



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TÍTULO:

Estudio de factibilidad para la creación de un hostel ecológico en
Puerto Engabao, Cantón Playas provincia del Guayas

AUTORAS:

Betancourth Sánchez, Jocelyn Samantha
Monserate Zambrano, Dayana Michelle

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

**INGENIERAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL
INTERNACIONAL**

TUTOR:

Ec. Esteves Palma, Juan Miguel

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Jocelyn Samantha Betancourth Sánchez y Dayana Michelle Monserrate Zambrano, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR

Ec. Juan Miguel, Esteves Palma

DIRECTORA(E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucia Isabel, Pérez Jiménez, MGEEd.

Guayaquil, a los 9 del mes de Septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**Nosotras, Jocelyn Samantha Betancourth Sánchez y Dayana Michelle
Monserrate Zambrano**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación “Estudio de factibilidad para la creación de un hostel ecológico en Puerto Engabao, Cantón Playas provincia del Guayas” previa a la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial Internacional, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

Guayaquil, a los 9 del mes de Septiembre del año 2014

LAS AUTORAS

Jocelyn Samantha, Betancourth Sánchez Dayana Michelle, Monserrate Zambrano



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Jocelyn Samantha Betancourth Sánchez y Dayana Michelle
Monserate Zambrano**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “Estudio de factibilidad para la creación de un hostel ecológico en Puerto Engabao, Cantón Playas provincia del Guayas”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 del mes de Septiembre del año 2014

LAS AUTORAS

Jocelyn Samantha, Betancourth Sánchez Dayana Michelle, Monserate Zambrano



AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de las que formamos el grupo de trabajo. Por esto agradecemos a Dios, a nuestros padres por el apoyo incondicional en cada una de nuestras etapas de desarrollo profesional y a nuestros profesores por los conocimientos impartidos durante nuestra carrera universitaria.

Jocelyn Samantha Betancourth Sánchez

Dayana Michelle Monserrate Zambrano



DEDICATORIA

Esta tesis se la dedicamos a Dios quién supo darnos fuerzas para seguir adelante y afrontar los obstáculos que se nos han presentado a lo largo de nuestras vidas. A nuestras familias quienes han estado siempre presentes en los buenos y malos momentos. A nuestros padres por su amor, los valores que nos han inculcado y por sus consejos, que nos han permitido mejorar tanto a nivel personal como profesional.

Finalmente, a las personas que aportaron directa e indirectamente en la realización del presente proyecto, y a nosotras mismas, por el esfuerzo, dedicación y empeño.

Jocelyn Samantha Betancourth Sánchez

Dayana Michelle Monserrate Zambrano



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CALIFICACIÓN

Ec. Juan Miguel, Esteves Palma
TUTOR

INDICE GENERAL

RESUMEN	xiii
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
ANTECEDENTES	3
JUSTIFICACIÓN	5
Objetivos Generales	6
Objetivos Específicos	6
MARCO TEÓRICO	7
METODOLOGÍA	15
CAPITULO 1	16
1. ESTUDIO DE MERCADO	16
1.1 Oferta	16
1.2 Demanda	30
1.3 Brecha	33
CAPITULO 2	35
2. ESTRATEGIA DE MERCADEO	35
2.1 Capacidad Competitiva	35
2.2 Análisis FODA	38
2.3 Matriz Estratégica de mercadeo	39
2.4 Análisis de Costos y Gastos del plan estratégico de mercadeo	48
2.5 Plan y proyecciones de ventas	49
CAPITULO 3	55
3. Estructura organizacional y aspectos legales	55
3.1 Estructura vertical	55
3.2 Análisis de puestos	56
3.3 Perfil del cargo y remuneraciones	60
3.4 Organigrama	60
3.5 Programas de capacitación	61
3.6 Determinación de sueldos y salarios	64
3.7 Indicadores organizacionales	65
3.8 Aspectos legales	66
CAPITULO 4	74
4. ESTUDIO TÉCNICO, LOCALIZACIÓN E IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.	74
4.1 Macrolocalización	74
4.2 Microlocalización	81
4.3 Diseño arquitectónico	83
4.4 Estudio de manifiesto de impacto ambiental	89

CAPITULO 5	99
5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO DEL PROYECTO	99
5.1 Plan de inversiones	99
5.2 Financiamiento	101
5.3 Condiciones de caja	101
5.4 Condiciones de activos fijos	102
5.5 Ventas del proyecto	103
5.6 Materiales directos	104
5.7 Materiales indirectos	104
5.8 Suministros y Servicios	104
5.9 Sueldos y Salarios	105
5.10 Otros costos y gastos	106
5.11 Resumen de costos y gastos	107
5.12 Balance General	109
5.13 Estado de pérdidas y ganancias	110
5.14 Flujo de caja	111
5.15 Tasa interna de retorno financiera (TIRF)	113
5.16 Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)	113
5.17 Punto de equilibrio	114
CONCLUSIONES	115
RECOMENDACIONES	116
BIBLIOGRAFÍA	117
ANEXOS	119
ANEXO 1: TABULACIÓN DE ENCUESTAS	119
ANEXO 2: PERFIL DE PUESTOS	127
ANEXO 3: DISEÑO ARQUITECTÓNICO	131
ANEXO 4: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	133

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Centros de alojamiento existentes Puerto Engabao, 2014	26
Cuadro 2 Número de habitaciones y capacidad de alojamiento por tipo de establecimiento	28
Cuadro 3 Capacidad total disponible por tipo de establecimiento.....	29
Cuadro 4 Capacidad de alojamiento utilizada por los establecimientos de hospedaje	29
Cuadro 5 Determinación de la brecha	33
Cuadro 6 Análisis FODA.....	38
Cuadro 7 Cuadro de estrategias de Producto.....	42
Cuadro 8 Comisiones por servicios adicionales	46
Cuadro 9 Cuadro Estrategias de Promoción	47
Cuadro 10 Gastos del plan estratégico de mercadeo	48
Cuadro 11 No. de días temporada alta.....	50
Cuadro 12 Proyección de demanda mes de Enero	50
Cuadro 13 Proyección de demanda mes de Febrero	50
Cuadro 14 Proyección de demanda mes de Marzo	50
Cuadro 15 Proyección de demanda mes de Abril	51
Cuadro 16 Proyección de demanda mes de Julio	51
Cuadro 17 Proyección de demanda mes de Agosto	51
Cuadro 18 Número de días temporada baja.....	52
Cuadro 19 Proyección de demanda mes de Mayo	52
Cuadro 20 Proyección de demanda mes de Junio	52
Cuadro 21 Proyección de demanda mes de Septiembre.....	52
Cuadro 22 Proyección de demanda mes de Octubre.....	53
Cuadro 23 Proyección de demanda mes de Noviembre.....	53
Cuadro 24 Proyección de demanda mes de Diciembre	53
Cuadro 25 Proyección de la demanda año 1	53
Cuadro 26 Proyección de ventas anuales	54
Cuadro 27 Descripción de puesto Gerente General.....	60
Cuadro 28 Capacitación: Procesos de ingreso y salida de huéspedes, y servicio al cliente	62
Cuadro 29 Capacitación: Procesos y aspectos importantes en el servicio de limpieza	63
Cuadro 30 Capacitación: hospitalidad y servicio al cliente	63
Cuadro 31 Rol de Pagos.....	64
Cuadro 32 Establecimientos educativos	78
Cuadro 33 Festividades de Puerto Engabao.....	80
Cuadro 34 Distribución de habitaciones	83
Cuadro 35 Valoración de impacto ambiental	93
Cuadro 36 Plan de inversión.....	100
Cuadro 37 Estructura financiera	101
Cuadro 38 Condiciones de caja.....	102
Cuadro 39 Condiciones de activos fijos.....	102
Cuadro 40 Ventas del proyecto	103
Cuadro 41 Lista de materiales directos	104
Cuadro 42 Lista de materiales indirectos.....	104
Cuadro 43 Gastos por suministros y servicios	105
Cuadro 44 Gastos por mano de obra directa	105
Cuadro 45 Gastos por mano de obra indirecta.....	106
Cuadro 46 Gastos por personal administrativo.....	106
Cuadro 47 Detalle de otros costos y gastos	107
Cuadro 48 Resumen de costos y gastos.....	108
Cuadro 49 Balance General Proyectado.....	109
Cuadro 50 Estado de pérdidas y ganancias.....	110
Cuadro 51 Cuadro de Rentabilidad	110
Cuadro 52 Flujo de Caja Proyectado	112

Cuadro 53 Tasa interna de retorno financiera	113
Cuadro 54 Tasa interna de retorno del inversionista.....	114
Cuadro 55 Punto de Equilibrio	114

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Habitación Individual "Casa Blanca"	22
Figura 2 Habitación familiar "Casa Blanca"	23
Figura 3 Habitación grupal "Surf Shelter"	24
Figura 4 Página Web Municipio de Playas	26
Figura 5 Logo del hostel.....	40
Figura 6 Estructura Vertical	56
Figura 7 Organigrama.....	61
Figura 8 Ubicación del proyecto "Surf & Sol"	82
Figura 9 Diseño arquitectónico planta baja "Surf & Sol"	85
Figura 10 Diseño arquitectónico primer piso.....	87
Figura 11 Diseño arquitectónico segundo piso.....	88
Figura 12 Diseño arquitectónico tercer piso.....	89
Figura 13 Variables del desarrollo sustentable	96

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad analizar la factibilidad de la creación de un hostel ecológico en Puerto Engabao, Cantón Playas provincia del Guayas donde los turistas puedan disfrutar de cómodas habitaciones y adicionalmente de otros servicios de entretenimiento como restaurant, cabalgatas, shows nocturnos, paseos en bote y camping. También tiene como objetivo incentivar el turismo a esta comuna que no ha sido explotada en su totalidad pero que cuenta con una diversidad de atractivos turísticos.

Este proyecto está compuesto por 5 capítulos que nos permitirán determinar la factibilidad del mismo, a continuación se detalla brevemente su contenido.

En lo que se refiere al capítulo 1 que es el estudio de mercado se determinará la oferta y demanda existente en base a las 4P para poder establecer la brecha.

En el capítulo 2 se detallará las diferentes estrategias de mercadeo que serán implementadas para tener un buen posicionamiento en el mercado así como las proyecciones de ventas del proyecto.

En el capítulo 3 se determinará la estructura organizacional establecida en el hostel, las funciones y cargos del personal. Así como también se especificarán todos los aspectos legales a cumplir.

El estudio técnico, localización e impacto ambiental del proyecto serán detallados en el capítulo 4 donde se determinará la localización y dimensiones del establecimiento, así como se evaluará los efectos ambientales que producirá la creación del hostel propuesto.

En el capítulo 5, que se refiere al estudio económico y financiero del proyecto, se pudo determinar que se necesitará una inversión total de \$560.652,82 y que la implementación de este proyecto es factible debido a que se obtuvo un VAN positivo de 436.031,56 USD y también una TIR de 30.94% lo que significa que el proyecto cubriría todos los gastos y costos.

Palabras claves: Hostel, Turismo, Puerto Engabao, Ecológico, Turistas.

Abstract

The objective of this project is to analyze the feasibility of creating an eco-hostel in Puerto Engabao, Playas in the province of Guayas where tourists can enjoy comfortable rooms, as well as other entertainment services such as a restaurant, horseback riding, nightly shows, boat rides and camping. It also aims to encourage tourism in this community that has not been fully exploited, but has a variety of tourist attractions.

This project consists of five chapters that will allow us to determine the feasibility of it. The contents are briefly outlined: In chapter 1, there will be a market research about the supply and demand which will be determined based on the 4Ps to establish the existing gap.

Chapter 2 will include the different marketing strategies that will be implemented to have a good market positioning, and also the sales projections are going to be detailed.

In the next chapter the organizational structure established in the hostel will be determined, as well as the functions and personnel charges, as well as all legal aspects that have to be complied with.

The technical study, the location and the environmental impact of the project will be detailed in Chapter 4. The position and dimensions are determined, as well as environmental effects that result from the creation of this hostel.

Chapter 5 refers to the economic and financial study of the project. It was determined that a total investment of \$ 560,652.82 is needed and that the implementation of this project is feasible because we got a positive NPV of \$ 436,031.56 and an IRR of 30.94%. This means that we would cover all our expenses and costs.

Keywords: Accommodation, Tourism, Puerto Engabao, Eco, Tourists.

Résumé

Ce projet a pour but d'analyser la faisabilité de la création d'une hôtellerie écologique à Puerto Engabao, Cantón Playas province du Guayas où les touristes peuvent jouir des chambres confortables et d'autres services de distraction comme un restaurant, des cavalcades, des spectacles du soir, des promenades en petits bateaux et faire du camping. Il a aussi pour objectif de stimuler le tourisme à cette commune qui n'a pas été exploitée dans sa totalité mais qui dispose d'une diversité d'attraits touristiques.

Ce projet est composé de 5 chapitres qui nous permettront de déterminer la faisabilité du même, par la suite son contenu est brièvement détaillé.

En ce qui concerne le premier chapitre qui est l'étude de marché, de l'offre et la demande existante, on déterminera sur la base de la méthode des 4P (Produit, Prix, Promotion et Emplacement) pour pouvoir analyser mieux le marché. Dans le chapitre 2 on détaille différentes stratégies de commercialisation qui seront mises en application pour avoir un bon positionnement sur le marché ainsi que les projections de ventes du projet.

Dans le chapitre suivant se déterminera la structure organisationnelle établie à l'hôtellerie, les fonctions et les charges qui auront le personnel. D'un autre côté aussi tous les aspects légaux à accomplir seront mentionnés. L'étude technique, la localisation et l'impact environnemental du projet seront détaillés dans le chapitre 4 où on déterminera la localisation et les dimensions, ainsi que les effets environnementaux que la création de cette hôtellerie produira.

Le chapitre 5 qui se rapporte à l'étude économique et financière du projet on a pu déterminer qu'il a été nécessaire d'un investissement total de 560.652,82 USD et que l'implémentation de ce projet est faisable dû que nous avons obtenu une valeur actuelle nette (VAN) positif de 436.031,56 USD et aussi une taux de rentabilité interne (TRI) de 30.94 % ce qui signifie que nous couvrons tous nos frais et dépenses.

Mots clés: l'Hôtellerie, le Tourisme, Puerto Engabao, Écologique, Les touristes.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata sobre el estudio de factibilidad para la creación de un hostel ecológico en Puerto Engabao, cantón Playas provincia del Guayas.

Parte del hecho de que Engabao, a pesar de estar cerca de la ciudad de Playas, carece de un desarrollo turístico acorde a las expectativas de un desarrollo propio de categoría como para satisfacer la demanda de turistas extranjeros, amantes del surf por ejemplo.

En la actualidad existen centros de hospedaje muy rústicos tipo mochilero, lo que se pretende es elevar con este proyecto un desarrollo en la zona que vaya de la mano con la campaña del gobierno “all you need is Ecuador” que impulsa la presencia de Ecuador en el mundo. De ahí que se ha seguido con todos los pasos que un estudio de factibilidad requiere como estudio de mercado, diseño organizacional, estudio legal, técnico y financiero.

Todo ello sustentado en un marco teórico y la metodología que un estudio técnico requiere.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es uno de los sectores que en los últimos años ha ganado gran apogeo gracias al apoyo brindado por el gobierno ecuatoriano en sus intentos por aumentar el emprendimiento y creación de nuevas empresas a brindar servicios destinados al turista nacional e internacional.

Considerando que el Ecuador cuenta con una diversidad de lugares con una amplia flora y fauna no explotados, hemos decidido centrarnos en un proyecto que contribuya al desarrollo y crecimiento del turismo local, aprovechando los atractivos turísticos del cantón, que son de gran importancia para muchas de las familias ecuatorianas que se dedican día a día a atender a los turistas.

Los hostales existentes en la comuna de Engabao, no cuentan con las adecuaciones ni la capacidad necesaria para atender las exigencias que demandan los turistas, restándoles alojarse en lugares aledaños al sitio, lo cual mediante la creación de nuevos negocios con las adecuaciones y capacidad que demandan se convertiría en un ingreso para las familias de la comuna y del país; razón por la cual el hostel propuesto en el presente proyecto cumpliría los 3 pilares fundamentales del desarrollo sustentable y brindaría un servicio de calidad beneficiando; a la comuna por el incremento de visitantes, y a la naturaleza mediante la concientización ecológica.

Por otra parte, en cuanto a las ayudas brindadas por el gobierno se puede destacar la iniciativa de la campaña “all you need is Ecuador” que incentiva el desarrollo productivo del país y el turismo local; siguiendo esta iniciativa se propone la creación de un hostel ecológico que se rija a los objetivos de la campaña y al plan del buen vivir permitiendo la creación de nuevas plazas de trabajo, oportunidades de inversión y mejora continua en la calidad de vida de la población de Puerto Engabao.

ANTECEDENTES

Puerto Engabao se caracteriza por ser una playa de arena blanca de grandes olas dotadas para realizar deportes como el surf. Puerto Engabao se encuentra ubicado en la provincia del Guayas, cantón General Villamil (Playas), a 3 Km. del Recinto Engabao y a 110 Km. de la ciudad de Guayaquil.

Puerto Engabao es admirable por la amabilidad de la pequeña población que la habita, con aproximadamente 300 habitantes, donde la principal actividad económica que ejercen es la pesca; además de existir pequeñas casas de surf comunitarias que alquilan habitaciones a surfistas por \$10 la noche. Sin embargo, debemos notar que los servicios prestados por estas casas de surf comunitarias, son en condiciones poco adecuadas para brindar al turista un ambiente agradable y un servicio de calidad.

Ecuador a través de la campaña “all you need is Ecuador” busca acaparar y posicionar al país como uno de los principales destinos turísticos alrededor del mundo; campaña que es realizada por un sin número de países alrededor del mundo, entre los cuales se encuentra México a través de su campaña “México City. Live it, Believe it”, con la cual muchos negocios de dicho país, en especial aquellos destinados a brindar un servicio al turista como el caso de los hostales ecológicos, han elevado sus ingresos. México ha logrado registrar más de 3 millones de turistas en el primer cuatrimestre del año 2014.

En base a lo anterior, con el presente proyecto se pretende apoyar la iniciativa del gobierno y, aprovechar las ventajas que el sector ofrece obteniendo beneficios económicos para los inversionistas y aportar al desarrollo económico de Puerto Engabao; siendo un sector atractivo que brinde frutos y resultados positivos como se ha logrado en otros países.

Glosario

Hostal: Establecimiento de hostelería de categoría inferior al hotel que ofrece alojamiento y servicio de comedor.

Oferta: Relación entre el precio de un bien y la cantidad que del mismo están dispuestos y pueden ofrecer los productores, *ceteris paribus*.

Demanda: Relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada, *ceteris paribus*.

Brecha: Es la diferencia entre el producto efectivo y el producto potencial de una economía.

Estructura organizacional: Es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común.

TIR: La Tasa Interna de Retorno, también conocida como la tasa crítica de rentabilidad (en adelante TIR), es la tasa de interés que refleja un VAN igual a cero al momento de descontar los flujos futuros a valor presente.

VAN: El Valor Actual Neto (en adelante VAN), representa la suma total de los flujos futuros descontados a valor presente.

JUSTIFICACIÓN

El turismo ocupa el puesto número 6 entre los ingresos top 10 del Ecuador, es por ello que mediante la implementación de un hostel en sectores no explotados turísticamente, se puede obtener una oportunidad para generar un impacto positivo en la actividad económica de la comuna de Engabao.

El presente proyecto se trata de la creación de un hostel ecológico el cual tendrá lugar en Puerto Engabao Cantón Playas, provincia del Guayas. El motivo principal para la realización de este proyecto, en un sector que no ha sido explotado en su totalidad, son las diversas oportunidades de expansión que este ofrece; creación de centros comerciales, próximas construcciones de complejos de gran tamaño y realización de eventos conocidos a nivel internacional, son varias de las oportunidades que nos ofrece este mercado que dentro de pocos años se convertirá en un boom y en una nueva opción de entretenimiento para los ciudadanos. Además, pretende eliminar la imagen de “proveedor de muestras” con la que nuestro país es considerado a nivel internacional debido a la falta de tecnología y producción de bienes con un valor agregado.

El Ecuador se caracteriza por ser un país rico en hermoso paisajes dotado de flora y fauna incomparables, paisajes y lugares que no han sido explotados totalmente pero que tiene amplias oportunidades de convertirse en un generador de riquezas y en un motivo para superar la tecnología creciente y el paradigma de “países desarrollados” de las potencias mundiales, que aunque cuenta con una tecnología masiva carecen en alto porcentaje de tierras fértiles, denotándolos como “explotadores de riquezas ajenas” por aprovecharse de lo que a países, como Ecuador, cuenta con un excedente.

Objetivos Generales

Estudiar la factibilidad para la creación de un hostel ecológico ubicado en Puerto Engabao, Cantón Playas provincia del Guayas.

Objetivos Específicos

1. Establecer la brecha entre oferta y demanda.
2. Elaborar la estrategia de mercado para alcanzar la brecha.
3. Diseñar la estructura organizacional.
4. Elaborar el estudio técnico, localización e impacto ambiental del proyecto.
5. Evaluar económica y financieramente el proyecto.

MARCO TEÓRICO

El Ecuador está siendo parte de una gran campaña internacional desarrollada por el Ministerio de Turismo denominada “all you need is Ecuador” la cual ha tenido una gran acogida por millones de personas alrededor del mundo. Lo que esta campaña busca es llamar la atención de viajeros de todos los países para que visiten Ecuador, que conozcan el sin número de lugares atractivos que poseemos en nuestro país y posicionarlo como uno de los mejores destinos turísticos.

Una de las frases mencionadas en esta campaña es “Like nowhere else, All in one place, So close” que quiere decir que podemos encontrar todo en un solo lugar y todo tan cerca. Esto hace referencia a que se puede estar en un mismo día en la Región Costa y en unas pocas horas en cualquiera de las otras regiones del Ecuador, disfrutando de los paisajes y de la flora y fauna que poseemos.

Gracias a esta campaña que inició el 28 de Febrero de 2014 se ha notado el incremento en el número de visitas a nuestro país, en la página oficial de internet del Ministerio de Turismo se muestra que las estrategias de promoción aplicadas para consolidar a Ecuador como un destino de clase mundial han dado frutos. Un total de 620.958 turistas extranjeros arribaron a Ecuador entre enero y mayo del 2014, registrándose así un incremento del 16,3% con respecto al mismo período del 2013.

Esta campaña consistió en la ubicación de letras gigantes que formen la frase “All you need is Ecuador” las cuales estuvieron ubicadas en 19 ciudades importantes del mundo, 7 de ellas dentro de nuestro país. Estas letras de 6 metros de alto estuvieron instaladas en plazas, parques y sitios emblemáticos. También se creó un video que fue difundido por internet y canales de televisión en donde se puede observar varias de las maravillas que poseemos en nuestro país.

Otro aspecto de gran importancia es el Plan del Buen Vivir, el cual fue aprobado en la sesión del 24 de junio de 2014, que tiene varios objetivos que considerando el proyecto propuesto se apega a los siguientes objetivos: auspiciar la igualdad, mejorar la calidad de vida de la población, garantizar los derechos de la naturaleza e impulsar la transformación de la matriz productiva.

Siguiendo con las iniciativas propuestas por el Gobierno se puede mencionar que el presente proyecto velará por el cumplimiento de los objetivos planteados así como contribuirá al desarrollo del sector turístico del país que beneficiará tanto a los inversionistas como a los pobladores de la zona, apegándose a lo expuesto en el plan del buen vivir y a la iniciativa de la campaña “all you need is Ecuador” que en otros países ha generado grandes beneficios al desarrollo económico, social y cultural.

Por otro lado, para el desarrollo de este proyecto se ha tomado como referencia a diversos autores que han tratado en sus respectivas obras lo concerniente a los capítulos que se han desarrollado en este estudio y que sirvan de apoyo en la sustentación de las ideas propuestas.

En referencia al estudio de mercado

En el capítulo 1 se tratará la investigación de mercado, que para este proyecto es Puerto Engabao; dicha investigación es de vital importancia ya que según la información recopilada de diversos autores ésta permite identificar los factores más importantes que pueden influir de manera positiva o negativa en el proyecto, y que a su vez estos autores permitan entender de manera más amplia los puntos a abordar y el objetivo que tiene cada capítulo.

“La investigación de mercados es el diseño, obtención y presentación sistemática de los datos y hallazgos relacionados con una situación específica de mercadotecnia” (Kotler, 1980 citado en Weiers, 1986). También es utilizada como un medio de información para que las empresas estén enteradas de las condiciones del mercado y de las presiones competitivas (Weiers, 1986).

“La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el experto en mercadotecnia, a través de la información: Información utilizada para identificar y definir oportunidades y problemas de mercadotecnia; generar, depurar y evaluar las acciones de mercadotecnia; verificar el desempeño de la misma, y mejorar la comprensión del concepto de mercadotecnia como un proceso. La investigación de mercados especifica la información requerida para afrontar estos problemas; diseña el método para recopilar información; maneja e implementa el proceso de recopilación de datos; analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones.” (Lehmann, 1993, Pág. 145).

Cooper (1993) hace una distinción en la demanda turística en función de la posible motivación de las personas a viajar. Siguiendo este criterio, Cooper, divide la demanda turística en: demanda efectiva (formada por el número total de personas que participan de la actividad turística), demanda no efectiva (formada por aquel sector de la población que no viaja por algún motivo), y la no demanda (que estaría integrada por la personas que no desean viajar).

Según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor preponderante en la vida de las empresas, así para Kotler, autor del libro "Dirección de Marketing" (Año 2002 Pág. 54), la demanda es "El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago".

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.”

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la oferta, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender".

En referencia a la estrategia de mercadeo

El capítulo 2 se basa en las estrategias de mercado a implementar en las 4 P, tomando en consideración que para poder crear estrategias de un bien o servicio, éstas deben tener una amplia correlación con el sector a tratar ya que una estrategia que puede ser aplicada para un producto de consumo masivo no puede ser la misma que para un producto donde el público no se muestra receptivo a las promociones o publicidades básicas; definiéndose básicas aquellas que no representan un gasto excesivo.

Por Marketing Turístico se entiende la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de las que dependen y emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr de esta forma un beneficio apropiado. Esta definición abarca la naturaleza del macro-marketing, por cuanto se hace mención al requisito de la adaptación sistemática y coordinada de las políticas.

El concepto de mercadotecnia sostiene que para lograr los objetivos de la organización es indispensable determinar necesidades y los deseos del mercado meta y proporcionar las satisfacciones con mayor efectividad y eficiencia que los competidores (Kotler y Armstrong, 1991).

Existen ciertas variables que constituyen la mezcla de marketing; se pueden agrupar en las cuatro P's: Producto, Precio, Promoción y Plaza. En el ámbito turístico las características suelen ser distintas de las de los productos comunes a los que se enfoca la mercadotecnia. Es decir, al turista se le vende un producto que consta de una experiencia compuesta por una serie de atributos que no tienen relación con un producto tangible (Heath y Wall, 1992).

El producto generalmente no es transportado hacia el turista, es éste quien se traslada al destino donde obtendrá el servicio. La plaza se refiere a la distribución; se deben establecer los canales que le proporcionarán al cliente el mejor acceso al producto turístico. Promoción implica la forma en que se comunicarán al turista los posibles beneficios acerca del producto ofrecido; no incluye simplemente el hacer publicidad, sino también la promoción de ventas, las relaciones públicas y la venta personal. En cuanto al precio, éste es una variable crítica dentro de la mezcla de marketing. El precio correcto debe, por un lado, satisfacer a los turistas y por otro, cubrir los objetivos fijados por el establecimiento (Heath y Wall, 1992).

En referencia a la estructura organizacional

La estructura organizacional para el presente proyecto fue elegida en base a la óptima distribución de las tareas en cada una de las áreas del hostel, de manera que cada departamento tenga un jefe inmediato que supervise las actividades de los subordinados y que así pondere la eficiencia y eficacia en los procesos. A continuación se presentarán algunas de las teorías sobre la estructura organizacional y la relación entre sueldo y desempeño laboral.

Según Henri Fayol, citado por Hall (1981), define a la organización como: “organizar un negocio es dotado con todo lo necesario para su funcionamiento: materias primas, herramientas, capital y personal” (p.19).

De acuerdo con León (1985), “una organización es en el sentido más amplio, es un acuerdo entre personas, para cooperar en el desarrollo de alguna actividad” (p.68).

De acuerdo con Robbins y Coulter (2000), definen “la estructura organizacional es el marco formal mediante el cual las tareas se dividen, agrupan y coordinan” (p.300).

Según Hampton (1996), define “la estructura es una herramienta de que se valen los gerentes para permitirle a la organización realizar debidamente su estrategia. El uso eficaz de esta herramienta supone una comprensión muy completa de la estrategia. Pero requiere además que la estructura esté bien adaptada a la tecnología y ambiente de la organización” (p.320).

La administración de Sueldos y Salarios nos dice que “es aquella parte de la Administración de Personal que estudia los principios y técnicas para lograr que la remuneración global que recibe el trabajador, sea adecuada a la importancia de su puesto, a su eficiencia personal, a sus necesidades y a las posibilidades de la empresa” (Reyes Ponce, 1977, p29).

De acuerdo con Koontz y Weihrich (1999), dice que existe una relación entre el desempeño y el salario. Esto quiere decir, que se le paga al personal de acuerdo con su desempeño teniendo como resultado altas bonificaciones cuando cumple con las metas de la organización en lugar de que se le pague de acuerdo con su cargo o antigüedad de servicio.

En referencia al estudio técnico

La distribución de las instalaciones que es tratada en el capítulo 4 se definió en base a la dimensión total del terreno y a los principios básicos del diseño arquitectónico propuesto para el hostel, el cual debe entrelazar 3 aspectos que son: restaurant, descanso y social. De esta manera se busca proyectar la óptima distribución del espacio englobando éste el bajo impacto ambiental del proyecto y el mejor uso de los recursos que tiene una estrecha relación con el estudio económico. A continuación se detallan los conceptos y teorías del estudio técnico.

“En el estudio técnico se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.” (López Elvira, González Nora).

Baca Urbina (2001) establece objetivos de los estudios y en lo que respecta al estudio técnico lo establece de esta forma "demostrar que tecnológicamente es posible realizar el proyecto".

Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

En referencia al estudio económico y financiero

El estudio económico y financiero del proyecto tiene como objetivo principal determinar la viabilidad del proyecto considerando todos los costos y gastos frente a los ingresos por ventas y la sensibilidad de las principales variables frente a cambios de mayor y menor escala permitiendo tener una vista panorámica de la puesta en marcha del proyecto en diversos escenarios. Considerando el sector del proyecto y su combinación con las teorías del estudio económico y financiero se pueden recatar los siguientes conceptos establecidos por expertos:

El análisis financiero se define como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y los datos operacionales de un negocio.

De acuerdo a Palepu, Healy, Bernard (2002). "El propósito del análisis financiero es evaluar el desempeño de una empresa en un contexto de sus metas y estrategias declaradas. Para tal efecto, se cuenta con dos herramientas principales: el análisis de razones y el análisis de flujos de efectivo. El primero de ellos significa determinar la forma en que las partidas de los estados financieros de una empresa se relacionan entre sí. El segundo refleja sus flujos de efectivo de operación, inversión y financiamiento."

Por su parte Charles H Gibson dice: “El análisis financiero se utiliza en diversos contextos. El análisis de razones del desempeño actual y previo de una empresa, establece la base para proyectar su desempeño futuro. Las proyecciones financieras son útiles para la valuación de empresas, el otorgamiento de crédito, la predicción de dificultades financieras, el análisis de valores, al análisis de fusiones y adquisiciones y para el análisis de la política financiera de la empresa. El valor de una empresa está determinado por su rentabilidad.”

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó la metodología mixta, de la cual se puede destacar el enfoque cualitativo y cuantitativo. En lo que se refiere al enfoque cualitativo este proyecto inicia con la observación de campo, para conocer sobre la historia, costumbres, cultura y estilo de vida de los habitantes.

Para profundizar esta investigación se ha considerado fuentes de investigación primaria, a través de las cuales se obtiene información basada en una investigación de campo; que incluye visitas a la playa de Puerto Engabao, para conocer e identificar por medio de la observación todas las alternativas que oferta este sector al turista, y así crear nuevas opciones para los viajeros que disfrutan de las playas de esta comuna. También se obtuvo información por medio de las entrevistas realizadas a varios pobladores de esta comuna así como a ciertos dueños de los centros de alojamiento que existen en este lugar.

Se consideró también fuentes de investigación secundaria, como son libros, revistas, páginas de internet, en donde nos hacen conocer; la geografía, ubicación, desarrollo socioeconómico, educación y gastronomía de esta comunidad; la misma que se manifiesta en el desarrollo del proyecto.

Por otro lado, a través del enfoque cuantitativo se recolectó información mediante las encuestas que se le realizaron a los turistas en la comuna de Puerto Engabao, a través de las cuales se pudo conocer a mayor profundidad sus gustos y preferencias al momento de viajar a otro lugar, de lo que esperan encontrar en el lugar y además nos permitirá tener un mejor conocimiento de cómo se podría satisfacer sus necesidades.

CAPITULO 1

1. ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo principal de este capítulo, es determinar la brecha entre la oferta y la demanda de tal manera que se la pueda establecer para en base a la brecha determinar las acciones a tomar para disminuir el riesgo de mercado a través de una estrategia, la misma que se tratara en el capítulo 2.

Para poder determinar la brecha se seguirá el siguiente camino: en primer lugar se tratará la oferta de este servicio existente en la zona con todas sus características de acuerdo a las 4 P, luego se tratará la demanda también estableciéndola a través de las 4 P; cuantificándose estos conceptos se establecerá la existencia de una brecha o no y en base a ella fijar nuestro posicionamiento.

1.1 Oferta

ROSENBERG, J. M. (2007) define a la oferta como la “cantidad de bienes que pueden ser vendidos o el precio por el que una persona está dispuesta a vender y otra a comprar”.

1.1.1 Atractivo de la zona

Puerto Engabao es un lugar donde la vida es simple y se respira un aire de tranquilidad, perfecto para alejarse de la vida ajetreada de la urbe, cuyos principales atractivos son la extensa playa del lado izquierdo del acantilado, y la playa escondida que es una playa de arena gris luminosa, al este del lugar. Puerto Engabao es ciertamente perfecto para disfrutar la inmensidad de la naturaleza y del mar; en otras palabras un paraíso para los surfistas que vienen de todas partes del mundo durante todo el año a correr las olas ‘mágicas’ del sitio.

Puerto Engabao además de contar con grandes olas para practicar surf, es un lugar que brinda diversidad de actividades deportistas y recreativas a sus visitantes tanto nacionales y extranjeros; actividades como pesca deportiva, paseos marítimos recreativos, fútbol, voleibol, así como un día de camping se pueden realizar en esta playa de 8000 metros de largo y 50 metros de ancho. Factores como bajo costo sumado al clima cálido, diversidad en su gastronomía, y una atención cordial están haciendo de Puerto Engabao el destino preferido de quienes buscan un ambiente de paz y tranquilidad, especialmente para los amantes del mar y las olas.

Otro de sus atractivos es su proximidad a la Playa “El Pelado” la cual es ideal para realizar caminatas y disfrutar de la gastronomía que este lugar ofrece. Por otra parte, podemos destacar el proyecto que realizará la promotora inmobiliaria Pronobis el cual se llevará a cabo en un paraje solitario de 51 hectáreas de playas vírgenes de El Pelado, en las proximidades de Puerto Engabao, dicho proyecto representará una inversión de \$700 millones de dólares y generará un impacto positivo en el crecimiento del turismo y la demanda de servicios de hospedaje en los sectores aledaños como es el caso del mercado objetivo, Puerto Engabao.

1.1.2 Afluencias turísticas

De acuerdo a las condiciones y atractivos turísticos mencionados anteriormente se conoce que existe una gran afluencia de surfistas y jubilados en su mayoría extranjeros provenientes de países como Alemania, Estados Unidos, Holanda, Francia y Dinamarca; y nacionales principalmente jóvenes surfistas de la zona de Guayaquil de clase media alta.

De acuerdo a las entrevistas y según la determinación de la oferta que será presentada más adelante sumada a la demanda insatisfecha actual,

se determinó que más de 8000 turistas anuales llegan a las playas de Puerto Engabao. Pese a los diversos atractivos de esta zona, Puerto Engabao cuenta con una limitada oferta de centros de alojamiento en óptimas condiciones haciendo que tanto turistas nacionales como extranjeros tengan la obligación de movilizarse desde Puerto Engabao hasta Playas para poder hospedarse en un lugar que satisfaga sus necesidades y expectativas.

1.1.3 Inventario de servicio de alojamiento y estancia en la zona

El levantamiento o inventario tiene por finalidad tratar de verificar si el concepto cumple con el contenido en el servicio operativo para los cuales fueron creados, para lograrlo se levantaron 5 categorías: hoteles, hostales, casas comunitarias, pensiones y residencias, y cabañas.

También se consideró necesario limitar la zona de levantamiento, porque si consideramos toda el área que va desde Playas hasta Posorja, es una zona totalmente explotada donde existe una gran cantidad de centros de alojamiento y urbanizaciones. En cuanto a la zona de Engabao, es considerando el lado occidental de Playas, la cual es una zona totalmente inexplorada donde no existe una presencia masiva de servicios de alojamiento como en el sector arriba señalado, a tal punto que aun de Playas hasta Engabao existen caminos en mal estado.

1.1.3.1 Hotel

Un hotel se define como un establecimiento que presta servicios de hospedaje, cuya clasificación depende de los tipos de servicios complementarios a ofrecer. Un hotel se caracteriza principalmente por ofrecer al cliente un ambiente de confort y privacidad, siendo su tarifa diaria por tipo de habitación y número de personas. Según la categoría los hoteles se clasifican en:

1.1.3.1.1 Hotel de una estrella

Los hoteles de una estrella se caracterizan por ser los más económicos, ideal para aquellas personas que cuentan con poco presupuesto. Este tipo de hotel ofrece habitaciones sencillas, relativamente pequeñas y normalmente el servicio de teléfono y televisión son compartidos en la recepción del hotel. Adicionalmente, la atención al público no está disponible las 24 horas.

1.1.3.1.2 Hotel de dos estrellas

Este tipo de hotel ofrece un alojamiento más privado donde el acceso a los servicios de teléfono y televisión se encuentra disponible en cada una de las habitaciones. El servicio de restaurant es limitado, ofreciendo solo desayunos continentales.

1.1.3.1.3 Hotel de tres estrellas

Este tipo de hotel es ideal para aquellas personas que a más de contar con los servicios básicos buscan servicios de entretenimiento adicionales como: piscina, gimnasio, restaurante, entre otros. El hotel de tres estrellas se caracteriza por brindar una atención personalizada, procurando ofrecer un servicio de confort y calidad.

1.1.3.1.4 Hotel de cuatro estrellas

Un hotel de 4 estrellas se considera como de primera clase debido a que el espacio de las habitaciones es más amplio y el uso de mobiliario lujoso forma parte de la decoración. Adicionalmente, se ofrece más de un restaurante, bar y servicio a cuartos con horario prolongado. Este tipo de hotel usualmente cuenta con salas de reuniones y centros de conferencia.

1.1.3.1.5 Hotel de cinco estrellas

El hotel de cinco estrellas ofrece los más altos estándares de confort, servicio y lujo. Este tipo de hotel ofrece servicio al cuarto las 24 horas del día, así como varias opciones de restaurante con un chef profesional, y centros de entretenimiento y compras. La infraestructura y la decoración son realizadas con materiales de alta calidad. Por lo tanto, este tipo de hotel es ideal para los viajeros exigentes que buscan un servicio personalizado, instalaciones de alta calidad y una variedad de servicios e instalaciones en un mismo lugar.

1.1.3.2 Hostal

Un hostal, a diferencia de un hotel, es un sitio donde sobresale el aspecto social, es decir, un lugar donde los huéspedes puedan compartir y conocer nuevas culturas y hacer nuevas amistades. La atención es más íntima, cuyo principal objetivo es hacer que el huésped se sienta cómodo y tranquilo. A pesar, que algunos de los servicios que se ofrece son compartidos, como el caso del uso de la cocina, es de gran acogida por las personas jóvenes y mayores que buscan un ambiente relajado.

1.1.3.3 Casas Comunitarias

Las casas comunitarias son residencias pequeñas habitadas por familias, quienes poseen habitaciones adicionales dentro de su propio domicilio para ser alquilada temporalmente a turistas que buscan un lugar para hospedarse por una tarifa mínima y sin contar con todos los servicios básicos.

1.1.3.4 Pensiones y residencias

Establecimiento que presta de forma permanente servicios de hospedaje incluyendo los servicios básicos y de alimentación, mediante un

pago periódico, sea este semanal, quincenal o mensual. El periodo de alojamiento no debe ser menor a un mes.

1.1.3.5 Cabañas

Las cabañas son establecimientos que solo ofrecen servicios de alojamiento por un periodo corto, las cuales generalmente están ubicadas fuera de la ciudad y ofrecen las comodidades básicas a un bajo costo.

1.1.4 Marketing Mix de la oferta

Se refiere a la mezcla de mercadotecnia, es decir, buscar la combinación perfecta entre el producto que ofrece la empresa, el precio al que será ofertado, la plaza en que se va a desarrollar y la promoción a utilizar para dar a conocer los bienes o servicios de la empresa; cuyo producto tiene como principal objetivo satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor.

Considerando el concepto antes mencionado se procederá a especificar el marketing mix que cumplen los actuales establecimientos que ofrecen servicio de hospedaje.

1.1.4.1 Producto

Dado que en Puerto Engabao sólo existen 20 establecimientos de alojamiento de los cuales 18 de ellos son casas comunitarias y 2 centros de alojamiento de emergencia detallaremos a continuación el producto ofrecido de estas dos clases de hospedaje especificadas.

1.1.4.1.1 Casas Comunitarias

Las 18 casas comunitarias que serán detalladas más adelante en el cuadro No. 2, ofrecen servicio de hospedaje a los turistas que desean pasar la noche. Las habitaciones están amobladas con una cama de 2 plazas, un baño privado y ventilador. En estas casas comunitarias no se

ofrece servicio de restaurant. Sin embargo, si el cliente lo desea se le puede ofrecer desayunos y almuerzos básicos por un costo adicional.

1.1.4.1.2 Centros de alojamiento de emergencia

Los centros de alojamiento de emergencia existentes son dos: “Casa Blanca” y “Surf Shelter”.

1.1.4.1.2.1 Casa Blanca

“Casa Blanca” cuenta con un total de 6 habitaciones, las cuales se dividen en 2 individuales y 4 familiares.

▪ Habitaciones individuales

Las habitaciones individuales tienen un área de 3.50 x 3.00 metros cuadrados, las cuales están amobladas por una cama de 2 plazas, baño privado, televisor y ventilador.



Figura 1
Habitación Individual "Casa Blanca"

Fuente: Casa blanca (2014)
Elaboración: Autores

▪ Habitaciones familiares

Las habitaciones familiares tienen un área de 4.00 x 3.00 metros cuadrados, las cuales están amobladas por una cama de 2 plazas, una litera de 1 plaza y media, baño privado y ventilador.



Figura 2
Habitación familiar "Casa Blanca"
Fuente: Casa Blanca (2014)
Elaboración: Autores.

- **Atractivos de “Casa blanca”**

“Casa Blanca” posee una terraza con vista al mar, equipada con una mesa y 6 sillas en donde se puede tomar un café mientras se aprecia la vista al mar.

1.1.4.1.2.2 Surf Shelter

“Surf Shelter” cuenta con 4 habitaciones que al igual que “Casa Blanca” se dividen en 2 tipos de habitaciones: 2 individuales y 2 grupales. Cada una de las habitaciones tiene un aspecto rústico y posee una sección con hamacas para aquellos turistas que deseen tomar una siesta al aire libre.

- **Habitaciones individuales**

Cada habitación cuenta con una cama de 2 plazas con toldo y ventilador, las habitaciones no tienen vista al mar ni poseen baño privado.

- **Habitaciones grupales**

Las habitaciones grupales están equipadas por dos literas de 1 plaza y media y una cama de 1 plaza, y al igual que las habitaciones individuales el baño se comparte con los demás huéspedes.



Figura 3
Habitación grupal "Surf Shelter"
Fuente: "Surf Shelter" (2014)
Elaboración: Autores.

- **Servicios Adicionales**

Como servicio adicional se alquilan tablas de surf, pero éstas son alquiladas en muy pocas ocasiones debido a que los turistas que mayormente frecuentan este lugar son surfistas que llevan sus propias tablas de surf. "Surf Shelter" no cuenta con servicio de restaurant, a excepción que el huésped lo solicite, se prepara un plato sencillo por un valor adicional.

1.1.4.2 Precio

Los precios que se cobran por el servicio de hospedería en Puerto Engabao oscilan entre los 7 y 10 dólares por persona. Las casas comunitarias cobran \$7 en temporada baja y \$10 en temporada alta, mientras que los denominados centros de alojamiento de emergencia cobran \$10 en cualquier temporada del año.

1.1.4.3 Plaza

La comuna Engabao, perteneciente al Cantón General Villamil Playas, posee una población de aproximadamente 6300 habitantes, de los cuales 6000 residen en la cabecera, es decir, el pueblo; mientras que la diferencia reside en el Puerto.

En cuanto a la ubicación de los establecimientos podemos mencionar que el 50% de las casas comunitarias se encuentran cercanas al faro, mientras que el otro 50% se encuentran dispersas en la zona. Por otro lado, los centros de alojamiento de emergencia compuestos por “Casa Blanca” y “Surf Shelter” se encuentran localizados a las orillas del mar y al inicio de lo que conforma Puerto Engabao, respectivamente.

1.1.4.4 Promoción

Según las entrevistas realizadas a los propietarios de los establecimientos de alojamiento en Puerto Engabao dieron a conocer que se hace muy poca promoción y en algunos casos esta es nula debido al poco conocimiento en el manejo de herramientas computacionales y el uso de la internet, la cual hoy en día es un medio de promoción masiva. La única fuente de promoción con la que contaban era la realizada por el Municipio de Playas a través del sitio web www.venaplayas.com, la cual cuenta con un espacio exclusivo para Puerto Engabao y se especifica una página con información sobre las casas comunitarias, pero la misma ya no está activa.

Adicionalmente, poseen una cuenta en Facebook denominada Puerto Engabao que no es actualizada constantemente por ningún delegado de la comuna.

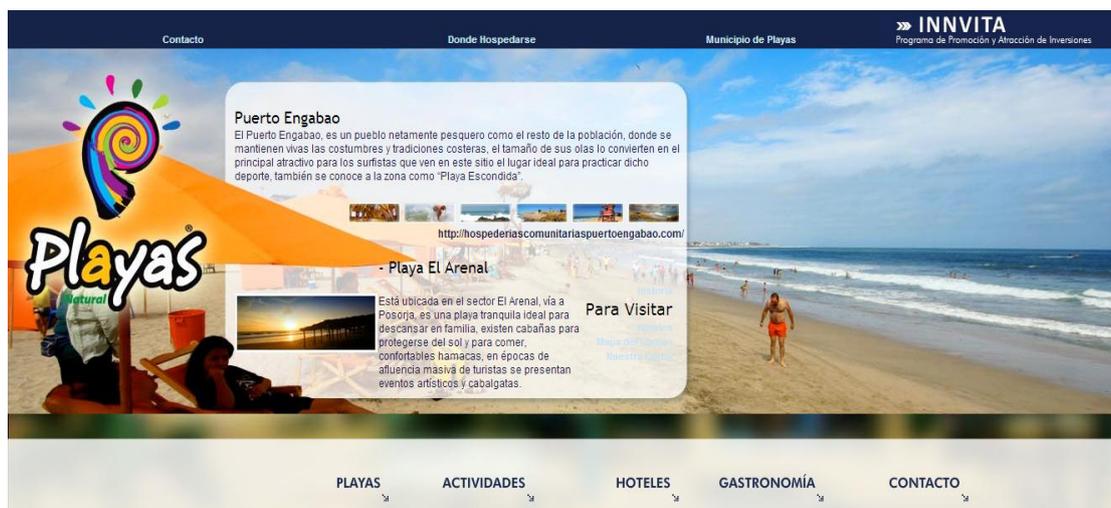


Figura 4
Página Web Municipio de Playas
Fuente: <http://venaplayas.com/paraVisitar.html>
Elaboración: Autores.

1.1.5 Cuantificación de la oferta

Según se señaló en el punto 1.1.4.1 sobre la descripción del producto, se mencionó que Puerto Engabao cuenta con apenas 20 centros de alojamiento entre los cuales 18 de ellos son casas comunitarias y 2 centros de alojamiento de emergencia. El número total de centros de alojamiento se detalla en el cuadro no. 1 a continuación:

Cuadro 1
Centros de alojamiento existentes Puerto Engabao, 2014

Tipo de establecimiento	Cantidad
Hotel	0
Hostal	0
Casas Comunitarias	18
Pensiones y residencias	0
Cabañas	0
Centros de alojamiento emergentes	2
Total	20

Fuente: Investigación de campo (2014)

Elaboración: Autores

Las hospederías comunitarias también denominadas “casas surf” es una de las opciones de alojamiento con las que cuenta esta comuna, dándole

al turista una atención más próxima. Cada una de las casas comunitarias pertenece a familias que además de subsistir de la pesca obtienen un ingreso adicional gracias al turismo que en los últimos meses ha tenido un crecimiento favorable para la comuna. Mientras que los denominados centros de alojamiento emergentes dan al cliente una atención y un servicio más privado, dado que los propietarios ofrecen un acceso libre, a diferencia de las casas surf donde los turistas se hospedan junto con los propietarios dentro de la misma vivienda, no ofreciéndole la privacidad necesaria y restringiendo ciertos parámetros fundamentales que los turistas buscan en un centro de hospedaje.

En el cuadro no. 2 se puede observar el número de habitaciones disponibles en cada establecimiento, así como la capacidad de alojamiento de cada uno. Mientras que en el cuadro no. 3 se indica la capacidad de alojamiento total anual disponible por sector.

Cuadro 2
Número de habitaciones y capacidad de alojamiento por tipo de establecimiento

Tipo	Establecimiento	No.	Capacidad
		Habitaciones	
Hotel	Ninguno	0	0
Hostal	Ninguno	0	0
Casas Comunitarias	Casa Surf # 1 "Lolita"	2	4
	Casa Surf # 2 "Hermanos Ramírez"	2	4
	Casa Surf # 3 "Las Palmeras"	1	2
	Casa Surf # 4 "Caballito de Mar"	1	2
	Casa Surf # 5 "Virgen del Cisne"	1	2
	Casa Surf # 6 "Oceanic"	1	2
	Casa Surf # 7 "Brisa del Mar"	1	2
	Casa Surf # 8 "Todos Vuelven"	2	4
	Casa Surf # 9 "Sol y Mar"	5	10
	Casa Surf # 10 "Nayelli"	2	4
	Casa Surf # 11 "A la orilla del mar"	1	2
	Casa Surf # 12 "Lucero de Mar"	1	2
	Casa Surf # 13 "Don Berna"	1	2
	Casa Surf # 14 "Costa Mar"	1	2
	Casa Surf # 15 "Nazareth"	2	4
	Casa Surf # 16 "Vista al Mar"	2	4
	Casa Surf # 17 "El Delfín"	1	2
	Casa Surf # 18 "Niño Jesús"	1	2
Pensiones y residencias	Ninguna	0	0
Cabañas	Ninguna	0	0
Centros de alojamiento de emergencia	"Casa Blanca"	6	20
	"Surf Shelter"	4	14
TOTAL		38	90

Fuente: Investigación de campo (2014)

Elaboración: Autores.

Cuadro 3
Capacidad total disponible por tipo de establecimiento

Tipo de establecimiento	Capacidad	No. Fines de semana	Total
Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0
Casas Comunitarias	56	52	2912
Pensiones y residencias	0	0	0
Cabañas	0	0	0
Centros de alojamiento emergentes	34	52	1768
Total	90	104	4680

Fuente: Elaboración propia (2014)
Elaboración: Autores.

La capacidad total de alojamiento disponible, considerando tanto las casas comunitarias como los centros de alojamiento de emergencia, es de 90 personas, por lo tanto, la capacidad total de alojamiento anual es de 4680 personas considerando el uso de todas las camas todos los fines de semana del año.

Cuadro 4
Capacidad de alojamiento utilizada por los establecimientos de hospedaje

Temporada	Capacidad Instalada	%	Cap. Utilizada	No. Semanas	Capacidad total útil.
Alta	90	75%	68	24	1632
Baja		25%	22	28	616
Total	90	100%	90	52	2248

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaboración: Autores.

Según las entrevistas realizadas a los propietarios de los centros de alojamiento de emergencia así como los de las casas comunitarias se llegó a la conclusión de que en temporada alta un 75% de la capacidad total instalada se utiliza, mientras que en temporada baja apenas el 25% de ella se usa.

En el cuadro No. 4 se puede notar que la capacidad de alojamiento utilizada durante todos los fines de semana del año tanto en temporadas altas

como bajas es de 2.248 personas en comparación a la capacidad de alojamiento total anual disponible que es de 4.680 personas, el cual representa el 48,0341% de su utilización, cuyo porcentaje es menor al 50% lo cual se explica por los diversos criterios que hacen de Puerto Engabao un lugar de grandes atractivos turísticos pero de escasa oferta hotelera y hostelera obligando a turistas a recurrir a buscar alojamiento en playas aledañas al sector que cuenten con una mejor calidad de servicio y diversas opciones de alojamiento y entretenimiento para elegir.

Con estos datos se puede notar que implementando nuevos centros de alojamiento que ofrezcan una atención personalizada y diversidad en los servicios, este se traduciría en un incremento en la capacidad utilizada de la oferta actual existente; lo que hace atractivo a este sector para invertir en la creación de un hostel que posea todas las características de lo que los establecimientos ya existentes carecen.

1.2 Demanda

Habiendo determinado en la sección anterior la cantidad ofrecida en cuanto al tipo de servicio de alojamiento y estancia se determinó que existe en la actualidad 20 establecimientos de alojamiento en Puerto Engabao. Así como también se determinó la forma en que se compite y las demás actividades relacionadas con las 4P. En esta sección se determinará la demanda que, independientemente de la oferta ofrecida, existe para la zona.

Para el estudio de la demanda se requerirá la identificación de las necesidades y la identificación del producto requerido de las 4P con la finalidad de armar la estrategia.

1.2.1 Identificación de necesidades

Según las encuestas realizadas se pudo observar que Puerto Engabao no es un lugar muy conocido a nivel nacional debido a la poca promoción que existe en esta zona. Es por ello que las personas que conocen y visitan esta playa son los surfistas extranjeros y nacionales, principalmente de la ciudad de Guayaquil. Adicionalmente, existe una atracción por este sector por parte de las personas ya que realizan visitas ocasionales retornando el mismo día o sin hospedarse en ninguno de los establecimientos de hospedaje que la comuna ofrece.

El motivo principal de no alojarse en ninguno de los pocos hospedajes existentes en la zona radica en las condiciones poco favorables en las que se encuentran los establecimientos sumado a la falta de servicios complementarios y de entretenimiento. Según el Sr. Jara, propietario de una de las 18 casas comunitarias o también conocidas como casas surf, indicó que Puerto Engabao es un lugar olvidado por las autoridades pero muy visitado y recordado por turistas extranjeros de diferentes partes del mundo.

A diferencia de las demás playas preferidas por los surfistas Puerto Engabao hasta el momento no es una playa tan transitada lo cual es considerado como un beneficio para las personas que practican el surf ya que tienen más libertad para disfrutar de las olas.

Las encuestas realizadas reflejaron que las personas a más de buscar un lugar para hospedarse optan por un lugar donde puedan adquirir servicio de restaurante y realizar diversas actividades, que luego de la tabulación dieron los siguientes resultados: el 90% de los encuestados buscan un lugar de alojamiento con servicio de restaurante, el 80% prefiere que dentro del lugar de hospedaje se realicen shows, el 70% de los encuestados prefieren un sitio donde puedan acampar y disfrutar con amigos, mientras que el 40%

le gustaría realizar actividades como dar un paseo a caballo y paseos en bote.
(Ver Anexo 1)

1.2.2 Marketing Mix

1.2.2.1 Productos requeridos

En relación a las necesidades arriba identificadas para satisfacerlas plenamente por lo general el turista permanece entre 1 a 5 días, esto implica más centros de alojamiento considerando también el ambiente familiar, reuniones, sitios de descanso y convivencia familiar. En la actualidad estos requerimientos no están siendo satisfechos porque de acuerdo a lo que se mencionó en el capítulo anterior las casas comunitarias son simplemente casas destinados para turistas que quieran pasar la noche, mas no para descanso en un sentido completo, de ahí que se pensó en el concepto de un hostel.

1.2.2.2 Precio

De acuerdo a la oferta el precio es de 10 dólares por persona, para el servicio denominado hostel se determinó que se puede cobrar 35 dólares ya que se ofrecerá un mejor nivel de servicio del que se ofrece en la actualidad, y una variedad en cuanto a obtención de servicios de entretenimiento.

1.2.2.3 Plaza

En la investigación realizada se identificó que las personas provienen principalmente desde los siguientes países: Alemania, Estados Unidos, Holanda, Francia y Dinamarca; y a su vez turistas nacionales generalmente surfistas de la ciudad de Guayaquil.

1.2.2.4 Promoción

Según las encuestas realizadas se determinó que la internet es el medio más utilizado por las personas para la búsqueda de información sobre lugares que vayan a visitar, por lo cual se escogió utilizar este medio para dar a conocer el hostel, creando una página web donde se dé a conocer todos los servicios, promociones, imágenes del lugar y precios, así como también se hará uso de publicidad mediante redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram. Por otro lado, se utilizará revistas especializadas de turismo tipo revista de avión como medios para canalizar información.

1.2.3 Cuantificación de la demanda

En cuanto a la cuantificación de la demanda, tomando en consideración la construcción de nuevas obras como Karibao, el paseo shopping de Villamil Playas, entre otras. La demanda de los servicios de alojamiento en Puerto Engabao será de 4 veces el valor actual de la capacidad total disponible actual, es decir, se estima que aproximadamente 18.720 turistas demandarán de servicios de alojamiento en la comuna para el año 2015.

1.3 Brecha

La oferta de hostales actual sin el presente proyecto propuesto es CERO. Sin embargo, existen otros tipos de establecimientos de hospedaje a disposición de los turistas, que a pesar de no contar con las adecuaciones necesarias satisface en un pequeño porcentaje la demanda creciente por este tipo de servicio en la comuna. Por lo tanto, la demanda insatisfecha constituirá la demanda total.

Cuadro 5
Determinación de la brecha

Demanda	Oferta	Brecha
18720	2248	16472

Fuente: Investigación (2014)

Elaboración: Autores.

En el cuadro no. 5 se especifica la brecha que fue obtenida comparando la oferta y la demanda proyectada, la cual dio como resultado un valor de 16.472 personas lo que significa que existe una demanda insatisfecha en el mercado hotelero y hostelero, dando la oportunidad de poder posicionar la marca en este sector como pionera en brindar servicio de hospedaje con las adecuaciones propias de un hostel de primera, para acoger a familias, parejas y grupos de amigos haciendo de su estadía una experiencia inolvidable, y esto a su vez permitirá tener un margen de ganancia atractivo una vez recuperada la inversión; y al mismo tiempo generaría un beneficio para la comuna gracias al desarrollo del turismo mediante la realización de proyectos de magnates como la inmobiliaria Pronobis con su proyecto Karibao que desde ya está promoviendo indirectamente el mercado objetivo, Puerto Engabao.

De la brecha antes especificada se tomará el 57% (9.380 personas) siendo ésta la participación de mercado esperada, este porcentaje considerando que siendo pioneros en la zona junto con un mix de estrategias aplicadas a factores como producto, precio, plaza y promoción; se acaparará el 57% de la demanda en un plazo de 5 años permitiendo posicionar la marca y ser líder en el servicio de la hostelería en la zona de Puerto Engabao.

CAPITULO 2

2. ESTRATEGIA DE MERCADEO

En este capítulo se establecerá las estrategias que permitirán diferenciar el servicio propuesto del de la competencia mediante el análisis de la capacidad competitiva utilizando las técnicas de Porter y también el análisis FODA considerando las 4 P para al término de este estudio poder determinar un servicio real, básico y aumentado que permitirá posicionar el hostel como la primera y mejor opción para el turista en sus viajes hacia el mercado objetivo, Puerto Engabao.

2.1 Capacidad Competitiva

La capacidad competitiva se la determinará a través del uso del modelo de las cinco fuerzas de Porter, el cual permitirá conocer el poder que tiene cada uno de los elementos que lo compone que son: los proveedores, la amenaza de nuevos competidores, los productos sustitutos y la rivalidad entre competidores. A continuación se detallará cada una de las fuerzas de Porter encontradas para la implementación del proyecto en Puerto Engabao.

2.1.1 El poder de los compradores

El poder de los compradores, que en este caso son los turistas nacionales y extranjeros, es muy bajo ya que actualmente en la zona no existe oferta de hostales y los servicios sustitutos no cubren todas las exigencias y necesidades que más buscan los turistas. Por lo tanto en una relación calidad de servicios – precio, el precio a pagar por los turistas, el cual es mayor al de los demás sitios de hospedaje existentes recompensa la variedad y calidad de servicios que se ofrecerán en el hostel desarrollado en el presente proyecto; limitando el poder de los compradores al exigir un menor precio por una variedad de servicios que no es satisfecha actualmente.

2.1.2 El poder de los proveedores

Como principales proveedores de insumos, equipos y muebles para el hostel se contaría con los almacenes ubicados en General Villamil Playas, ya que es uno de los sectores más comerciales que está cerca de la ubicación elegida para el proyecto. En los que se realizaría la adquisición de bienes como colchones, sábanas, toallas, cortinas, televisores, utensilios de limpieza, entre otros. Mientras que parte de los productos de primera necesidad serían adquiridos de marcas nacionales que están ganando apogeo en el mercado local como es el caso de Tikay, una marca ecuatoriana productora de jabones, cremas, exfoliantes artesanales y próximamente de shampoo; que mediante un contrato proveería al hostel de productos artesanales permitiendo promover marcas nacionales al igual que generar un beneficio para ambas partes.

Los servicios de restaurant, cabalgatas, paseos en bote y shows nocturnos serán delegados a terceras personas quienes realizarán la adquisición de todos los activos requeridos para el desempeño de su actividad por su propia cuenta, dejándonos de lado en todo lo que se refiere a compra de los bienes que se utilizarán para la adecuación e implementación de estos servicios.

Habiendo explicado las fuentes para la adquisición de insumos y servicios, se puede mencionar que el poder de los proveedores es bajo debido a las diversas opciones que se puede encontrar en las proximidades de Puerto Engabao, permitiendo tener libertad en escoger la opción que más se acople a los requerimientos en cuanto a calidad y precio, que buscan el presente proyecto.

2.1.3 Nuevos competidores

Con la construcción del proyecto de la inmobiliaria Pronobis, Karibao, el sector de Puerto Engabao cobraría mayor importancia en cuanto a la

inversión de nuevos establecimientos de alojamiento dado el crecimiento en turismo que puede desarrollar la comuna entre un corto y largo plazo. Es por ello que nuevos hostales pueden ser construidos con una fuerte inversión en adquisición de equipos modernos de manera que se le pueda ofrecer al cliente un mayor confort durante su estadía, dando la posibilidad de reducir el mercado objetivo si no se logra el posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores, que en este caso sería la de los turistas nacionales y extranjeros.

2.1.4 Productos sustitutos

Como productos sustitutos se pueden mencionar los demás lugares de alojamiento existentes en la zona, como lo son las casas comunitarias y los centros de alojamiento de emergencia; que a pesar de no contar con las comodidades necesarias para hospedar a un turista no deja de ser una opción más en ofrecer un servicio parecido al nuestro en cuanto al objetivo específico que cumplen todos los tipos de hospedaje.

2.1.5 Rivalidad entre competidores

Según la definición de hostel ofrecida en el capítulo 1 punto 1.1.2.2, actualmente no existen hostales en Puerto Engabao, por lo que no habría una competencia directa. Sin embargo, es necesario considerar los demás centros de alojamiento existentes en la comuna como son las casas comunitarias o casas surf y los denominados centros de alojamiento de emergencia.

Adicionalmente, se puede nombrar los sitios de hospedaje cercanos a Puerto Engabao, como General Villamil Playas que ofrece una amplia gama de centros de alojamiento cuyo destino ya ha sido explotado por los turistas.

Otra de las playas visitadas es el Pelado que es muy cercana a la comuna, la cual es muy tranquila lo que la hace especial para aquellas personas que quieran despejar su mente por un momento.

2.2 Análisis FODA

El análisis FODA, cuyas siglas pertenecen a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; permitirá evaluar la situación actual del mercado para de esta manera mediante estrategias mejorar el panorama actual a futuro y saber enfrentar las variabilidades que se puedan presentar en el sector.

Cuadro 6
Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Variedad de servicios 2. Pioneros en proveer servicios de hostelería. 3. Servicio personalizado. 4. Poco impacto ambiental. 5. Ubicación estratégica, a orillas del mar. 6. Generación de empleo a los habitantes de la comuna. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de experiencia en la administración del sector hotelero y hostelero. 2. Se necesita de una fuerte inversión para la puesta en marcha del hostel. 3. Las carreteras hacia la playa no están en excelentes condiciones. 4. Baja demanda en épocas no playeras 5. Falta de servicios básicos
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación considerada como el segundo mejor clima del mundo. 2. El servicio de hostelería es nula. 3. Impacto indirecto favorable por la construcción de macro proyectos. 4. Eventos internacionales de gran atracción turística realizados en el área. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de nuevos centros de hostelería. 2. Preferencia de los consumidores en visitar otras playas. 3. Catástrofes naturales. 4. Inflación y crisis económica.

Fuente: Investigación (2014)

Elaboración: Autores

Luego de haber realizado el análisis FODA, el proyecto tiene muy buenas oportunidades que junto con las fortalezas permitirán atraer más clientes y ser la primera opción de hospedaje elegida por los turistas.

Con el apoyo de las autoridades competentes las debilidades y amenazas de mayor impacto, como la falta de servicios básicos y el mal estado de las carreteras, pueden convertirse en puntos favorables para el presente proyecto ya que las autoridades invertirían dinero en el arreglo y

mejora de los puntos antes mencionados con la construcción del proyecto Karibao y otros atractivos que harían de la zona una futura “Montañita”.

2.3 Matriz Estratégica de mercadeo

2.3.1 Producto

El hostel a proponer en el presente proyecto tiene como finalidad ofrecer servicio de hospedaje, restaurante y entretenimiento en un mismo lugar para que los turistas nacionales y extranjeros que visitan la comuna no tengan la necesidad de ir a otros sectores cercanos en búsqueda de un lugar donde quedarse o tener un momento agradable.

2.3.1.1 Objetivos de la estrategia de producto

Brindar una opción de hospedaje con todas las adecuaciones y servicios adicionales demandados por los turistas, lo anterior con la finalidad de generar el posicionamiento de la marca y hacer que el producto propuesto sea comprado y recomendado por los compradores reales y potenciales, estos últimos con el propósito de acaparar y expandir la participación de mercado a futuro y desplazar los que ya son ofertados y consumidos en la actualidad.

2.3.1.2 Estrategia de Producto

Como principal estrategia de producto se definirá el nombre del hostel con su respectivo logo y slogan, los cuales serán detallados a continuación:

2.3.1.2.1 Nombre

El nombre elegido para el hostel es “Surf y Sol”. El motivo de elección de este nombre recae sobre la imagen plasmada de los consumidores al escuchar la palabra “Surf y Sol” asociándolo inmediatamente al atractivo turístico de la zona, los cuales son las olas y por estar ubicado en un Cantón

que reconocido por poseer el segundo mejor clima del mundo, es por ello que al llamar “Surf y Sol” al hostel propuesto en el presente proyecto, el objetivo es captar la atención del público y crear una imagen de distinción al de las otras playas donde no se puede disfrutar de las olas adecuadas para la práctica de un deporte practicado por muchos a nivel mundial, el surf.

2.3.1.2.2 Slogan

“Tu hostel, en armonía con el ambiente”, es una frase que está estrechamente relacionada con la actividad que se ofrecerá, adicionalmente el slogan tiene un enfoque de especialidad, que es el estar en armonía con el ambiente ya que se trata de un hostel ecológico.

2.3.1.2.3 Logo



Figura 5
Logo del hostel

El logo tiene el siguiente significado:

- **Sol / Ocaso:** El sol al ponerse el ocaso representa belleza y tranquilidad, es por ello que forman parte del logo ya que a la vista de los consumidores lo receptan como algo natural y que refleja belleza y tranquilidad.
- **Palmas:** Símbolo propio del concepto de una playa.
- **Palabras reflejadas:** Representa el agua y la transparencia del hostel en cuanto a su compromiso para con el ambiente.

2.3.1.2.4 Misión

Brindar a nuestros huéspedes servicios desarrollados con la mayor calidad y eficiencia que les permitan vivir una experiencia única, considerando principios ambientales para un turismo sostenible. Ser una fuente de trabajo para la comunidad y una empresa ejemplo a seguir bajo nuestro concepto ecológico.

2.3.1.2.5 Visión

Ser una empresa de operación turística líder a nivel nacional, que se caracterice por la responsabilidad de sus miembros en el desempeño de su labor, así como por la calidad de su trabajo. Estableciendo una armonía entre la conservación del medio ambiente y el desarrollo turístico.

2.3.1.2.6 Valores Empresariales

- **Servicio al cliente:** Esmerarnos en satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Atenderlos con amabilidad y estar siempre predispuestos a ayudarlos.
- **Respeto:** Tratar a todos nuestros huéspedes con ética y cuidado interpersonal.
- **Calidad:** Estar atento a cada una de las necesidades de los clientes, ser cuidadoso y amable, tratar a nuestros clientes de la mejor manera posible. Capacitaremos continuamente a todos nuestros empleados para que se brinde un servicio de calidad.
- **Innovación:** Realizaremos mejoras continuas para alcanzar la máxima calidad desde criterios de rentabilidad.
- **Responsabilidad social:** Estamos comprometidos social y culturalmente con la comunidad y adaptamos nuestras estrategias empresariales a la preservación del medioambiente.

2.3.1.2.7 Producto

El servicio tradicional a ofrecer por el hostel será el de hospedaje y adicionalmente se ofrecerán servicios como: restaurante, shows nocturnos, cabalgatas, paseo en bote y camping, los cuales se detallarán en el cuadro 7.

Las características y condiciones de los servicios mencionados se realizaron en base a las entrevistas e investigaciones de campo realizadas en diversos lugares del Cantón Playas, provincia del Guayas.

Cuadro 7
Cuadro de estrategias de Producto

Servicio	Observaciones
Restaurante	Se edificará un restaurante en la planta baja con un estilo mediterráneo que combina colores claros con la madera y caña de bambú dándole un ambiente relajado y playero. El restaurante ofrecerá un menú variado con productos frescos recién salidos del mar. El área de restaurante estará disponible desde las 8 de la mañana hasta las 8 de la noche.
Shows nocturnos	Como una estrategia se ofrecerá servicios de entretenimiento adicionales como lo son los shows nocturnos, los cuales serán llevados a cabo a partir de las 10 de la noche en la misma zona asignada para el restaurante, la cual será adecuada para atender a los clientes que deseen disfrutar de los espectáculos a ofrecer.
Cabalgatas	Las cabalgatas por la playa es una actividad de gran atractivo y relajación, permiten al turista convivir con la naturaleza y disfrutar del viento y del paisaje. Con respecto a este servicio, el hostel brindará atención personalizada, caballos mansos y confiables; con un guía que acompañara todo el tiempo a todas aquellas personas que requieran recorrer la zona de Puerto Engabao de una forma diferente. Los paseos tendrán una duración entre 30 y 40 minutos.
Paseo en bote	Los paseos en bote se realizarán con el fin de dar un paseo por las playas cercanas mientras se da a conocer más de la cultura y la historia del Cantón en especial de Puerto Engabao. Los paseos en bote tendrán una duración de 40 minutos aproximadamente.
Camping	El camping será otro de los servicios que traerá beneficios al hostel y destinado para aquellos que disfrutan de pasar la noche al aire libre conviviendo con la naturaleza bajo la luz de las estrellas frente a una fogata ideal para compartir entre amigos y familia, todo esto en un área cerrada y privada. El servicio de camping estará disponible todos los meses del año, siempre y cuando las condiciones climáticas sean favorables para realizar esta actividad.
Fuente: Entrevistas e Investigación (2014) Elaboración: Autores	

2.3.2 Precio

De acuerdo a la investigación realizada se determinó que el precio junto con la infraestructura del hostel y la calidad del servicio son factores sumamente importantes al momento de decidir por un tipo de hospedaje en particular, por lo tanto haciendo la relación calidad-infraestructura-precio determinamos que realizando una infraestructura adecuada y brindando un servicio de calidad, el precio por servicio de hospedaje por persona puede ser mayor al de los demás centros de alojamiento actuales en la zona de Puerto Engabao mientras se ofrece mayor comodidad al cliente.

2.3.2.1 Objetivo de la estrategia de precio

Ofrecer un precio acorde a la variedad de servicios a ofrecer al o a los huéspedes, haciendo del hostel la opción elegida y preferida por los turistas.

2.3.2.2 Estrategia de precio

La determinación de los precios se la realizará tomando como referencia las tarifas actuales de la competencia y se fijarán de tal manera que se pueda cubrir los costos de hospedaje.

La tarifa para el servicio de hospedaje incluye el servicio de habitación, televisión por cable, agua caliente y acceso a wifi. El precio por persona será de \$35 durante todo el año.

La estrategia que se tomará para motivar la adquisición del servicio propuesto será el de descuento por depósito bancario (reservaciones anticipadas) y a los clientes frecuentes de igual manera se les hará un 10% de descuento en el precio de hospedaje. Estos descuentos serán aplicados a partir del segundo año.

2.3.3 Plaza

El lugar donde estará ubicado el presente proyecto es de gran importancia al igual que los demás parámetros. Para este tipo de servicio, un lugar de alta recurrencia es lo más idóneo, y considerando que el mayor atractivo de Puerto Engabao son las olas y que las personas que mayormente visitan esta playa son los surfistas, el lugar elegido para la ubicación del hostel será frente al mar.

2.3.3.1 Objetivo de las estrategias de plaza

Aprovechar los diversos atractivos que ofrece la zona para en base a ellos ofrecer servicios que atraigan a los turistas.

2.3.3.2 Estrategia de plaza

Puerto Engabao, como se ha venido detallando a lo largo del presente proyecto, es una playa que cuenta con diversos atractivos turísticos pero que hasta el momento no ha sido explotada al total de su capacidad, ni se ha realizado una campaña publicitaria masiva por ninguna de las autoridades competentes para que den a conocer esta playa ideal para surfear.

Entre las estrategias a implementar en cuanto a la plaza se pueden mencionar las siguientes:

- Adaptar la decoración del lugar de acuerdo al tipo de clientes, a la zona y a la época. Es decir, dado que la mayoría de los visitantes generalmente esta playa son surfistas entre los arreglos y parte de la decoración se ubicaran tablas de surf y flores de diferentes colores.
- Se usarán luces led en la terraza de manera que en la noche el hostel este iluminado, tomando en consideración una iluminación de intensidad baja para que de un ambiente tranquilo y llamativo a la vista del cliente.

- Habrá una zona de hamacas artesanales hechas con caña guadua; y una terraza, decorada con flores y luces, de libre acceso para aquellas personas que deseen observar la playa mientras disfrutan de un café o chocolate caliente.
- Los servicios de restaurante, camping, cabalgatas, paseo en bote y shows nocturnos serán delegados a terceras personas que estén interesadas en realizar inversiones en el hostel. Es decir, por el uso de la marca se recibirá una comisión del total de ingresos que cada una de estas actividades genere. A continuación se detallarán los precios promedios que se cobran por cada servicio y el porcentaje de comisión a recaudar.

- **Restaurante**

El precio promedio de los platos a ofrecer en el menú es de aproximadamente \$7,00 en el que se obtendrá un porcentaje del 20% sobre los ingresos totales.

- **Shows nocturnos**

Los shows nocturnos serán realizados en un espacio privado. La media en consumo de bebidas y piqueos en shows es de aproximadamente \$30 por persona. La comisión a recibir por este servicio será del 20% del ingreso total.

- **Camping**

El servicio de camping tendrá un precio de \$15 por persona, el cual incluye el alquiler de la carpa, acceso a fogata y 1 pincho con marshmallows. El porcentaje a recibir por este servicio será del 15% del total de ingresos.

- **Cabalgatas**

El precio por el servicio de cabalgatas será de \$6 por persona con guía incluido. De este servicio se recibirá el 10% del total de

ingresos.

- **Paseo en bote**

El paseo en bote tendrá una duración de 40 minutos aproximadamente y tendrá un valor de \$6 por persona. El porcentaje de comisión será del 10% del ingreso total generado.

Habiendo especificado el precio promedio a cobrar por cada servicio se resumen los porcentajes de comisiones a recibir en el siguiente Cuadro:

Cuadro 8
Comisiones por servicios adicionales

Servicio	Porcentaje
Restaurante	20%
Shows nocturnos	20%
Camping	15%
Cabalgatas	10%
Paseo en bote	10%

Fuente: Investigación
Elaboración: Autores

2.3.4 Promoción

La accesibilidad a la información forma parte de un punto clave en la promoción del servicio que se va a ofrecer. Es por ello que mediante la publicidad se prevé llamar la atención del cliente posicionando la marca y que a su vez este genere una publicidad de boca en boca cuando los clientes recomienden a sus conocidos hospedarse en las instalaciones del hostel propuesto.

2.3.4.1 Objetivos de las estrategias de promoción

Causar en las personas atracción por el hostel mediante los medios de canalización de información.

2.3.4.2 Estrategias de promoción

Las estrategias de promoción se realizarán en su mayoría a través de medios de concentración masiva como la internet para de esta manera poder posicionar la marca en la mente de los consumidores reales y potenciales.

**Cuadro 9
Cuadro Estrategias de Promoción**

Servicio	Observaciones
Internet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Página web <p>Se creará una página web del hostel, en donde se podrá encontrar información detallada sobre los precios de los diversos servicios a ofrecer, así como fotos y videos de las áreas con las que contará el hostel. Adicionalmente, se podrán realizar reservaciones y tener información actualizada en línea sobre posibles promociones y descuentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Redes Sociales <p>El hostel contará con cuentas en diversas redes sociales como: Facebook, Twitter e Instagram donde diariamente se publicará información, fotos y videos sobre el hostel y se contestarán todas aquellas inquietudes que tengan los clientes sea en el idioma español, inglés o francés.</p>
Publicación en revistas	<p>Se realizará la publicación de anuncios en los feriados de mayor afluencia turística para la región Costa colocando los anuncios en la parte derecha central ya que es el punto de mayor frecuencia de visibilidad por los lectores. Se realizará una publicación en el mes de febrero en revistas de mayor circulación nacional como “La revista” del diario “El Universo” y otra en una revista especializada de turismo tipo revista de avión.</p>
Volantes	<p>Los volantes serán repartidos en diversas zonas del país especialmente empresas y otros destinos turísticos de la región costa para que turistas nacionales y extranjeros conozcan sobre la existencia del hostel y las diversas actividades que este les puede ofrecer.</p>
<p align="center">Fuente: Investigación Elaboración: Autores</p>	

2.4 Análisis de Costos y Gastos del plan estratégico de mercadeo

Las estrategias a implementar generan gastos que también deben ser considerados en el análisis económico y financiero del proyecto. Es por ello que en el cuadro no. 10 se detallarán por rubros los gastos que generarían cada una de las estrategias anteriormente detalladas.

Cuadro 10
Gastos del plan estratégico de mercadeo

Descripción	Gastos
Estrategias de Producto	Los gastos generados por las estrategias de producto serán unificados en el capítulo 3 denominado localización y estudio técnico dado que dichas estrategias forman parte de los gastos por construcción y adecuación del hostel.
Estrategias de plaza	Los gastos por concepto de las estrategias de plaza mencionadas como la decoración estarán incluidos en el valor total de la construcción.
Estrategias de precio	Las estrategias de precio serán realizadas a partir del segundo año y aplicará a clientes que adquieren el servicio en gran frecuencia, por lo que los porcentajes en disminución de ingresos por estas estrategias serán incluidos en el capítulo financiero al determinar el porcentaje de imprevistos.
Estrategias de promoción	
Página Web	800,00
Redes sociales (internet)	216,00
Publicación en revistas	2.000,00
Volantes	50,00
TOTAL	\$ 3.016,00

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Los gastos por concepto de estrategias de producto representan un total de \$3.016, dicho valor representará los gastos a realizar en el primer año, mientras que en el año 2 se generará una disminución de este valor debido a que a partir dicho periodo solo se pagará el mantenimiento de la página web. Por otra parte, los gastos por concepto de publicación en revistas, al igual que los gastos de la página web, tendrán un decremento ya a partir del año 6 el número de publicaciones en revistas se reducirá de 2 a sólo una publicación anual; siempre y cuando la época lo amerite.

2.5 Plan y proyecciones de ventas

En base a la brecha se determina que el hostel contará con el 56,94% de participación de mercado, abarcando este porcentaje un poco más de la mitad del mercado; considerando la posibilidad de la construcción de nuevos centros de hospedaje sumado a la oferta actual, y tomando en consideración que el monto de ventas previsto no debe estar por encima de las posibilidades reales del proyecto. A continuación se proyectará el volumen de ventas e ingresos esperados para los cinco primeros años, los cuales deben estar enfocados a cubrir los costos y gastos del proyecto y a su vez generar una utilidad atractiva para los inversionistas.

2.5.1 Proyección de demanda

Para la proyección de la demanda se considerará una ponderación de la capacidad a utilizar en las temporadas altas y bajas para luego, de acuerdo a los resultados, realizar la proyección de la demanda para el primer año. En el cuadro no. 11 se presentará el número de días en cada uno de los meses considerados en la temporada alta. Mientras que desde el cuadro no. 12 al 17 se presentará la ponderación y demanda total mensual según la afluencia turística y la capacidad proyectada a utilizar.

Cuadro 11
No. de días temporada alta

Temporada Alta		
	Lun – Juev	Vier–Dom
Enero	17	14
Febrero	16	12
Marzo	18	13
Abril	18	12
Julio	18	13
Agosto	17	14
Total	104	78

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 12
Proyección de demanda mes de Enero

Enero	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Lunes a Jueves	58	30%	18	17	306
Viernes a Domingo	58	90%	53	14	742
					1048

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 13
Proyección de demanda mes de Febrero

Febrero	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Lunes a Jueves	58	30%	18	16	288
Viernes a Domingo	58	90%	53	12	636
					924

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 14
Proyección de demanda mes de Marzo

Marzo	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Lunes a Jueves	58	30%	18	18	324
Viernes a Domingo	58	60%	35	13	455
					779

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 15
Proyección de demanda mes de Abril

Abril	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Lunes a Jueves	58	30%	18	18	324
Viernes a Domingo	58	50%	29	13	377
					701

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 16
Proyección de demanda mes de Julio

Julio	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Lunes a Jueves	58	30%	18	18	324
Viernes a Domingo	58	55%	33	13	429
					753

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 17
Proyección de demanda mes de Agosto

Agosto	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Lunes a Jueves	58	30%	18	17	306
Viernes a Domingo	58	60%	35	14	490
					796

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Para la temporada baja se consideró los fines de semana para el cálculo de la proyección de la demanda dado que en la temporada baja los turistas solo suelen ir por dichos días, mientras que de lunes a jueves no existe afluencia de turistas o en caso de haberlos solo permanecen por unas horas sin requerir un servicio de alojamiento. En el cuadro No. 18 se especifica el número de días, considerando el rango de viernes a domingos que hay en cada mes.

Cuadro 18
Número de días temporada baja
Temporada Baja

Viernes a Domingo	
Mayo	15
Junio	12
Septiembre	12
Octubre	14
Noviembre	13
Diciembre	12
Total	78

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Para la temporada baja comprendida por los meses de Mayo, Junio, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre se estima una demanda anual de 1404 personas.

Cuadro 19
Proyección de demanda mes de Mayo

Mayo	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Viernes a Domingo	58	30%	18	15	270
Total					270

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 20
Proyección de demanda mes de Junio

Junio	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Viernes a Domingo	58	30%	18	12	216
Total					216

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 21
Proyección de demanda mes de Septiembre

Septiembre	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Viernes a Domingo	58	30%	18	12	216
Total					216

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 22
Proyección de demanda mes de Octubre

Octubre	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Viernes a Domingo	58	30%	18	14	252
Total					252

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 23
Proyección de demanda mes de Noviembre

Noviembre	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Viernes a Domingo	58	30%	18	13	234
Total					234

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Cuadro 24
Proyección de demanda mes de Diciembre

Diciembre	Cap. Total	%	Cap. Util.	No. Días	No. Personas
Viernes a Domingo	58	30%	18	12	216
Total					216

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

Luego de determinar la ponderación para cada uno de los meses se procede a realizar la proyección de la demanda para el año 1, dando como resultado 6.405 turistas para el primer año.

Cuadro 25
Proyección de la demanda año 1

Servicio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
Hospedaje	1048	924	779	701	270	216	753	796	216	252	234	216	6405

Fuente: Investigación (2014)
Elaboración: Autores

2.5.2 Proyección de ventas

Luego de haber realizado la proyección respectiva para el primer año, se determina que habrá un incremento del 10% anual considerando las estrategias de promoción a implementar que actualmente no son usadas por los demás centros de alojamiento disponibles en Puerto Engabao. Para el primer año se espera un ingreso total de \$ 276.151,58 el cual es relativamente favorable considerando que es el primer año de actividad económica del hostel, llegando al año cinco con un ingreso anual de \$ 404.398,90.

Cuadro 26
Proyección de ventas anuales

	1	2	3	4	5
No. Turistas anual	6405	7046	7751	8527	9380
Precio	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Ingreso por hospedaje	\$ 224.175,00	\$ 246.610,00	\$ 271.285,00	\$ 298.445,00	\$ 328.300,00
Comisiones	\$ 51.976,58	\$ 57.174,23	\$ 62.891,66	\$ 69.180,82	\$ 76.098,90
Restaurante	\$ 8.070,30	\$ 8.877,33	\$ 9.765,06	\$ 10.741,57	\$ 11.815,73
Shows nocturnos	\$ 30.744,00	\$ 33.818,40	\$ 37.200,24	\$ 40.920,26	\$ 45.012,29
Camping	\$ 10.087,88	\$ 11.096,66	\$ 12.206,33	\$ 13.426,96	\$ 14.769,66
Cabalgatas	\$ 1.537,20	\$ 1.690,92	\$ 1.860,01	\$ 2.046,01	\$ 2.250,61
Paseo en bote	\$ 1.537,20	\$ 1.690,92	\$ 1.860,01	\$ 2.046,01	\$ 2.250,61
TOTAL INGRESOS	\$ 276.151,58	\$ 303.784,23	\$ 334.176,66	\$ 367.625,82	\$ 404.398,90

Fuente: Investigación (2014)

Elaboración: Autores

CAPITULO 3

3. Estructura organizacional y aspectos legales

En este capítulo se analizará cómo serán distribuidos cada uno de los cargos y las responsabilidades en el Hostal. Además, se especificará los roles que cada persona deberá desarrollar para que haya un manejo más fácil y un buen cumplimiento de todas las actividades. De esta manera cada miembro conocerá donde obtener la información que en algún momento requiera y poder ofrecer un servicio de calidad a los huéspedes, además la estructura organizacional ayudará a que se coordinen todas las actividades de una manera eficaz y también a saber cómo los empleados se relacionan entre sí.

El presente proyecto tendrá una estructura organizacional vertical de acuerdo a la actividad principal del hostal, servicio de alojamiento. Mientras, que las actividades adicionales que serán delegadas a terceras personas formaran parte de estructuras organizacionales netamente independientes.

3.1 Estructura vertical

Considerando la actividad principal del hostal, es decir, servicio de alojamiento el hostal propuesto tendrá una estructura vertical, en donde cada cargo tendrá a su disposición o en su poder un jefe de área al cual deberán informar sobre sus actividades diarias. Cada jefe deberá informar a la gerencia general sobre las situaciones que se presenten en las jerarquías menores. Entre menor es su nivel jerárquico, menor es su nivel de autoridad. Cada persona debe informar al que está directamente en un puesto superior a él sobre las situaciones que se presenten dentro del Hostal.

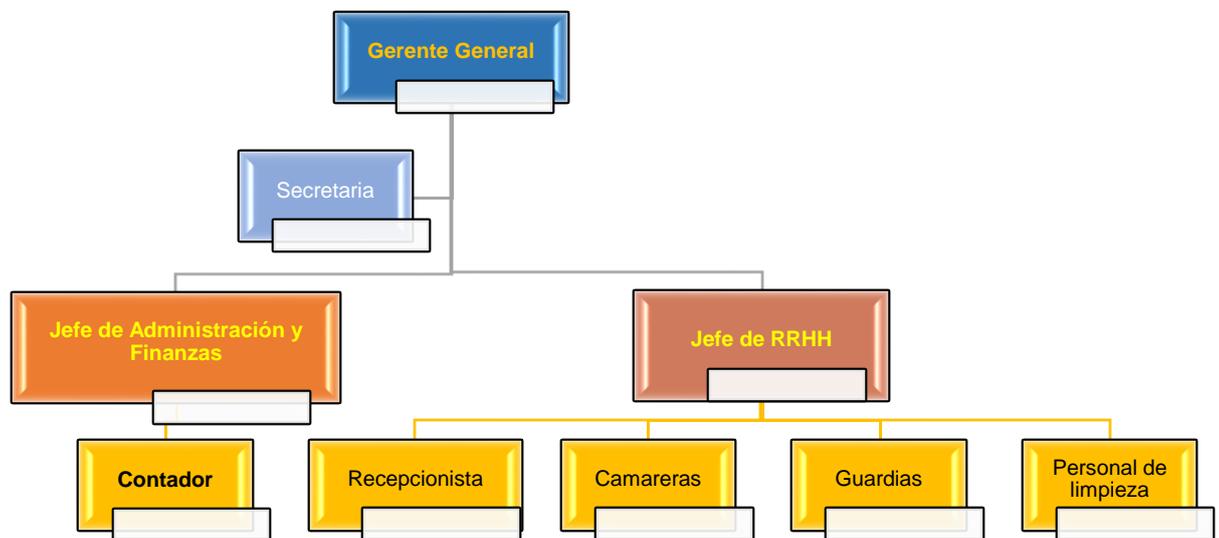


Figura 6
Estructura Vertical
 Fuente: Investigación (2014)
 Elaboración: Autores

3.2 Análisis de puestos

El análisis de puestos nos ayuda a tener un conocimiento básico de lo que cada miembro del Hostal está encargado de hacer con la finalidad de tener una buena operación dentro del mismo. A continuación se detallan las actividades que cada uno de los empleados tiene que realizar.

3.2.1 Gerente General

El gerente general como elemento principal del Hostal está a cargo de la toma de decisiones con respecto a las estrategias a implementar, la aprobación o rechazo de las compras de insumos y materiales, presupuestos e inversiones.

Además está encargado de la representación legal, judicial y extrajudicial del negocio. También es el responsable de la dirección y orientación del negocio, encabezara el equipo para guiarlo hacia el éxito, siempre manteniendo la armonía con su equipo de trabajo.

Este cargo será desempeñado por una de las inversionistas, la cual tendrá bajo su mando a los jefes de finanzas y recursos humanos quienes la mantendrán informada sobre las diferentes situaciones que se presenten en esos departamentos administrativos.

Adicionalmente, la persona a cargo de la gerencia tendrá bajo su cargo la realización de nuevas estrategias de marketing y publicidad, así como el manejo de la página web del hostel, la realización de actualizaciones constantes de precios, promociones, fotografías, videos y demás elementos que luego serán publicados y gestionados por la secretaria a cargo.

3.2.2 Secretaria

La persona encargada de este puesto tendrá la responsabilidad de elaborar y archivar las facturas y retenciones que se elaboren en la operación del Hostel, además llevara la agenda del gerente es decir de programar las reuniones y viajes que éste tenga. Contestará llamadas y correos electrónicos para mantener informada a la Gerente sobre algún compromiso o situación importante.

Adicionalmente, estará a cargo de gestionar todo lo que se refiere a la comunidad online, de establecer relaciones con los usuarios, estar atenta a cada detalle que ocurra en estas redes como por ejemplo likes, comentarios, favoritos, publicar fotos de las habitaciones y videos de todas las áreas del hostel en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, y contestar todas y cada una de las inquietudes de los usuarios.

3.2.3 Jefe de Administración y Finanzas

Este puesto será desempeñado por una de las inversionistas y estará a cargo de la elaboración de los planes estratégicos, de los presupuestos y de la negociación con los proveedores, de coordinar la adquisición de materiales y bienes.

3.2.4 Contador

Se encargará de llevar los registros contables del hostel, los estados financieros, declaraciones de impuestos de acuerdo a las obligaciones tributarias. Mantener el control contable de inventarios y activos fijos del negocio, también tendrá a su cargo los pagos de personal, pagos mensuales de crédito a las instituciones financieras, servicios básicos, y pagos a los proveedores. Analizar los movimientos contables para luego informarles a los demás colaboradores sobre el estado del hostel financieramente, para que la alta gerencia decida en qué dirección orientarse.

3.2.5 Jefe de RRHH

Se encargará del control disciplinario del personal, de verificar que todas las actividades que estén desarrollando adecuadamente, de plantear soluciones a los problemas que se presenten en las áreas de trabajo.

3.2.6 Recepcionista

Esta persona será la encargada de dar la bienvenida a los clientes, proporcionar información sobre la disponibilidad y precio de las habitaciones, receptará los datos personales del o de los clientes, realizará el cobro de las habitaciones, hará la entrega de llaves y control remoto de los televisores, asistirá a la administración con el manejo de las reservas y la atención al cliente. También deberá comunicarles a las camareras cuando una habitación esté vacía para que se acceda a la limpieza de la misma.

3.2.7 Personal de limpieza

El personal asignado deberá barrer y trapear todas las áreas externas a las habitaciones como corredores y pasillos, así como la limpieza de ventanas, vidrios y afines, de manera que todas las instalaciones se encuentren en perfecto orden e impecables.

3.2.8 Guardias

Estas personas tendrán la responsabilidad de velar por la seguridad tanto de los huéspedes como del personal administrativo, estar atento a la entrada y salida de personas extrañas al hostel, recorrer todas las áreas del hostel para vigilar cualquier anomalía, asegurar la integridad de todas las personas que se encuentren en el Hostel. Deberán patrullar y proteger toda la propiedad y a su vez tendrán a cargo el cuidado de los vehículos que se encuentren en el estacionamiento.

3.2.9 Camareras

Las personas asignadas para este puesto tendrán que realizar las siguientes actividades: mantener las habitaciones impecables, realizar el cambio de sábanas, fundas de almohadas y toallas; meter todos los artículos mencionados en la lavadora y secadora y acomodarlos en la bodega; y proporcionar a las habitaciones papel higiénico, shampoo, jabón.

3.2.10 Jardinero

Adicionalmente, a los cargos antes detallados se contratará un jardinero, el cual asistirá a realizar sus actividades una vez por semana. El jardinero estará a cargo del riego y mantenimiento de las plantas y todas las áreas verdes, ponerle la cantidad de abono necesario a las plantas, acomodar la tierra para sembrar las plantas, fumigar árboles y plantas para evitar plagas, recolectar y desechar hojas caídas de los árboles, suministrar fertilizantes y tratamientos a las plantas, así como eliminar cualquier maleza que se encuentre en las zonas verdes.

El pago por las 3 horas de trabajo será de \$10 y será especificado en el capítulo 5 como costos de mano de obra indirecta.

3.3 Perfil del cargo y remuneraciones

En este punto daremos a conocer las actitudes, habilidades y conocimientos necesarios que deberán cumplir los individuos que ocupen cada uno de los puestos que habrá en el Hostal.

A continuación en el siguiente Cuadro se dará a conocer la información mencionada anteriormente para el puesto de Gerente del hostel, mientras que los demás puestos estarán detallados en el anexo 2.

Cuadro 27
Descripción de puesto Gerente General

Perfil del Puesto			
Cargo	Gerente General		
Escolaridad mínima	Estudios profesionales en administración o carreras afines.		
Conocimientos requeridos	Administrativos, Económicos, Financieros, Contables, Idiomas		
Formación del puesto	Manejo de Windows, Programas de office (Word, Excel)		
Actitudes y habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad para tomar decisiones ▪ Capacidad de negociación ▪ Trabajar en equipo. ▪ Tener iniciativa, ser organizado y comunicativo. ▪ Creatividad 		
Horario	Jornada Completa	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 1,000	Edad	Indistinto

Fuente: Investigación (2014)

Elaboración: Autores

3.4 Organigrama

El Hostal Surf y Sol estará representada judicial, jurídica y extrajudicialmente por el Gerente General del hostel, quien manejará y administrará el negocio a tiempo completo en todas las funciones sean estas compras, financiamiento y demás.

El Hostal Surf y Sol contará con un personal profesional en el campo de la gestión empresarial por lo que gracias a sus destrezas y virtudes llevaran a cabo este proyecto, siempre enfocadas en brindar la mejor atención al cliente y aplicar su vasto conocimiento en idiomas y otras áreas para brindar un plus en los servicios ya especificados en los capítulos anteriores.

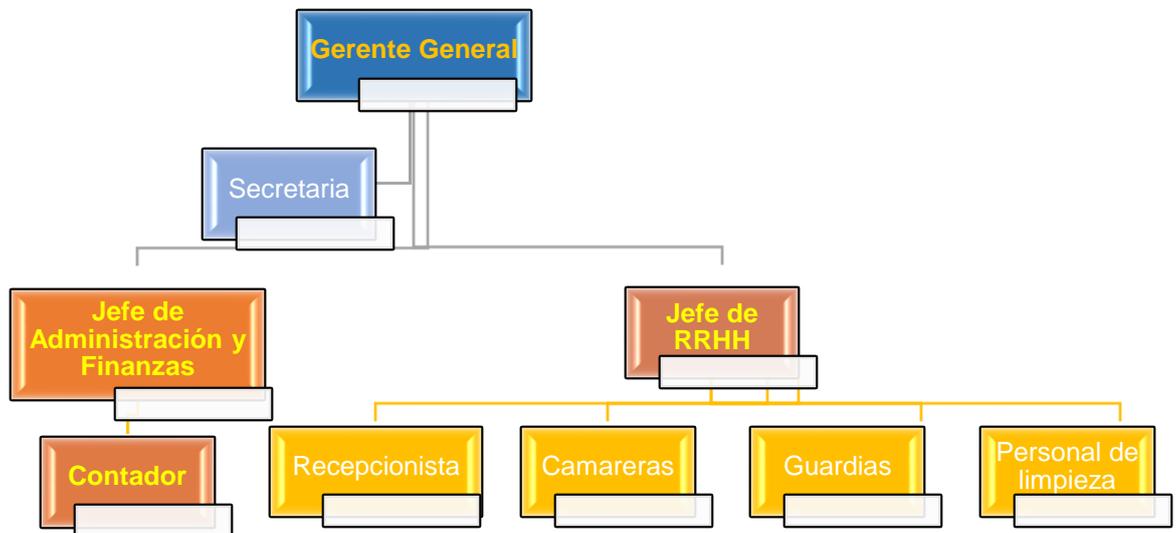


Figura 7
Organigrama
 Fuente: Investigación
 Elaboración: Autores

3.5 Programas de capacitación

Para toda empresa la capacitación continua es uno de los factores importantes para la mejora en todo y cada uno de los procesos de la actividad económica que se realice, es por ello que se brindará capacitación al personal ligado a la principal actividad del proyecto, así como se exigirá la debida capacitación de las actividades delegadas a terceras personas. Adicionalmente, las personas a cargo de la administración también recibirán capacitaciones de administración de establecimientos dedicados a brindar servicio de hospedaje.

El personal a cargo de cada una de las áreas que se ha detallado en el organigrama recibirá capacitación previa y durante su integración a sus actividades laborales, los programas de capacitación serán impartidos por parte del Ministerio de Turismo (Mintur) y por los propias futuras administradores del hostel de manera gratuita.

Los cursos de capacitación serán programados de acuerdo a las sugerencias que realicen los clientes para mejorar el servicio y de acuerdo al desempeño que tenga cada colaborador, donde se crea necesario un curso en especial para expandir sus conocimientos y, desarrollar y mejorar sus habilidades. De igual forma los cursos a impartir serán seccionados, es decir, se realizarán en diferentes grupos de manera que estos no afecten las actividades diarias que se desempeñen dentro del hostel.

- **Modelo base de capacitación**

Cuadro 28

Capacitación: Procesos de ingreso y salida de huéspedes, y servicio al cliente

Tema: Procesos en el ingreso, salida de huéspedes y servicio al cliente.

Objetivo: Desarrollar las habilidades y todos los conocimientos necesarios para desempeñar de una manera eficiente su cargo como recepcionista o afines de un empresa del sector hotelero.

Contenido :

- Procesos de ingreso (check in) y salida (checkout) del huésped;
- Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones;
- Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un hotel;
- Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica; términos técnicos de la hotelería relativos a la recepción;
- Contabilidad básica;
- Requisitos de higiene personal adecuados para su ocupación;
- Computación e internet;
- Información de eventos y atractivos turísticos locales.
- Técnicas de servicio al cliente;
- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta crédito u otros.

Imparte : Secretaría de Turismo

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Autores

Cuadro 29
Capacitación: Procesos y aspectos importantes en el servicio de limpieza

Tema: Procesos y aspectos importantes en el servicio de limpieza y adecuación de habitaciones.

Objetivo: Desarrollar las habilidades y todos los conocimientos necesarios para desempeñar de una manera eficiente el cargo de camarera de pisos o afines de un empresa del sector hotelero.

Contenido :

- Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales;
- Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos;
- Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo;
- Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
- Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped;
- Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;
- Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo;
- Procedimientos de manejo de mini-bares;
- Manejo de formularios;

Imparte : Secretaría de Turismo

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Autores

Cuadro 30
Capacitación: hospitalidad y servicio al cliente

Tema: Hospitalidad y servicio al cliente

Objetivo: Desarrollar las habilidades y actitudes de participante en cuanto a la cordialidad y servicio al cliente.

Contenido :

- Requisitos de higiene, presentación personal y modales;
- Vocabulario técnico del segmento de turismo y hospitalidad;
- Procedimientos de emergencia;
- Principales tipos de establecimientos, servicios y productos de la industria;
- Aspectos básicos de la cultura local y nacional;
- Conocer los productos, servicios y tarifas que ofrece la empresa;
- Técnicas de servicio al cliente;
- Técnicas de trabajo en equipo;

Imparte : Secretaría de Turismo

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Autores

3.6 Determinación de sueldos y salarios

El sueldo representa la retribución de la dedicación, esfuerzo y empeño que han puesto los colaboradores en cada una de sus funciones; y que en base a su trabajo reciben una representación monetaria, dinero.

A continuación se detallarán los sueldos netos a recibir por el personal que conformará el hostel:

Cuadro 31
Rol de Pagos

Nº	NOMINA	CARGO	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	INVERSIONISTA	GERENTE	1.000,00	12.000,00
3	EMPLEADO 1	SECRETARIA	360,00	4.320,00
4	INVERSIONISTA	JEFE DE ADM Y FINANZAS	1.000,00	12.000,00
5	EMPLEADO 3	JEFE DE RRHH	600,00	7.200,00
6	EMPLEADO 4	CONTADOR	400,00	4.800,00
7	EMPLEADO 5	RECEPCIONISTA	360,00	4.320,00
8	EMPLEADO 6	RECEPCIONISTA	360,00	4.320,00
9	EMPLEADO 7	PERSONAL DE LIMPIEZA	360,00	4.320,00
10	EMPLEADO 8	PERSONAL DE LIMPIEZA	360,00	4.320,00
11	EMPLEADO 9	GUARDIA	360,00	4.320,00
12	EMPLEADO 10	GUARDIA	360,00	4.320,00
13	EMPLEADO 11	CAMARERA	360,00	4.320,00
14	EMPLEADO 12	CAMARERA	360,00	4.320,00

Fuente: Investigación

Elaboración: Autores

3.7 Indicadores organizacionales

Para el análisis de los indicadores organizacionales clasificaremos los indicadores en los siguientes:

3.7.1 Indicadores de Rendimiento

En cuanto a los indicadores de rendimiento podemos concluir que con la capacitación constante al personal tanto previa como durante su integración al hostel, los procesos a desempeñar por cada una de las personas permitirán brindar a los huéspedes una atención de calidad, prevaleciendo la efectividad, eficiencia y eficacia en el servicio a proveer.

3.7.2 Indicadores de Productividad

En el capítulo 4 se especifica la capacidad instalada del hostel así como las dimensiones de cada una de las áreas. La distribución elegida se realizó analizando la brecha a alcanzar, de tal manera que la capacidad instalada no esté por debajo ni por encima del número de turistas a hospedar, satisfaciendo a la demanda y generando beneficios que permitan cubrir todos costos a incurrir.

3.7.3 Indicadores de Gestión y Financieros

Los indicadores de gestión y financieros serán presentados en el capítulo 5, pero se puede apreciar según lo detallado en los capítulos anteriores que la ubicación geográfica del sector así como los grandes atractivos que la zona ofrece, sumado a la no explotación en términos turísticos el presente proyecto a simple vista es rentable y con un enfoque de sostenibilidad dado que se trata de un hostel ecológico, considerando que el desarrollo sostenible debe cumplir con tres pilares fundamentales: económico, social y ambiental. Los indicadores financieros comprobarán la viabilidad del presente proyecto más adelante.

3.7.4 Indicadores de Personal

El trato del personal será muy próximo donde prepondere el respeto; donde cada uno de los colaboradores podrá dar sugerencias y opiniones con respecto al negocio. De igual manera, se premiará y reconocerá sus logros como un miembro de la familia. Es por ello, que podemos considerar que aplicando estas estrategias el personal se sentirá como en su segundo hogar, haciendo que la tasa de rotación sea mínima.

3.7.5 Indicadores de Clientes Internos

En cuanto a este término podemos resaltar el hecho que las administradoras del hostel son profesionales en gestión empresarial con el manejo del idioma inglés, francés y su lengua nativa, el español. Por lo que para los turistas extranjeros que no manejen a la perfección el idioma español habría una facilidad en cuanto a atender los requerimientos sin ninguna demora. Adicionalmente, la página web estará disponible en los idiomas antes mencionados haciendo más fácil la comunicación. Todo esto más un personal capacitado en su área y en soporte de primeros auxilios.

3.8 Aspectos legales

Para poder establecer un establecimiento dedicado al servicio de alojamiento es necesario cumplir con una serie de requisitos de índole legal para el funcionamiento y desarrollo de la actividad económica. Dado que el presente proyecto es destinado al sector turístico existen requisitos especiales a cumplir los cuales serán detallados a continuación:

3.8.1 Registro Único de Contribuyentes – RUC

Para la obtención del registro único de contribuyentes es necesario presentar una serie de requisitos.

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- Copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Super de Compañías.

Identificación del representante legal y gerente general:

- Copia de la cédula de identidad
- Certificado de votación del último proceso electoral.

En caso de que la inscripción o actualización se realice pasado el plazo establecido, se debe presentar copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa.

Verificación de la ubicación de las Sociedades Privadas y Públicas

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la sociedad su actividad económica, deberá entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o,
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

3.8.2 Registro actividad turística

Un requisito indispensable es obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo, el cual debe ser obtenido dentro de un plazo no mayor a 30 días desde el inicio de la actividad operativa o caso contrario se cobrará una multa de USD 100,00 seguido de la clausura del establecimiento cuya base legal se sustenta en los artículos 8 y 9 de la Ley de Turismo. Para su obtención se deben presentar los siguientes requisitos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del RUC.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.

7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 Por mil.

3.8.3 Afiliación Cámaras de Turismo

Otro requisito que se debe cumplir según el artículo 4 de la ley de cámaras provinciales de Turismo es la Afiliación a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar Cuotas sociales.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la Actividad turística.

3.8.4 Licencia anual de funcionamiento

La licencia anual de funcionamiento se la obtiene una sola vez a partir de enero de cada año, dando plazo para cumplir con dicho requisito hasta el 31 de marzo de cada año, donde el representante deberá cancelar:

- Patente Municipal.
- Tasa de Turismo.
- Aporte Anual a CAPTUR.
- Permiso de Bomberos.

El comprobante pago deberá ser presentado ante la ventanilla única turística junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno. La licencia tiene una vigencia de un año e incluye el permiso de Bomberos. En caso de no obtener dicha licencia, o en

caso de no renovarla el establecimiento será clausurado, según lo expone los artículos 8 y 9 de la ley de turismo. Los requisitos a presentar son los siguientes:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Permiso de Uso de Suelo,
- 4.- Copia del RUC (actualizado, si existieren cambios).

3.8.5 Permiso sanitario

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Los permisos de funcionamiento sanitario se renovarán anualmente durante los 180 primeros días de cada año, previo el pago de los derechos correspondientes.

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

3.8.6 Certificados de salud empleados

El certificado de salud de empleados puede ser obtenido en el centro de salud ubicado en Cuenca y Olmedo. El plazo para obtener dicho certificado es hasta el 31 de marzo de cada año, según lo decreta el código de la salud; reglamento de tasas.

3.8.7 Patente Municipal

El permiso de patente debe ser obtenido por todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón o cuales quiera que sea el orden económico. Este permiso puede ser cancelado hasta el 31 de enero de cada año y tiene una validez de un año. El pago debe ser realizado en la ventanilla única de turismo, según lo expresa la ley de Régimen Municipal: Artículos desde el 381 al 386 Código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001.Art. III 33 al III. 46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de1997); R.O. 234 del 29 de Dic. De 2000.

Los requisitos que se deben presentar son:

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- Copia de la carta de pago del Impuesto Predial del año en curso
- Copia de la Cédula de ciudadanía
- Calificación artesanal (en el caso de los artesanos)

3.8.8 Uso de Suelo

El permiso de uso de suelo es un requisito indispensable para desarrollar una actividad comercial, el permiso debe ser solicitado en el lugar donde el establecimiento funcionará. La validez de este permiso es de un año, según la ordenanza 0095, R.O. 187-S, 10-X-2003; Ordenanza 0018, Ordenanza 0190,R.O. 403, 23-XI-2006.Para poder tener acceso al informe este permiso es necesario llenar el formulario correspondiente y adjuntar la

carta del impuesto predial del año, Cédula de Identidad, Papeleta de votación. Este informe tiene validez por dos años.

3.8.9 Rótulos y Publicidad Exterior

Sirve para colocar mensajes publicitarios (rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada. El permiso para la instalación de rótulos exteriores tiene una validez de un año, según la ordenanza 0186, R.O. 401 del 21 de noviembre del 2006.

3.8.10 Obtención del certificado IEPI

Para registrar una marca, estos son los pasos a seguir:

- Realizar la BÚSQUEDA FONÉTICA DE DENOMINACIÓN, dicho proceso de verificación dura 5 días hábiles.

Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar, así como adjuntar el valor de US \$51.00 (US \$16.00 que corresponden a tasa que cobra Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, y \$35.00 que corresponden a honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Guayaquil). En caso de no ser socio, la CCG cobra de honorarios \$70.

- Una vez revisado el resultado de la búsqueda fonética se inicia el TRÁMITE DE REGISTRO DE MARCA Y/O NOMBRE COMERCIAL. Este trámite dura 6 meses aproximadamente.

Para el efecto se deberá presentar:

1. Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Guayaquil, solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.

La carta deberá contener:

- Datos generales a favor de quién se va a registrar el título de registro de marca (Nombres completos, nacionalidad, dirección, teléfonos, correo electrónico);

- Detalles de la marca a registrar (Nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos o servicios, signo que acompaña al lema comercial).

2. Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario, llenada a máquina o en computador.

3. Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del peticionario.

4. Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.

5. Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.

6. “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio, por medio de la cual el socio declara que si se presenta trámite de oposición, inmediatamente cesará el patrocinio de la asesora legal y la Cámara de Comercio de Guayaquil no reembolsará al socio el valor cancelado por concepto de honorarios profesionales.

7. Gastos a cancelar:

- USD116.00 correspondiente a tasa del IEPI; y,

- USD 150.00 por honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

En caso de no ser socio la CCG cobra de honorarios \$250.

- Finalmente, cuando el IEPI conceda el registro de la marca a favor del socio, se deberá solicitar la EMISIÓN DE TÍTULO DE REGISTRO DE MARCA/NOMBRE COMERCIAL. (trámite dura 1 mes aproximadamente).

CAPITULO 4

4. ESTUDIO TÉCNICO, LOCALIZACIÓN E IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.

En los capítulos anteriores se determinó la brecha a alcanzar, así como las necesidades no satisfechas, las estrategias a implementar de manera que la brecha en base a lo que los consumidores reales y potenciales desean que se ofrezca en este tipo de establecimiento, sea cubierta en el periodo establecido; y el diseño organizacional idóneo de esta pequeña empresa. De ahí parte el presente capítulo en el que se realizará el estudio de los factores de la localización en un panorama macro y micro, los cuales pueden influir positivamente o negativamente al proyecto; y el diseño arquitectónico que tendrá el hostel para de acuerdo al análisis de los factores antes mencionados elegir la capacidad instalada óptima para cubrir la brecha objetivo.

4.1 Macrolocalización

El proyecto se localizará en Puerto Engabao, Cantón Playas provincia del Guayas en el que se ha visto una gran oportunidad de inversión que permitirá maximizar ganancias, ya que la localización elegida para el proyecto es un lugar que no ha sido explotado por negocios del sector hotelero y hostelero. Puerto Engabao está caracterizado por:

- Pertener al Cantón Playas, el cual es caracterizado por poseer el segundo mejor clima del mundo según la Unesco desde 1982.
- Las olas y el viento que favorecen la práctica de deportes acuáticos, sobre todo el surf que es practicado por personas nacionales y extranjeras de todas las edades ya sean principiantes o expertos de este deporte. Además, dado que es una playa con poca afluencia de turistas no practicantes de deportes hace que los amantes del surf puedan disfrutar plenamente de las olas y del espacio de esta playa.

- La tranquilidad del lugar, que le ofrece a los turistas un ambiente de relajación para alejarse de la congestionada ciudad o incluso de su propio país, y la cercanía de esta playa respecto a una de las ciudades más pobladas y la segunda más visitada por los turistas extranjeros, Guayaquil.
- Ser una playa dotada en belleza natural, de agua cristalina azul turquesa y arena gris, con una variada fauna que embellecen aún más el paisaje.
- Proveedor de platos típicos con productos frescos recién salidos del mar.
- Puerto Engabao, es el lugar ideal para los amantes del sol y las olas. En este lugar se puede realizar actividades como recorrer la playa a pie, a caballo o en bicicleta; dar un paseo en bote, pescar, realizar deportes acuáticos como el surf, o simplemente acampar y disfrutar de la hermosa vista bajo la luz de las estrellas.

Puerto Engabao es acreedora de una belleza incomparable, llena de cultura y de gente amable, humilde y trabajadora. A continuación presentaremos las principales características que dotan a este lugar como la ubicación estratégica del presente proyecto:

4.1.1 Explotación de ventajas comparativas

Puerto Engabao es también conocida como “playa escondida”, denominada “escondida” porque algunos turistas han descubierto las grandes majestuosidades en belleza natural que la caracteriza pero aun así permanece oculta para la mayoría de los ciudadanos nacionales que centran su atención en otros puntos que ya han sido explotados en términos en turísticos.

4.1.1.1 Localización Geográfica

Puerto Engabao es una playa ubicada en el Cantón Playas, provincia del Guayas, se localiza en las coordenadas de 02° 33.7' latitud sur y 80° 29.9' longitud oeste.

Engabao se encuentra limitado al norte con la comuna San Antonio y Engunga, al sur con la cabecera cantonal "Playas", al este con la comuna San Miguel y al oeste con el Océano Pacífico. Se localiza a 11 Km de General Villamil Playas y a 110 Km de la ciudad de Guayaquil.

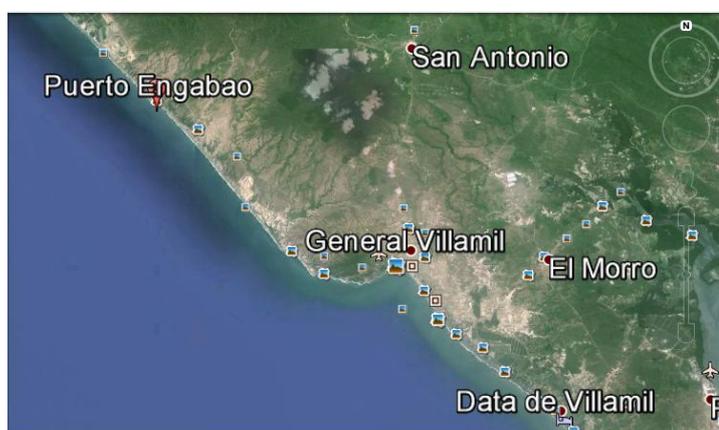


Figura 7
Ubicación geográfica
Fuente: Google Earth
Elaboración: Autores

4.1.1.2 Superficie

La extensión del Cantón Playas es de 247 Km² y representa el 1.44% del total de la provincia del Guayas.

4.1.1.3 Clima

Su clima es regularmente bastante soleado durante los meses de Diciembre a Abril, por lo que el protector solar es indispensable. En estos meses, las temperaturas son bastantes cálidas, teniendo un promedio de 28°C. Mientras que de Mayo a Noviembre, las temperaturas son más templadas, teniendo un promedio de 26°C.

4.1.1.4 Flora

El paisaje de la playa se caracteriza por la vegetación de bosque tropical seco, las especies de la zona son: saman, ficus, falso caucho, peregrina, croto, veranera o bugamvillea, palmas, papayo, almendro, jacarandá, Algarrobo, madera negra, entre otros.

4.1.1.5 Fauna

Se puede encontrar una variedad de avifauna como son: gaviotas, garzas, pelícanos, albatros, cucube, y más. En ciertas épocas llegan a nuestras costas variedad de especies como: lobos marinos, piqueros patas azules. Además el mar entrega toda su riqueza al cantón con la abundancia de peces y entre ellos: corvina, róbalo, berrugate, cazón, camotillo y sierra entre otros.

4.1.1.6 Perfil Sociodemográfico

No existen estadísticas exactas que comprueben la población actual de Engabao pero se estima que alberga a 6300 habitantes aproximadamente, de los cuales 6000 residen en la cabecera, es decir, el pueblo; mientras que la diferencia reside en el Puerto. Su población representa apenas el 15% de la población total del Cantón Playas, considerando que la población del Cantón es de aproximadamente 42.000 habitantes.

4.1.1.7 Infraestructura Social y de Comunicaciones

4.1.1.7.1 Educación

Actualmente en la comuna de Puerto Engabao existen tres escuelas particulares y una escuela fiscal, las cuales no se encuentran en óptimas condiciones para impartir conocimientos a los niños de esta zona. La falta de una infraestructura adecuada, la falta de inversión en recursos y materiales didácticos impiden a los profesores trabajar de manera organizada para poder impartir educación, lo cual afecta al desarrollo educacional de la zona

provocando un bajo nivel de emprendimiento por parte de generaciones futuras.



Figura 8
Escuela Fiscal "Puerto de Engabao"
Fuente: Diario hoy
Elaboración: Autores

A continuación en el cuadro no. 32 se detallan las instituciones educativas que existen en Puerto Engabao, siendo estos apenas 4 planteles los que proveen servicio de educación a esta comuna considerada como “playa escondida”, cuyos habitantes esperan algún día ésta pueda desarrollarse de tal forma que los niños y jóvenes puedan tener una educación de mejor nivel.

Cuadro 32
Establecimientos educativos

Tipo de Institución	Nombre de Institución
Escuela	“Puerto de Engabao”
Escuela	“Carlos Matamoro Jara”
Escuela	“San Jacinto de Engabao”
Colegio	“Cacique Tumbalá”

Fuente: Diario Hoy
Elaboración: Autores

4.1.1.7.2 Salud

Según el Ministerio de Salud Pública (MSP), la comuna de Engabao cuenta con una unidad de salud cuyo horario de atención es de 8 horas y solo ofrece atención ambulatoria, mientras que para aquellas personas que

necesitan de hospitalización existe un centro de salud llamado “Playa Sol” que brinda atención Clínico-Quirúrgica en las proximidades de la Comuna.

Considerando este aspecto, se considera que es necesario y sumamente importante tener un convenio con un centro de salud o clínica más especializado en Villamil Playas, donde existe más de dos centros de salud, de manera que se le pueda brindar servicios de emergencia a los huéspedes del hostel, en caso de accidente o alguna otra complicación que llegase a presentárseles durante su estadía.

4.1.1.7.3 Vivienda

Como se detalló en el apartado 4.1.1.6 no existen datos específicos sobre la población ni el número de viviendas existentes en la actualidad, a excepción del censo realizado en el año 2001 que determinó 463 viviendas. Sin embargo, de acuerdo a la información mencionada anteriormente y considerando un incremento en la población estimada según el estudio de campo podemos deducir que actualmente hay 900 viviendas aproximadamente.

La mayoría de las viviendas están construidas con cemento, las cuales no tienen un aspecto agradable a la vista del turista ya que a pesar de la adecuación de las fachadas de estas casas realizadas por la fundación Nobis y otras autoridades del estado por la realización del evento internacional, Reef Classic, estas adecuaciones tuvieron una durabilidad a corto plazo. Por otra parte, existen unas pocas casas hechas de madera, caña, techo de zinc o paja.

Adicionalmente, podemos mencionar que no todos los pisos de las viviendas eran de baldosa sino también de tierra; y en el caso de los techos, no se encontraban en buenas condiciones lo cual en invierno causa un gran problema para los habitantes y huéspedes de las casas comunitarias.

4.1.1.7.4 Actividades Económicas

Los pobladores de esta zona además de la pesca artesanal se dedican también a otras labores como por ejemplo la reparación de barcos y embarcaciones en general, a la elaboración de sillas, muebles, mesas y demás actividades de lo que se refiere a la carpintería. Algunos son comerciantes, venden pequeños adornos adecuados para cualquier temporada y como ya lo veníamos mencionando también se dedican a la actividad turística como lo son las hospederías comunitarias de las cuales ellos pueden subsistir.

4.1.1.7.5 Festividades

En la siguiente Cuadro se mencionan las festividades más importantes celebradas en Puerto Engabao.

Cuadro 33
Festividades de Puerto Engabao

Manifestaciones culturales	Eventos
Fiestas Cívicas	Fiesta Patronal “Narcisa de Jesús” el 9 de Diciembre de cada año
Festividades	Celebración del día de los Difuntos con “Mesas de los difuntos”, 2 de Noviembre.
Eventos Deportivos	Campeonato de Surf 1 c/año
Costumbres Tradicionales	Pesca Artesanal
Artesanías	Mallas de pesca

Fuente: Investigación
Elaboración: Autores

- **Importancia de la “Mesa de los Difuntos”**

El día de los difuntos es festejado de diferentes formas en diferentes partes de la provincia del Guayas. Mientras que en la ciudad de Guayaquil se bebe colada morada y la compra de rosas y velas, para ser coladas en las tumbas de los seres queridos que ya partieron al más allá, tiene gran demanda; para los habitantes de Puerto Engabao “la mesa de los difuntos” es una tradición que aún se celebra por los habitantes de la comuna y del puerto. La “mesa de los difuntos” consiste en preparar los platos favoritos del o de los difuntos y colocarlos en una pequeña mesa con la foto de la persona a quien se le hace honores. Luego de una charla entre los familiares, se procede a comer los alimentos que se han preparado y recuerdan eventos que vivieron con el ser que ya ha partido.

Esta celebración no solo es para recordar aquellos que seres que se fueron al más allá, sino que también se convierte en una oportunidad de negocio para los propietarios de los restaurantes y pequeñas tiendas; las tiendas al proveer los materiales necesarios para la preparación de los diferentes platos y los restaurantes que aprovechan la fecha para preparar platos típicos demandados por los turistas nacionales y extranjeros.

4.2 Microlocalización

El hostel propuesto en el presente proyecto está ubicado en Puerto Engabao, a continuación se muestra la ubicación exacta:



Figura 8
Ubicación del proyecto "Surf & Sol"
Fuente: Diseño Técnico
Elaboración: Arq. Kevin Nieto

El terreno cuenta con un área de 1500 metros cuadrados y está ubicado frente al mar con un retiro de 50 metros del nivel de pleamar protegiéndolo de las mareas más altas. La ubicación del hostel fue elegida en base a la óptima captación de los recursos naturales que permitirán el ahorro de los servicios básicos como el uso de luz eléctrica. El terreno se encuentra ubicado al oeste con respecto a la posición del sol permitiendo captar la luz al máximo en las áreas de descanso y restaurante.

El uso de paneles solares fue visto como una opción para el ahorro en el consumo de la luz eléctrica. Sin embargo, dadas las características y las limitaciones que los paneles solares, que suponen brindar una tendencia verde en las actividades que se realicen con su implementación, es poco favorable dado que su uso es muy limitado no pudiendo aplicar esta al uso de electrodomésticos como lavadoras, aires acondicionados, aspiradoras ni ningún aparato eléctrico que tenga una batería o condensador propio. Además, de esto aunque los paneles solares prometen ser una herramienta

eco-amigable también es perjudicial luego de 20 años de uso, por lo que al corto plazo no representa una inversión apropiada para el presente proyecto.

4.3 Diseño arquitectónico

Para efectos de este proyecto la capacidad operativa está dada por la cantidad de personas que se pueden hospedar en el hostel propuesto, con una capacidad de alojar a 58 personas. Se posee un área total de terreno de 1000 metros que serán repartidas para las habitaciones, área de restaurante-bar, áreas de camping, áreas verdes y estacionamiento. El área de construcción es de 468 metros cuadrados siendo las dimensiones de 18 metros de ancho y 26 metros de profundidad. El hostel contará con una planta baja y tres pisos adicionales, pudiendo construir un total de 14 habitaciones que se repartirán desde el segundo y cuarto piso, y las cuales estarán clasificadas de la siguiente forma:

Cuadro 34
Distribución de habitaciones

Tipo de habitación	No. de habitaciones	Capacidad
Individual	2	2
Matrimonial	2	4
Familiar	4	16
Grupal	6	36
Total	14	58

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: Autores

A continuación, se describe la distribución de cada uno de los pisos y se presenta el plano correspondiente.

4.3.1 Descripción de las instalaciones

La distribución de las instalaciones fue realizada de manera que se pueda aprovechar al máximo el espacio del terreno y permita una adecuada distribución de los espacios involucrados en los productos a ofrecer. En todos los pisos habrá una escalera que servirá como salida de emergencia en caso de que se llegase a presentar algún incendio u otra causa que atente contra la vida de los huéspedes, además podrá servir como un rápido acceso a los diferentes pisos en los que se encuentran las zonas de descanso.

Adicionalmente, todos los pisos tendrán un espacio pequeño denominado utilería como se podrá apreciar en los planos, que servirá como bodega para almacenar las toallas, sábanas, edredones, jabones y demás productos de uso personal que debe tener cada habitación, y que le facilite el trabajo a los encargados del área de limpieza; las bodegas también estarán equipadas con un pequeño transportador eléctrico que permita conectar el segundo piso con los otros dos pisos adicionales, donde en el último piso se encuentra la lavandería.

4.3.1.1 Planta baja

En la planta baja estará la recepción, la administración, el hall, el restaurante-bar, una alacena, una bodega, un baño para damas y otro para caballeros, además de un espacio adecuado para el estacionamiento, el área de camping y el área para los semovientes. Las áreas de la planta baja serán amobladas con muebles de caña guadua y flores en tonos claros.

4.3.1.1.3 Recepción y administración

La recepción y la administración del hostel estarán ubicadas en la parte izquierda esquinera de la planta baja. La recepción tendrá una puerta de acceso directo a la administración de manera en que si se necesita de algún documento o alguna información esta pueda ser adquirida de manera inmediata. Adicionalmente, todos los departamentos como recursos humanos, gerencia y, administración y finanzas estarán ubicados en una misma área; donde estará ubicado un escritorio modular de manera que se permita aprovechar el espacio al máximo y a su vez se tenga una comunicación próxima entre los departamentos para evitar traslados o tiempos de espera prolongados para adquirir información de alguno de los departamentos en especial. El área de recepción será de 8,25 m², el espacio estará amoblado con un escritorio de caña guadua con computadora de escritorio e impresora matricial, estante de llaves y estantes para flyers. Mientras que la administración tendrá un espacio de 22 m²y contará con un baño.

4.3.1.1.4 Hall

El hall tendrá un área de 22 m²y estará amoblado con un juego de muebles y una mesa de centro, además de un televisor donde puedan observar canales de deportes o videos musicales. El espacio de hall estará disponible como un área de descanso o un área de espera para aquellos que deseen esperar sentados hasta que puedan realizar su reservación en la recepción.

4.3.1.1.5 Restaurante-Bar

El restaurante-bar estará ubicado del lado derecho-central y abarcará un área de 150 m², sin considerar el área de la cocina, alacena y bodega. La cocina tendrá un área de 20,8 m². En el área de restaurante habrá 18 mesas con 4 sillas y 2 mesas con 6 sillas lo cual da una capacidad de acoger a 84

personas. El mismo espacio será destinado para la realización de los shows nocturnos, dicho espacio se acomodará para la instalación de la plataforma y se colocarán un mayor número de mesas para que la capacidad sea de 120 personas. El área de la cocina contará con una alacena donde se puedan almacenar todas las materias primas necesarias para la elaboración de los platos a ofrecer y además de un baño privado y una bodega donde se pueda guardar la plataforma.

4.3.1.2 Piso uno

En el primer piso estarán ubicadas 5 habitaciones, de las cuales 1 es individual, 2 familiares, 2 grupales, un área de utilitarios donde se guardarán las sábanas, edredones y otros utensilios de limpieza, y un área de descanso con tres hamacas y un pequeño bar. La habitación individual tendrá un espacio de 25 metros cuadrados, las habitaciones familiares con un área de 25 m² y las habitaciones grupales con un área de 37 m², cada una de las habitaciones cuenta con su respectivo baño privado.

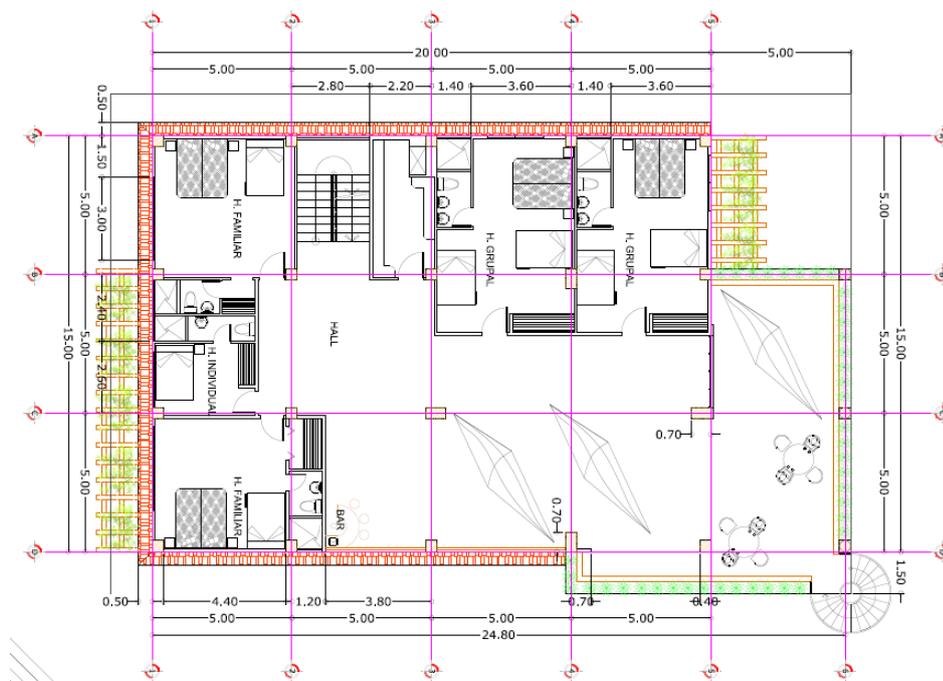


Figura 10
Diseño arquitectónico primer piso
Fuente: Estudio Técnico
Elaboración: Arq. Kevin Nieto

4.3.1.2 Piso dos

En el piso dos estará compuesto por una habitación individual, 4 habitaciones grupales y 2 habitaciones matrimoniales. Las habitaciones matrimoniales tendrán un área de 25 m², mientras que los demás tipos de habitaciones conservan el área especificado en la planta uno. En el segundo piso habrá un pequeño balcón.

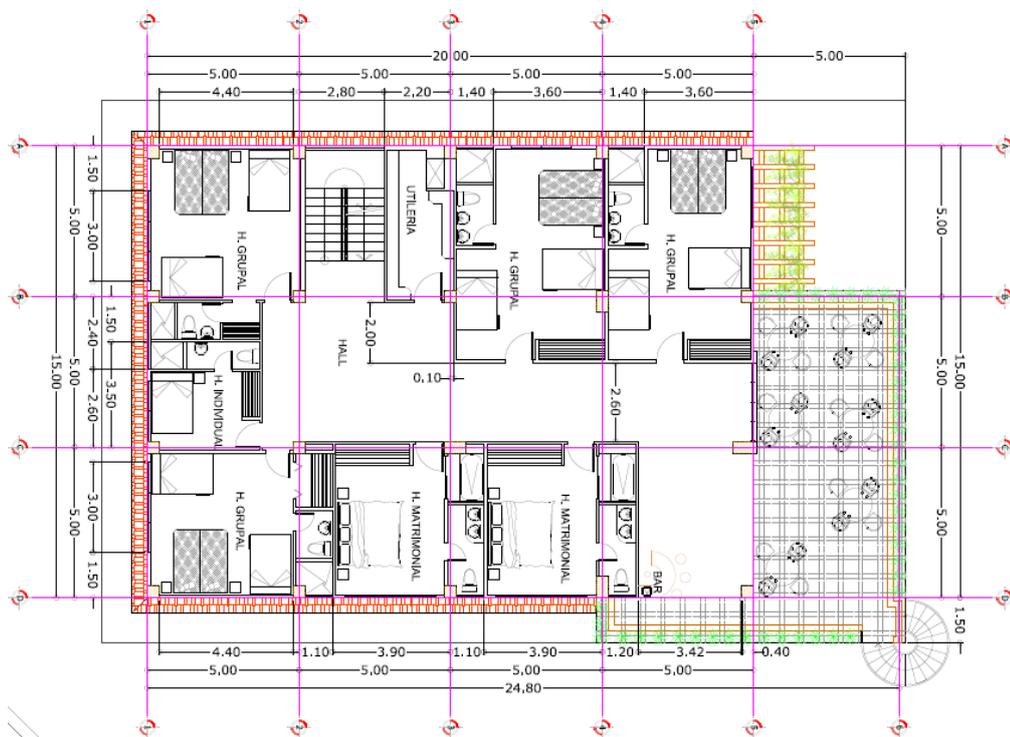


Figura 11
Diseño arquitectónico segundo piso
Fuente: Diseño Técnico
Elaboración: Arq. Kevin Nieto

4.3.1.3 Piso tres

En el último piso estarán ubicadas dos habitaciones familiares con un área aproximada de 25 m² cada habitación. Adicionalmente, tendrá una terraza de 148,5 m² amobladas con mesas y sillas de caña guadua y un pequeño bar donde se pueda preparar un café o té, o tomar el desayuno, almuerzo o cena al aire libre; en el último piso también estará ubicada la lavandería la cual estará equipada con una lavadora, una secadora y un

4.4.1 Inventario ambiental

4.4.1.1 Medio físico

Aire

- El aire es fresco y puro. Actualmente, no existen empresas industriales que puedan provocar contaminación del aire.

Agua

- El oleaje se caracteriza por ser point break de derecha que funciona con los swells sur o sur oeste.
- Las olas y las condiciones de viento favorecen a esta zona para la práctica del surf, tanto para los principiantes como para aquellos que tienen una vasta experiencia en este deporte.

Clima

- De acuerdo a la Unesco el Cantón Playas es considerado en poseer el segundo mejor clima del mundo.
- Su clima es regularmente bastante soleado durante los meses de Diciembre a Abril, por lo que el protector solar es indispensable. En estos meses, las temperaturas son bastantes cálidas, teniendo un promedio de 28°C. Mientras que de Mayo a Noviembre, las temperaturas son más templadas, teniendo un promedio de 26°C.
-

4.4.1.2 Medio biológico

Flora

- El paisaje de la playa se caracteriza por la vegetación de bosque tropical seco, las especies de la zona son: saman, ficus, falso caucho, peregrina, croto, veranera o bugamvillea, palmas, papayo, almendro, jacarandá, Algarrobo, madera negra, entre otros.

Fauna

- Se puede encontrar una variedad de avifauna como son: gaviotas, garzas, pelícanos, albatros, cucube, y más. En ciertas épocas llegan a nuestras costas variedad de especies como: lobos marinos, piqueros patas azules. Además el mar entrega toda su riqueza al cantón con la abundancia de peces y entre ellos: corvina, róbalo, berrugate, cazón, camotillo y sierra entre otros.

4.4.1.3 Medio perceptivo

Paisaje

- El proyecto se llevará a cabo en Puerto Engabao, cuyo principal atractivo es el mar, por las condiciones del aire y del oleaje que la hacen perfecta para la práctica del surf. En los alrededores hay algunas viviendas y locales dispuestos a atender y recibir a los turistas.

4.4.1.4 Economía y población

- En la actualidad no existen datos exactos sobre la población de Puerto Engabao, a excepción del censo realizado en el año 2001 que determinó 463 viviendas. Sin embargo, de acuerdo a la información mencionada anteriormente y considerando un incremento en la población estimada según el estudio de campo se puede deducir que actualmente Puerto Engabao cuenta con una población total de 6300 habitantes aproximadamente.
- Su población representa apenas el 15% de la población total del Cantón Playas, considerando que la población del Cantón es de aproximadamente 42.000 habitantes.

Fuentes de trabajo

- Las actividades del sector primario y terciario son las principales fuentes de ingreso de Puerto Engabao, mientras que el sector secundario ocupa un porcentaje mínimo, casi nulo.

- Se estima que alrededor del 98% de la población se dedica a actividades del sector primario y terciario como la pesca artesanal, carpintería, hospederías comunitarias y otros centros de alojamiento y restaurante.

4.4.1.5 Infraestructura

Infraestructura vial y de comunicaciones

- Puerto Engabao se localiza a 11 Km de General Villamil Playas y a 110 Km de la ciudad de Guayaquil. Puerto Engabao es uno de los spots de la “Ruta del Spondylus” y la “Ruta del Mar”.
- La “Ruta del Mar” puede ser visitada de tal manera que tenga un orden lógico (preferentemente de sur a norte) debido a que posee atractivos continuos, tomando como punto de inicio la ciudad de Guayaquil; comienza desde Gral. José de Villamil hacia Engabao. La “Ruta del Mar” acoge algunas playas desconocidas como Las Cuevas, Shark Bay, entre otras en el que el acceso es restringido ya que solo se puede acceder a pie.
- Las condiciones de las carreteras de Puerto Engabao no se encuentran en óptimas condiciones, lo cual no favorece a la zona. Para poder llegar a la playa de Puerto Engabao, en el caso de los extranjeros es aconsejable que tomen un avión hasta el aeropuerto de Guayaquil y luego tomen en el terminal terrestre un autobús que los lleve hasta General Villamil, para luego tomar otro autobús hasta Puerto Engabao.

Suministro de Agua Potable

- Puerto Engabao cuenta con agua potable entubada. El agua es para uso doméstico: cocina, lavado, limpieza.

Suministro de Energía Eléctrica

- Puerto Engabao cuenta con energía eléctrica desde agosto del año 2011.

Suministro de gas

- A pesar de las iniciativas del gobierno por la implementación de las cocinas a inducción, muchas provincias han hecho caso omiso a esta disposición y continúan usando cocinas tradicionales a gas. La pequeña población de Puerto Engabao realiza la adquisición de tanques de gas en el pueblo, Engabao.

Servicio de recolección de residuos

- Años atrás no existía un camión que recogiera la basura a diario. Sin embargo, la fundación Nobis realizó un contrato con el Municipio de Playas para que se asigne a un camión para que realice la recolección de basura los días jueves.

4.4.2 Evaluación de impactos ambientales

El impacto ambiental que generará el proyecto en cada uno de los medios serán clasificados según su grado de impacto como se detallada en la siguiente tabla:

Cuadro 35
Valoración de impacto ambiental

Grado	Clase
-3	Impacto negativo clase alta
-2	Impacto negativo clase media
-1	Impacto negativo clase bajo
0	Impacto neutro
1	Impacto positivo clase baja
2	Impacto positivo clase media
3	Impacto positivo clase alta

Fuente: Valoración de impacto

Elaboración: autores

4.4.2.1 Medio físico

Medio físico

Agua: En el proceso de la construcción se podría ocasionar una contaminación de agua debido al almacenamiento de materiales, mezclas,

entre otros; esto genera un impacto negativo, del grado -1, de clase baja debido a que el periodo de construcción es a corto plazo.

Aire: Cerca de la zona existe un local relativamente grande que dispone en su mayoría de todos los materiales de construcción necesarios, por lo que la contaminación del aire debido a la emanación de gases por el tránsito de camiones es bajo, ya que el tiempo de tránsito es corto; mientras que las maquinarias también serían usadas en ocasiones muy limitadas. Por lo tanto el impacto se califica de grado -1, negativo de clase baja.

Nivel sonoro: El terreno para la construcción del proyecto es próximo a otros centros de alojamiento, por lo que la generación de ruidos constituye un impacto negativo de grado -2, negativo de clase media.

4.4.2.2 Medio biológico

Flora: La construcción del proyecto no generaría impacto alguno contra la flora del lugar, ya que el terreno se encuentra totalmente despejado, lo cual no implica la tala ni ningún tipo de daños hacia los árboles o plantas. El grado de impacto es 0, nulo.

Fauna: El terreno es un espacio totalmente despojado, por lo que puede existir la posibilidad de que se posa alguna especie cerca al área de construcción generando así un impacto negativo de grado -1, clase baja.

4.4.2.3 Medio perceptivo

Paisaje: Debido al uso de maquinaria en ocasiones determinadas y considerando las primeras fases de la construcción del proyecto, este tiende a provocar una imagen poco atractiva a la vista del turista y de los moradores del sectores. Por lo tanto, existe un impacto negativo, grado -2, de clase baja.

4.4.2.4 Economía y población

Tránsito y medios de transporte: La construcción se realizará en una época de temporada baja de manera que la circulación de camiones y maquinarias no llegue a afectar el tránsito de los turistas que llegan a la zona, o en caso de afectarlo, que este sea mínimo.

El impacto será negativo de clase baja y de corto plazo de manifestación.

Economía local: La economía local de Puerto Engabao se verá beneficiada debido a que el consumo de productos, alimentos y obtención de insumos tendrá un aumento relativamente alto por la obra. Por lo tanto, el impacto es positivo de clase alta y de corto plazo de manifestación.

Generación de empleo: La construcción del hostel generará que se requiera contratar mano de obra hasta la culminación de la obra, quienes pueden ser los mismos pobladores del sector; y a su vez cuando se comiencen las actividades operativas contratar personal para cubrir los puestos que se proyectaron en el organigrama; considerando este último el impacto será positivo, grado 3, clase alta y de largo plazo de manifestación.

Valor inmobiliario: Gracias a la construcción de la obra, el sector tendrá un crecimiento en el valor inmobiliario ya que debido al aumento de la afluencia de turistas, se presentarán más proyectos de emprendimiento para atender la demanda creciente del sector turístico. El impacto es positivo de grado 2, clase media.

Vivienda: La construcción del hostel no generará ningún efecto ni daño en las viviendas, por lo cual el impacto es de grado 0, nulo.

4.4.2.5 Infraestructura

Redes de servicios: La construcción del hostel generará un incremento en el consumo de servicios básicos como luz y agua. Por lo que el impacto será neutro.

Red Vial: Durante el proceso de construcción es probable que se puede presentar ciertos deterioros en la vía, considerando este factor como un impacto negativo grado -1 de clase baja, reversible y de corto plazo de manifestación. Siendo a corto plazo ya que luego de la construcción del hostel y debido al aumento de turistas las vías que ya se encuentran en estado poco favorables pueden ser reacondicionadas por la autoridad competente.

4.4.3 Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial juega un papel importante ya que en ella se mencionará parte de las medidas ambientales a implementar, las cuales se desarrollaron tomando como base el desarrollo del concepto “hostal ecológico”.

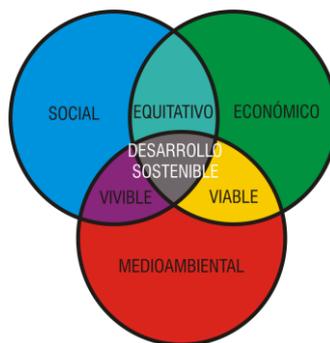


Figura 13
Variables del desarrollo sustentable

Considerando las variables presentadas en la figura No. 14 se denomina una empresa como socialmente responsable a aquella que además de buscar beneficios económicos, tenga un compromiso social y genere el mínimo

impacto ambiental. Las medidas a implementar en los campos: económico, social y medio ambiental; serán presentadas a continuación:

Económico

- Maximizar la rentabilidad para los inversionistas.
- Incrementar los ingresos anuales en un 10% cada año.
- Cumplir con los compromisos adquiridos con los empleados y proveedores.
- Asegurar y promover el cumplimiento de las obligaciones con las instituciones del Estado.
- Asegurar transparencia y mantener prácticas y relaciones comerciales justas.

Social

- Respetar los derechos humanos con transparencia en el desarrollo de las actividades operacionales, donde preponderará la equidad e igualdad de género y clase social.
- Brindar condiciones de bienestar y calidad de vida de los trabajadores. El ambiente laboral será agradable, donde el compañerismo y el respeto sean elementos fundamentales. Los empleados serán escuchados plenamente y su opinión será considerada para la implementación de nuevas estrategias. Además, se realizarán eventos sociales, deportivos y capacitaciones dirigido a los empleados para que mejoren tanto personal como profesionalmente.
- Apoyar el desarrollo de nuevos emprendimientos, mediante los demás servicios que estarán disponibles en el hostel, los cuales serán destinados a terceras personas permitiendo así que los mismos habitantes del sector realicen inversiones en el hostel lo cual generará plazas de trabajo para los habitantes, mejorando la calidad de vida del sector.

- Promover actividades comunitarias mediante donaciones de mobiliarios a las escuelas y la mejora en la infraestructura del sector.

Medioambiental

- Operar conservando el medio ambiente y protegiendo la biodiversidad. Se realizará mingas para mantener la playa y sus alrededores limpios y además se incorporará tachos de basura ecológico para que los residuos puedan ser clasificados y posteriormente reciclados.
- Minimizar el impacto ambiental pre-operacional; como parte de la construcción se implementará materiales ecológicos como caña guadua, madera, entre otros. De igual manera, la decoración de las áreas serán realizadas con mobiliarios ecológicos.
- Transferir las buenas prácticas ambientales a la población en general a través de charlas de concientización ambiental.

Las medidas a tomar en cada elemento clave permiten denominar al presente proyecto como un “hostal ecológico” que se apoye y genere beneficios para los tres pilares fundamentales de la responsabilidad social empresarial, que a pesar de ser de carácter facultativo, se apega a las bases e ideales que busca el proyecto, permitiendo de igual forma contribuir con el desarrollo sustentable.

CAPITULO 5

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO DEL PROYECTO

Habiendo terminado los capítulos referentes al mercado, estrategia de mercado, la organización y el estudio técnico respectivo, en la presente sección, se tratará acerca del financiamiento y los resultados esperados del proyecto. Para alcanzar el propósito de evaluación, se procederá siguiendo el presente esquema.

El plan de inversiones tomando el estudio técnico, la estructura financiera que corresponde al presente capítulo, así como los referentes al ciclo de caja y el tratamiento de los activos. El plan de ventas y así como los gastos, serán tomados de los respectivos capítulos anteriores. Las proyecciones financieras, como el BG, P y G, Flujo de caja y las evaluaciones de la TIR y VAN, corresponde al aspecto financiero.

5.1 Plan de inversiones

Acorde al estudio técnico, las inversiones comprenden las que se demuestra en el cuadro No. 35, en la cual se puede apreciar los componentes, así como los valores respectivos.

Cuadro 36
Plan de inversión

ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	Valor
Terreno	22.500,00
Construcción	441.000,00
Vehículo	20.000,00
Equipos de Computación	450,00
Equipos de Oficina	480,00
Muebles de Oficina	255,00
Equipamiento	19.778,00
SUBTOTAL	504.463,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS	
Equipo de Computación	2.250,00
Equipos de Oficina	1.360,00
Muebles de Oficina	700,00
SUBTOTAL	4.310,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Preoperativos	21.145,51
Tramites	5.135,00
Intereses Preoperativos	19.530,65
Imprevistos (5% de activos diferidos)	2.290,56
SUBTOTAL	48.101,72
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de Trabajo Operativo	0
Capital de Trabajo Administración y Ventas	3.778,10
SUBTOTAL	3.778,10
INVERSION TOTAL	560.652,82
CAPITAL (AMORTIZACION)	
PREOPERACIONAL	
POR FINANCIAR	560.652,82

Fuente: Estudio técnico del proyecto.

Elaboración: Autores.

5.2 Financiamiento

En el cuadro anterior, se especificó el nivel de inversión. Esta inversión se espera financiar acorde al acuerdo entre los socios, de la siguiente manera: una fuente procedente de deuda con la CFN, por un valor de USD 335.290, a una tasa de 11,65% a 5 años plazo, que representa el 60% del monto de inversión, el saldo se financiará con recurso propios. En el siguiente cuadro se presenta la estructura financiera del proyecto.

Cuadro 37
Estructura financiera

	TOTAL
FINANCIAMIENTO PROPIO	
Plan de Inversiones	225.362,62
FINANCIAMIENTO DE TERCEROS	
- Crédito de Instituciones Financieras 1	335.290,20
TOTAL FINANCIAMIENTO	560.652,82

Fuente: CFN

Elaboración: Autores

5.3 Condiciones de caja

Para la determinación de las condiciones de la caja, se consideró los parámetros de comportamiento de las políticas de cobros y pagos en la zona, tal como se demostró en el capítulo de estrategia de mercadeo. Para lo que se estimó según el capítulo respectivo, 15 para las cuentas por pagar, 15 días para las cuentas por cobrar (crédito clientes) y 30 días para inventario lo que implica que la empresa requiere de un factor caja de 30 días.

Cuadro 38
Condiciones de caja

RUBROS	DIAS
Factor Caja	30
Crédito a clientes (locales)	15
Crédito a clientes (extranjero)	0
Crédito de proveedores	15
Inventario de productos terminados	0
Inventario de insumos	30
Inventario de materiales indirectos	0
Periodos de amortización de activos diferidos	5

Fuente: Capitulo 2
Elaboración: Autores

5.4 Condiciones de activos fijos

Se hace referencia a la vida útil de los activos así como su mantenimiento. En relación a la vida útil del proyecto se ha considerado lo que establece la ley del impuesto a la renta.

Y en cuanto al mantenimiento se ha considerado tal como se mencionó en el estudio técnico criterios de profesionales técnicos y compañías aseguradoras.

Cuadro 39
Condiciones de activos fijos

	VIDA UTIL	MANTENIM.	SEGURO
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	AÑO	PORCENTAJE	PORCENTAJE
Terreno			
Construcción	20	1,50%	1,50%
Vehículo	5	1,50%	0,50%
Equipos de Computación	3	1,50%	1,50%
Equipos de Oficina	10	0,50%	0,00%
Muebles de Oficina	10	0,50%	0,00%
Equipamiento	3	1,50%	1,50%
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS			
Equipo de Computación	3	1,50%	1,50%
Equipos de Oficina	10	0,50%	0,00%
Muebles de Oficina	10	0,50%	0,00%

Fuente: SRI, Estudio técnico

Elaboración: Autores

5.5 Ventas del proyecto

Las ventas del proyecto ya fueron tratadas ampliamente en el capítulo que hace referencia a la estrategia de mercado donde se definió la actividad principal y otros ingresos por la tercerización de los servicios. Como ya se expresó el ingreso mayoritario provendrá del hospedaje; los demás, servicio de restaurante, shows nocturnos, camping, cabalgatas y paseo en bote serán entregados a terceras personas para su manejo y se recibirá una comisión.

Cuadro 40
Ventas del proyecto

Productos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Habitaciones						
Hospedaje	Persona	6.405,00	7.046,00	7.751,00	8.527,00	9.380,00
Precio promedio hospedaje		35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Total ventas	USD	224.175,00	246.610,00	271.285,00	298.445,00	328.300,00
Restaurante						
Servicio		40.351,50	44.386,65	48.825,32	53.707,85	59.078,63
Comisión		20%	20%	20%	20%	20%
Total ventas		8.070,30	8.877,33	9.765,06	10.741,57	11.815,73
Shows Nocturnos						
Servicio		153.720,00	169.092,00	186.001,20	204.601,32	225.061,45
Comisión		20%	20%	20%	20%	20%
Total ventas	USD	30.744,00	33.818,40	37.200,24	40.920,26	45.012,29
Camping						
Servicio		67.252,50	73.977,75	81.375,53	89.513,08	98.464,39
Comisión		15%	15%	15%	15%	15%
Total ventas	USD	10.087,88	11.096,66	12.206,33	13.426,96	14.769,66
Cabalgatas						
Servicio		15.372,00	16.909,20	18.600,12	20.460,13	22.506,15
Comisión		10%	10%	10%	10%	10%
Total ventas	USD	1.537,20	1.690,92	1.860,01	2.046,01	2.250,61
Paseo en Bote						
Servicio		15.372,00	16.909,20	18.600,12	20.460,13	22.506,15
Comisión		10%	10%	10%	10%	10%
Total ventas	USD	1.537,20	1.690,92	1.860,01	2.046,01	2.250,61
TOTAL ESTIMADO POR VENTAS		276.151,58	303.784,23	334.176,66	367.625,82	404.398,90

Fuente: Capítulo 2, Estrategias de mercadeo

Elaboración: Autores

5.6 Materiales directos

Para el desenvolvimiento del hostel los costos directos comprenderán aquellos insumos que utilizan los huéspedes, ver el cuadro 41. Para poder visualizar la proyección considerando un plazo de 10 año diríjase al anexo 4.

Cuadro 41
Lista de materiales directos

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Habitaciones					
Papel higiénico	423,15	493,22	542,57	596,89	656,60
Jabón	241,80	281,84	310,04	341,08	375,20
Shampoo	362,70	422,76	465,06	511,62	562,80
TOTAL	1.027,65	1.197,82	1.317,67	1.449,59	1.594,60

Fuente: Estudio técnico

Elaboración: Autores

5.7 Materiales indirectos

Este rubro comprende el servicio de limpieza que no está considerado como un suministro directo, que a pesar de estar en contacto con el huésped, para una separación y control de funcionamiento, se lo mantiene por separado.

Cuadro 42
Lista de materiales indirectos

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Habitaciones					
Materiales de limpieza					
	448,35	493,22	542,57	596,89	656,60
TOTAL	448,35	493,22	542,57	596,89	656,60

Fuente: Estudio técnico

Elaboración: Autores

5.8 Suministros y Servicios

Los servicios básicos del hostel alcanzarán los valores que se presentan en el siguiente cuadro tal como se explicó en el estudio técnico.

Cuadro 43
Gastos por suministros y servicios

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Agua	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Teléfono	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Tv cable	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00
Internet	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
TOTAL SUMINISTROS Y SERVICIOS	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00

Fuente: Estudio técnico

Elaboración: Autores

5.9 Sueldos y Salarios

5.9.1.1 Mano de obra directa

Los gastos por mano de obra directa, se refieren a los sueldos del personal que intervienen directamente en el proceso productivo, en este caso en de brindar servicio de hospedaje. A continuación se presentan los gastos por mano de obra directa en el siguiente cuadro:

Cuadro 44
Gastos por mano de obra directa

Cargos	Salario/mensual USD	No. Personas	Costo total USD anual
Recepcionistas	360,00	2	8.640,00
Camareras de piso	360,00	2	8.640,00
Personal de limpieza	360,00	2	8.640,00
Guardias	360,00	2	8.640,00
SUBTOTAL	1.440,00	8	34.560,00

Fuente: Estructura organizacional

Elaboración: Autores

5.9.1.2 Mano de obra indirecta

Como mano de obra indirecta se entiende aquel personal que no interviene directamente en el proceso productivo, que para este caso considerando que se trata de un servicio se determinó necesario contratar un jardinero, cuyas funciones son especificadas en el capítulo 3.

Cuadro 45
Gastos por mano de obra indirecta

Cargos	Salario/mensual USD	No. Personas	Costo total USD anual
Jardinero	10,00	1	120,00
SUBTOTAL	10,00	1	120,00

Fuente: Estructura organizacional
Elaboración: Autores

5.9.1.3 Personal Administrativo

Como personal administrativo intervienen aquellas personas que se encargan de la administración del hostel y de los jefes directos de cada departamento, es decir aquellos que se encuentran en los rangos más altos de la estructura organizacional detallada en el capítulo 3.

Cuadro 46
Gastos por personal administrativo

Cargos	Salario/mensual USD	No. Personas	Gasto total USD anual
Gerente General	1.000,00	1	12.000,00
Jefe administración y finanzas	1.000,00	1	12.000,00
Jefe de RRHH	600,00	1	7.200,00
Contador	400,00	1	4.800,00
Secretaria	360,00	1	4.320,00
SUBTOTAL	3.360,00	5	40.320,00

Fuente: Estructura organizacional
Elaboración: Autores

5.10 Otros costos y gastos

En cuanto a los otros costos y gastos comprenden aquellos insumos y herramientas de trabajo percederas que se asigna al jardinero y al personal de seguridad. En el caso del jardinero como abonos, fertilizantes y herramientas como carretilla y tijeras. Mientras que para el jardinero herramientas como tolete, gas pimienta y pistola eléctrica. En la siguiente tabla se detallan el detalle de los costos y gastos desde el primer año al quinto año. La proyección de 10 años podrá ser revisada en el anexo 4.

Cuadro 47
Detalle de otros costos y gastos

PERIODO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje de imprevistos (1,00%)					
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Mantenimiento de jardinería	93,50	10,50	10,50	10,50	10,50
Insumos de seguridad	57,00	10,00	10,00	10,00	10,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Suministros de oficina	1.474,50	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad y promoción	3.016,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00
TOTAL	4.612,50	3.782,50	3.782,50	3.782,50	3.782,50

Fuente: Estructura organizacional
Elaboración: Autores

5.11 Resumen de costos y gastos

Todos los costos y gastos tomados de los cuadros anteriores se resumen en el siguiente cuadro hasta el año número 5. La proyección considerando un plazo de 10 años podrá ser revisada en el anexo 4.

Cuadro 48
Resumen de costos y gastos

PERIODO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Mano de obra directa	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00
Materiales directos	1027,65	1197,82	1.317,67	1.449,59	1.594,60
Imprevistos % 1,0%	355,8765	357,5782	358,7767	360,0959	361,546
Subtotal	35.943,53	36.115,40	36.236,45	36.369,69	36.516,15
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Costos que representan desembolso:					
Mano de obra indirecta	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Materiales indirectos	448,35	493,22	542,57	596,89	656,60
Suministros y servicios	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00
Mantenimiento y seguros	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52
Equipo de jardinería	93,50	93,50	93,50	93,50	93,50
Equipo de seguridad	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00
Imprevistos %	256,39	256,84	257,34	257,88	258,48
Subtotal	25.895,76	25.941,08	25.990,93	26.045,79	26.106,10
Costos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17
Amortizaciones	4.364,24	4.364,24	4.364,24	4.364,24	4.364,24
Subtotal	37.230,41	37.230,41	37.230,41	37.230,41	37.230,41
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00
Suministros de oficina	1.474,50	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00
Mantenimiento y seguros	77,8	77,8	77,8	77,8	77,8
Imprevistos	418,72	418,44	418,44	418,44	418,44
Gastos que no representan desembolso:					
Amortizaciones	5.256,10	5.256,10	5.256,10	5.256,10	5.256,10
Subtotal	47.547,12	47.518,34	47.518,34	47.518,34	47.518,34
GASTOS DE VENTAS					
Gastos que representan desembolso:					
Publicidad y promoción	3.016,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00
Imprevistos	30,16	23,16	23,16	23,16	23,16
Depreciaciones	956,00	956,00	956,00	956,00	956,00
Subtotal	4.002,16	3.295,16	3.295,16	3.295,16	3.295,16
GASTOS FINANCIEROS	38.044,09	29.702,87	19.937,54	10.172,22	1.424,11
TOTAL	188.663,07	179.803,26	170.208,83	160.631,60	152.090,26

Fuente: Capítulo 2 y 3

Elaboración: Autores

5.12 Balance General

Cuadro 49
Balance General Proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y bancos	3.696,03	81.253,80	134.218,55	214.754,50	302.235,54	484.794,18
Cuentas y documentos por cobrar mercado local		11.506,32	12.657,68	13.924,03	15.317,74	16.849,95
Inventario de insumos	85,64	99,82	109,81	120,80	132,88	132,88
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	3.781,67	92.859,93	146.986,03	228.799,33	317.686,16	501.777,02
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Terreno	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00
Construcción	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00
Vehículo	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Equipos de Computación	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Equipos de Oficina	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Muebles de Oficina	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00
Equipamiento	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
Equipo de Computación	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00
Equipos de Oficina	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00
Muebles de Oficina	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Subtotal activos fijos	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00
(-) depreciaciones		33.822,17	67.644,33	101.466,50	112.810,67	146.632,83
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	508.773,00	474.950,83	441.128,67	407.306,50	395.962,33	362.140,17
ACTIVO DIFERIDO	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72
Amortización acumulada		9.620,34	19.240,69	28.861,03	38.481,38	48.101,72
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	48.101,72	38.481,38	28.861,03	19.240,69	9.620,34	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	560.656,39	606.292,15	616.975,73	655.346,52	723.268,84	863.917,19
PASIVO CORRIENTE						
Porción corriente deuda largo plazo	0,00	83.822,55	83.822,55	83.822,55	41.911,28	0,00
Cuentas y documentos por pagar proveedores	0,00	105,74	116,32	127,96	140,76	154,84
Gastos acumulados por pagar	3,57	62,09	70,88	77,97	85,77	93,80
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	3,57	113.368,27	125.675,02	139.157,68	111.754,10	85.121,81
PASIVO LARGO PLAZO	335.290,20	209.556,38	125.733,83	41.911,28	0,00	0,00
TOTAL DE PASIVOS	335.293,77	322.924,64	251.408,84	181.068,95	111.754,10	85.121,81
PATRIMONIO						
Capital social pagado	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62
Reserva legal	0	0	5.800,49	14.020,43	24.891,49	38.615,21
Utilidad (pérdida) retenida	0	0	52.204,39	126.183,84	224.023,45	347.536,90
Utilidad (pérdida) neta	0	58.004,88	82.199,39	108.710,68	137.237,17	167.280,63
TOTAL PATRIMONIO	225.362,62	283.367,50	365.566,89	474.277,57	611.514,74	778.795,37
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	560.656,39	606.292,15	616.975,73	655.346,52	723.268,84	863.917,19
COMPROBACIÓN	0	0	0	0	0	0

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

La proyección de la situación financiera presenta una visualización de un respaldo patrimonial producto de las utilidades y de los activos que se mantienen en términos aceptables. El patrimonio que se inicia con 225.362USD en el quinto año alcanzará una cifra de 778.795,37 USD como resultado acumulativo de la no entrega de dividendo como estrategia financiera para que la empresa alcance un valor de mercado sostenido en su capitalización y respaldo de activo.

Diríjase al anexo 4 para visualizar la proyección hasta el año 10.

5.13 Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 50
Estado de pérdidas y ganancias

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3	
	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%
Ventas Netas	276.151,58	100,00	303.784,23	100,00	334.176,66	100,00
Costo de Ventas	99.069,69	35,88	99.286,88	32,68	99.457,78	29,76
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	177.081,88	64,12	204.497,35	67,32	234.718,88	70,24
Gastos de ventas	4.002,16	1,45	3.295,16	1,08	3.295,16	0,99
Gastos de administración	47.547,13	17,22	47.518,34	15,64	47.518,34	14,22
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	125.532,60	45,46	153.683,85	50,59	183.905,38	55,03
Gastos financieros	38.044,09	13,78	29.702,87	9,78	19.937,54	5,97
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION	87.488,51	31,68	123.980,98	40,81	163.967,84	49,07
Participación utilidades	13.123,28	4,75	18.597,15	6,12	24.595,18	7,36
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMP.RENTA	74.365,23	26,93	105.383,83	34,69	139.372,66	41,71
Impuesto a la renta	16.360,35	5,92	23.184,44	7,63	30.661,99	9,18
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	58.004,88	21,00	82.199,39	27,06	108.710,68	32,53

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

Cuadro 51
Cuadro de Rentabilidad

RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas Netas	21,00%	27,06%	32,53%
Utilidad Neta/Activos (ROA)	9,57%	13,32%	16,59%
Utilidad Neta/Patrimonio (ROE)	20,47%	22,49%	22,92%
Porcentaje de reparto de utilidades	0,00%	0,00%	0,00%
Utilidades repartidas	0	0	0
Reserva legal	5.800,49	8.219,94	10.871,07

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

La proyección del estado de resultado de un horizonte de 10 años recoge los ingresos y egresos del proyecto así como el cumplimiento de los intereses la participación de los trabajadores y los impuestos del estado. Como se podrá observar en el presente cuadro, el rendimiento sobre las ventas oscilara entre 21% en el año 1 hasta un 32,53% en el año 3.

Si relacionamos la utilidad neta con los activos, lo que generalmente se reconoce como la utilidad sobre los activos, se espera oscilar entre 9,57% hasta un 16,59% en año 3. En relación al rendimiento sobre los aportes de los accionistas se espera que la rentabilidad oscile entre 20,47% y 22,92% en los 3 primeros años, estos indicadores de rentabilidad están acorde a lo que el sector de hostales obtiene anualmente por su inversión. Es decir que la proyección de resultado trata de mantenerse dentro de los parámetros del sector. Así mismo en el estado de resultado se demuestra las provisiones de los pagos al fisco y las reservas.

Diríjase al anexo 4 para visualizar la proyección hasta el año 10.

5.14 Flujo de caja

En relación a las proyecciones del flujo de caja se percibe la existencia de flujos netos operacionales que permiten cumplir con los compromisos ocasionados por los flujos financieros y de inversiones.

Se puede observar que el flujo operacional cubre con el pago de la deuda y los intereses. Así como las tributaciones y el reparto de la participación de los trabajadores dejando un saldo para los accionistas como flujo generado asignado a su participación y capitalización de los mismos. No se observa requerimientos de nuevos préstamos ni dificultades financieras. La proyección considerando un horizonte de 10 años puede ser revisada en el anexo 4.

Cuadro 52
Flujo de Caja Projectado

	PREOP.	Año 1	Año 2	Año 3
A. INGRESOS OPERACIONALES				
Recuperación por ventas	0	264.645,26	302.632,87	332.910,30
Subtotal	0	264.645,26	302.632,87	332.910,30
B. EGRESOS OPERACIONALES				
Pago a proveedores	82,07	12.111,66	12.372,24	12.544,14
Mano de obra directa e imprevistos		34.915,88	34.917,58	34.918,78
Mano de obra indirecta		120,00	120,00	120,00
Gastos de ventas		3.046,16	2.339,16	2.339,16
Gastos de administración		42.291,02	42.262,24	42.262,24
Costos de fabricación		14.647,41	14.647,86	14.648,35
Subtotal	-82,07	107.132,13	106.659,08	106.832,67
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0	157.513,13	195.973,80	226.077,64
D. INGRESOS NO OPERACIONALES				
Créditos Instituciones Financieras 1	335.290,20	0,00	0,00	0,00
Aportes de capital	225.362,62	0,00	0,00	0,00
Subtotal	560.652,82	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES				
Pago de intereses		38.044,09	29.702,87	19.937,54
Pago de principal (capital) de los pasivos		41.911,28	83.822,55	83.822,55
Pago participación de trabajadores		0,00	13.123,28	18.597,15
Pago de impuesto a la renta	0,00	0,00	16.360,35	23.184,44
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS				
Terreno	22.500,00	0,00	0,00	0,00
Construcción	441.000,00	0,00	0,00	0,00
Vehículo	20.000,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computación	450,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Oficina	480,00	0,00	0,00	0,00
Muebles de Oficina	255,00	0,00	0,00	0,00
Equipamiento	19.778,00	0,00	0,00	0,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS				
Equipo de Computación	2.250,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Oficina	1.360,00	0,00	0,00	0,00
Muebles de Oficina	700,00	0,00	0,00	0,00
Activos diferidos	48.101,72			
Subtotal	556.874,72	79.955,36	143.009,05	145.541,68
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	3.778,10	-79.955,36	-143.009,05	-145.541,68
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	3.696,03	77.557,77	52.964,75	80.535,96
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	3.696,03	81.253,80	134.218,55
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	3.696,03	81.253,80	134.218,55	214.754,50
REQUERIMIENTOS DE CAJA		8.927,68	8.888,26	8.902,72
NECESIDADES EFECTIVO (CREDITO CORTO PLAZO)		0,00	0,00	0,00

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

5.15 Tasa interna de retorno financiera (TIRF)

La tasa interna de retorno financiera del proyecto está demostrando que la inversión se recupera a una tasa del 30,94% como el costo de oportunidad es del 15,03% significa que por encima de esta tasa el proyecto genera valor agregado para los accionistas, lo que en términos técnicos y profesionales el proyecto se acepta.

Diríjase al anexo 4 para visualizar la proyección hasta el año 10.

Cuadro 53
Tasa interna de retorno financiera

FLUJO DE FONDOS		PREOPER.	Año 1	Año 2	Año 3
Inversión fija		-508.773,00	0,00	0,00	0,00
Inversión diferida		-48.101,72			
Capital de operación		-3.778,10			
Participación de trabajadores			0,00	-13.123,28	-18.597,15
Impuesto a la renta			0,00	-16.360,35	-23.184,44
Flujo operacional (ingresos - egresos)		-82,07	157.513,13	195.973,80	226.077,64
Valor de recuperación:					
Inversión fija			0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo			0,00	0,00	0,00
Flujo Neto (precios constantes)		-560.734,89	157.513,13	166.490,17	184.296,05
Flujo de caja acumulativo		-560.734,89	-403.221,76	-236.731,59	-52.435,54
TIRF precios constantes:	30,94%				

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

5.16 Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)

Los accionistas esperan una tasa del 20,5% por su aporte en esta inversión acorde al TIRI arroja una tasa de 43,60%, lo que significa que en términos técnicos y profesionales el proyecto ofrece una tasa de retorno por encima del costos de oportunidad que esperan los accionistas lo que significa que los inversionistas deben aceptar el proyecto. La proyección para los demás años puede ser revisada en el anexo 4.

Cuadro 54
Tasa interna de retorno del inversionista

FLUJO DE FONDOS		PREOPER.	Año 1	Año 2	Año 3
Aporte de los accionistas		-225.362,62	0,00	0,00	0,00
Flujo neto generado + dividendos repartidos		0,00	77.557,77	52.964,75	80.535,96
Valor de recuperación:					
Inversión fija			0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo			0,00	0,00	0,00
Flujo Neto (precios constantes)		-225.362,62	77.557,77	52.964,75	80.535,96
Flujo de caja acumulativo		-225.362,62	-147.804,85	-94.840,10	-14.304,15
TIRI precios constantes:	43,60%				

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

5.17 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio muestra una situación en el que la empresa no genera ganancias ni pérdidas. Para el presente proyecto se proyecta, considerando la deuda adquirida, que para el primer año con el 61,71% del número proyectado de ventas se alcanzan a cubrir todos los costos fijos, mientras que en el año 5 este porcentaje baja al 29,13% dada la eficiencia de los servicios ofrecidos y la reducción de la deuda y el incremento de la demanda por servicios de hospedaje en el mercado objetivo.

Cuadro 55
Punto de Equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PUNTO DE EQUILIBRIO	61,71%	51,54%	42,70%	35,20%	29,13%

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

CONCLUSIONES

Después de haber desarrollado cada uno de los objetivos específicos, las conclusiones son las siguientes:

1. Acorde al estudio de mercado se determinó que el proyecto tiene amplias oportunidades y goza de múltiples ventajas comparativas; que en base a estas últimas se determina una brecha de 16.472 turistas, de dicha brecha se espera acaparar el 56,94% lo cual representa un total de 9.380 turistas.
2. En cuanto a la estrategia de mercadeo aplicando las estrategias de precio, producto, plaza y promoción el plan de ventas esperado es de 276.151 USD al primer año llegando a 404.398 USD al quinto año, lo cual representa un gran porcentaje de utilidad en comparación con los gastos generados.
3. La estructura organizacional elegida permite la optimización en la realización de cada una de las actividades operativas del hostel y que tiene un costo de 47.547,12 USD en el primer año.
4. El estudio técnico determinó una inversión de 560.652,82 USD con costos operativos anuales de 37.230,31 USD.
5. El estudio financiero nos presenta una TIRF de 30.94%, una VAN positiva de 436.031 USD y un punto de equilibrio de 61,71% en el primer año.

RECOMENDACIONES

- Dado que los consumidores potenciales de este tipo de servicios son en su mayoría surfistas extranjeros y de la ciudad de Guayaquil. Se recomienda implementar un plan de marketing que brinde y diversifique la información esencial en diferentes idiomas, principalmente el inglés, considerándose éste como un lenguaje internacional, y el idioma español, por ser la lengua nativa de los turistas locales.
- Se recomienda hacer actualizaciones del estudio de mercado, dado que con la mayor afluencia de turistas, se generarían más proyectos de emprendimiento en el mercado y por ende habría variaciones en la oferta y demanda, para lo cual es necesario mantenerse prevenido y preparados a las posibles estrategias de la competencia que puedan disminuir los ingresos por ventas proyectados.
- Luego de los cinco primeros años de operación del hostel y considerando la estabilidad del negocio, se recomienda invertir en nuevas estrategias de mercadeo como el uso de nuevas formas de canalización de la información que sean más atractivos y generen mayor impacto a la atracción de turistas, como el caso de la implementación de vallas publicitarias y spots publicitarios en canales de televisión y radio.
- Formar alianzas con las autoridades competentes del Cantón Playas para que se realicen mejoras en las vías de acceso y en la infraestructura de Puerto Engabao para que de una mejor imagen y brinde mayor confort a los turistas.
- Diversificar los servicios a través de la búsqueda de nuevos inversionistas para brindar una mejor calidad de servicio al cliente con una mayor gama de servicios como servicio de transporte, motos acuáticas, alquiler de tablas de surf y piscina.

BIBLIOGRAFÍA

- RONALD M. Weiers, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, México, 1986.
- KOTLER, Philip – Amostron Gary; Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Editorial Prentice Hall Hispanoamérica, México D.F.
- Donald R. Lehmann, Investigación y análisis de mercado -- México, D.F. Compañía Editorial Continental, 1993
- Cooper, C.; David, G.; Wanhill, S.; Fletcher, J.; Shepherd, R. (1993) "Turismo principios y práctica".
- PHILIP KOTLER, Dirección de mercadotecnia, Prentice Hall 8va. Edición.
- Laura Fisher y Jorge Espejo, Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill. Editorial Interamericana. Pág 84.
- MANKIW, N. Gregory. "Principios de Economía." Mc Graw Hill. 3a. Edición. 2004
- KOTLER PHILIP / ARMSTRONG GARY (1991) "Fundamentos de Mercadotecnia", PRENTICE HALL, Naucalpan de Juárez, Edo. De México.
- HEATH, E. Y WALL, G. (1992) "Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach". John Wiley and Sons. Nueva York.
- FAYOL, Henri. Administración Industrial y General. Buenos Aires. 1981. 232 pags.
- BLANK BUBIS, León. La administración de organizaciones: un enfoque estratégico. Centro Editorial Universidad del Vale. Cali. 2ª. Ed . 1985.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2000). Administración (6ª ed.). México: Prentice Hall.
- REYES Ponce, Agustín, Administración de Empresas, Limusa Wiley, México 1977, p. 29.
- Harold Koontz y Heinz Weihrich, "Administración, Una Perspectiva Global", 11ª. Edición, McGraw Hill. México 1999.
- BACA, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Mc. Graw Hill, México, 2001.
- PALEPU, BERNARD ; y HEALY, Análisis y Valuación de negocios usando Estados Financieros, 2002.
- Gibson, Charles H. (1998). Financial Statement Analysis. (7th ed.) Nashville, TN: South-Western College Publishing.

- Federación Hotelera del Ecuador. Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento, 2009. Ecuador. Recuperado de:
<http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Permisos%20y%20obligaciones.pdf>
- Cámara de comercio de Guayaquil. Requisitos para registro de marca, 2012. Ecuador. Recuperado de:
<http://www.lacamara.org/prueba/images/varios/requisitos%20registro%20de%20marca.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. Requisitos para RUC, 2006. Ecuador. Recuperado de:
<http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/REQRUCMAY2006.pdf>
- [Ministerio de Turismo del Ecuador. Informe de campaña “all you need is Ecuador”, 2014. Ecuador. Recuperado de:](#)
<http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>

ANEXOS

ANEXO 1: TABULACIÓN DE ENCUESTAS

CALCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * pq}{(N-1) \frac{e^2}{z^2} + pq}$$

N = tamaño de la población.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al **90% de confianza equivale a 1,64** (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía **entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.**

Datos

N= 16472

Z= 1,64

e= 5%

P= 0,5

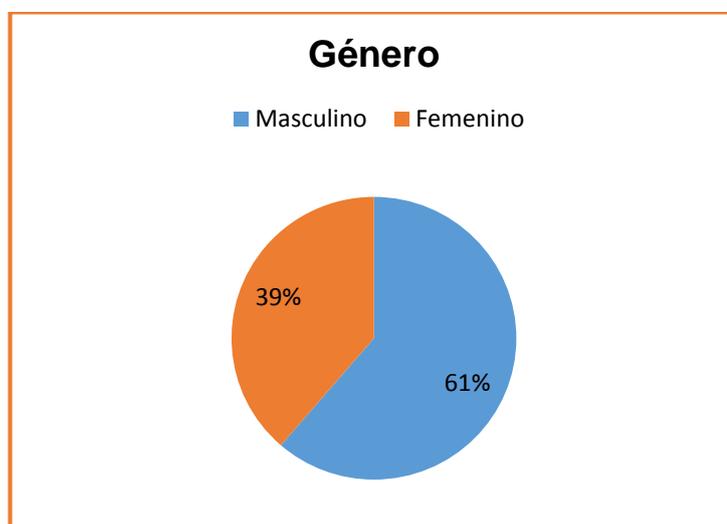
Q= 0,5

$$n = \frac{16472 * 0,25}{(16472 - 1) \frac{0,05^2}{1,64^2} + (0,25)} = 264,65$$

En base a formula se obtiene una muestra de 265 encuestas, este número se redondeará a un total de 300 encuestas las cuales se realizaron usando como herramienta de canalización de información la red social, Facebook. A continuación se muestran los resultados:

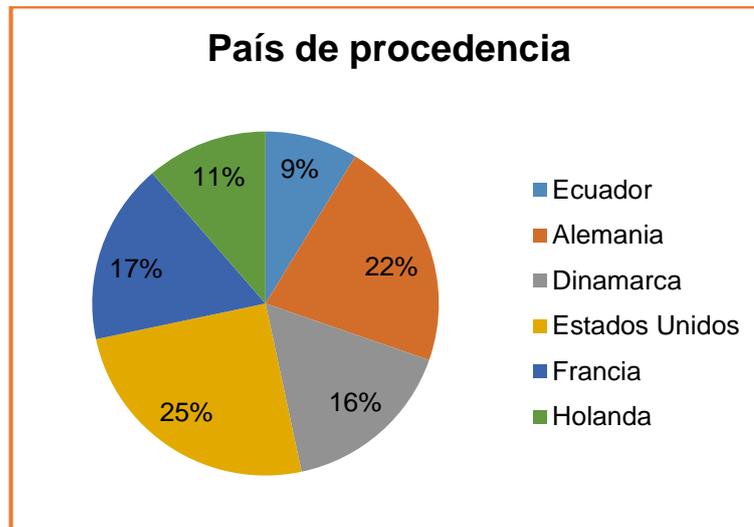
Pregunta 1. Género

Género	Frecuencia	%
Masculino	184	61%
Femenino	116	39%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



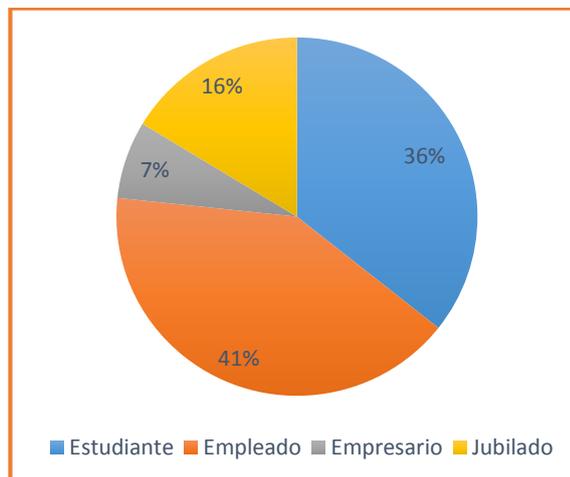
Pregunta 2. País de procedencia

País	Cantidad	%
Ecuador	26	9%
Alemania	65	22%
Dinamarca	49	16%
Estados Unidos	75	25%
Francia	51	17%
Holanda	34	11%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



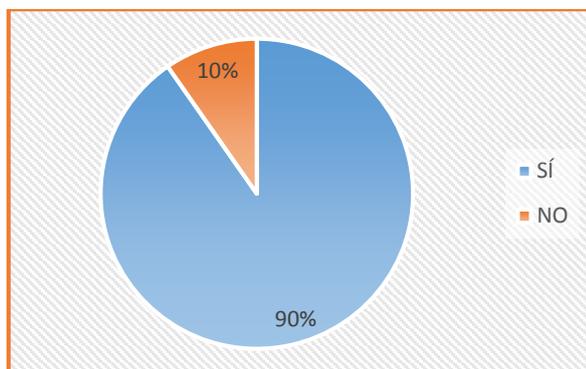
Pregunta 3. Ocupación

Ocupación	Cantidad	%
Estudiante	107	36%
Empleado	123	41%
Empresario	21	7%
Jubilado	49	16%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



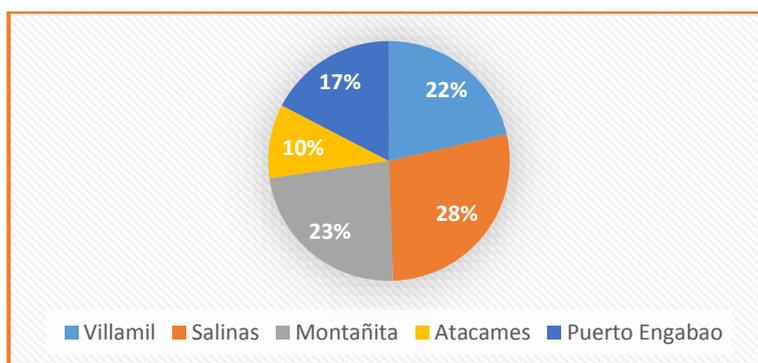
Pregunta 4. ¿Le gusta viajar a la playa?

Respuesta	Cant.	%
SÍ	271	90%
NO	29	10%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



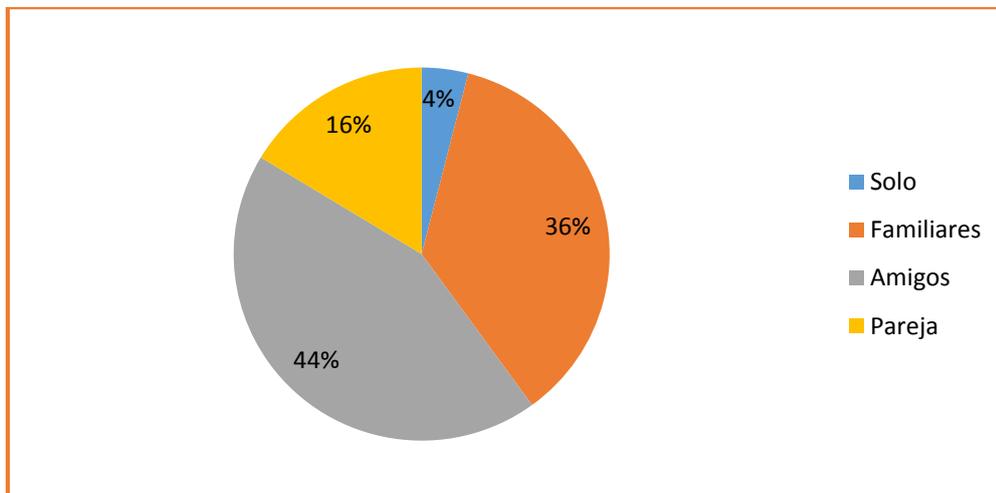
Pregunta 5. Si su respuesta anterior fue sí. Del siguiente listado elija la playa que más visita

Playa	Cant.	%
Villamil	58	21%
Salinas	76	28%
Montañita	63	23%
Atacames	27	10%
Puerto Engabao	47	17%
Total Frecuencia	271	100%
Total Muestra	271	



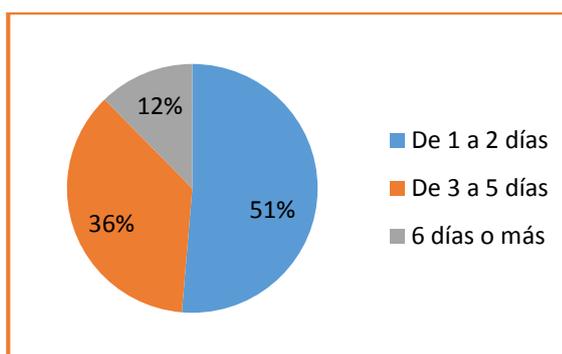
Pregunta 6. Cuando realiza un viaje, ¿Con quién suele ir?

Acompañante	Cant.	%
Solo	12	4%
Familiares	108	36%
Amigos	131	44%
Pareja	49	16%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



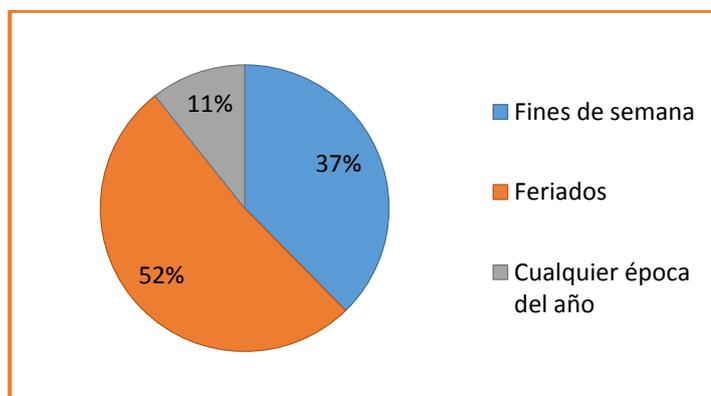
Pregunta 7. ¿Cuántos días promedio dura cada uno de sus viajes a la playa?

Días	Cant.	%
De 1 a 2 días	154	51%
De 3 a 5 días	109	36%
6 días o más	37	12%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



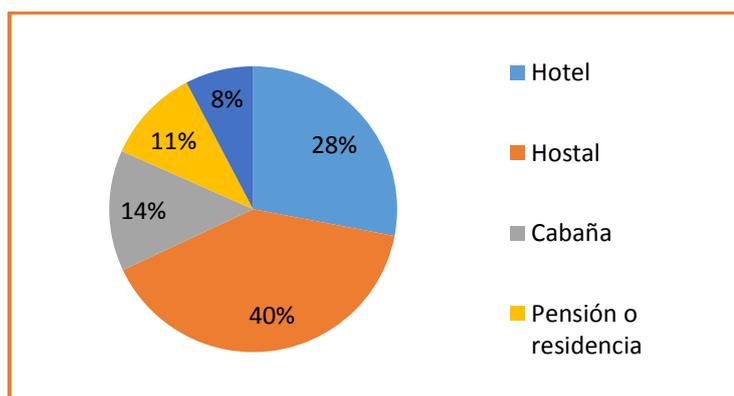
Pregunta 8. ¿En qué épocas del año suele viajar a la playa?

Época	Cant.	%
Fines de semana	113	38%
Feridos	155	52%
Cualquier época del año	32	11%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



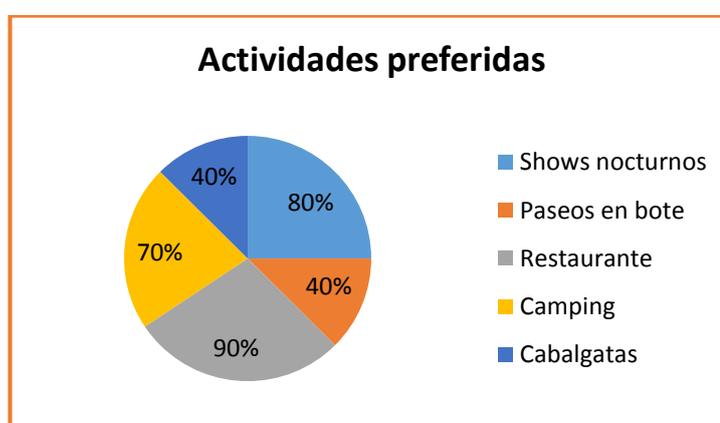
Pregunta 9. Cuando viaja a la playa, ¿En cuál de los siguientes centros de alojamiento prefiere hospedarse?

Tipo de alojamiento	Cant.	%
Hotel	84	28%
Hostal	120	40%
Cabaña	41	14%
Pensión o residencia	32	11%
Casa comunitaria	23	8%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



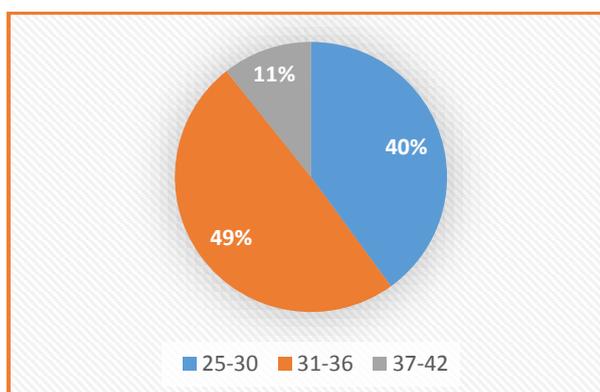
Pregunta 10. Del siguiente listado enumere del 1 al 5, siendo el 1 el de mayor puntuación y el 5 el de menor puntuación, las actividades que le gustaría realizar durante su visita a la playa.

Actividad	Cant.	%
Shows nocturnos	240	80%
Paseos en bote	120	40%
Restaurante	270	90%
Camping	210	70%
Cabalgatas	120	40%



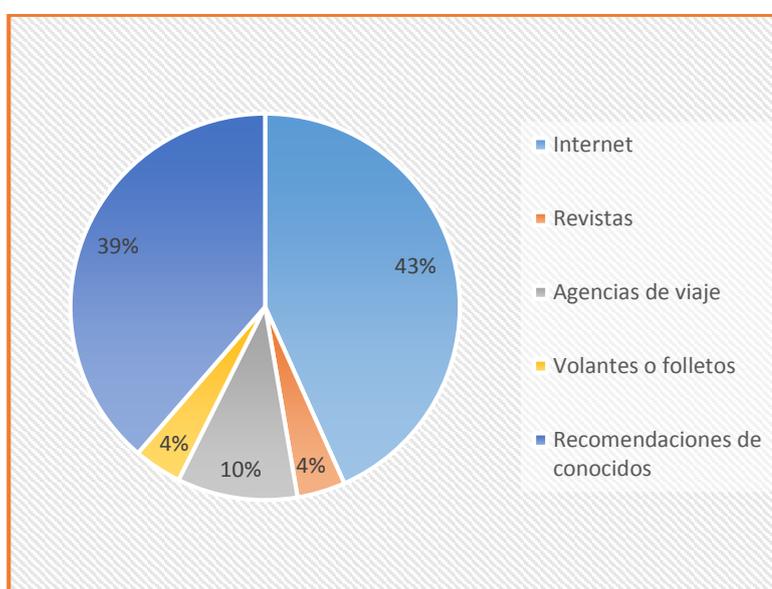
Pregunta 11. Considerando las actividades de la pregunta anterior, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un hostel que brinde todos estos servicios?

Precio	Cantidad	%
25-30	120	40%
31-36	148	49%
37-42	32	11%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



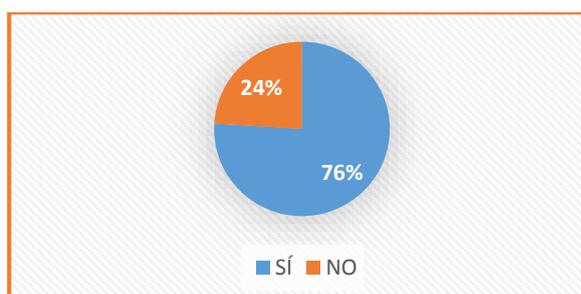
Pregunta 12. ¿Cuáles son los medios que utiliza para obtener información sobre el posible lugar donde se hospedaría?

Medio	Cantidad	%
Internet	130	43%
Revistas	12	4%
Agencias de viaje	30	10%
Volantes o folletos	12	4%
Recomendaciones de conocidos	116	39%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



Pregunta 13. ¿Práctica usted surf?

Respuesta	Cant.	%
SÍ	228	76%
NO	72	24%
Total Frecuencia	300	100%
Total Muestra	300	



ANEXO 2: PERFIL DE PUESTOS

Perfil del Puesto			
Cargo	Jefe de administración y finanzas		
Escolaridad mínima	Estudios profesionales en administración o carreras afines.		
Conocimientos requeridos	Administrativos, Financieros, Idiomas		
Formación del puesto	Manejo de Windows, Programas de office (Word, Excel)		
Actitudes y habilidades	* Capacidad de análisis		
	* Capacidad de diálogo.		
	* Supervisión y relaciones interpersonales		
	* Capacidad de coordinación y trabajo en equipo		
	* Tener iniciativa, ser organizado y comunicativo.		
Horario	Jornada Completa	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 1,000	Edad	Indistinta

Perfil del Puesto			
Cargo	Jefe de RRHH		
Escolaridad mínima	Estudios profesionales en psicología, administración o carreras afines		
Conocimientos requeridos	Conocimiento de la legislación laboral y de Seguridad Social		
Formación del puesto	Manejo de Windows, programas de office (Word, Excel)		
Actitudes y habilidades	* Capacidad analítica		
	* Capacidad de diálogo		
	* Supervisión y relaciones interpersonales		
	* Capacidad de coordinación y trabajo en equipo		
	* Tener iniciativa, ser organizado y comunicativo.		
Horario	Jornada Completa	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 600,00	Edad	Indistinta

Perfil del Puesto			
Cargo	Contador(a)		
Escolaridad mínima	Licenciatura en contabilidad		
Conocimientos requeridos	Contables, Financieros y Económicos		
Formación del puesto	Manejo de Windows, Utilitarios Office y programas contables		
Actitudes y habilidades	* Ágil, confiable, honrado		
	* Puntual, responsable, trabajo bajo presión		
	* Manejo de las relaciones interpersonales		
	* Tener iniciativa, ser organizado y comunicativo.		
Horario	Jornada Completa	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 400,00	Edad	25-35 años

Perfil del Puesto			
Cargo	Secretaria		
Escolaridad mínima	Bachillerato Técnico (Administración y Sistemas, Secretaría bilingüe)		
Conocimientos requeridos	Ortografía y redacción		
Formación del puesto	Informáticos Básicos		
Actitudes y habilidades	* Buena presencia y facilidad de palabra		
	* Buena comunicación y trato con los clientes		
	* Cordialidad y servicial		
	* Tener iniciativa, ser organizado y comunicativo.		
Horario	Turnos (12 horas)	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 360,00	Edad	20 - 30 años

Perfil del Puesto			
Cargo	Recepcionista		
Escolaridad mínima	Bachillerato Técnico (Administración y Sistemas, Secretaría bilingüe)		
Conocimientos requeridos	Ortografía y redacción		
Formación del puesto	Informáticos Básicos		
Actitudes y habilidades	<ul style="list-style-type: none"> * Buena presencia y facilidad de palabra * Buena comunicación y trato con los clientes * Cordialidad y servicial * Tener iniciativa, ser organizado y comunicativo. 		
Horario	Turnos (12 horas)	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 360,00	Edad	20 - 30 años

Perfil del Puesto			
Cargo	Personal de limpieza		
Escolaridad mínima	Estudios primarios		
Conocimientos requeridos	Técnicas de limpieza		
Formación del puesto			
Actitudes y habilidades	<ul style="list-style-type: none"> * Tener discreción, cuidado en el manejo de las cosas * Eficiente, puntual y ágil * Honestidad, responsable, respeto, aseo personal 		
Sexo	Mujer		
Horario	Jornada Completa	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 360,00	Edad	30 - 40 años

Perfil del Puesto			
Cargo	Camareras		
Escolaridad mínima	Técnicas de limpieza y productos adecuados		
Conocimientos requeridos	Saber leer y escribir		
Formación del puesto	Habilidad manual para el manejo de herramientas		
Actitudes y habilidades	<ul style="list-style-type: none"> * Ser organizada, responsable y ordenada * Puntual y honrada * Trabajo en equipo * Ser discreta, responsable y atenta 		
Sexo	Mujer		
Horario	Jornada Completa	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 360,00	Edad	30 - 40 años

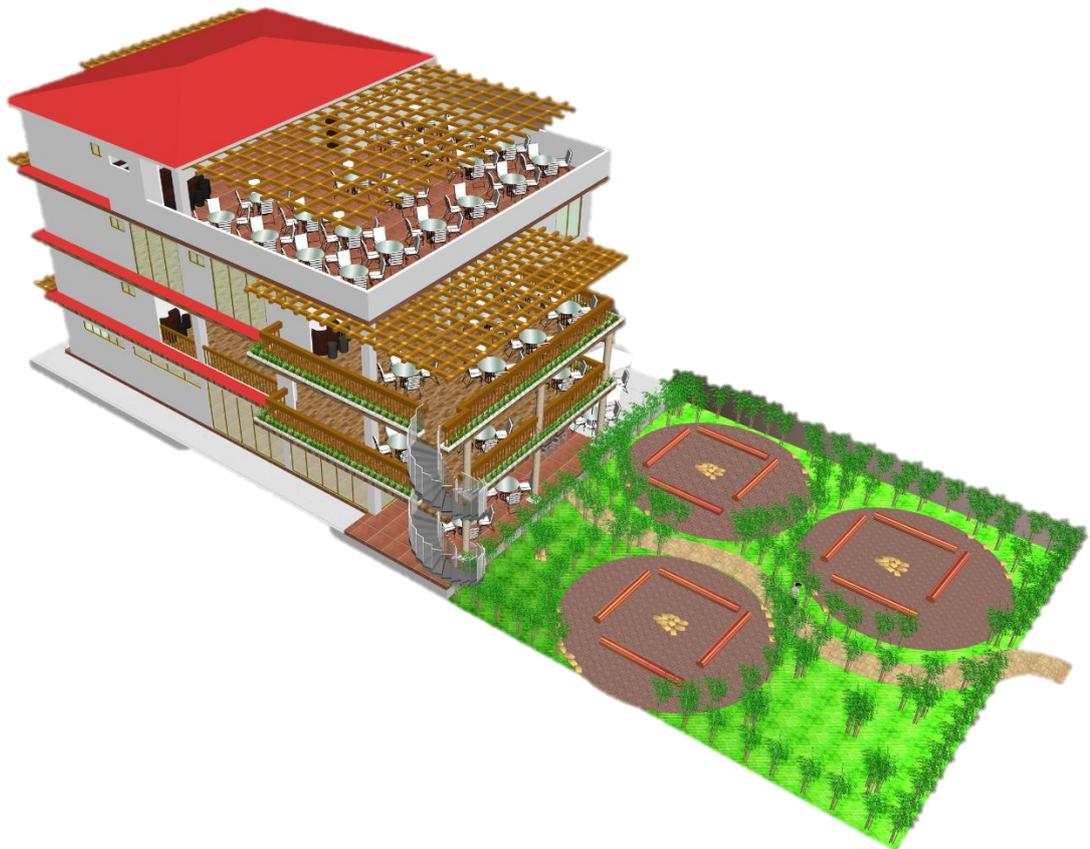
Perfil del Puesto			
Cargo	Guardia		
Escolaridad mínima	Bachiller, cursos de seguridad y uso de armas		
Conocimientos requeridos	Primeros auxilios y Seguridad		
Formación del puesto	Herramientas de seguridad		
Actitudes y habilidades	* Saber defensa personal		
	* Demostrar seriedad		
	* Buen estado físico y mental		
	* Ser honesto y ágil		
Horario	Turnos (12 horas)	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 360,00	Edad	30 - 40 años

Perfil del Puesto			
Cargo	Jardinero		
Escolaridad mínima	Estudios primarios y cursos de jardinería		
Conocimientos requeridos	Manejo de herramientas y productos necesarios		
Formación del puesto	Floricultura y técnicas de riego		
Actitudes y habilidades	* Reconocer cada tipo de planta, manejo de equipos		
	* Ser constante, ordenado y limpio		
	* Destreza manual		
	* Tratar los tipos de plagas que se presenten y uso de pesticidas		
Sexo	Hombre		
Horario	3 horas (1 vez a la semana)	Estado Civil	Indistinto
Sueldo	\$ 10,00	Edad	30 - 40 años

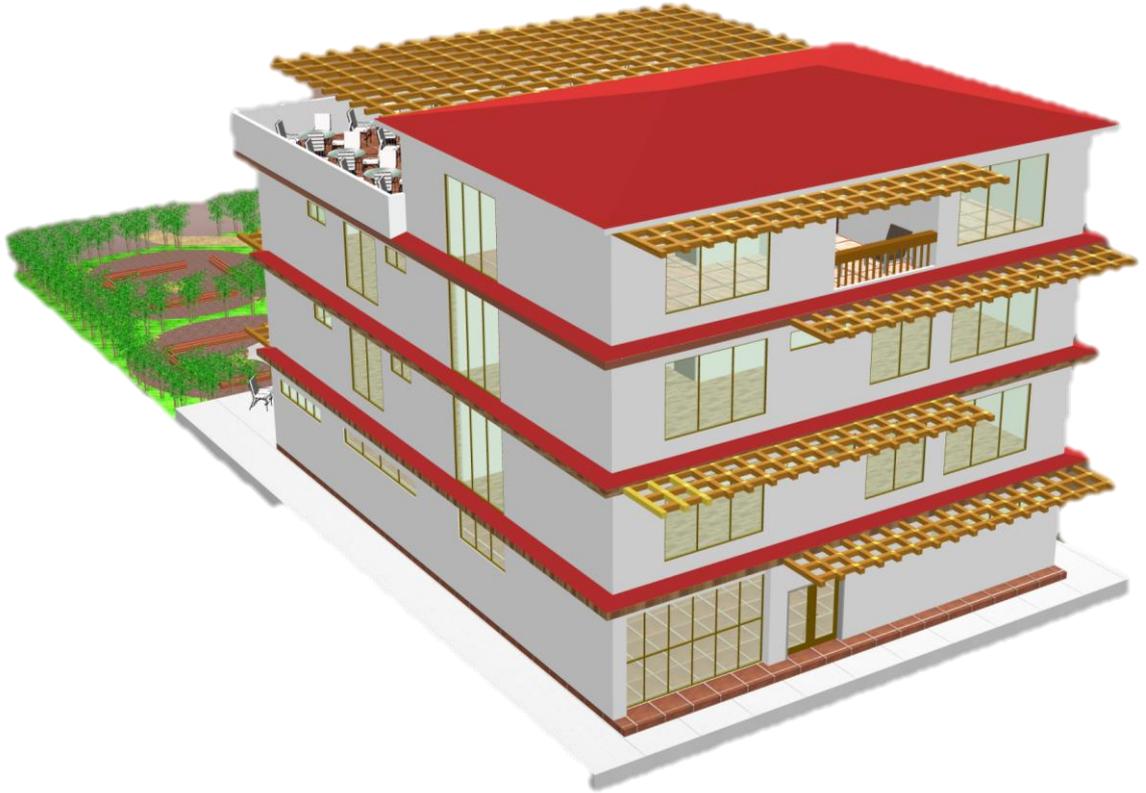
ANEXO 3: DISEÑO ARQUITECTÓNICO

HOSTAL SURF Y SOL

FACHADA TRASERA



HOSTAL SURF Y SOL
FACHADA DELANTERA



ANEXO 4: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

HOSTAL SURF Y SOL

TABLA DE AMORTIZACIÓN
(En dólares)

CFN	
CUOTA DECRECIENTE	
MONTO INICIAL:	\$ 335.290,20
PLAZO	60
GRACIA TOTAL	0
GRACIA PARCIAL	12
INTERÉS NOMINAL	0,97%
INTERES NOMINAL ANUAL	11,65%

PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA
1	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
2	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
3	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
4	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
5	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
6	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
7	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
8	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
9	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
10	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
11	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
12	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ -	\$ 3.255,11
13	\$ 335.290,20	\$ 3.255,11	\$ 6.985,21	\$ 10.240,32
14	\$ 328.304,99	\$ 3.187,29	\$ 6.985,21	\$ 10.172,51
15	\$ 321.319,78	\$ 3.119,48	\$ 6.985,21	\$ 10.104,69
16	\$ 314.334,56	\$ 3.051,66	\$ 6.985,21	\$ 10.036,88
17	\$ 307.349,35	\$ 2.983,85	\$ 6.985,21	\$ 9.969,06
18	\$ 300.364,14	\$ 2.916,04	\$ 6.985,21	\$ 9.901,25
19	\$ 293.378,93	\$ 2.848,22	\$ 6.985,21	\$ 9.833,43
20	\$ 286.393,71	\$ 2.780,41	\$ 6.985,21	\$ 9.765,62
21	\$ 279.408,50	\$ 2.712,59	\$ 6.985,21	\$ 9.697,80
22	\$ 272.423,29	\$ 2.644,78	\$ 6.985,21	\$ 9.629,99
23	\$ 265.438,08	\$ 2.576,96	\$ 6.985,21	\$ 9.562,17
24	\$ 258.452,86	\$ 2.509,15	\$ 6.985,21	\$ 9.494,36
25	\$ 251.467,65	\$ 2.441,33	\$ 6.985,21	\$ 9.426,54
26	\$ 244.482,44	\$ 2.373,52	\$ 6.985,21	\$ 9.358,73
27	\$ 237.497,23	\$ 2.305,70	\$ 6.985,21	\$ 9.290,91
28	\$ 230.512,01	\$ 2.237,89	\$ 6.985,21	\$ 9.223,10
29	\$ 223.526,80	\$ 2.170,07	\$ 6.985,21	\$ 9.155,29
30	\$ 216.541,59	\$ 2.102,26	\$ 6.985,21	\$ 9.087,47
31	\$ 209.556,38	\$ 2.034,44	\$ 6.985,21	\$ 9.019,66
32	\$ 202.571,16	\$ 1.966,63	\$ 6.985,21	\$ 8.951,84
33	\$ 195.585,95	\$ 1.898,81	\$ 6.985,21	\$ 8.884,03
34	\$ 188.600,74	\$ 1.831,00	\$ 6.985,21	\$ 8.816,21
35	\$ 181.615,53	\$ 1.763,18	\$ 6.985,21	\$ 8.748,40
36	\$ 174.630,31	\$ 1.695,37	\$ 6.985,21	\$ 8.680,58
37	\$ 167.645,10	\$ 1.627,55	\$ 6.985,21	\$ 8.612,77
38	\$ 160.659,89	\$ 1.559,74	\$ 6.985,21	\$ 8.544,95
39	\$ 153.674,68	\$ 1.491,92	\$ 6.985,21	\$ 8.477,14
40	\$ 146.689,46	\$ 1.424,11	\$ 6.985,21	\$ 8.409,32
41	\$ 139.704,25	\$ 1.356,30	\$ 6.985,21	\$ 8.341,51
42	\$ 132.719,04	\$ 1.288,48	\$ 6.985,21	\$ 8.273,69
43	\$ 125.733,83	\$ 1.220,67	\$ 6.985,21	\$ 8.205,88
44	\$ 118.748,61	\$ 1.152,85	\$ 6.985,21	\$ 8.138,06
45	\$ 111.763,40	\$ 1.085,04	\$ 6.985,21	\$ 8.070,25
46	\$ 104.778,19	\$ 1.017,22	\$ 6.985,21	\$ 8.002,43
47	\$ 97.792,97	\$ 949,41	\$ 6.985,21	\$ 7.934,62
48	\$ 90.807,76	\$ 881,59	\$ 6.985,21	\$ 7.866,80
49	\$ 83.822,55	\$ 813,78	\$ 6.985,21	\$ 7.798,99
50	\$ 76.837,34	\$ 745,96	\$ 6.985,21	\$ 7.731,17
51	\$ 69.852,12	\$ 678,15	\$ 6.985,21	\$ 7.663,36
52	\$ 62.866,91	\$ 610,33	\$ 6.985,21	\$ 7.595,55
53	\$ 55.881,70	\$ 542,52	\$ 6.985,21	\$ 7.527,73
54	\$ 48.896,49	\$ 474,70	\$ 6.985,21	\$ 7.459,92
55	\$ 41.911,27	\$ 406,89	\$ 6.985,21	\$ 7.392,10
56	\$ 34.926,06	\$ 339,07	\$ 6.985,21	\$ 7.324,29
57	\$ 27.940,85	\$ 271,26	\$ 6.985,21	\$ 7.256,47
58	\$ 20.955,64	\$ 203,44	\$ 6.985,21	\$ 7.188,66
59	\$ 13.970,42	\$ 135,63	\$ 6.985,21	\$ 7.120,84
60	\$ 6.985,21	\$ 67,81	\$ 6.985,21	\$ 7.053,03

Fuente: CFN

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

VENTAS DEL PROYECTO

(En dólares)

Productos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Habitaciones												
Hospedaje	Persona	6.405,00	7.046,00	7.751,00	8.527,00	9.380,00	9.380,00	9.380,00	9.380,00	9.380,00	9.380,00	
Precio promedio hospedaje		35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	
Total ventas	USD	224.175,00	246.610,00	271.285,00	298.445,00	328.300,00	328.300,00	328.300,00	328.300,00	328.300,00	328.300,00	
Restaurante												
Servicio		40.351,50	44.386,65	48.825,32	53.707,85	59.078,63	59.078,63	59.078,63	59.078,63	59.078,63	59.078,63	
Comisión		20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	
Total ventas		8.070,30	8.877,33	9.765,06	10.741,57	11.815,73	11.815,73	11.815,73	11.815,73	11.815,73	11.815,73	
Shows Nocturnos												
Shows	Persona	153.720,00	169.092,00	186.001,20	204.601,32	225.061,45	225.061,45	225.061,45	225.061,45	225.061,45	225.061,45	
Comisión		20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	
Total ventas	USD	30.744,00	33.818,40	37.200,24	40.920,26	45.012,29	45.012,29	45.012,29	45.012,29	45.012,29	45.012,29	
Camping												
Servicio de camping	Persona	67.252,50	73.977,75	81.375,53	89.513,08	98.464,39	98.464,39	98.464,39	98.464,39	98.464,39	98.464,39	
Comisión		15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
Total ventas	USD	10.087,88	11.096,66	12.206,33	13.426,96	14.769,66	14.769,66	14.769,66	14.769,66	14.769,66	14.769,66	
Cabalgatas												
Servicio de cabalgatas	Persona	15.372,00	16.909,20	18.600,12	20.460,13	22.506,15	22.506,15	22.506,15	22.506,15	22.506,15	22.506,15	
Comisión		10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	
Total ventas	USD	1.537,20	1.690,92	1.860,01	2.046,01	2.250,61	2.250,61	2.250,61	2.250,61	2.250,61	2.250,61	
Paseo en Bote												
Servicio de paseos en bote	Persona	15.372,00	16.909,20	18.600,12	20.460,13	22.506,15	22.506,15	22.506,15	22.506,15	22.506,15	22.506,15	
Comisión		10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	
Total ventas	USD	1.537,20	1.690,92	1.860,01	2.046,01	2.250,61	2.250,61	2.250,61	2.250,61	2.250,61	2.250,61	
TOTAL ESTIMADO POR VENTAS		276.151,58	303.784,23	334.176,66	367.625,82	404.398,90	404.398,90	404.398,90	404.398,90	404.398,90	404.398,90	3.708.131,71

Fuente: Plan de ventas

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

COSTO DE MATERIALES DIRECTOS

(En dólares)

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Habitaciones										
Papel higiénico	423,15	493,22	542,57	596,89	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60
Jabón	241,80	281,84	310,04	341,08	375,20	375,20	375,20	375,20	375,20	375,20
Shampoo	362,70	422,76	465,06	511,62	562,80	562,80	562,80	562,80	562,80	562,80
TOTAL	1.027,65	1.197,82	1.317,67	1.449,59	1.594,60	1.594,60	1.594,60	1.594,60	1.594,60	1.594,60

Fuente: Estudio técnico

Elaboración: Autores

MATERIALES INDIRECTOS

(En dólares)

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Habitaciones										
Materiales de limpieza	448,35	493,22	542,57	596,89	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60
TOTAL	448,35	493,22	542,57	596,89	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60

Fuente: Estudio técnico

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

SUMINISTROS Y SERVICIOS

(En dólares)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Luz	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Agua	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Teléfono	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Tv cable	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00
Internet	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
TOTAL SUMINISTROS Y SERVICIOS	10.680,00									

Fuente: Estudio técnico

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL**DETALLE DE OTROS COSTOS Y GASTOS**

(En dólares)

PERIODO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Porcentaje de imprevistos (1,00%)										
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION										
Mantenimiento de jardineria	93,50	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50
Insumos de seguridad	57,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
GASTOS DE ADMINISTRACION										
Suministros de oficina	1.474,50	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00
GASTOS DE VENTAS										
Publicidad y promoción	3.016,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	1.361,00	1.361,00	1.361,00	1.361,00	1.361,00
TOTAL	4.612,50	3.782,50	3.782,50	3.782,50	3.782,50	2.827,50	2.827,50	2.827,50	2.827,50	2.827,50

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

(En dolares)

PERIODO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION										
Mano de obra directa	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00
Materiales directos	1027,65	1197,82	1.317,67	1.449,59	1.594,60	1.594,60	1.594,60	1.594,60	1.594,60	1.594,60
Imprevistos % 1,0%	355,8765	357,5782	358,7767	360,0959	361,546	361,546	361,546	361,546	361,546	361,546
Subtotal	35.943,53	36.115,40	36.236,45	36.369,69	36.516,15	36.516,15	36.516,15	36.516,15	36.516,15	36.516,15
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION										
Costos que representan desembolso:										
Mano de obra indirecta	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Materiales indirectos	448,35	493,22	542,57	596,89	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60	656,60
Suministros y servicios	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00
Mantenimiento y seguros	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52
Equipo de jardinería	93,50	93,50	93,50	93,50	93,50	93,50	93,50	93,50	93,50	93,50
Equipo de seguridad	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00
Imprevistos %	256,39	256,84	257,34	257,88	258,48	258,48	258,48	258,48	258,48	258,48
Subtotal	25.895,76	25.941,08	25.990,93	26.045,79	26.106,10	26.106,10	26.106,10	26.106,10	26.106,10	26.106,10
Costos que no representan desembolso:										
Depreciaciones	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17
Amortizaciones	4.364,24	4.364,24	4.364,24	4.364,24	4.364,24	0	0	0	0	0
Subtotal	37.230,41	37.230,41	37.230,41	37.230,41	37.230,41	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17	32.866,17
GASTOS DE ADMINISTRACION										
Gastos que representan desembolso:										
Remuneraciones	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00	40.320,00
Suministros de oficina	1.474,50	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00	1.446,00
Mantenimiento y seguros	77,8	77,8	77,8	77,8	77,8	77,8	77,8	77,8	77,8	77,8
Imprevistos	418,72	418,44	418,44	418,44	418,44	418,44	418,44	418,44	418,44	418,44
Gastos que no representan desembolso:										
Amortizaciones	5.256,10	5.256,10	5.256,10	5.256,10	5.256,10	0	0	0	0	0
Subtotal	47.547,12	47.518,34	47.518,34	47.518,34	47.518,34	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24
GASTOS DE VENTAS										
Gastos que representan desembolso:										
Publicidad y promoción	3.016,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	1.361,00	1.361,00	1.361,00	1.361,00	1.361,00
Imprevistos	30,16	23,16	23,16	23,16	23,16	13,61	13,61	13,61	13,61	13,61
Depreciaciones	956,00	956,00	956,00	956,00	956,00	956,00	956,00	956,00	956,00	956,00
Subtotal	4.002,16	3.295,16	3.295,16	3.295,16	3.295,16	2.330,61	2.330,61	2.330,61	2.330,61	2.330,61
GASTOS FINANCIEROS										
	38.044,09	29.702,87	19.937,54	10.172,22	1.424,11	0,00	0,00	0,00	0,00	37.499,00
TOTAL	188.663,07	179.803,26	170.208,83	160.631,60	152.090,26	140.081,26	140.081,26	140.081,26	140.081,26	177.580,26

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

BALANCE GENERAL PROYECTADO

(En dólares)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVO CORRIENTE											
Caja y bancos	3.696,03	81.253,80	134.218,55	214.754,50	302.235,54	484.794,18	677.905,99	864.492,76	1.073.557,53	1.282.622,30	1.454.315,41
Cuentas y documentos por cobrar mercado local		11.506,32	12.657,68	13.924,03	15.317,74	16.849,95	16.849,95	16.849,95	16.849,95	16.849,95	16.849,95
Inventario de insumos	85,64	99,82	109,81	120,80	132,88	132,88	132,88	132,88	132,88	132,88	132,88
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	3.781,67	92.859,93	146.986,03	228.799,33	317.686,16	501.777,02	694.888,82	881.475,59	1.090.540,36	1.299.605,13	1.471.165,37
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS											
Terreno	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00	22.500,00
Construcción	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00	441.000,00
Vehículo	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Equipos de Computación	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Equipos de Oficina	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Muebles de Oficina	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00
Equipamiento	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00	19.778,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS											
Equipo de Computación	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00
Equipos de Oficina	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00
Muebles de Oficina	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Subtotal activos fijos	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00	508.773,00
(-) depreciaciones		33.822,17	67.644,33	101.466,50	112.810,67	146.632,83	160.455,00	171.799,17	205.621,33	239.443,50	273.265,67
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	508.773,00	474.950,83	441.128,67	407.306,50	395.962,33	362.140,17	348.318,00	336.973,83	303.151,67	269.329,50	235.507,33
ACTIVO DIFERIDO											
Amortización acumulada	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72	48.101,72
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	48.101,72	9.620,34	19.240,69	28.861,03	38.481,38	48.101,72	0	0	0	0	0
TOTAL DE ACTIVOS	560.656,39	606.292,15	616.975,73	655.346,52	723.268,84	863.917,19	1.043.206,82	1.218.449,43	1.393.692,03	1.568.934,63	1.706.672,70
PASIVO CORRIENTE											
Porción corriente deuda largo plazo	0,00	83.822,55	83.822,55	83.822,55	41.911,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas y documentos por pagar proveedores	0,00	105,74	116,32	127,96	140,76	154,84	154,84	154,84	154,84	154,84	154,84
Gastos acumulados por pagar	3,57	62,09	70,88	77,97	85,77	93,80	93,80	93,80	93,80	93,80	88,26
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	3,57	113.368,27	125.675,02	139.157,68	111.754,10	85.121,81	89.168,85	89.168,85	89.168,85	89.168,85	76.526,15
PASIVO LARGO PLAZO											
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	335.290,20	209.556,38	125.733,83	41.911,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE PASIVOS	335.293,77	322.924,64	251.408,84	181.068,95	111.754,10	85.121,81	89.168,85	89.168,85	89.168,85	89.168,85	76.526,15
PATRIMONIO											
Capital social pagado	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62	225.362,62
Reserva legal	0	0	5.800,49	14.020,43	24.891,49	38.615,21	55.343,27	72.867,54	90.391,80	107.916,06	125.440,32
Utilidad (pérdida) retenida	0	0	52.204,39	126.183,84	224.023,45	347.536,90	498.089,47	655.807,82	813.526,16	971.244,50	1.128.962,85
Utilidad (pérdida) neta	0	58.004,88	82.199,39	108.710,68	137.237,17	167.280,63	175.242,60	175.242,60	175.242,60	175.242,60	150.380,77
TOTAL PATRIMONIO	225.362,62	283.367,50	365.566,89	474.277,57	611.514,74	778.795,37	954.037,97	1.129.280,58	1.304.523,18	1.479.765,78	1.630.146,55
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	560.656,39	606.292,15	616.975,73	655.346,52	723.268,84	863.917,19	1.043.206,82	1.218.449,43	1.393.692,03	1.568.934,63	1.706.672,70
COMPROBACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO
(En dólares)

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10			
	MONTO	%																				
Ventas Netas	276.151,58	100,00	303.784,23	100,00	334.176,66	100,00	367.625,82	100,00	404.398,90	100,00	404.398,90	100,00	404.398,90	100,00	404.398,90	100,00	404.398,90	100,00	404.398,90	100,00	404.398,90	100,00
Costo de Ventas	99.069,69	35,88	99.286,88	32,68	99.457,78	29,76	99.645,88	27,11	99.852,65	24,69	95.488,40	23,61	95.488,40	23,61	95.488,40	23,61	95.488,40	23,61	95.488,40	23,61	95.488,40	23,61
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	177.081,88	64,12	204.497,35	67,32	234.718,88	70,24	267.979,94	72,89	304.546,25	75,31	308.910,50	76,39										
Gastos de ventas	4.002,16	1,45	3.295,16	1,08	3.295,16	0,99	3.295,16	0,90	3.295,16	0,81	2.330,61	0,58	2.330,61	0,58	2.330,61	0,58	2.330,61	0,58	2.330,61	0,58	2.330,61	0,58
Gastos de administración	47.547,13	17,22	47.518,34	15,64	47.518,34	14,22	47.518,34	12,93	47.518,34	11,75	42.262,24	10,45	42.262,24	10,45	42.262,24	10,45	42.262,24	10,45	42.262,24	10,45	42.262,24	10,45
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	125.532,60	45,46	153.683,85	50,59	183.905,38	55,03	217.166,44	59,07	253.732,76	62,74	264.317,65	65,36										
Gastos financieros	38.044,09	13,78	29.702,87	9,78	19.937,54	5,97	10.172,22	2,77	1.424,11	0,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION	87.488,51	31,68	123.980,98	40,81	163.967,84	49,07	206.994,23	56,31	252.308,65	62,39	264.317,65	65,36	226.818,65	56,09								
Participación utilidades	13.123,28	4,75	18.597,15	6,12	24.595,18	7,36	31.049,13	8,45	37.846,30	9,36	39.647,65	9,80	39.647,65	9,80	39.647,65	9,80	39.647,65	9,80	39.647,65	9,80	34.022,80	8,41
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMP.RENTA	74.365,23	26,93	105.383,83	34,69	139.372,66	41,71	175.945,09	47,86	214.462,35	53,03	224.670,00	55,56	192.795,85	47,67								
Impuesto a la renta	16.360,35	5,92	23.184,44	7,63	30.661,99	9,18	38.707,92	10,53	47.181,72	11,67	49.427,40	12,22	49.427,40	12,22	49.427,40	12,22	49.427,40	12,22	49.427,40	12,22	42.415,09	10,49
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	58.004,88	21,00	82.199,39	27,06	108.710,68	32,53	137.237,17	37,33	167.280,63	41,37	175.242,60	43,33	150.380,77	37,18								
RANTABILIDAD																						
Ventas Netas	21,00%		27,06%		32,53%		37,33%		41,37%		43,33%		43,33%		43,33%		43,33%		43,33%		37,19%	
Utilidad Neta/Activos (ROA)	9,57%		13,32%		16,59%		18,97%		19,36%		16,80%		14,38%		12,57%		11,17%		11,17%		8,81%	
Utilidad Neta/Patrimonio (ROE)	20,47%		22,49%		22,92%		22,44%		21,48%		18,37%		15,52%		13,43%		11,84%		11,84%		9,22%	
Porcentaje de reparto de utilidades	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
Utilidades repartidas	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
Reserva legal	5.800,49		8.219,94		10.871,07		13.723,72		16.728,06		17.524,26		17.524,26		17.524,26		17.524,26		17.524,26		15.038,08	

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto
Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

FLUJO DE CAJA PROYECTADO
(En dólares)

	PREOP.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
A. INGRESOS OPERACIONALES											
Recuperación por ventas	0	264.645,26	302.632,87	332.910,30	366.232,11	402.866,69	404.398,90	404.398,90	404.398,90	404.398,90	404.398,90
Subtotal	0	264.645,26	302.632,87	332.910,30	366.232,11	402.866,69	404.398,90	404.398,90	404.398,90	404.398,90	404.398,90
B. EGRESOS OPERACIONALES											
Pago a proveedores	82,07	12.111,66	12.372,24	12.544,14	12.730,76	12.923,17	12.931,20	12.931,20	12.931,20	12.931,20	12.803,85
Mano de obra directa e imprevistos		34.915,88	34.917,58	34.918,78	34.920,10	34.921,55	34.921,55	34.921,55	34.921,55	34.921,55	34.921,55
Mano de obra indirecta		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Gastos de ventas		3.046,16	2.339,16	2.339,16	2.339,16	2.339,16	1.374,61	1.374,61	1.374,61	1.374,61	1.374,61
Gastos de administración		42.291,02	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24
Costos de fabricación		14.647,41	14.647,86	14.648,35	14.648,89	14.649,49	14.649,49	14.649,49	14.649,49	14.649,49	14.649,49
Subtotal	-82,07	107.132,13	106.659,08	106.832,67	107.021,15	107.215,61	106.259,09	106.259,09	106.259,09	106.259,09	106.131,74
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0	157.513,13	195.973,80	226.077,64	259.210,96	295.651,08	298.139,82	298.139,82	298.139,82	298.139,82	298.267,16
D. INGRESOS NO OPERACIONALES											
Créditos Instituciones Financieras 1	335.290,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de capital	225.362,62	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	560.652,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES											
Pago de intereses		38.044,09	29.702,87	19.937,54	10.172,22	1.424,11	0,00	0,00	0,00	0,00	37.499,00
Pago de principal (capital) de los pasivos		41.911,28	83.822,55	83.822,55	83.822,55	41.911,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago participación de trabajadores		0,00	13.123,28	18.597,15	24.595,18	31.049,13	37.846,30	39.647,65	39.647,65	39.647,65	39.647,65
Pago de impuesto a la renta	0,00	0,00	16.360,35	23.184,44	30.661,99	38.707,92	47.181,72	49.427,40	49.427,40	49.427,40	49.427,40
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS											
Terreno	22.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construccion	441.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vehiculo	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computacion	450,00	0,00	0,00	0,00	450,00	0,00	0,00	450,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Oficina	480,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles de Oficina	255,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipamiento	19.778,00	0,00	0,00	0,00	19.778,00	0,00	0,00	19.778,00	0,00	0,00	0,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS											
Equipo de Computacion	2.250,00	0,00	0,00	0,00	2.250,00	0,00	0,00	2.250,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Oficina	1.360,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles de Oficina	700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activos diferidos	48.101,72										
Subtotal	556.874,72	79.955,36	143.009,05	145.541,68	171.729,93	113.092,44	105.028,01	111.553,05	89.075,05	89.075,05	126.574,05
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	3.778,10	-79.955,36	-143.009,05	-145.541,68	-171.729,93	-113.092,44	-105.028,01	-111.553,05	-89.075,05	-89.075,05	-126.574,05
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	3.696,03	77.557,77	52.964,75	80.535,96	87.481,03	182.558,64	193.111,80	186.586,77	209.064,77	209.064,77	171.693,12
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	3.696,03	81.253,80	134.218,55	214.754,50	302.235,54	484.794,18	677.905,99	864.492,76	1.073.557,53	1.282.622,30
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	3.696,03	81.253,80	134.218,55	214.754,50	302.235,54	484.794,18	677.905,99	864.492,76	1.073.557,53	1.282.622,30	1.454.315,41
REQUERIMIENTOS DE CAJA		8.927,68	8.888,26	8.902,72	8.918,43	8.934,63	8.854,92	8.854,92	8.854,92	8.854,92	8.844,31
NECESIDADES EFECTIVO (CREDITO CORTO PLAZO)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA (TIRF)
(En dólares)

VIDA UTIL 10 AÑOS

FLUJO DE FONDOS		PREOPER.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Inversión fija		-508.773,00	0,00	0,00	0,00	-22.478,00	0,00	-20.000,00	-22.478,00	0,00	0,00	0,00
Inversión diferida		-48.101,72										
Capital de operación		-3.778,10										
Participación de trabajadores			0,00	-13.123,28	-18.597,15	-24.595,18	-31.049,13	-37.846,30	-39.647,65	-39.647,65	-39.647,65	-39.647,65
Impuesto a la renta			0,00	-16.360,35	-23.184,44	-30.661,99	-38.707,92	-47.181,72	-49.427,40	-49.427,40	-49.427,40	-49.427,40
Flujo operacional (ingresos - egresos)		-82,07	157.513,13	195.973,80	226.077,64	259.210,96	295.651,08	298.139,82	298.139,82	298.139,82	298.139,82	298.267,16
Valor de recuperación:												
Inversión fija			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	257.985,33
Capital de trabajo			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo Neto (precios constantes)		-560.734,89	157.513,13	166.490,17	184.296,05	181.475,80	225.894,03	193.111,80	186.586,77	209.064,77	209.064,77	467.177,45
Flujo de caja acumulativo		-560.734,89	-403.221,76	-236.731,59	-52.435,54	129.040,26	354.934,29	548.046,09	734.632,86	943.697,63	1.152.762,40	1.619.939,85
TIRF precios constantes:	30,94%											

Fuente: Flujo de caja del proyecto

Elaboración: Autores

HOSTAL SURF Y SOL

TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA (TIRI)
(En dólares)

VIDA UTIL 10 AÑOS

FLUJO DE FONDOS		PREOPER.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Aporte de los accionistas		-225.362,62	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo neto generado + dividendos repartidos		0,00	77.557,77	52.964,75	80.535,96	87.481,03	182.558,64	193.111,80	186.586,77	209.064,77	209.064,77	171.693,12
Valor de recuperación:												
Inversión fija			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	257.985,33
Capital de trabajo			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo Neto (precios constantes)		-225.362,62	77.557,77	52.964,75	80.535,96	87.481,03	182.558,64	193.111,80	186.586,77	209.064,77	209.064,77	429.678,45
Flujo de caja acumulativo		-225.362,62	-147.804,85	-94.840,10	-14.304,15	73.176,89	255.735,53	448.847,33	635.434,10	844.498,87	1.053.563,64	1.483.242,09
TIRI precios constantes:	43,60%											

Fuente: Flujo de caja del proyecto

Elaboración: Autores

**HOSTAL SURF Y SOL
PUNTO DE EQUILIBRIO**

(En dólares)

	TIPO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		Fijo						Variable			
COSTOS Y GASTOS											
Mano de obra directa	Variable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00
Mano de obra indirecta	Fijo	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materiales directos	Variable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.027,65	1.197,82	1.317,67	1.449,59	1.594,60
Materiales indirectos	Variable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	448,35	493,22	542,57	596,89	656,60
Suministros y servicios	Variable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00
Costos indirectos	Variable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	762,77	764,92	766,61	768,47	770,52
Mantenimiento y seguros	Fijo	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	14.240,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	Fijo	33.822,17	33.822,17	33.822,17	33.822,17	33.822,17	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortizaciones	Fijo	9.620,34	9.620,34	9.620,34	9.620,34	9.620,34	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos administrativos	Fijo	42.291,02	42.262,24	42.262,24	42.262,24	42.262,24	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de ventas	Fijo	3.046,16	2.339,16	2.339,16	2.339,16	2.339,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Comisiones sobre ventas	Variable	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos financieros	Fijo	38.044,09	29.702,87	19.937,54	10.172,22	1.424,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL		141.184,30	132.107,29	122.341,97	112.576,64	103.828,53	47.478,77	47.695,96	47.866,85	48.054,95	48.261,72
VENTAS		276.151,58	303.784,23	334.176,66	367.625,82	404.398,90					
PUNTO DE EQUILIBRIO		62%	52%	43%	35%	29%					

HOSTAL SURF Y SOL
INDICES FINANCIEROS

Período	Año 1	Año 2	Año 3	Promedio
Composición de activos				
Activo corriente/activos totales	15,33%	23,86%	34,96%	24,72%
Activo fijo/activos totales	78,32%	71,47%	62,11%	70,63%
Activo diferido/activos totales	6,35%	4,68%	2,93%	4,65%
Otros activos/activos totales	0	0	0	0

Apalancamiento				
Pasivos totales/activos totales	53,26%	40,74%	27,62%	40,54%
Pasivos corrientes/activos totales	18,70%	20,37%	21,23%	20,10%
Patrimonio/activos totales	46,74%	59,26%	72,38%	59,46%

Composición de costos y gastos				
Costos directos/costos y gastos totales	19,00%	19,99%	21,18%	20,06%
Costos indirectos/costos y gastos totales	33,48%	35,17%	37,19%	35,28%
Gastos administrativos/costos y gastos totales	25,22%	26,46%	27,96%	26,54%
Gastos de ventas/costos y gastos totales	2,12%	1,83%	1,94%	1,97%
Gastos financieros/costos y gastos totales	20,18%	16,54%	11,73%	16,15%
Costo de ventas/costos y gastos totales	52,48%	55,17%	58,38%	55,34%
Costo materia prima/costos y gastos totales	0,48%	0,55%	0,64%	0,56%
Costo materiales indirectos/costos y gastos totales	0,24%	0,27%	0,32%	0,28%
Costo suministros y servicios/costos y gastos totales	5,66%	5,95%	6,28%	5,96%
Costo mano obra directa/costos y gastos totales	18,33%	19,24%	20,33%	19,30%
Costo mano obra indirecta/costos y gastos totales	0,06%	0,07%	0,07%	0,07%
Gastos personal administ./costos y gastos totales	21,39%	22,45%	23,72%	22,52%
Total remuneraciones/costos y gastos totales	39,78%	41,76%	44,12%	41,89%

Liquidez	USD			
Flujo operacional	\$ 157.644,77	\$ 196.183,59	\$ 226.311,00	\$ 193.379,79
Flujo no operacional	\$ -79.955,36	\$ -143.052,91	\$ -145.612,85	\$ -122.873,71
Flujo neto generado	\$ 77.689,41	\$ 53.130,68	\$ 80.698,14	\$ 70.506,08
Saldo final de caja	\$ 81.395,73	\$ 134.526,41	\$ 215.224,55	\$ 143.715,56
Requerimientos de recursos frescos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo	\$ -20.422,05	\$ 21.537,32	\$ 90.021,98	\$ 30.379,09
Indice de liquidez (prueba ácida)	\$ 0,82	\$ 1,17	\$ 1,65	\$ 1,21
Indice de solvencia	\$ 0,82	\$ 1,17	\$ 1,65	\$ 1,21

Retorno	USD			
Tasa interna de retorno financiera (TIRF)	30,97%			
Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)	43,65%			
Valor actual neto (VAN)	\$ 436.031,56	USD		
Período de recuperación (nominal)	3,29	AÑO		
Coefficiente beneficio/costo	1,78			
Utilidad neta/patrimonio (ROE)	20,49%	22,51%	22,94%	21,98%
Utilidad neta/activos totales (ROA)	9,58%	13,34%	16,60%	13,17%
Utilidad neta/ventas	21,04%	27,10%	32,58%	26,91%
Punto de equilibrio	61,71%	51,54%	42,70%	51,98%
Cobertura de intereses	3,30	5,18	9,24	5,91

Rotaciones				
Rotación cuentas por cobrar	24	25,14354687	25,14335874	24,76230187
Rotación de inventarios	17,1291066	17,12911895	17,12936273	17,12919609

Sociales	USD			
Sueldos y salarios	\$ 75.000,00	\$ 75.000,00	\$ 75.000,00	\$ 75.000,00
Valor agregado	\$ 200.662,74	\$ 228.895,04	\$ 259.137,69	\$ 229.565,16
Generación de divisas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Costo de oportunidad	15,03%	AÑO
-----------------------------	--------	------------

Fuente: Capítulos anteriores del proyecto

Elaboración: Autores