal, tributario y laboral.

Para el ejercicio de cualquier proyecto turístico se requiere la obtención del registro único de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredita la idoneidad de los servicios a desempeñar.

5.1.1. REGISTRO ÚNICO DE TURISMO

El registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios sea este una persona natural o jurídica, antes de la ejecución de sus labores, por una sola vez en el Ministerio de Turismo.

5.1.1.1. Requisitos y formalidades para el registro:

- a. Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de Personas Jurídicas.
- b. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil, tratándose de Personas Jurídicas.
- c. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- d. Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural Ecuatoriana o Extranjera.
- e. Fotocopia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con autorización de utilizar la razón social.
- f. Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social. (Ministerio de Comercio Exterior).
- g. Copia del Certificado de votación.

- h. Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato.
- i. Lista de precio de los servicios ofertados, (original y copia).

Al efectuarse cualquier cambio en la declaración inicial se deberá notificar al Ministerio en un tiempo no mayor a 30 días de ocurrido el hecho; por ejemplo en los casos de transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

Este registro será mantenido por el Ministerio de Turismo, aun cuando este procedimiento pueda ser descentralizado, toda información relativa a este registro se mantendrá a nivel nacional; y el valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva actividad.

5.1.2. LICENCIA ÚNICA DE FUNCIONAMIENTO

Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro único de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, constituyéndose en la autorización legal para desempeñar los servicios turísticos, la misma que dará valor a las operaciones a desarrollarse y tendrá vigencia de un año y sesenta días del año siguiente.

Para la obtención de la licencia de funcionamiento se requiere:

- a. Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- b. Certificado de la Cámara Provincial de Turismo o del capítulo cantonal, de haber cumplido con las obligaciones gremiales.
- c. La Patente Municipal.
- d. Copia del RUC.
- e. Lista de Precios del establecimiento turístico.
- f. Formulario actualizado de la planta turística; (hoja de planta).
- g. Certificado de pago, de la Licencia del año anterior.
- h. Certificado otorgado por la Empresa Municipal de Turismo.

5.2. IMPORTANCIA DEL MARCO LEGAL

La importancia del marco legal que regirá para la apertura de cualquier establecimiento hotelero, en el caso del proyecto de la hostería en su conjunto de actividades, se considera los incentivos y beneficios que la ley otorga, los mismos que pueden acogerse siempre y cuando el proyecto turístico presentado al Ministerio de Turismo sea calificado y aprobado.

Los incentivos y beneficios en general a los que se puede acoger la hostería son básicamente:

- a. Exoneración total de los derechos de los impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos del registro de la empresa registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.
- b. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de proyecto hotelero cuya finalidad principal sea el turismo, esta exoneración tributaria se lograra durante un lapso de tiempo, previa calificación de categoría otorgada por el Ministerio de Turismo.
- c. Acceso al crédito o préstamos dentro de las Instituciones del Sistema Financiero, que deberá establecer líneas de financiamiento para todo proyecto turístico calificado por el Ministerio del ramo. Dichas instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de los empréstitos y cauciones.

5.3. TIPO DE EMPRESA

La presente empresa de servicios turísticos, pertenece al sector privado dada la procedencia de los valores económicos a invertir, el cual proviene del trabajo mancomunado de personas particulares.

La empresa que se pretende instaurar, pertenecerá al sector de servicios turísticos, constituyéndose en parte del sistema hotelero de la Provincia de Esmeraldas y del Balneario Las Peñas; y dada la legislación vigente en el Ecuador se registrará a las leyes y estatutos del Ministerio de Turismo y los estatutos de Federación Hotelera del Ecuador (AHOTEC).

5.4. BENEFICIARIOS

El proyecto en su constitución, tendrá beneficiarios directos e indirectos; los beneficiarios directos serán los inversionistas que buscan obtener un rédito económico por el aporte financiero que estos realizan, en un lapso de tiempo mediano, los turistas o clientes que buscan nuevas ofertas de distracción y satisfacción de necesidades; y los trabajadores y empleados que el nuevo establecimiento requiera para el desarrollo de sus actividades.

Las personas favorecidas indirectamente son todas aquellas personas que conforman los diversos servicios que ofrece el balneario, con lo cual existiría un incremento en la circulación de dineros que mejoraría la parte socio económico de la región.

5.5. MISIÓN Y VISIÓN

5.5.1. MISIÓN

La misión es la formulación de intenciones de un plan en cuanto a la consecución de sus operaciones, sus productos, el mercado y el talento humano que son el soporte del éxito de cualquier empresa de servicios, expresando de este modo la razón de ser de la hostería o de cualquiera de sus áreas.

La Hostería tendrá como misión:

“Ofrecer un servicio de alojamiento de buena calidad a todos los turistas nacionales y extranjeros que utilicen nuestras instalaciones en un ambiente agradable de relajamiento y distracción, haciéndolos sentir como si estuviera en su propio hogar”

5.5.2. VISIÓN

La visión es la proyección de la hostería dentro del mercado de servicios de hospedaje en un periodo de tiempo determinado que señale el rumbo y dirección del establecimiento que permita formular una estrategia de direccionamiento en la actualidad y años futuros.

La hostería tendrá como visión:

“Afianzarse dentro del mercado de servicios de hospedaje, que se desarrolla en la actualidad en el Balneario Las Peñas; en un tiempo no mayor a tres años a partir de la ejecución de actividades del proyecto”.

5.6. OBJETIVOS, METAS, PRINCIPIOS Y VALORES

5.6.1. OBJETIVOS

5.6.1.1. Brindar servicios de buena calidad, a todos y cada de los turistas o clientes que visiten el balneario y nuestras instalaciones.

5.6.1.2. Devolver la confianza de nuestros clientes, satisfaciendo sus necesidades con nuestros servicios.

5.6.1.3. Mejorar la imagen del balneario y del establecimiento promocionando sus atractivos y servicios respectivamente.

5.6.1.4. Posicionarse dentro del mercado de servicios de alojamiento.

5.6.2. METAS

Ratificar la confianza de los turistas al brindar un servicio de buena calidad, mejorando la imagen corporativa y del balneario; logrando posicionarse en el mercado de servicios de hospedaje en un periodo no mayor a tres años; considerando todos los recursos necesarios, de tal forma que permite medir la eficacia y eficiencia del cumplimiento de un programa de servicios a ofertar.

5.6.3. PRINCIPIOS Y VALORES

5.6.3.1. Integridad:

Un principio fundamental para el éxito de la hostería es brindar un trato justo a todos los usuarios o clientes de nuestro establecimiento, puesto que aquí radica el posicionamiento del mercado y la imagen del centro turístico.

5.6.3.2. Servicio:

Es uno de los valores fundamentales a desarrollar e inculcar en cada uno de los miembros que laboren dentro y fuera de la institución, para lograr que cada quien trabaje enfocando satisfacer las necesidades del cliente; brindando un servicios de buena calidad, con eficacia y eficiencia.

5.6.3.3. Excelencia:

Es el compromiso de hacer siempre mejor nuestras actividades, manteniendo una superación permanente.

5.6.3.4. Participación:

El éxito de la actividad empresarial es necesario integración entre el inversionista, personal y el turista puesto, de este modo se podrá desenvolver de buena manera el negocio.

5.6.3.5. Responsabilidad:

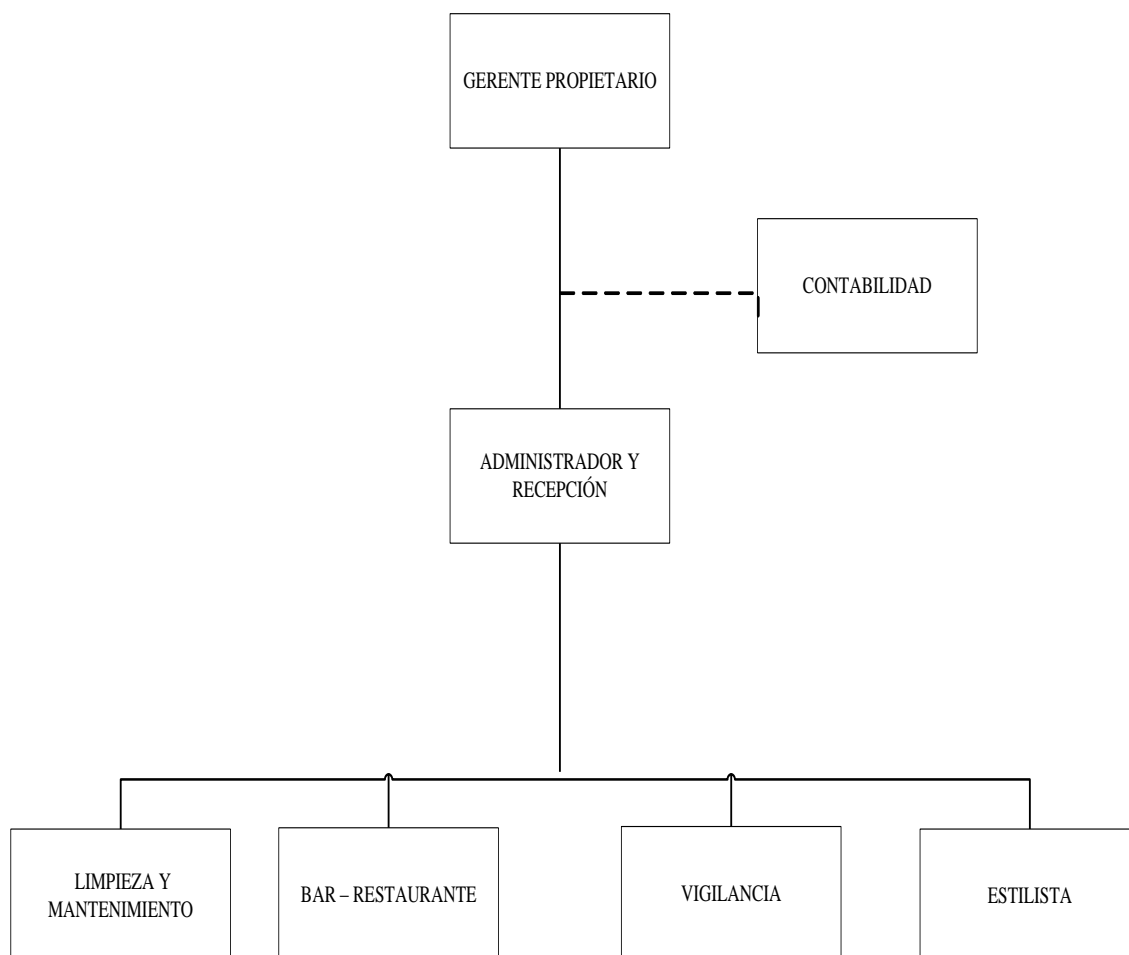
En el desempeño de las funciones dentro del centro turístico, es importante la responsabilidad como un hecho generador en el cumplimiento de las funciones asignadas.

5.7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La hostería en procura de desarrollar sus actividades, se considera el organigrama estructural como representación gráfica, que evidencia la estructura orgánica interna de la organización de una entidad, la misma que describe los patrones de responsabilidad, autoridad, especialización, comunicación, flujo de trabajo, división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y la relación que existe con cada una de las unidades de la organización.

Se debe tomar en cuenta que cada gráfica de representación organizacional no es uniforme para las empresas; este debe ajustarse a las características de los servicios a implantar y sus dimensiones físicas, recordando que ningún ente económico es fijo y siempre se encuentra cambiando por tales motivo, el organigrama se deberá reestructurar, de acuerdo a las necesidades planteadas en el desarrollo de sus funciones.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA HOSTERÍA



Este organigrama es el resultado de la creación de la estructura de una organización media en aspectos de servicios hoteleros, basados en los componentes que se pretende ofrecer al turista que visite nuestras instalaciones.

Con esta estructura organizacional expresa básicamente la relación que debe existir entre las funciones, niveles y actividades de los recursos buscando la eficiencia máxima en la realización a los objetivos y metas planteadas.

5.8. UNIDADES ESTRUCTURALES

Para comenzar se debe mencionar que los distintos departamentos que constituyen una organización de servicios hoteleros tienen gran importancia y no conviene destacar una mayor relevancia para uno u otro.

Un hostería es una empresa de servicios, y la sincronización, coordinación y control departamental es lo que va a determinar, además de su categoría, su reputación a nivel comercial sin olvidar que cada departamento tiene una funciones concretas y específicas, y que igualmente desempeña un papel dentro de la organización general dentro de la empresa.

5.8.1. GERENTE PROPIETARIO

El gerente propietario al ser el inversionista de dicha organización, se encuentra a cargo de la gerencia, siendo este departamento el responsable del éxito o fracaso de la empresa, es indispensable para dirigir los asuntos de la misma.

El gerente es el estratega y organizador que determina la estrategia, organiza el trabajo, administra personal, implanta sistemas de motivación, de información, de decisión, de control y delega responsabilidades; en pocas palabras es el líder de la entidad.

5.8.2. CONTABILIDAD

El departamento o área de contabilidad se encuentra al frente del registro del movimiento financiero de la empresa y de accesoria financiera, económica, tributaria y en los posible legal.

5.8.3. ADMINISTRACIÓN Y RECEPCIÓN

La administración y recepción es la unidad de la empresa, encargada de conferir su autoridad y no su responsabilidad, esta tiene como fin el desarrollo normal de las actividades de la organización, la misma que tendrá bajo su dependencia a los niveles operativos.

El departamento de recepción es la tarjeta de presentación del hotel. Tiene gran importancia de cara a la clientela, ya que es el primer departamento con el que el cliente tiene relación, bien sea de una forma personal a su llegada, bien a través de cualquier medio de comunicación, teléfono, fax, carta, etc., si hace reserva antes de su llegada.

La primera y última impresión son las que mayor importancia tienen para la mayoría de los clientes. La primera, debido a que el ser humano siempre se deja impresionar fácilmente por las imágenes, ésta va a predisponer a la mayoría de la clientela a favor o en contra del establecimiento según haya sido favorable o desfavorable para cada cliente.

5.8.4. LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

La actividad que desempeña esta área de servicios es la de reportar y mantener en buen estado las instalaciones físicas del establecimiento, limpiando y garantizando la higiene de la empresa.

5.8.5. VIGILANCIA

El objetivo de este departamento, es brindar seguridad a todas las personas que laboran y hacen uso de nuestras instalaciones, frente a posibles actos

de fuerza mayor que puedan darse, que afecten el desenvolvimiento de las actividades diarias.

5.9. FUNCIONES DEPARTAMENTALES

Las funciones departamentales, consideradas en este capítulo; son guías que dispondrán cada uno de los estamentos de la organización, es decir, son parámetros de tareas que deben cumplir los miembros de la hostería en sus actividades diarias; las mismas permitirán el control y desarrollo normal de sus tareas.

5.9.1. GERENTE PROPIETARIO (GERENCIA)

5.9.1.1. Organizar todo recuso económico y material para la consecución de los objetivos propuestos.

5.9.1.2. Panificar cada uno de los procesos financieros y operativos del establecimiento, garantizando el desarrollo normal de las actividades.

5.9.1.3. Evaluar los procesos desarrollados dentro de un periodo, tomar mediadas reformatorias; permitiendo la mitigación de consecuencias en los aspectos económicos.

5.9.1.4. Cuantificar la gestión realizada por parte de las unidades o departamentos en materia de ejecución y desarrollo de actividades.

5.9.1.5. Buscar alianzas estratégicas que permita la consecución de las metas propuestas por ejemplo en compra de insumos y publicidad.

5.9.2. CONTABILIDAD (CONTADOR)

- 5.9.2.1.** Recopilar toda la información financiera efectuada, que se originan en un documento legalmente constituido y aprobado.
- 5.9.2.2.** Llevar un registro cantable y financiero de las operaciones efectuadas dentro y fuera de la organización, que permita observar su situación económica.
- 5.9.2.3.** Emplear todos los principios, normas y leyes que sustenten el proceso contable y económico al que se sujetará la Hostería.
- 5.9.2.4.** Calcular los montos tributarios y arancelarios a cancelar por las actividades efectuadas.
- 5.9.2.5.** Asesorar a la gerencia en materia económica, de control interno y en lo posible en la parte legal.
- 5.9.2.6.** Presentar los Estados financieros de la entidad.

5.9.3. ADMINISTRACIÓN y RECEPCIÓN (ADMINISTRADOR)

- 5.9.3.1.** Controlar el desempeño del personal en la ejecución de sus funciones.
- 5.9.3.2.** Supervisar que los servicios ofertados se encuentren en buen estado.
- 5.9.3.3.** Conservar la imagen de la Hostería.

- 5.9.3.4.** Inculcar buen trato que debe existir por parte del personal con el cliente.
- 5.9.3.5.** Preparar informes sobre la capacidad del personal en cada una de las funciones a desempeñar.
- 5.9.3.6.** Informar las necesidades que el establecimiento requiera.
- 5.9.3.7.** Vocero entre el personal y propietario de la empresa hotelera
- 5.9.3.8.** Encargada de captar y manejar las solicitudes de las reservaciones.
- 5.9.3.9.** Tomar y confirmar las reservaciones y documentarlas.
- 5.9.3.10.** Recibir a los turistas que arriben al establecimiento y los miembros de las reservaciones efectuadas.
- 5.9.3.11.** Atender las sugerencias y quejas de huéspedes en la hostería en cuanto a la asignación de habitaciones y reservaciones.
- 5.9.3.12.** Monitorear la disponibilidad de habitaciones.
- 5.9.3.13.** Brinda información general de los servicios de la Hostería en manera personal o telefónica.
- 5.9.3.14.** Lleva el control de llegadas y salida de los huéspedes.
- 5.9.3.15.** Reporta al departamento de limpieza y mantenimiento cuales son las habitaciones con fines de aseo.
- 5.9.3.16.** Lleva un control de las llaves de las habitaciones.

5.9.3.17. Maneja y controla el dinero de los pagos efectuados; y proveniente de los depósitos correspondientes para garantizar las reservas.

5.9.4. LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

5.9.4.1. Conservar las instalaciones limpias y en buenas condiciones, para el confort del cliente y la imagen del establecimiento.

5.9.4.2. Efectuar las tareas de limpieza en corto tiempo, según asignación y como lo dispongan los superiores.

5.9.4.3. Reportar cualquier anomalía dentro y fuera de las instalaciones.

5.9.5. VIGILANCIA

5.9.5.1. Proteger a las personas como a la propiedad y toda clase de bienes.

5.9.5.2. Intervenir en evitación y extinción de incendios, siniestros y accidentes en general.

5.9.5.3. Poner en conocimiento del administrador o jefe superior de cualquier incidente en evitación de cualquier hecho delictivo o atentatorio.

5.9.5.4. Velar por el funcionamiento de las actividades tanto de los clientes como del personal que labora en las instalaciones.

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

La metodología de este capítulo, es considerar y señalar las posibles consecuencias que pueden acarrear o surgir en la implantación del proyecto, por tales motivos es importante analizar sus efectos de forma cuantificada y cualitativamente, permitiendo establecer las posibles bondades o fallas que puede poseer el proyecto.

Según POSSO, Miguel (2002): “Los impactos son señales, huellas y aspectos positivos o negativos, que la ejecución del proyecto provocará en un ámbito, grupo o área determinada”.

Se concluye que los impactos; son un conjunto de posibles o supuestos eventos que pueden suscitar con las obras de construcción efectuadas en el balneario las actividades a desarrollarse con la puesta en marcha del proyecto.

Se debe reflexionar, que ningún evento ocurre en forma aislada, y siempre se encuentra influenciado por otros eventos, es decir, que existen impactos directos ocasionados por las actividades planificadas en el proyecto e impactos indirectos relacionados con el análisis de causa y efecto.

Finalmente en la evaluación de los impactos por medio de la matriz de impactos es necesario relacionar diversos componentes que pueden influenciar directa o indirectamente los impactos planteados, como estimativos de probabilidades de ocurrencia de manera positiva o negativa de los sucesos.

6.1. IMPACTOS DEL PROYECTO

6.1.1. Educativo

6.1.2. Social

6.1.3. Económico

6.1.4. Ambiental

6.2. ASPECTOS SIGNIFICATIVOS DE LOS IMPACTOS

6.2.1. Educativo

- 6.2.1.1. Generación de conocimientos.
- 6.2.1.2. Nuevos aprendizajes.
- 6.2.1.3. Aplicación práctica.
- 6.2.1.4. Formación profesional.

6.2.2. Social

- 6.2.2.1. Calidad de vida.
- 6.2.2.2. Seguridad familiar.
- 6.2.2.3. Servicios básicos.
- 6.2.2.4. Bienestar comunitario.

6.2.3. Económico

- 6.2.3.1. Oferta de empleo
- 6.2.3.2. Ingreso per cápita
- 6.2.3.3. PIB
- 6.2.3.4. Estabilidad económica en la región
- 6.2.3.5. Estabilidad Económica Familiar

6.2.4. Ambiental

- 6.2.4.1. Manejo de desechos
- 6.2.4.2. Contaminación auditiva
- 6.2.4.3. Agua servidas

6.3. DISEÑO DE LA MATRIZ DE IMPACTOS

Las técnicas para diseñar y valorar el nivel de impactos se la realiza usando la matriz de impactos; esto se puede llevar a cabo gracias a la aplicación de la escala de valoración cualitativa y cuantitativa de los impactos.

6.3.1. VALORACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

El diseño y evaluación de la matriz de impactos se desarrolla, aplicando la siguiente escala de valoración:

CUADRO No. (42)
VALORACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA DE IMPACTOS

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy Bajo	1
Indiferente	0

ELABORACIÓN: El Autor

Es importante recalcar que los valores pueden ser positivos o negativos, según los posibles resultados favorables o desfavorables que atraerá el proyecto en cuestión.

Por último, se considera que las filas sirven para mostrar los impactos con el tipo de indicador que posee; las columnas se emplearán para el análisis del desarrollo del proyecto y ejecución.

6.3.2. MATRIZ DE BARRIDO DE IMPACTOS

COMPONENTES																				
	ACCIONES	DISTRACCIÓN	INTEGRACIÓN SOCIAL	HIGIENE Y SEGURIDAD AMBIENTAL	NORMAS DE CALIDAD	CONTAMINACIÓN	DESECHOS	DESARROLLO DEL TRISMO	ANÁLISIS DEL MERCADO	ACEPTACIÓN DEL CLIENTE	NUEVAS OFERTAS	CIRCULACIÓN DE DINERO	MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO	RESGUARDO POLICIAL	MANEJO DE PUBLICIDAD	SUMA POSITIVOS	SUMA NEGATIVOS	PROMEDIO POSITIVO	PROMEDIO NEGATIVO	RESULTADO
Educativo																				
Generación de conocimientos	4	0	1	3	-1	-1	2	3	3	2	0	3	0	1	22	-2	2	-1		
Nuevos aprendizajes	4	0	-1	4	-1	-1	3	1	2	1	0	3	0	1	19	-3	2	-1		
Aplicación de conocimientos	3	0	-1	3	-1	-1	0	1	1	0	0	4	0	0	14	-3	2	-1		
Formación profesional	0	0	-1	4	2	2	0	1	2	-1	0	3	0	0	18	0	2	0		
Social																				
Calidad de vida	3	4	4	-2	-3	-3	4	3	0	2	3	3	3	2	31	-8	3	-3		
Seguridad familiar	4	4	-1	-2	-1	-1	4	0	-2	0	0	4	4	3	23	-7	4	-1		

Servicios básicos	-2	2	3	4	3	2	4	-1	3	3	-1	5	3	0	32	-4	3	-1	
Bienestar comunitario	1	4	3	-1	0	0	3	0	3	0	0	2	4	1	21	0	3	0	
Económico																			
Oferta de empleo	-2	-1	0	1	0	0	3	2	0	-3	-3	0	0	0	6	-9	2	-2	
Ingreso per capital	2	0	0	0	0	0	4	5	5	3	3	3	0	0	25	0	4	0	
PIB	0	3	0	0	-3	-2	4	4	0	-2	3	2	-1	0	16	-8	3	-2	
Estabilidad económica en la región	4	3	3	1	-1	-2	3	2	2	-2	-3	2	3	2	25	-8	3	-2	
Estabilidad Económica Familiar	3	3	2	0	-1	-1	2	0	-2	-2	4	2	3	0	19	-6	3	-2	
Ambiental																			
Manejo de desechos	2	1	4	4	-1	-1	4	3	3	2	0	3	0	0	26	-2	3	-1	
Contaminación auditiva	3	1	2	2	-1	-1	3	1	3	1	0	3	0	0	19	-2	2	-1	
Agua servidas	0	0	3	3	-1	1	5	2	3	1	0	4	0	0	22	-1	3	-1	
TOTAL POSITIVO	33	22	26	29	5	5	52	26	30	16	13	46	10	10					
TOTAL NEGATIVO	4	-1	-3	-4	-15	-14	0	-1	-4	-9	-7	0	-1	0					

El análisis de la matriz de impactos está en función de la contrastación entre los valores promedios positivos y negativos, los promedios positivos indica que deben ser re potenciados, mientras los negativos deben ser mitigados, en este caso los valores negativos a aminorar son 14 los mismos que hace referencia a la necesidad de contar con un tratamiento adecuado de los desechos que producirá la construcción y la ejecución de actividades de la hostería a implementarse; 15 que hace comentario a la necesidad de desarrollar políticas o medios para controlar la contaminación auditiva y ambiental; 9 aspectos relacionados con la implantación de nuevas ofertas de servicios, con esto se brindaría ofertas de trabajo en forma directa e indirectamente, como se observa en la matriz de impactos existen diferentes impactos con valores negativos inferiores a los mencionados, esto no implica que han sido desechados sin duda alguna con estos impactos negativos se podrá lograr resultados favorables en el mejoramiento de la calidad de servicio y la calidad de vida de todos los interesados.

En un análisis más detallado gracias a la matriz de impactos efectuada, se llega a diversas conclusiones relacionadas con los impactos indicados:

6.3.2.1. Educativo

Este eventual impacto trata de consolidar las bases teóricas en materia de estructura económica y financiera en la elaboración de proyectos productivos como es el caso de la mencionada investigación; siendo el objetivo primordial el dar a conocer al público en general las características técnicas de una empresa de servicios, su importancia en la economía y su vínculo directo con el turismo en el Ecuador.

Con este proyecto se busca incrementar los conocimientos académicos en la ejecución de proyectos productivos; basados en el turismo del país, ya que en la actualidad el turismo juega un papel importante en la economía ecuatoriana al poseer un sin número de lugares que se puede visitar.

6.3.2.2. Social

Cabe indicar que el proyecto busca mejorar la calidad de vida tanto del inversionista y de las familias del sitio al brindar nuevas oportunidades de trabajo en diversa índole, el mismo que beneficiara a la colectividad en el ámbito del bienestar comunitario. Con lo cual se estaría evitando posibles migraciones de la población a otras plazas del país, en especial contribuiría a acelerar el desarrollo de los servicios básicos por parte del gobierno y del sector privado.

6.3.2.3. Económico

Este impacto económico se pretende establecer las relaciones de la oferta y la demanda que se tiene en el sector, permitiendo evaluar de manera adecuada los posibles montos de dinero que requiere el proyecto y su periodo de recuperación. Como un aspecto positivo se considera el incremento de la oferta de empleo, permitiendo desarrollar la estabilidad económica en la región y por ende una estabilidad emocional en el núcleo de la sociedad la familia.

6.3.2.4. Ambiental

Por último tenemos el impacto ambiental considerado como uno de los primordiales en materia de conservación de los recursos del planeta, dentro del desarrollo del proyecto se debe considerar el grado de afectación que este genere al contexto, para lo cual se hace necesario adoptar políticas en gestión y preservación del medio ambiente como lo puede ser el trato adecuado de los desperdicios o desechos (basura) que produzca el citado proyecto en su elaboración y ejecución y el aprovechamiento adecuado de los recursos de la zona, tratando de mitigar en algo impacto ambiental generado por el ser humano.

CONCLUSIONES

Cabe señalar, que en la realización de los diferentes capítulos que conformen el presente proyecto se ha tratado de incluir aspectos importantes de cada tema para así demostrar de manera más clara y comprensible para todas aquellas personas que hagan uso del respectivo material.

1. El decrecimiento del turismo, en la Playa del Sector las Peñas; Cantón Eloy Alfaro se debe en primer lugar a la falta de mantenimiento de la carretera desde Ibarra hasta el balneario y de este a la ciudad de Esmeraldas; por otro lado se debe mencionar que sus aguas no son de característica similares a las de otros balnearios de la Provincia de Esmeraldas debido que la desembocadura del Río Santiago, donde confluyen además el Río Cayapas y el Río Onzole se encuentra próxima al sector, lo cual no se previno con anterioridad para tomar medidas que mitiguen el impacto ocasionado por la desembocadura de estos ríos, que producen una especie de aceite en la superficie del mar; además la población del recinto las peñas no estuvo preparada para el manejo adecuado de los desechos orgánico e inorgánicos producidos por la actividad turística. Estos y otros aspectos relacionados con la actividad turística han conspirado para que esta playa no posea un crecimiento turístico como se esperaba, a pesar de esto los inversionistas han sabido sobrellevar los inconvenientes que se presentan.

2. La inestabilidad política, social y económica del Ecuador y del mundo, ha llevado a un descenso de la inversión tanto del sector privado y público a pesar de esta situación y del análisis efectuado a los estados proformas del proyecto, se concluye que la factibilidad del mismo es buena. Pero, de acuerdo al estudio realizado a los indicadores de evaluación económica, en especial a la tasa interna de retorno (TIR) que representa la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, constituida en un 7% al momento que el VAN es cero y el valor presente neto (VAN); constituye la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el

horizonte de la misma en el caso del proyecto al tener un VAN es positivo, se concluye que la inversión del proyecto es atractiva, esto se da por el incremento de turistas nacionales e internacionales que visitan la Provincia de Esmeraldas, en especial el Balneario las Peñas.

3. El contenido del presente trabajo se encuentra relacionado con los beneficios y limitaciones que posee la zona a través de la recolección y análisis de datos que contribuyeron a elaborar la mencionada investigación, concluyendo que uno de los potenciales riesgos del sector es el quebranto en la calidad de vida por parte de los lugareños y de los inversionistas por la posible disminución del turismo como consecuencia de la inestabilidad económica que afecta al mundo entero, con las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas a las cuales estaría sujeto el proyecto en cuestión; de este modo los usuarios de este proyecto podrán tener una visión clara de las condiciones de vida que brinda este balneario.

4. La ejecución del proyecto está basado en la demanda y la oferta del turismo tanto en la zona como y el Ecuador, el mismos que gana espacio como uno de los principales factores económicos de la nación; dentro del mencionado proyecto en lo referente al estudio de mercado se puede observar cantidad de posibles consumidores que dispondrán del bien o servicio que se pretende ofertar. Adicionalmente el estudio de mercado permitió indicar las características del servicio que desea adquirir el cliente, incluso nos enseña que tipo de potenciales clientes serán los beneficiados de dicho proyecto.

5. La investigación planteada hace referencia al creación de una hostería en el Balneario las Peñas constituye un instrumento útil para valora el monto su inversión, la rentabilidad de este y su tiempo de recuperación; en conclusión se ha llegado a determinar la viabilidad económica del proyecto, reflejado en las utilidades proyectadas en los estados de resultado.

6. Tratando de contribuir con la administración y control de empresas de servicios se considera aspectos de la estructura organizacional, administrativa y de control para la industria de hospedaje, se ha considerado aspectos legales de funcionamiento, para metros de personal requerido y la división de funciones para el desarrollo de cada una de las actividades a desempeñar por cada uno funcionario de esta futura entidad.

7. La investigación está basado en la posibilidad de eventos que pueden afectar al desarrollo y ejecución del proyecto en cuestión, es decir, brinda una visión clara de cuáles son los factores influyen básicamente en el desarrollo de la prestación de servicios en el país y brindar soluciones a los mismos a través de la visión empresarial de poder llegar al cliente, evitando de esta manera la migración por parte de la población a las ciudades aledañas y la disminución de ingresos del balneario.

RECOMENDACIONES

1. Gestionar de manera conjunta inversionistas y lugareños con las autoridades seccionales y nacionales para exigir el mantenimiento adecuado de las vías de acceso en general que permita el mejor desenvolvimiento de las actividades económicas y sociales de la zona en mención.
2. Establecer y divulgar un plan de concientización sobre la importancia del manejo adecuado de los desechos orgánicos e inorgánicos generados por la actividad turística de la zona, beneficiando de esta manera a impulsar el turismo de la zona.
3. Se debe tomar al turismo como una nueva ventana de oportunidades dentro de cualquier economía. En cuanto al país existe una alta biodiversidad natural, cultural, artesanal, patrimonial y gastronómica, la misma que no es aprovechada en su totalidad; por lo tanto es necesario impulsar una campaña austera de marketing y desarrollar planes estratégicos a mediano y largo plazo que permita impulsar al turismo ecuatoriano; protegiendo, respetando y conservando el ambiente.
4. Al desarrollar el presente tema de investigación y analizar sus principales indicadores de evaluación económica, se recomienda impulsar este proyecto por etapas de edificación, que nos permitan crecer como empresas de servicios de hospedaje en relación al incremento de clientes que esta posea. Considerando además la situación macroeconómica que actualmente vive el país y el mundo.
5. Se debe considerar para el buen funcionamiento del presente proyecto la interacción que deberá existir, entre el empleador y trabajador hacia el cliente, por lo tanto es necesario instaurar políticas institucionales que hagan posible la buena trata para el visitante.

6. Dentro de la empresa hotelera y en toda organización, el contexto de la gestión del talento humano es uno de los factores más importantes para el éxito o fracaso de toda entidad; por tales circunstancias el empleador debe establecer parámetros en base a las cinco funciones básicas para la administración como son: la planificación, organización, administración, dirección y control; logrando de esta manera crear mantener y desarrollar un conjunto de relaciones humanas con competencia, habilidad y motivación para lograr los objetivos institucionales con eficiencia y eficacia con el talento humano que se posee.

7. Desarrollar un plan estratégico que facilite principalmente la transformación sistemática de la organización en base al crecimiento institucional, enmarcado en tres elementos fundamentales como son la sostenibilidad, la competitividad y el fortalecimiento institucional a largo plazo.

8. Para el mejoramiento continuo de la hostería respecto a la calidad del servicios que se pretende brindar, es necesario realizar un diagnóstico estratégico que permita cuantificar y medir las expectativas de los clientes en relación al servicio, para todo esto es necesario conocer el tipo de cultura y liderazgo empresarial; con lo expuesto se podrá proporcionar a la empresas considerables beneficios en cuento a cuota de mercado, productividad, costes, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia.

9. En la nueva empresa hotelera se debe considerar el manejo de una herramienta fundamental como lo es los indicadores de gestión que permite medir la gestión, o calcular logro de los objetivos sociales e institucionales para los cuales se creó la entidad, los mismo que se clasifica en indicadores de gestión financieros e indicadores de procesos; como una expresión cuantitativa del comportamiento de las variables o atributos de un producto, calculados en base al balance general y de resultados; y la eficacia y eficiencia de los procesos. Esto permite mejorar el manejo del capital, reinversiones, el control financiero y la rentabilidad de la institución.

10. Elaborar tácticas de mercadeo dentro y fuera del balneario de las Peñas que permitan atraer nuevos turistas e incrementar el turismo tanto nacional como internacional dentro de este balneario, que permita desarrollar un turismo integrado, controlado y sostenible.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

1. PAZMIÑO, Iván. (1997); Metodología de La Investigación Científica; Editorial Grafitis Fuentes; Primera Edición.
2. HERNÁNDEZ, Roberto (1999); Metodología de la Investigación; Editorial Mc Graw – Hill; Primera Edición.
3. Biblioteca Consultora Encarta
4. MINDA BATALLAS, Pablo (2003); La Deforestación en El Norte de Esmeraldas (Eloy Alfaro y San Lorenzo); Proyecto de Desarrollo Rural de la Provincia de Esmeraldas.
5. Ministerio de Turismo (2004); Boletín de Estadísticas Turísticas 2000-2004
6. POSSO, M. (2002), “Trabajo de Grado”, Compilación PUCE-I, Ibarra-Ecuador.
7. GUÍAS DE TRABAJOS DE GRADO; (2003-2004), Universidad Técnica del Norte.
8. MIRANDA, Juan. (2005); Gestión de Proyectos (identificación-Formulación-Evaluación Financiera-Económica- Social-Ambiental); Editorial MM Editores; Quinta Edición.
9. JÁCOME, Walter (2005); Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y la Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión; Primera edición; Editorial Universitaria

10. Ministerio de Turismo; Ley de Turismo; Ley No. 97. RO/ Sup. 733 de 27 de Diciembre del 2002.
11. Ministerio de Turismo; REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO; Decreto Ejecutivo No. 1186. RO/ 244 de 5 de Enero del 2004.
12. ZORRILLA Santiago (1997); Metodología de la Investigación; Editorial Mc.Graw Hill. México

LINCOGRAFÍA

1. www.monografias.com
2. www.ecuaventura.com
3. www.visitaecuador.com
4. www.municipioesmeraldas.gov.ec
5. www.turismo.gov.ec
6. www.inamhi.gov.ec
7. www.inec.gov.ec
8. www.ccondem.org.ec
9. www.turismo.gov.ec
10. www.mintur.com
11. www.elcomercio.com
12. www.ecuability.com
13. www.fondoitaloecuadoriano.org
14. www.hotelesecuador.com
15. www.eluniverso.com
16. www.senplades.gov.ec
17. www.asobancos.org.ec.

ANEXOS

ANEXO No. 1

ESTRUCTURA DE LAS ENCUESTAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES (TURISTAS)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA CON UN CENTRO ESTÉTICO EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS, CANTÓN ELOY ALFARO; SECTOR LAS PEÑAS, LOTIZACIÓN PLAYAS DE ACAPULCO

ENCUESTA

OBJETIVO: “La presente encuesta tiene como fin, la obtención de información importante sobre aspectos del turismo del sector y del balneario.

INSTRUCCIONES:

- ✓ Analice completamente la pregunta antes de contestarla.
- ✓ Señale con una (X) la respuesta que crea correcta

1. Usted visita este sitio como parte de:

- a. Grupo Familiar ()
- b. Grupo Estudiantil ()
- c. Grupo de Amigos ()
- d. Investigación ()
- e. Otro ()

¿Cuál?.....
.....

2. ¿Puede usted enumerar las actividades que va a realizar en el lugar?

- () Vacacionar en la playa
- () Solo de servicio de alimentación
- () Solo por servicios de hospedaje
- () Por observación o investigación
- () Por visitar a familiares
- () Por negocios
- () Otro.

¿Cuál?.....

3. Que medios de comunicación utiliza para conocer los lugares turísticos

- a. Televisión ()
- b. Radio ()
- c. Internet ()
- d. Revistas ()
- e. Prensa ()
- f. Hojas volantes ()

4. ¿Puede usted señalar los servicios adicionales que desearía que existan en un establecimiento nuevo (en número de prioridad del 1 al 6)?

SERVICIO	RESPUESTA
Piscina	
Canchas Deportivas	
Bar. Restaurante	
Área infantil	
Juegos de salón	
Centro estético	

OTROS SERVICIOS. ¿CUÁLES?

.....

5. ¿De crearse una nueva hostería con servicio adicionales de centro estético, que servicios desearía usted que se brinde (en numerar en orden de prioridad del 1 al 4)?

- a. Tratamientos faciales ()
- b. Masajes ()
- c. Tratamientos capilares ()
- d. Sala de belleza ()

6. Qué número de veces al año visita la zona

- a. 1 vez a la semana ()
- b. 1 vez al mes ()
- c. 1 vez cada dos meses ()
- d. 1 vez cada trimestre del año ()
- e. Solo periodo de vacaciones ()

7. Qué número de días le gustaría quedarse visitando este sector

- a. 0-1 día ()
- b. 2-3 días ()
- c. 4-5 días ()
- d. 5-7 días ()
- e. Más de 7 días ()

8. Qué sugiere Ud. para que el sector turístico visite con más frecuencia esta zona
playera

- a. Vías de acceso en buen estado ()
- b. Mejores instalaciones hoteleras ()
- c. Mejor atención al turista ()
- d. Centros de diversión ()
- e. Otro

¿Cuál?.....
.....

9. Porque razón visita Las Peñas:

- | | | |
|----------------------------------|--------|--------|
| a. Menor tiempo de viaje | SI () | NO () |
| b. Por los servicios que obtiene | SI () | NO () |
| c. Instalaciones cómodas | SI () | NO () |
| d. Ambiente agradable | SI () | NO () |
| e. Precios cómodos | SI () | NO () |
| f. Otros..... | | |
| | | |
| | | |

DATOS INFORMATIVOS

Nombre:.....

Ocupación:.....

Edad:.....

Observaciones:.....
.....
.....
.....

Fecha:.....

Entrevistador(a):.....

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA

OBJETIVO: “La presente encuesta tiene como fin, la obtención de información importante sobre aspectos del sector hotelero en el balneario y la acogida que estos poseen hacia el turista tanto nacional y extranjero.

INSTRUCCIONES:

- ✓ Analice completamente la pregunta antes de contestarla.
- ✓ Señale con una (X) la respuesta que crea correcta

1. La atención que brinda su establecimiento es:

- a. Permanente ()
- b. Solo fines de semana ()
- c. Solo feriados ()
- d. Días feriados y fines de semana ()

2. Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente visita su establecimiento

.....
.....
.....

3. Cuál es el porcentaje de turistas que frecuenta su complejo turístico

- a. Nacionales ()%
- b. Extranjeros ()%

4. Cuáles son las temporadas o meses que el turista visita su establecimiento

- a. Temporada.....
- b. Meses.....

5. Cuáles de los siguientes servicios ofrece su centro turístico y que capacidad de personas puede albergar

SERVICIOS	SERVICIOS QUE POSEE	CAPACIDAD (No. clientes)
Piscina		
Canchas Deportivas		
Bar. Restaurante		
Área infantil		
Sala de Juegos		
Centro estético		
Otros		

¿Cuáles?.....

6. Cuáles son los motivos para que existan una disminución en la afluencia de turistas a su establecimiento

- a. Paros y Huelgas ()
- b. Mal estado de las vías ()
- c. Inestabilidad económica ()
- d. Mal estado del tiempo ()
- e. Otros.....

7. Cuál es el costo actual de los servicios de su centro Turístico por persona

	Hospedaje por persona	Piscina	Bar. Restaurante	Canchas deportivas	Parqueadero	Áreas Infantiles
Adultos						

Niños						
Tercera edad						

8. Que medios de publicidad utiliza para promocionar los servicios de su centro turístico

- a. Televisión ()
- b. Radio ()
- c. Prensa ()
- d. Afiches ()
- e. Ninguno ()
- f. Otro ()

¿Cuál?.....

9. Las utilidades que genera su establecimiento son:

- a. Altas ()
- b. Medianas ()
- c. Bajas ()

¿Porqué?.....

DATOS INFORMATIVOS

Nombre del Entrevistado:.....
Nombre del centro turístico:.....
Cargo:.....

Observaciones:.....

Entrevistador(a):.....
Fecha:.....

ANEXO No. 2

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA UTILIZANDO MÉTODOS MATEMÁTICOS

1. MÉTODO DE PROYECCIÓN FORMULA DEL MONTO

DATOS DEL TURISMO DEL BALNEARIO

AÑOS	X	TURISMO LAS PEÑAS
2002	1	20.636
2003	2	22.987
2004	3	24.744
2005	4	25.982
2006	5	25.397
2007	6	28.800
SUMATORIA	21	148.546

Antes de proyectar la demanda turística por la fórmula de Monto es necesario calcular la tasa de crecimiento de los datos proyectados, a través de la mencionada fórmula:

$$M = C (1+i)^n$$

Referencias:

M = Número de turistas del último año o número de Turistas proyectados

C = Número de turistas del primer año

I = Tasa de crecimiento

n = **Número** de años

Despeje de la Formula:

$$(\sqrt[n]{M/C}) - 1 = i$$

Despeje:

$$(\sqrt[6]{28800/20636}) - 1 = i$$

$$i = 0,068940159$$

$i = 6,89\%$

Obtenido el valor de la tasa de crecimiento del balneario las peñas se proceden al cálculo de la proyección de la demanda para los años 2008, 2009, 2010, 2011 y 20012; por medio de la fórmula del monto.

DEMANDA PROYECTADA

$$M = C (1+i)^n$$

M	C	(1+I) ^N
30.785	= 28.800	(1+0.068940159) ¹
32.908	= 28.800	(1+0.068940159) ²
35.177	= 28.800	(1+0.068940159) ³
37.602	= 28.800	(1+0.068940159) ⁴
40.194	= 28.800	(1+0.068940159) ⁵

La tasa de crecimiento de los datos proyectados, se la calcula por medio de la siguiente fórmula:

$$(\sqrt[n]{M/C}) - 1 = i$$

Despeje:

$$(\sqrt[4]{40194/30785}) - 1 = i$$

$$i = 0,068940159$$

$i = 6,89\%$

2. MÉTODO DE REGRESIÓN LINEAL.

Su formula y sus ecuaciones son las siguientes:

a. Formula

$$Y = a + bx$$

b. Ecuaciones

$$\sum y = an + b \sum x$$

$$\sum y = a \sum x + b \sum x^2$$

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE REGRESIÓN LINEAL

AÑOS	X	Y	X ²	XY
2002	1	20.636	1	20.636
2003	2	22.987	4	45.974
2004	3	24.744	9	74.232
2005	4	25.982	16	103.928
2006	5	25.397	25	126.985
2007	6	28.800	36	172.800
SUMATORIA	21	148.546	91	544.555

$$\sum y = an + b \sum x$$

$$148.546 = 6a + 21b$$

$$\sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

$$544.555 = 21a + 91b$$

Enseguida se procede igualar las ecuaciones.

$$148.546 = 6a + 21b \quad (-3, 5)$$

$$544.555 = 21a + 91b \quad (1, 0)$$

$$-519.911 = -21a - 73,5b$$

$$544.555 = +21a + 91,0b$$

$$24.644 = \quad + 17,5b$$

$$b = 24.644 / 17,50$$

$b = 1.408$

Remplazando el resultado de b en la ecuación 1.

$$148.546 = 6a + 21(1.408)$$

$$148.546 = 6a + 29.573$$

$$a = 118.973 / 6$$

$a = 19.829$

Al obtener los resultados de a y b se procede a aplicar la fórmula del método de regresión lineal, para así conocer el número de turistas proyectados.

$$Y = a + bx$$

Y AÑOS	a	b	x	PROYECCIÓN
y 2008 =	19.829	+1.408	(7)	= 29686
y 2009 =	19.829	+1.408	(8)	= 31095
y 2010 =	19.829	+1.408	(9)	= 32503
y 2011 =	19.829	+1.408	(10)	= 33911
y 2012 =	19.829	+1.408	(11)	= 35319

Tasa de crecimiento de los datos proyectados, se la calcula por medio de la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^{n-1}$$

Referencias:

C_n= Número de turistas del último año

C_o = Número de turistas del primer año

I = Tasa de crecimiento

n = Número de años

Para encontrar la tasa de crecimiento se procede a despejar i (tasa de crecimiento) de la formula mencionada, la cual nos permita conseguir el porcentaje de crecimiento de los datos proyectados de cada uno de los modelos y comparar con cada uno de los resultados de los métodos planteados; permitiendo optar por el mejor modelo proyección al comparado con la tasa de crecimiento del turismo interno del país y del balneario; quedando la formula de la tasa de crecimiento de la siguiente manera.

$$(\sqrt[n]{C_n / C_o}) - 1 = i$$

Despeje:

$$(\sqrt[5]{35319/29.686}) - 1 = i$$

$$i = 0,044393544$$

$i = 4,43\%$

3. MÉTODO PARABÓLICO

Su fórmula y sus ecuaciones son las siguientes:

a. Formula

$$y = a + bx + cx^2$$

b. Ecuaciones

$$\sum y = an + b\sum x + c\sum x^2$$

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2 + c\sum x^3$$

$$\sum x^2y = a\sum x^2 + b\sum x^3 + c\sum x^4$$

APLICACIÓN DEL MÉTODO PARABÓLICO

AÑOS	x	y	x ²	x ³	x ⁴	xy	X ² *Y
2002	1	20.636	1	1	1	20.636	20.636
2003	2	22.987	4	8	16	45.974	91.948
2004	3	24.744	9	27	81	74.232	222.696
2005	4	25.982	16	64	256	103.928	415.712
2006	5	25.397	25	125	625	126.985	634.925
2007	6	28.800	36	216	1.296	172.800	1036.800
SUMATORIA	21	148.546	91	441	2.275	544.555	2.422.717

$$\sum y = an + b\sum x + c\sum x^2$$

$$148546 = 6a + 21b + 91c$$

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2 + c\sum x^3$$

$$544555 = 21a + 91b + 441c$$

$$\sum x^2y = a\sum x^2 + b\sum x^3 + c\sum x^4$$

$$2422717 = 91a + 441b + 2275c$$

Enseguida se procede igualar las ecuaciones.

$$148546 = 6a + 21b + 91c \quad (-3,5)$$

$$544555 = 21a + 91b + 441c \quad (1,0)$$

$$-519.911 = -21a - 73,5b - 318,5c$$

$$588.697 = +21a + 91,0b + 441,0c$$

$$24.644 = 17,5b + 122,5c$$

$$148.546 = 6a + 21b + 91c \quad (-15,17)$$

$$2422.717 = 91a + 441b + 2275c \quad (1,00)$$

$$-2252947,67 = -91,00a - 318,50b - 1.380,17c$$

$$2422717,00 = 91,00a + 441,00b + 2.275,00c$$

$$169769,33 = 122,50b + 894,83c$$

$$24.644,00 = 17,5b + 122,5c \quad (-7, 0)$$

$$169769,33 = 122,5b + 894,83c \quad (1, 0)$$

$$-172508,00 = -122,50b - 857,50c$$

$$169769,33 = 122,50b + 894,83c$$

$$-2738,67 = 37,33c$$

$$c = -2738,67 / 37,33$$

$c = -73,36$

Remplazando el valor de c en el resultado de las primeras ecuaciones igualadas.

$$24.644,00 = 17,50b + 122,50 (-73,36)$$

$$24.644,00 = 17,50b + 8.986,6$$

$$b = 33630,25 / 17,5$$

$$b = 1921,73$$

Al obtener los valores de b y c, remplazamos estos valores en la primera ecuación

$$165.459 = 6a + 21b + 91c$$

$$165.459 = 6a + 21(1.921,73) + 91(-73,36)$$

$$165.459 = 6a + 40356,3 + -6675,5$$

$$a = 114865,2 / 6$$

$$a = 19144,20$$

Al obtener los resultados de a, b y c se procede a aplicar la fórmula del método parabólico, para así conocer el número de turistas proyectados.

$$y = a + bx + cx^2$$

Y AÑOS	<i>a</i>	<i>bx</i>	<i>cx</i> ²	Proyección
y 2008 =	19.144	+ 13.452	-3.594	= 36.191
y 2009 =	19.144	+ 15.374	-4.695	= 39.213
y 2010 =	19.144	+ 17.296	-5.942	= 42.382
	19.144	+ 19.217	- 7.33	= 45.697
y 2011 =			6	

$$y_{2012} = 19.144 + 21.139 - 8.876 = 49.159$$

La tasa de crecimiento de los datos proyectados, se la calcula por medio de la formula anotada anterior mente y despejada:

$$C_n = C_0(1+i)^{n-1}$$

Despeje

$$(\sqrt[n-1]{C_n / C_0}) - 1 = i$$

Despeje:

$$(\sqrt[5]{49.159/36.191}) - 1 = i$$

$$i = 0,079569519$$

$i = 7,96\%$

4. MÉTODO EXPONENCIAL

Su fórmula y sus ecuaciones son las siguientes:

a. Formula

$$Y = a + (b)^x$$

b. Ecuaciones

$$\sum \text{Log. } y = n \text{ Log. } a + \sum \text{Log. } b$$

$$\sum \text{Log. } Y(x) = \sum x \text{ Log. } a + \sum x^2 \text{ Log. } b$$

APLICACIÓN DEL MÉTODO EXPONENCIAL

AÑOS	x	y	Log y	x.log y	x2
2002	1	20.636	4,314625519	4,31462552	1
2003	2	22.987	4,361482296	8,72296459	4
2004	3	24.744	4,393469907	13,1804097	9
2005	4	25.982	4,414672578	17,6586903	16
2006	5	25.397	4,404782419	22,0239121	25
2007	6	28.800	4,459392488	26,7563549	36
SUMATORIA	21	148.546	26,34842521	92,65695717	91

$$\sum \text{Log. } y = n \text{ Log. } a + \sum \text{Log. } b \quad \sum \text{Log. } Y(x) = \sum x \text{ Log. } a + \sum x^2 \text{ Log. } b$$

$$26,34842521 = 6 \text{ Log. } a + 21 \text{ Log. } b \quad 92,65695717 = 21 \text{ Log. } a + 91 \text{ Log. } b$$

Enseguida se procede igualar las ecuaciones.

$$26,34842521 = 6 \text{ Log. } a + 21 \text{ Log. } b \quad (-3,5)$$

$$92,65695717 = 21 \text{ Log. } a + 91 \text{ Log. } b \quad (1,0)$$

$$-92,2194882 = -21 \text{ Log. } a - 73,5 \text{ Log. } b$$

$$92,6569572 = 21 \text{ Log. } a + 91,0 \text{ Log. } b$$

$$0,43746894 = +17,5 \text{ Log. } b$$

$$\text{Log. } b = 0,43746894 / 17,5$$

$$\text{Log. } b = 0,024998225$$

$$b = \text{Anti log. } 0,024998225$$

$$b = 1,0592493396$$

Remplazando el resultado de b en la ecuación 1.

$$26,34842521 = 6 \text{ Log. } a + 21 (0,024998225)$$

$$26,34842521 = 6 \text{ Log. } a + 0,52496273$$

$$26,34842521 - 0,52496273 = 6 \text{ Log. } a$$

$$\text{Log. } a = 25,82346248 / 6$$

$$\text{Log. } a = 4.303910413$$

$$a = \text{Anti. Log. } 4.303910413$$

$$a = 20.133$$

Al obtener los resultados de a y b se procede a aplicar la fórmula del método de regresión lineal, para así conocer el número de turistas proyectados.

$$Y = a + (b)^x$$

	AÑOS	a	+ (b) ^x	y (proyectada)
y 2008 =		20.133	+ 1,4961929	= 30.123
y 2009 =		20.133	+ 1,5848414	= 31.908
y 2010 =		20.133	+ 1,6787423	= 33.798
y 2011 =		20.133	+ 1,7782068	= 35.801
y 2012 =		20.133	+ 1,8835645	= 37.922

Tasa de crecimiento de los datos proyectados, se la calcula por medio de la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1+i)^{n-1}$$

Despeje

$$(\sqrt[n]{C_n / C_o}) - 1 = i$$

Despeje:

$$(\sqrt[5]{37922 / 30123}) - 1 = i$$

$$i = 0,059249464$$

$i = 5,93\%$

ANEXO No. 3

PROYECCIÓN DE LA OFERTA UTILIZÁNDOLA FORMULA DEL MONTO

1. ASPECTOS A CONSIDERAR

Antes de proyectar la oferta se debe considerar un número de plazas acercadas que posea el balneario Las Peñas y estas se encuentran en alrededor de 1.500 plazas y una cifra de habitaciones que se hallan en alrededor de 430 en la actualidad, datos que se fija por medio del trabajo y estudio de campo.

De igual forma se plantea una tasa de crecimiento del 3.4% dato extraído del Boletín de Estadísticas del Ministerio de Turismo, el mismo que se utilizara en la proyección de cifras de la oferta, por medio del mencionado método de proyección puesto que esta forma de proyectar se sujeta de mejor manera a la credibilidad de los valores encontrados según se pudo establecer en la proyección de la demanda.

2. FORMULA Y REFERENCIA EN EL CASO

a. Formula

$$M = C (1+i)^n$$

b. Referencias:

M = Número de plazas proyectadas

C = Número de plazas del último año

i = Tasa de crecimiento

n = Número de años a proyectar

3. DESARROLLO DE LA PROYECCIÓN

Antes del desarrollo de las proyecciones se debe señalar que “n” (años proyectados) variaran con forme avance en el tiempo, es decir, si el año base es el

2007 para el año 2008 existe un número de años proyectados de 1 y si avanza hasta el siguiente año existirá 2 años proyectados así consecutivamente.

a. Formula

$$M = C (1+i)^n$$

b. Despeje

$$M = ?$$

$$C = 1500$$

$$i = 3.4\%$$

$$n = 1$$

OFERTA DE PLAZAS OFERTADAS

M (TURISTAS PROYECTADOS)	C (TURISTAS ULTIMO AÑO)	(1+I)^N
1551	1500	$(1+0.034)^1$
1604	1500	$(1+0.034)^2$
1658	1500	$(1+0.034)^3$
1715	1500	$(1+0.034)^4$
1773	1500	$(1+0.034)^5$

ANEXO No. 4
CROQUIS DE UBICACIÓN



ANEXO No. 5

CONTRATO DE PROMESA DE DE COMPRA – VENTA

“LOTIZACION “ PLAYAS DE ACAPULCO”

CONTRATO DE PROMESA DE COMPRA- VENTA

En la ciudad de Ibarra, hoy dieciocho de Agosto del año dos mil cinco, por una parte la “CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA ACAPULCO S.C.C, representada por el Dr. Joaquín Lalama Nieto; en su calidad de Presidente; e INMONEGOCIOS VISION S.C.C representada por su Gerente General Dr. Joaquín Lalama Proaño, en calidad de Promitentes Vendedores y por otra parte los cónyuges señores RAFAEL VENEGAS ESPINOSA Y NANCY ROCÍO DOMINGUEZ BUITRON portadores de las C. I. Nro. 1000175190-6 y 100166022-2 respectivamente, en calidad de Promitente Comprador, en forma libre y voluntaria convienen en celebrar el Contrato Privado de Promesa de Compra- venta, cuyo tenor es el siguiente:

PRIMERA.- ANTECEDENTES.-

A.- La CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA ACAPULCO S.C.C es propietaria de un bien inmueble ubicado en el sector Las Peñas, parroquia La Tola, cantón Eloy Alfaro Provincia de Esmeraldas, inmueble que por decisión e iniciativa de la Empresa propietaria a resuelto lotizarlo y venderlo.

B.- Cumpliendo con todos los requisitos legales la Municipalidad del Cantón Eloy Alfaro, autoriza el fraccionamiento y Lotizacion según consta del documento cuya copia se acompaña a este Contrato.

C.- La empresa propietaria del inmueble y ejecutora de la lotización PLAYAS DE ACAPULCO ha contratado los servicios de corretaje a INMONEGOCIOS VISION S.C.C cuya intervención en este contrato es válida y autorizada..

SEGUNDA.- PROMESA DE COMPRA-VENTA.-

Con los antecedentes indicados, los Representantes Legales de la Lotización PLAYAS DE ACAPULCO, prometen dar en venta real y perpetua enajenación como cuerpo cierto, a favor de los cónyuges señores RAFAEL VENEGAS ESPINOSA Y NANCY ROCIO DOMINGUEZ BUITRON; UN lote de terreno signado con el Nro. “SIETE” de la manzana “CINCUENTA Y UNO” de la Segunda Etapa de la Lotizacion, de la superficie de 750 m2; el mismo que se encuentran individualizado por los siguientes linderos y dimensiones:

LOTE NRO. “SIETE”

NORTE: con lote “Uno” de la manzana “Cincuenta y Uno” en veinte y cinco metros.

SUR: con calle “A” de la lotización en veinticinco metros.

ORIENTE: Con lote Nro. “Ocho” de la manzana “Cincuenta y Uno” en treinta metros. .

OCCIDENTE: Con calle “Cuatro” de la lotizacion en treinta metros .

Queda claramente establecido, así lo entiende, ratifica y acepta la Promitente Compradora, que el terreno materia de esta Promesa de Compra- Venta, así como todos los terrenos de la presente lotización, se venden con las siguientes condiciones y obras: a.-calles y avenidas abiertas de acuerdo al plano aprobado; b.- acceso a la red principal de la luz eléctrica que se encuentra tendida a lo ancho de la Lotizacion y alumbrado público; c.- acceso al servicio

telefónico por intermedio de la caseta de uso comunal instalada en la lotización; d.- Agua dulce de pozo.- Los Promitentes Vendedores se comprometen a coordinar todas las acciones necesarias para la ejecución de las obras de infraestructura, cuyo costo será prorrateado y pagado por los copropietarios de la lotización..

TERCERA .-PRECIO.-

Los promitentes compradores por el inmueble antes descrito pagan la suma de DIECISEIS MIL OCHOCIENTOS SETENTA Y CINCO DOLARES americanos, si el pago se lo realiza en un plazo máximo de noventa días contados desde la presente fecha; DIECISIETE MIL OCHOCIENTOS DOCE DOLARES americanos, si el pago se lo realiza en un plazo de noventa a ciento ochenta días contados desde la presente fecha, estas dos formas de pagos son de contado, y si el pago se excede de los ciento ochenta días la forma de pago será la siguiente SIETE MIL QUINIENTOS DOLARES de entrada y el saldo esto la cantidad DE ONCE MIL DOSCIENTOS CINCUENTA DOLARES mediante el pago de TREINTA Y SEIS cuotas mensuales y consecutivas de TRESCIENTOS SESENTA Y TRES CON 01/100 DOLARES, las misma que están causadas con un interés del 10% anual.

CUARTA .- TRANSFERENCIA DE DOMINIO.-

En virtud de este documento y cuando llegue el caso, la Promitente Vendedora, promete transferir el dominio y propiedad a favor de cónyuges señores RAFAEL VENEGAS ESPINOSA Y NANCY ROCIO DOMINGUEZ BUITRON transferencia que la hará sin ningún gravamen.

QUINTA.- ENTREGA DEL INMUEBLE.-

El inmueble materia de éste Contrato será entregado por los Promitentes Vendedores única y exclusivamente cuando la Promitente Comprador haya cancelado el valor correspondiente a la primera cuota mensual, para lo cual se firmará la correspondiente acta de entrega de este inmueble, objeto de este contrato.

SEXTA.- CLAUSULA PENAL.-

Las partes de común acuerdo establecen que en caso de retiro de los Promitentes Compradores o de incurrir en incumplimiento con las estipulaciones de este contrato, deberá pagar la multa del 30% descontables de su liquidación final, además de otros gastos que se ocasionen con motivo de la negociación.

En caso de que los Promitentes Compradores estuvieren en mora por más de treinta días en cualquiera de las obligaciones que adquirió, la Promitente Vendedora podrán disponer del lote materia de este Contrato, sin ningún requisito adicional, pudiendo venderlo a otra persona y quedando autorizados para cobrar la multa establecida en el inciso anterior de esta cláusula.

SEPTIMA- RETIRO VOLUNTARIO.-

En caso de retiro voluntario o por mora de los Promitentes Compradores, cualquier gasto en que hubiere incurrido, quedará en beneficio de la Promitente Vendedora la misma que de ninguna manera estará obligada a compensar o a restituir valor alguno al Promitente Comprador.

Los Promitentes Compradores podrán ser excluidos de la lotización si no cumplieren con las obligaciones, pagos y deberes que fije el proyecto, Barrio, Cooperativa o Agrupación, sin

perjuicio del pago correspondiente a multa y que se lo determina en cláusula penal de este Contrato.

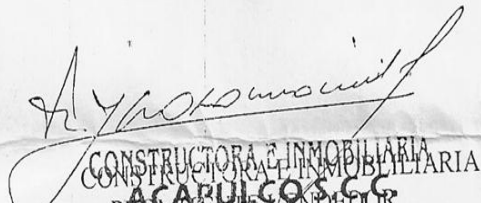
OCTAVA.- ACEPTACIÓN.- GASTOS Y DOMICILIO.-

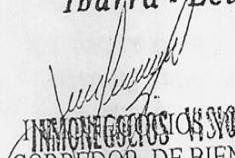
Las partes aceptan en su totalidad el contenido de este Contrato y señalan que los gastos, de las escritura definitivas e inscripción correrán a cargo de los Promitentes Compradores y para el caso de juicio renuncian fuero y domicilio y se somete a los jueces de lo Civil del cantón Ibarra.

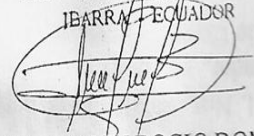
NOVENA.- DECLARACIÓN FINAL.-


Los Promitentes Compradores declara conocer las bases de la negociación y ratifica que adquiere el inmueble con las condiciones y obras que constan detalladas en la cláusula segunda de este acuerdo de voluntades, por lo tanto sabe que le corresponde a ella exclusivamente y cuando haya cancelado la totalidad del precio y celebrado e inscrito la escritura publica definitiva, realizar por sus propios medios otras obras adicionales que estime necesarias, declarando expresa y categóricamente que nada tiene que reclamar sobre este particular a los Promitentes Vendedores.

Para constancia de lo anteriormente estipulado firma en unidad de acto en el lugar y fecha inicialmente indicados.


CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA
ACAPULCOS C.C.
PROMITENTE VENDEDOR
RUC. 1091711008001
TELF: 2955 985
Ibarra - Ecuador


INMOBILIARIA ASOCIACION S.C.C
CORREDOR DE BIENES RAICES
RUC. 1091708594001
TELF. 955 - 985
IBARRA - ECUADOR

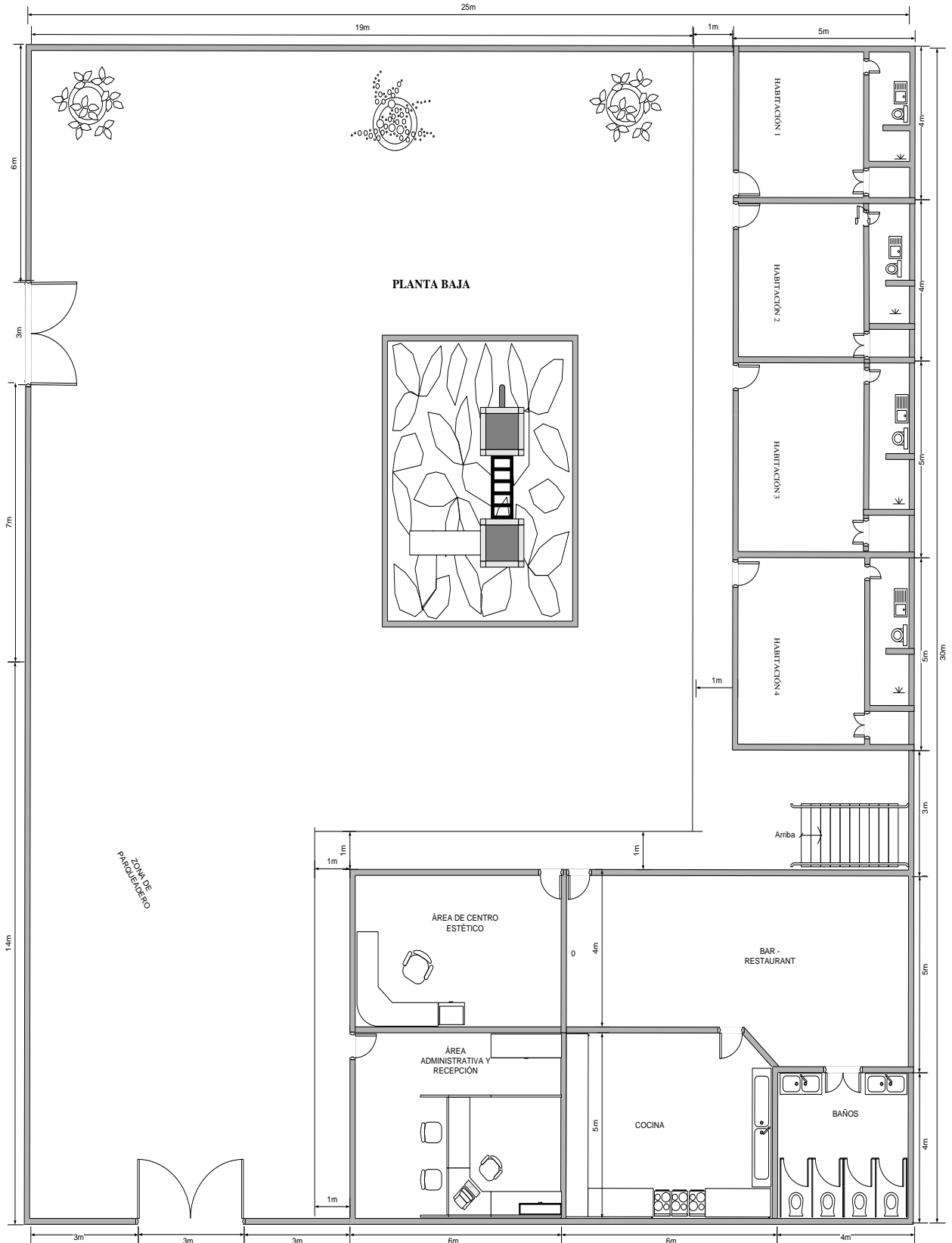

SRA. NANCY ROCIO DOMINGUEZ
PROMITENTE COMPRADORA


SR. RAFAEL VENEGAS ESPINOSA
PROMITENTE COMPRADOR

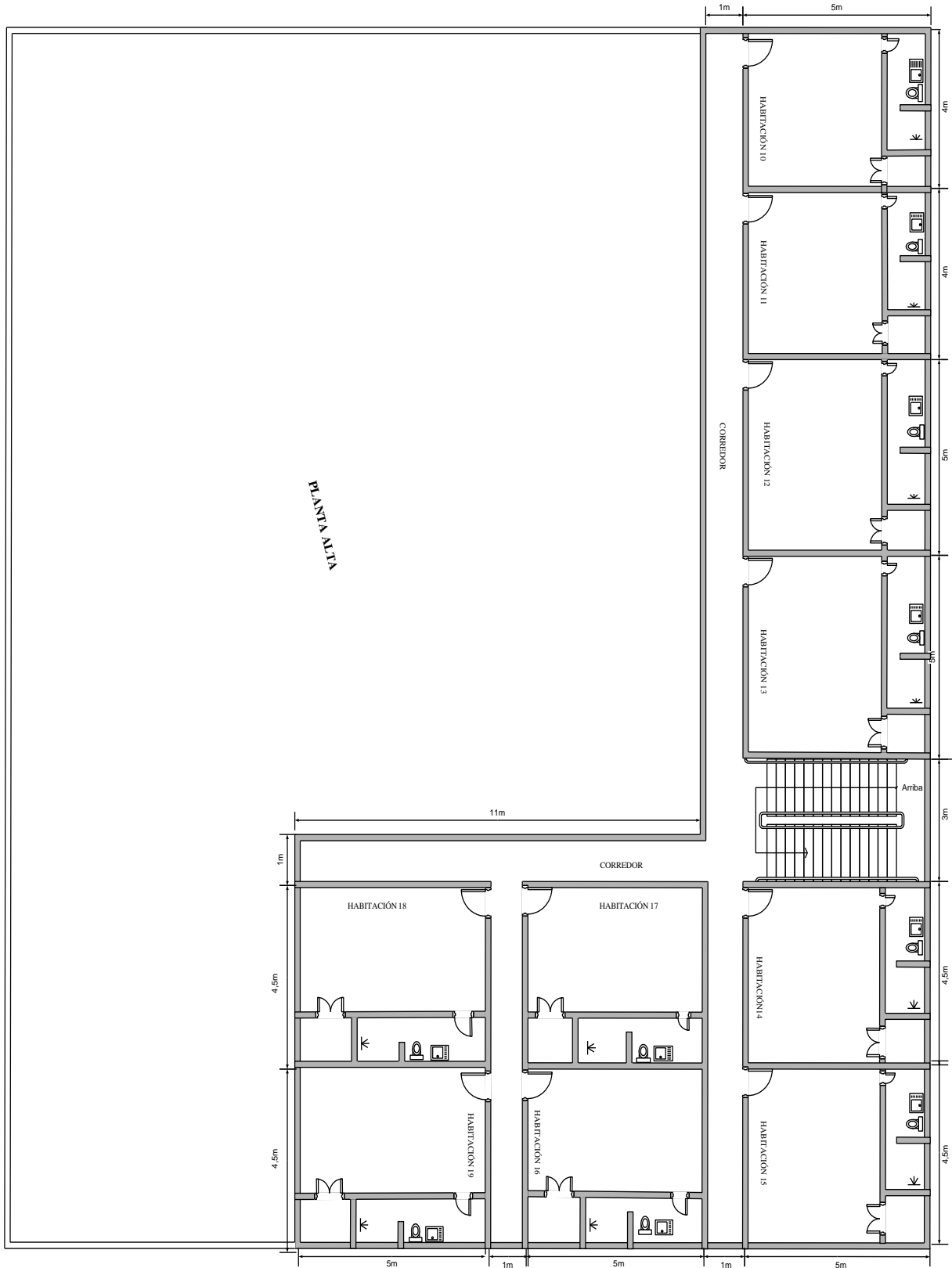
ANEXO No. 6

DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

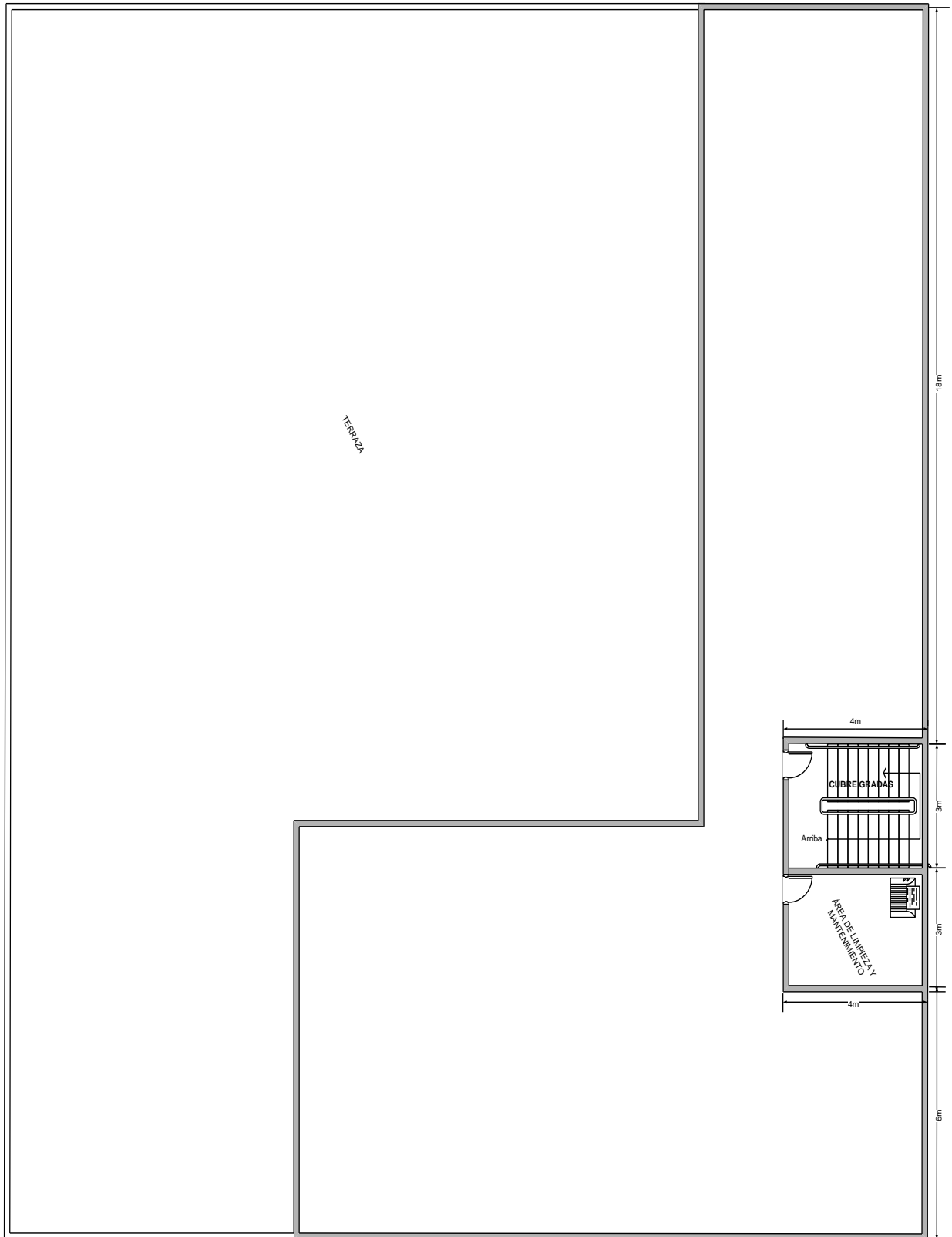
PLANTA BAJA



PLANTA ALTA



PLANTA ALTA (TERRAZA)



PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	ÁREA m2	P. UNITARIO	P. TOTAL
PLANTA BAJA			
ZONA DE PARQUEADERO CERRAMIENTO	118.00	120.00	14160.00
ESTRUCTURA DE RECREACIÓN INFANTIL			2000.00
ÁREA ADMINISTRACIÓN Y RECEPCIÓN	24.00	250.00	6000.00
CENTRO ESTÉTICO	24.00	250.00	6000.00
BAR -RESTAURANT	50.00	250.00	12500.00
COCINA	30.00	300.00	9000.00
BAÑOS (RESTAURANT)	16.00	300.00	4800.00
GRADAS	9.00	300.00	2700.00
HABITACIONES 5X5 (2)	50.00	300.00	15000.00
HABITACIONES 4X5 (2)	40.00	300.00	12000.00
SUBTOTAL			84160.00
PLANTA ALTA			
HABITACIONES 5X5 (2)	50.00	300.00	15000.00
HABITACIONES 4X5 (2)	40.00	300.00	12000.00
HABITACIONES 4,50X5 (6)	135.00	300.00	40500.00
GRADAS	9.00	300.00	2700.00
CORREDORES	32.00	120.00	3840.00
TERRAZA			
ÁREA DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	12.00	250.00	3000.00
SUBTOTAL			77040.00
TOTAL			<u>161200.00</u>

ANEXO No. 7

NÚMERO DE CLIENTES PROYECTADOS AL AÑO EN LA HOSTERÍA

Para conseguir los valores de clientes aproximados que el establecimiento tendrá al año se necesita:

- ✓ Establecer una media porcentual del número de turistas que visita los establecimientos del balneario (Encuesta ofertantes, pregunta No. 2).

Nota: La atención de la hostería será permanente (los 365 días del año), como lo es prácticamente el resto de establecimientos que prestan sus servicios en el balneario; reflejada esta información en la encuesta realizada a los oferentes, pregunta No. 1, con un 80%.

- ✓ Conseguir una media del número de días que el turista se queda hospedado en el balneario (Encuesta demandantes, pregunta No. 7).

DESARROLLO DE ACTIVIDADES PARA EL CÁLCULO

1. MEDÍA PORCENTUAL DE TURISTAS QUE VISITAN LOS ESTABLECIMIENTOS:

1.1. Pregunta No. 2; ofertantes:Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente visita su establecimiento

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 20	2	20%
21 - 50	3	30%
51 - 80	3	30%
81 - 100	2	20%
MAS DE 100	0	0%
TOTAL	10	100%
MEDIA PORCENTUAL		25%

FUENTE: Encuesta a ofertantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor

Para fijar la media porcentual, se la calcula sumando los porcentajes (100%) y se divide para el número de categorías en las cuales presentan cifras (4 categorías).

2. MEDIA DE DÍAS DE VISITAS

3. **Pregunta No. 7; demandantes:** ¿Qué número de días Ud.?¿se queda hospedado en los establecimientos del balneario?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. 0-1 día	67	20%
b. 2-3 días	231	70%
c. 4-5 días	33	10%
TOTAL	331	100%

FUENTE: Encuesta a Demandantes de servicios Hoteleros. Febrero 2008

ELABORACIÓN: El Autor

3.1. Calculo de la media

La categoría que se ha precisado es la de 2 -3 días, estos valores serán sumados entre ellas y divididos para 2, dando como resultado el valor de la media de los días que los turistas visitan las Peñas.

✓ **Desarrollo**

$$\text{Media de Días} = (2 + 3) / 2$$

$$\text{Medias de Días} = 2,5 \text{ días}$$

4. CALCULO DEL NÚMERO DE CLIENTES AL AÑO EN LA HOSTERÍA

4.1. Formula

$\frac{\text{Capacidad de las instalaciones} * \text{Días año}}{\text{Media de días visita}}$

Número de clientes al año de la hostería = $(56 * 365) / 2.5$

Número de clientes al año de la hostería = 10.512 PERSONAS

Pero hay que tomar en cuenta que los establecimientos poseen una media porcentual de clientes semanales de 25%; por lo tanto se debe aplicar este porcentaje al número de clientes al año establecido para la institución.

Número de clientes al año = 8176 PERSONAS * 25%

Número de clientes al año = 2044 PERSONAS

ANEXO No. 8
PRESUPUESTO DE GASTOS

1. SUELDOS FIJOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS

a. Sueldos fijos administrativos

PROFESIONALES (SERVICIO)	Salario Básico	Sueldo Básico Anual	13ro	14to	Aporte patronal	Total Ingresos	Men sual
Administrador	350	4200	350	200	468.3	5218.3	435
Contador	300	3600	300	200	401.4	4501.4	375
Total Anual		7800	650	400	869.7	9719.7	810

b. Sueldos fijos operativos

PROFESIONALES (SERVICIO)	SALARIO BÁSICO	SUELDO BÁSICO ANUAL	13RO	14TO	APORTE PATRONAL	TOTAL INGRE SOS	MENSUAL
Profesional de cocina	200.00	2400.00	200.00	200.00	267.60	3067.60	255.63
Mesero	170.00	2040.00	170.00	170.00	227.46	2607.46	217.29
Profesional del centro estético	200.00	2400.00	200.00	200.00	267.60	3067.60	255.63
Guardia	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Total Anual		7040.00	770.00	770.00	962.66	8942.66	928.56

Los sueldos fijos administrativos y operativos se establecen mediante la masa salarial unificada para el año 2008, manteniéndose fija en la vida útil del proyecto siendo está a modificaciones, por los incrementos realizados para los años venideros por parte de las autoridades competentes del país.

2. GASTO DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013
Depreciación Obra civil	8060.00	8060.00	8060.00	8060.00	8060.00
Depreciación Maquinaria y Equipos	323.90	323.90	323.90	323.90	323.90
Depreciación muebles y enseres	41.00	41.00	41.00	41.00	41.00
Depreciación equipos de oficina	41.00	41.00	41.00	41.00	41.00
Depreciación equipos de computación	309.97	309.97	309.97		
TOTAL DEPRECIACIÓN	8775.87	8775.87	8775.87	8465.90	8465.90

Dentro del cuadro se encuentra el resumen del sistema de depreciación anual de los activos fijos, que el establecimiento contara para las operaciones a desempeñar; basados en los porcentajes de depreciación previsto en las leyes vigentes en el Ecuador.

A continuación se presenta el cuadro de porcentajes a depreciación de activos:

CONCEPTO	VIDA ÚTIL (AÑOS)	PORCENTAJE
Edificios	20	5%
Muebles y Enseres	10	10%
maquinaria y equipo	10	10%
Equipo de oficina	10	10%
Equipo de computo	3	33.33%
Gastos de constitución	5	20%

3. PUBLICIDAD

La publicidad se establece en como una base de 50 USD mensuales, dando como gasto anual de 600 dólares.

4. GASTOS FINANCIEROS

A continuación se presenta el cuadro de pagos financieros, del monto de la inversión financiada.

NÚMERO S	VALOR PRESENTE	INTERÉS S	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	5194	3843	1351	82365
2	5194	3781	1413	80951
3	5194	3716	1478	79473
4	5194	3648	1546	77927
5	5194	3577	1617	76309
6	5194	3503	1691	74618
7	5194	3425	1769	72849
8	5194	3344	1850	70999
9	5194	3259	1935	69063
10	5194	3170	2024	67039
11	5194	3077	2117	64923
12	5194	2980	2214	62709
13	5194	2878	2316	60393
14	5194	2772	2422	57971

15	5194	2661	2533	55438
16	5194	2545	2649	52788
17	5194	2423	2771	50017
18	5194	2296	2898	47119
19	5194	2163	3031	44088
20	5194	2024	3170	40917
21	5194	1878	3316	37602
22	5194	1726	3468	34133
23	5194	1567	3627	30506
24	5194	1400	3794	26712
25	5194	1226	3968	22744
26	5194	1044	4150	18594
27	5194	853	4341	14254
28	5194	654	4540	9714
29	5194	446	4748	4966
30	5194	228	4966	0

5. IMPREVISTOS

Los imprevistos son el 3% del total de los activos fijos y el menaje de la empresa.