



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

**Estudio de factibilidad para la implementación de un Hotel
Temático en la finca “Salma Amira” ubicada en el cantón El
Triunfo.**

AUTORES:

**ALMEIDA OVIEDO LISSETTE ESTEFANÍA
JARAMILLO PALMA EULOGIO STEVEN**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras**

TUTORA

Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Lisette Estefanía Almeida Oviedo** y **Eulogio Steven Jaramillo Palma**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Lisette Estefanía Almeida Oviedo**.

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de la factibilidad para implementación de un hotel temático en el Cantón El Triunfo** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016

LA AUTORA

Lisette Estefanía Almeida Oviedo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Steven Eulogio Jaramillo Palma**.

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación Propuesta de Estudio de la factibilidad para implementación de un hotel temático en el Cantón El Triunfo previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016

Steven Eulogio Jaramillo Palma.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016

LA AUTORA

Lisette Estefanía Almeida Oviedo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016.

EL AUTOR

Eulogio Steven Jaramillo Palma.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a Dios por guiarme darme a los mejores padres que cualquier persona desearía tener.

A mis queridos y amados padres Arturo Wladimir Almeida Narváez por permitirme vivir y culminar este proceso en mi vida profesional ya que sin su apoyo nada de esto fuera posible.

Fanny Beatriz Oviedo Flores mi querida madre quien siempre ha estado pendiente de que nada me falte y a la cual me siento agradecida y feliz de saber el orgullo que siente con este título obtenido.

A mi hermano 'por todos sus cuidados y paciencia en toda mi vida universitaria.

A mi abuela Martha Narváez quien ha estado de manera incondicional en todas las etapas de mi vida y quien me ha enseñado que la educación es la mejor herencia que cualquier persona podría tener.

Lisette Estefanía Almeida Oviedo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi querida madre Liliana Señora Palma Bonilla, quien ha sido un pilar fundamental en mi vida y a lo largo de todo este proceso universitario, gracias por siempre cuidar de mí y apoyarme cien por ciento en toda esta etapa.

A mis hermanos Diego Rubén Jaramillo Palma y Javier Eulogio Jaramillo Palma, quienes me han cuidado y educado de la mejor manera y son el espejo en el que me miro día a día y a mi querida prima Miriam Robelly.

A mi tutora la Ing. Elsie Zerda Barreno Mgs, quien nos ha guiado en todo este proceso.

Eulogio Steven Jaramillo Palma.

DEDICATORIA

A mí querida familia que siempre me brinda su apoyo incondicional, los cuales son muy importantes en mi vida.

De manera muy especial a mi madre Fanny Oviedo y mi padre Wladimir Almeida, los pilares fundamentales en mi vida y a los cuales agradezco de manera especial por apoyarme a culminar mis estudios universitarios, los amo demasiado.

A mis queridos profesores que a lo largo de mi carrera universitaria me han enseñado todos sus conocimientos para poder ser exitosa.

Lisette Estefanía Almeida Oviedo

DEDICATORIA

A mi hermosa familia quien ha estado conmigo de manera incondicional mi madre y mis hermanos, que me han enseñado a vivir y a comportarme de una manera correcta, ser una persona responsable.

A mis amigos, primos, tíos y familia en general quienes me han apoyado de alguna manera en este proceso.

Eulogio Steven Jaramillo Palma.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Lisette Estefanía Almeida Oviedo	
Eulogio Steven Jaramillo Palma.	

**Ing. Elsie Ruth Zerda Barreno Mgs
TUTORA**

ÍNDICE GENERAL

Contenido

AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	ix
Resumen	xix
Abstract.....	xx
Introducción.....	1
Antecedentes	4
Planteamiento del Problema.....	5
Formulación del Problema	7
Justificación del Tema	7
Objetivos.....	9
General	9
Específico	9
Capítulo 1	10
1.1 Marco Teórico	10
1.2 Marco Conceptual	19
1.3 Marco Referencial.....	23
1.4 Marco legal	24
Capítulo 2	32
2.1 Metodología	32
2.2. Enfoque cualitativo	32
2.3 Enfoque cuantitativo	32
2.4 Técnicas de Investigación	33
2.5 Técnicas de Recolección de Datos	34
2.6 Tipos de Estudio	35
2.7 Universo – Población	35

2.8 Muestra	36
2.9 Técnicas de Recolección de Datos.....	37
2.10 Entrevista.....	47
2.11 Análisis de las entrevistas efectuadas.....	49
Capítulo 3.....	50
3.1 Estudio de Mercado.....	50
3.2 Situación actual del Triunfo	50
3.3 Fuerzas de Porter	56
3.4 Análisis P.E.T.S.A.....	58
3.5 Análisis F.O.D.A.....	61
3.6 Oferta del Mercado.....	63
3.7 Demanda del Mercado.....	64
Capítulo 4	65
4.1 Razón social.....	65
4.2 Objeto social.....	65
4.3 Logo Grafico:.....	65
4.4Slogan	65
4.5Misión	66
4.6 Visión.....	66
4.7 Valores	66
4.8 Organigrama.....	66
4.9Mercado Objetivo.....	68
4.10 Localización del Proyecto.....	69
4.10.1 Macro Localización.....	69
4.10.2 Micro Localización.....	70
4.11 Distribución del Espacio Físico	70
4.12 Horario de Financiamiento	71

4.13 Productos a Ofrecer	71
4.14 Control de Calidad.....	71
4.15 Permisos Ambientales	72
4.16 Permisos Municipales	76
Capítulo 5	78
5.1 Segmentación de Mercado.....	78
5.2 Estrategias de posicionamiento	78
5.3 Marketing Mix.	79
5.3.1 Producto.....	79
5.3.2 Precio.	80
5.3.3 Plaza.	80
5.3.4 Promoción.	81
5.4 Presupuesto de Marketing.....	81
Capítulo 6	82
6.1 Inversión Inicial	82
6.2 Balance Inicial	88
6.3 Préstamo.....	89
6.4 Depreciación.....	93
6.5 Sueldos	94
6.6 Ingresos	96
6.7Gastos Generales	101
6.8 Costos Operacionales.....	103
6.9 Pérdidas y Ganancias	104
6.10Flujo de Caja	105
6.11 Evaluación Financiera.....	106
6.12 Balance General	107
6.13 Ratios	108

6.14 Escenarios.....	109
Conclusiones	110
Recomendaciones	111
Listado de Referencias.....	112
Anexos.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad de los Encuestados.....	37
Tabla 2. Personas que les gusta el contacto con la naturaleza	38
Tabla 3. No. de personas que conocen el cantón	39
Tabla 4. Preferencias al momento de realizar un viaje.....	39
Tabla 5. Momento de realizar un viaje	40
Tabla 6. Preferencias al momento de buscar hospedaje.	41
Tabla 7. Conocimiento de un hotel temático	42
Tabla 8. Conocimiento de un hotel burbuja.....	43
Tabla 9. Aceptación del hotel	44
Tabla 10. Precio a pagar por persona.....	45
Tabla 11. Numero de noches a hospedarse en un hotel.....	46
Tabla 12. Presupuesto de marketing.	81
Tabla 13. Inversión Inicial	82
Tabla 14 Balance Inicial.....	88
Tabla 15. Préstamo	89
Tabla 16. Depreciación	93
Tabla 17. Sueldos	94
Tabla 18. Ingresos	96
Tabla 19. Gastos Generales.....	101
Tabla 20. Costos Operacionales.....	103
Tabla 21. Pérdidas y Ganancias.....	104
Tabla 22. Flujo de Caja	105
Tabla 23. Evaluación Financiera.....	106
Tabla 24. Balance General	107
Tabla 25. Ratios	108
Tabla 26. Escenarios.....	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis de edad de los encuestados.....	37
Figura 2. Análisis de personas que prefieren el contacto con la naturaleza	38
Figura 3. Análisis de personas que conocen el cantón.....	39
Figura 4. Análisis de preferencias al momento de realizar un viaje	40
Figura 5. Análisis de la época preferida para realizar un viaje	41
Figura 6. Análisis de las preferencias de los huéspedes al momento de elegir un hospedaje.....	42
Figura 7. Análisis de las personas sobre el conocimiento de un hotel temático.	43
Figura 8. Análisis de las personas sobre el conocimiento de un hotel burbuja.	44
Figura 9. Análisis de la aceptación del hotel.	45
Figura 10. Análisis del precio a pagar por persona.	45
Figura 11. Análisis de número de noches dispuesto a hospedarse.....	46
Figura 12. Población del Triunfo.....	56
Figura 13. El Triunfo: Población Ocupada por Rama de Actividad	59
Figura 14. Porcentaje de personas que utilizan computadores en el área.	60
Figura 15. Logo.....	65
Figura 16. Organigrama	66
Figura 17. Macro localización del Hotel.	69
Figura 18. Ubicación del Hotel.....	80
Figura 19. Ubicación del Hotel.....	80
Figura 20. Habitación Burbuja	121
Figura 21. Habitación Burbuja	121
Figura 22. Habitación Burbuja	122
Figura 23. Baño de la Habitación Burbuja	122
Figura 24. Laguna artificial.	123
Figura 25. Habitaciones.....	123

Figura 26. Habitación.....	124
Figura 27. Distribucion de habitación Familiar	124
Figura 28. Distribución de habitaciones Matrimoniales.....	125

Resumen

Este proyecto de emprendimiento consiste en el desarrollo de un estudio para determinar la factibilidad para la implementación de un Hotel Temático con habitaciones inflables en forma de burbuja en la finca “Salma Amira” ubicada en el cantón El Triunfo que pertenece a la provincia del Guayas. Se propone esta pregunta para desarrollar la investigación ¿Cómo influye el conocimiento de los atractivos naturales en el desarrollo turístico del Cantón El Triunfo?

Si bien es cierto el Cantón El Triunfo goza una posición privilegiada en cuanto a clima y variedad de fauna y flores, sus habitantes no conocen sobre los atractivos turísticos. La actividad agrícola impera en la zona y la parte turística no tiene la importancia requerida entre sus habitantes. Al no existir las facilidades turísticas los visitantes se resisten a frecuentar sitios que no brinden las condiciones para dedicarse a realizar turismo de aventura. Para conocer el escenario de este trabajo, se aplicó entre los posibles clientes una encuesta y entrevista al Alcalde de El Triunfo a fin de conocer sobre la situación del Cantón y además las expectativas turísticas sobre la zona.

Del análisis de resultados obtenido se presenta la idea de construir el hotel se llamará SamkaSaman Lodge el cual Samka significa sueño y Saman es el árbol autóctono de la zona. El tema es novedoso un hotel temático, inspirado en el diseño de una burbuja, un concepto totalmente innovador, los turistas podrán satisfacer todas sus necesidades de ocio, relax, contacto con la naturaleza, conservando el confort que ofrece cualquier otro hotel.

El estudio financiero aplicado determinó que la propuesta es factible y que a su vez generará ganancias a corto plazo, su inversión inicial es de \$565.290,82 , con un VAN de \$143.634,91 que es mayor a cero y a su vez llegando a la conclusión de que el proyecto recuperará lo invertido.

Palabras Claves: Burbuja, habitantes, Habitaciones, cantón, alojamiento.

Abstract

This venture project is to develop a study to determine the feasibility of implementing a theme hotel with inflatable bubble-shaped rooms on the farm "Salma Amira" located in the village of El Triunfo belonging to the province of Guayas . This question aims to develop research How does the knowledge of the natural attractions in the tourist development of El Triunfo township?.

While it is true Canton El Triunfo enjoys a privileged position in terms of climate and variety of wildlife and flowers, its people do not know about the tourist attractions. Farming prevails in the area and the tourist area is not as important required between its inhabitants. With no tourist facilities visitors are reluctant to frequent sites that do not provide the conditions for engaging in adventure tourism. For the scenario of this work was applied among potential customers a survey and interview the Mayor of El Triunfo to learn about the situation of the township and also tourist expectations about the area.

Analysis of obtained results the idea of building the hotel is SamkaSaman be called Samka Lodge which means sleep and Saman is indigenous to the area. The theme is new themed hotel, inspired by the design of a bubble, a completely new concept, tourists can meet all your needs of leisure, relaxation, contact with nature, preserving the comfort of any hotel.

The financial study applied determined that the proposal is feasible and that in turn will generate short-term profits, your initial investment is \$565.290,82 with an NPV of \$143.634,91 that the project will recover the investment.

Key Words: Bubble, people, Rooms canton accommodation.

Introducción

Las razones por las que la gente viaja suelen ser personales, aquellos buscan satisfacer sus necesidades por medio de viajes ya sea por motivo de trabajo, negocios, salud, visitas familiares y en su mayoría por ocio y vacaciones para de esta manera evadirla vida cotidiana, conocer lugares y aprender costumbres distintas a las que ya están acostumbrados a convivir.

Los ecuatorianos son personas serviciales y amables los cuales disfrutan de tratar al turista como si estuviese en su propio hogar, son felices al responder preguntas como: Dónde ir y Cómo llegar. Existen varias razones por las cuales a Ecuador lo convierte en un destino turístico único e imperecedero para visitarlo. Es uno de los países más favorecidos en el mundo, por la diversidad de climas que posee, que los diferentes turistas prefieren de acuerdo a sus expectativas y además importantes e interesantes culturas ancestrales.

Este proyecto nace y va dirigido a las personas que gustan del contacto con la naturaleza y el medio ambiente, las cuales buscan alejarse completamente de la ciudad en busca del relax y averiguan sobre espacios como el cantón El Triunfo en pos de la frescura que brinda la flora y fauna.

Por esta razón se ha escogido este sector para proponer una oferta turística que llene las expectativas de las personas con la implementación de un hotel temático que aprovechará de las condiciones climáticas de la zona con la variedad de ríos y riachuelos así como de árboles de Samán endémicos que pintan un paisaje refrescante y distinto que induce al disfrute de la naturaleza.

Basados en la creciente necesidad de buscar mayor contacto con la naturaleza nace la idea sobre la creación de unas espectaculares cabañas para dormir portátiles transparentes.

Este concepto lo presenta el diseñador francés Pierre (2011) en donde incluye la gama de BubbleTree, CristalBubble, BubbleLodge y BubbleRoom, que son diseñadas para pasar una noche dentro de ellas, sin perturbar el entorno natural. Su producto surgió como una iniciativa de confort para mantener mayor contacto con lo natural sin causar daño al ecosistema.

En reconocimiento a esta innovadora forma de hospedaje se convierte en una actividad hotelera, por esta razón se presenta la investigación que permita justificar la implementación de un hotel temático simulando el proyecto ubicado en Francia en una zona acampada en Allauch existe un hotel que optó por ser parte de esta temática llamado Hotel Atrapasueños, en donde las personas que se hospeden dentro de las burbujas tienen la oportunidad de redescubrir lo que son las noches bajo las estrellas, pero sin tener ningún tipo de incomodidad debido a la humedad o insectos. Un novedoso y llamativo proyecto en el que se puede gozar del mismo durante todo el año sea con nieve, sol o lluvias.

En Ecuador las personas buscan nuevos sitios para visitar, con expectativas diferentes de acuerdo a los sitios que escojan. La zona del cantón el Triunfo, no ha sido explotada turísticamente por ello se hace necesario el reconocimiento de los atractivos naturales para aprovechar en emprendimientos turísticos que oferten hospedaje de manera diferente y contacto con el medio ambiente. El concepto es que los turistas se hospeden en condiciones de confort y seguridad, al mismo tiempo que disfruten al aire libre, gusten del esplendor del amanecer y atardecer en la zona.

Con referencia del sitio donde aparece este concepto, se puede indicar que los franceses son personas conservadoras, amantes del medio ambiente y la naturaleza que buscan satisfacer sus necesidades mediante el entorno para de esta manera salvar el medio ambiente y al mismo tiempo conservarlo, e incluso dicho país cuenta con una asociación de protección hacia el hombre y el medio ambiente llamada *Friends of Earth* está

legalmente facultada para ejercer sus funciones de protección de manera nacional decretada por el Ministerio de Ambientes (Wapner, 2014).

La investigación estará estructurada de tal forma que al lector se le facilite su lectura y comprensión, consta de los siguientes capítulos:

- Capítulo I, comprende el desarrollo de las diferentes teorías que sustentan la presente investigación, considerando la necesidad del individuo que busca relax y nuevas formas de recreación, basados en el ecoturismo como pilar para la conservación de hábitad natural de especies tanto flora y fauna.
- Capítulo II, caracteriza las condiciones económicas sociales y culturales en las que se encuentra actualmente el cantón El Triunfo, análisis F.O.D.A, P.E.T.S.A, oferta y demanda de mercado.
- Capítulo III, comprende el estudio de mercado, universo, muestra, gráficos estadísticos acerca de las encuestas realizadas sobre el proyecto y entrevista efectuada a la autoridad principal del cantón El Triunfo.
- Capítulo IV, consta toda la información sobre la creación de una empresa. Se refleja el estudio organizacional, técnico y ambiental sobre la propuesta.
- Capítulo V, desarrolla el plan de marketing mix
- Capítulo VI, el desarrollo de la situación económica y financiera del proyecto y su viabilidad.

Antecedentes

El Ecuador es un país privilegiado ya que posee una variedad paisajes, atractivos y riquezas tanto naturales como culturales y esto lo convierte en un país de importante desarrollo turístico, una de las riquezas más representativas y conocidas del país son “Las Islas Galápagos”.

Ecuador posee aproximadamente 16 millones de habitantes los cuales están distribuidos en las 24 provincias, sin dejar de mencionar que goza de un clima único en el mundo. Ecuador cuenta con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo, considerado uno de los países con mayor biodiversidad, beneficiándose de un sinnúmero de especies de animales, plantas y sin dejar de lado las culturas, costumbres y tradiciones de las cuales también forman parte del turismo.

Ecuador está localizado en el centro del mundo por lo cual es conocido como *La mitad del Mundo*, por ende no existen como en otros países las cuatro estaciones conocidas, sino que varían en climas lluviosos, húmedos, templados, tropical seco- desértico.

El cantón El Triunfo es considerado como un verdadero centro de la nacionalidad ecuatoriana debido a que es el nexo entre todos los pueblos de la nación, por cuanto habitan ciudadanos procedentes de diversas partes como Chimborazo, Riobamba, Colta, Azuay, se puede considerar que la mayoría de los habitantes del cantón El Triunfo son en su mayoría de la serranía ecuatoriana.

Este cantón cuenta con una superficie plana y con aéreas compuesta por pequeños cerros, se encuentra a 61 km de distancia de la ciudad de Guayaquil con 44 778 habitantes, siendo considerado uno de los lugares más poblados de la provincia (Generalidades del cantón El Triunfo, 2013).

Debido a su tierra fértil en lo que respecta a su economía se aprecia algunas empresas productivas en el sector como lo son “El Ingenio la Troncal Aztra, San Carlos, Valdez y La Familiar” las cuales se destacan por su mayor producción bananera, caña de azúcar, arroz, cacao, etc.

Debido a su sorprendente y reconocido desarrollo tanto agrícola, comercial, industrial y ganadero el cantón El Triunfo es denominado como uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia del Guayas, lo cual favorece a sus habitantes. Por otra parte, como rubro de ingreso adicional se encuentra el turismo, el cual ha ido disminuyendo, debido a que, son pocos los atractivos conocidos y promocionados como tal, entre ellos se encuentran una variedad de ríos con agua cristalina y riberas rocosas como el río “BuluBulu” el más reconocido del cantón, nace de la afluencia de los ríos importantes “Estero Claro” y “Dos Bocas” al mismo se accede por la vía Alausi, donde se puede realizar actividades deportivas.

El turismo ha ido disminuyendo, en la observación de campo, los pobladores de la región expresaron la poca afluencia de turistas, ahondando por el poco apoyo de las autoridades seccionales en el reconocimiento de los atractivos naturales del cantón.

Planteamiento del Problema

El cantón El Triunfo es conocido predominantemente por la agricultura, las personas se han dedicado al cultivo del arroz, caña de azúcar, cacao etc. Los principales recursos naturales que posee este cantón son básicamente los minerales e hidrográficos, debido a que en el suelo abunda las minas de arena, piedra y lastre.

El Triunfo podría ser considerado como propicio para realizar turístico de aventura, pues cuenta con una diversidad de atractivos naturales para aquellos visitantes que son amantes de la misma, ofreciendo una variedad de actividades de entretenimiento y recreación; sin embargo se ha

observado que dicho cantón no cuenta con facilidades turísticas que brinden a los visitantes esta experiencia, tampoco las condiciones para un turismo de naturaleza, de modo que durante la estadía el visitante logre tener un contacto directo con el medio ambiente, tal como la práctica de agroturismo, cabalgatas, pesca deportiva, fotografías, deportes acuáticos y extremos, etc.

Otro de los grandes factores que se ha podido detectar es que los habitantes de la zona desconocen de las riquezas naturales que poseen, desconocen los beneficios económicos que puede brindar el desarrollo turístico de la zona, con el fin de obtener ingresos adicionales que mejoren sus condiciones de vida.

Existe poca afluencia turística en el sector, no cuentan con señalizaciones que guíen a los atractivos que posee dicho cantón, el apoyo gubernamental en la zona es limitada y por otro lado, se evidencia la falta de interés por parte de los habitantes de dar a conocer a los visitantes las riquezas que ostenta la zona.

Los turistas que visitan el cantón “El Triunfo” en su mayoría son personas que disfrutan de turismo al aire libre, con interés en la naturaleza que aprovechan su tiempo de recreación para escalar y gozar del agua cristalina de aquellas riveras de los ríos. Esta actividad no cuenta con guías especializadas que orienten a los turistas con itinerarios diseñados para optimizar tiempos y visitas a lugares destacados.

La zona solo dispone de hostales para brindar hospedaje para transeúnte que por razones de trabajo y otros motivos no de turismo lo eligen. Al no contar con hoteles donde el turista pueda pernoctar y además guardar la experiencia turística del cantón adicional a alimentarse y descansar, los turistas optan por retornar a sus hogares en el mismo día, no pueden coordinar otras actividades turísticas por cuanto no pueden prolongar su estadía.

Formulación del Problema

¿Cómo influye el conocimiento de los atractivos naturales en el desarrollo turístico del Cantón El Triunfo?

Justificación del Tema

El turismo en el Ecuador se ha ido desarrollando de manera favorable con el pasar de los años, cada año progresa el número de turistas que visitan nuestro nación ya sea porque están en exploración de destinos naturales, de aventuras, recreación o buscan aprender mucho más de la cultura, tradición, etnias y costumbres de un país. En el Ecuador la actividad turística presenta el 4.2 % del PIB, es decir que esto es semejante a \$680 millones por cada año (Turismo en el Ecuador, 2014).

La Constitución del Ecuador (2008) establece que todos los ecuatorianos sostienen el total y libre derecho de gozar y vivir en un ambiente sano ecológicamente responsable, libre de contaminación, por esta misma razón los habitantes deben cuidar los recursos naturales que se posee.

En los últimos tiempos el grado de servicio de hospedaje no ha desarrollado la innovación para hacer atractivas sus instalaciones, simplemente el servicio hotelero actual ofrece a los turistas un lugar donde hospedarse, descansar y pasar la noche, pero no cuentan con algo llamativo e innovador que pueda fascinarla atención del mismo.

En cantón El Triunfo goza del deleite del medio ambiente, está rodeado de naturaleza actualmente es conocido por formar parte de la “Ruta de la Aventura” debido a su variedad de riveras rocosas vegetación, flora y fauna que posee.

Este proyecto tiene como propósito aumentar la visita de turistas y el crecimiento económico de dicho cantón ofreciendo plazas de trabajo para la localidad cercana brindando una propuesta diferente, única e innovadora con un servicio de excelencia para aquellas personas que gustan convivir con el medio ambiente y la naturaleza disfrutando de un unión directa con la misma y asimismo llevarse una experiencia perdurable de un hospedaje diferente al que ya está acostumbrado a coexistir.

En el cantón El Triunfo se ofrecerá un servicio único de hospedaje que irá dirigido para todo prototipo de personas las cuales gustan de vivir un estilo y experiencia totalmente inolvidable como pasar una noche en habitaciones burbuja fabricadas de vidrio con un precio viable para los turistas que elijan este establecimiento como su destino perfecto para vacacionar, tomar un descanso y vivir experiencias entorno a la naturaleza y fuera de lo común.

Los turistas en la actualidad buscan sitios para gozar de la naturaleza. Una característica de la zona es que conjuntamente con los atractivos turísticos que se pretende dar a conocer están por otro lado, la producción tanto de las frutas tropicales y la gastronomía que se consumirán en el establecimiento, cultivadas en su propio terruño sin el uso de fertilizantes por ende estos alimentos serán orgánicos.

Accediendo que los huéspedes tengan la total libertad de distinguir los alimentos que consumirán. De esta manera se estaría plasmando innovadoras tendencias en lo que se refiere a la actividad turística, como senderismos, cabalgatas, disfrutar de las cascadas, de las aguas cristalinas del río, para de esta forma renovar el mercado de los atractivos turísticos existentes en el cantón El Triunfo.

El personal facultado de la administración del hotel serán aquellas personas netamente autóctonas tanto de la hacienda y del Cantón, las cuales serán instruidas y capacitadas para realizar el trabajo de una manera responsable y eficaz y nadie mejor que los mismos habitantes de la

hacienda y el sector que conocen perfectamente la historia del pueblo y de la hacienda donde serán ellos mismos que les trasmitan a los turistas todas aquellas vivencias.

De esta manera se involucrará al mundo turístico a personas de la zona, generando como indica el Buen Vivir, nuevas condiciones de vida al generar nuevos ingresos basados en el hospedaje, al turismo que requiere ser descubierto por los nativos de la zona, por otro propiciar entre los visitantes el interés por los sitios naturales y ecológicos que brinda el cantón El Triunfo.

Objetivos

General

Analizar la influencia de los conocimientos de los atractivos naturales en el desarrollo turístico del Cantón El Triunfo mediante un estudio de mercado para la implementación de un hotel temático y determinar la rentabilidad del proyecto.

Específico

1. Caracterizar las condiciones del Cantón El Triunfo sobre los atractivos, facilidades turísticas disponibles y cultura de los habitantes para determinar su potencialidad dentro del mercado turístico.
2. Identificar las preferencias de los turistas mediante un estudio de mercado que sustenta la propuesta de un hotel temático.
3. Valorar los aspectos que deben ser considerados para el diseño de un hotel en el Cantón El Triunfo. Determinar la factibilidad económica y financiera de la implementación de un hotel en el sector.

Capítulo 1

1.1 Marco Teórico

Mauro Beltrami (2005) en su libro *Ocio y Viajes en la Historia: Antigüedad Y Medioevo* menciona que: “El hombre paleolítico cambiaba de lugar, viajaba, migraba. Era nómada. La búsqueda de satisfacción de sus necesidades lo llevaba a cambiar de lugar, a moverse” (p. 8).

Este primer comportamiento se manifiesta también en los viajes de tipo turístico; pues se puede considerar que el turismo es una forma de migración momentánea y periódica. Así, las sociedades paleolíticas entraban en un contacto cultural con otras sociedades distintas, existiendo la posibilidad de que se haya practicado el comercio con ciertas limitaciones.

El cambio de lugar de residencia, permitía que el hombre se encontrase con individuos de similar naturaleza, dándose encuentros entre miembros de un grupo humano con miembros de otro grupo, lo cual trajo como consecuencia la aparición de un problema cognitivo. A partir de la reflexión, debía aclararse si aquellos seres vivientes no pertenecientes al grupo propio presentaban características propias de la naturaleza humana, diferenciándolos tanto de los seres infrahumanos (algún tipo de animal especial) como de seres supra humanos (espíritus, demonios y dioses).

El paso decisivo de esta reflexión tenía lugar cuando, a pesar de las diferencias notorias entre grupos, se reconocía como iguales al otro grupo. (Beltrami, 2010). El deseo de viajar y conocer nuevos lugares se remonta a épocas antiguas incluso más antiguas que el mundo civilizado, desde que el hombre dejó las cavernas para aventurarse en un mundo tal extenso y lleno de tantos climas ecosistemas flora y fauna extremadamente diversa, es aquí que el hombre deja el sedentarismo y pasa a convertirse en nómada, que

viaja buscando otros lugares donde la condición de vida sea la mejor para los suyos, donde haya más cantidad de alimentos y sobre todo una mejor manera para subsistir por lo tanto dada esta premisa podemos decir que el hombre es un ser nómada por naturaleza el cual gusta de tener nuevas experiencias y conocer nuevos lugares ya sea por mejorar su condición de vida o por simplemente tener la dicha y el deseo de conocer algo que antes no había visitado y que pase a formar parte de su experiencia de vida.

La industria hotelera como tal tiene sus inicios en la Roma antigua donde al principio existieron las posadas, lugares de alojamiento y alimentación a cambio de dinero, dichas posadas eran en su mayoría establos de animales y por ende eran poco aseados pero sin embargo cubrían la necesidad de alojamiento de aquella época.

Dada la necesidad creciente de encontrar un lugar para pasar la noche esto se fue convirtiendo en una actividad que no solo beneficiaba a la clase media y pobre que se mayoría viajaba por temas ya sean del tipo religioso o por comercio y trabajo sino que también los reyes y la clase alta de la época de la época también necesitaba un lugar para hospedarse pero acorde a su estatus social por lo cual se implementaron posadas mucho más elegantes y con mejores servicios.

Por otra parte probablemente los primeros en necesitar un lugar donde hospedarse fueron tanto conquistadores y guerreros como comerciantes, pero los conquistadores simplemente armaban carpas en el lugar que ellos mismos consideraban adecuados y al día siguiente continuaban su odisea. Pero no sucedía lo mismo con los comerciantes, ellos sí tenían la necesidad de encontrar un lugar donde no sólo pudieran dormir, alimentarse e higienizarse sino donde también pudieran alojar a sus animales y alimentarlos.

Y es así como comienza a crecer la industria; el mismo autor menciona que “indudablemente, hospedar fue una de las primeras empresas comerciales, y la hospitalidad fue uno de los primeros servicios a cambio de

dinero (Genise, 2010). Luego de las posadas fue la llegada de los monasterios con un concepto más refinado y más exclusivo, En un principio se utilizaron las casas o residencias de las personas de aquella época y el servicio era muy malo.

Cuando los pueblos se transformaron en ciudades, al crecer en número de habitantes tuvieron necesidades de ir a otros lugares ajenos a su lugar de nacimiento y ellos eran vistos como extranjeros, esto hizo que se crearan instituciones denominadas “Hospitales”, cuyo origen viene del latín “Hostes” que quiere decir huésped y que tenía como misión atender a los peregrinos. Después de la Edad Media es cuando empiezan a haber establecimientos de hospedaje debidamente dichos, pues hasta esa época sólo hubo tabernas para alojamiento público.

Con la aparición de César Ritz es en donde nace la Hotelería en calidad de verdadera industria con la creación del Hotel Ritz que contaba con baño privado en cada habitación además de la atención directa y personalizada a cada uno de los clientes.

Después de 1900 este sistema fue elegido por la organización de hoteles alemanes y de los Estados Unidos de norte América. Hacia la década de los 50's del siglo XIX Francia ejerció un liderazgo a nivel mundial en cuestión del desarrollo hotelero y a partir de la iniciativa francesa muchos países europeos entre ellos España, comenzaron a adoptar criterios de clasificación por estrella para identificar las categorías de los establecimientos de hospedajes, basados en una normativa propia.

El turismo se ha desencadenado como una actividad humana netamente lucrativa que con el pasar de los años se ha ido ampliando dado el deseo de cada uno de nosotros por conocer nuevos lugares, personas y costumbres diferentes a las que estamos acostumbradas en nuestro diario vivir, por lo cual esta actividad ha ido abriendo las fronteras de los países y relacionándonos de una manera más amigable con el mundo ya que nos permite obtener nuevas experiencias de cada sitio, de cada ser vivo y de

cada entorno y así de esta manera ser más tolerante hacia las cosas desconocidas o costumbres y creencias ajenas a nosotros, esto es uno de los principios del hombre como ser racional.

Desde el nacimiento del turismo este se ha convertido en una de las actividades humanas más representativas por la gran capacidad de personas que se ven inmiscuidas en ella ya sean turistas o la fuerza laboral que promueve y ofrece los servicios turísticos generando en cada país divisas indispensables para el crecimiento económico del lugar o área donde se genere la actividad turística ya que genera plazas de empleo, promueve la protección de los atractivos ya sean culturales o naturales y permite la relación entre culturas desempeñándose como uno de los motores de desarrollo de muchos países e incluso siendo la única actividad con la cual subsisten ciertas naciones.

En la actualidad los turistas buscan encontrar nuevas y diferentes formas de hacer turismo las cuales satisfagan sus necesidades, esto da lugar a la aparición de nuevas y entretenidas formas de hacer turismo ya sea de aventura, cultural, diversión, negocios, entre otros. Estas formas se relacionan con el desarrollo sostenible, es decir, buscan que el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales mejore y por otro lado también buscan fomentar la conservación y el respeto hacia la naturaleza y el medio ambiente.

Es así que en base a lo expuesto, se deja en claro que la actividad turística sigue desarrollándose y que los conceptos actuales sobre ellos se van transformando a medida que pasa el tiempo, ya que depende básicamente de las necesidades y de las tendencias que se estén generando en el consumidor en función del tiempo, lugar y espacio donde se desarrolle la actividad turística para que se genere una necesidad y poder implementar un producto turístico para cubrir dicha necesidad. Que al emplearla bien se transforma en una tendencia y actualmente se ha incrementado el turismo ecológico sostenible.

El ecoturismo es una forma de producto turístico que se ha desarrollado ampliamente en estos últimos años con la idea simple de ser “amigables con el medio ambiente” es decir protegerlo, conservarlo y promoverlo para que mediante el apoyo económico que deja el turismo estos lugares puedan ser reconocidos y respetados tanto por los turista y las personas que vivan cercano a dichos sitios. Ya que dichas personas podrán beneficiarse económicamente de la beneficio turístico del lugar y esto conllevará a que se lo proteja ampliamente ya se convierte muchas veces en la principal fuente de trabajo de una localidad.

Por otro lado el ecoturismo es un viaje responsable de áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local. (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2014). Entre los principios en la actividad ecoturística esta principalmente reducir impactos ambientales, respetar y crear conciencia medioambiental en las personas y sobre todo que al visitar lugares de turismo ecológico, el turista se lleve una extraordinaria experiencia.

Es decir, el ecoturismo como actividad humana lo que busca es generar un sentido colaborativo para conservar áreas naturales de parte de los turistas los cuales tiene la fuerza y el derecho de establecer la conservación de lugares donde ellos han vivido buenas experiencias.

Este concepto aclara que el turismo ecológico tiene un sentido educacional porque el turista se da cuenta de la importancia que tienen cierto lugares que muchas veces son áreas protegidas y por ende su ecosistema es frágil a cualquier cambio que se presente en la mayoría de veces por la contaminación que produce el mismo turismo, despertando en él un sentido de ética moral, porque no solo se trata de conocer el lugar y disfrutar del mismo sino también de ayudar a la conservación tanto de animales, plantas, atractivos naturales y comunidad receptora ya que los turista que realizan esta actividad turísticas convierten al lugar en algo más personal y siente el deseo de ayudar a conservarlo de cualquier manera.

Jiménez (2010) manifiesta:

El ecoturismo debe ser una alternativa de trabajo y complemento a las actividades económicas tradicionales de las comunidades rurales y suburbanas del lugar o de zonas aledañas. Todo esto debe darse con el propósito de que dichas comunidades logren un desarrollo ambientalmente sostenible en el cual se respeten y sean conservados los recursos naturales y culturales, así como también la protección del medio ambiente (p.14).

Con esto se deduce que el ecoturismo es una actividad económica ya que principalmente esta manejada por comunidades que lo emplean como un negocio alterno al comienzo pero que con el pasar del tiempo se desencadena en la principal actividad lucrativa que realizan, impulsando la economía de la localidad y brindándole de las divisas necesarias para la conservación del atractivo y el realce de la comunidad receptora en sí, porque el turismo atrae la atención tanto gubernamental como de empresas privadas que pueden brindar apoyo indispensable en el desarrollo turístico como en educación, servicios básicos, salud, seguridad, etc. Indispensables para el buen vivir de la comunidad receptora y las personas que visitan el lugar (Molina, 2005).

Otra ventaja del ecoturismo permite conocer lugares de gran belleza natural así como cultural y la oferta mejor vendida es que permite conocer redescubrir lugares sin contaminación, sin el estrés de las grandes ciudades, lugares donde se puede ser libre de relajarte, de descansar y de disfrutar todas las actividades que solo el turismo ecológico ofrece como el senderismo, la aventura, la gastronomía típica del lugar, agricultura, etc.

El ecoturismo va de la mano con todas las actividades de turismo rural y es aquí donde obtiene relación directa con el agroturismo que es otra actividad natural de gran acogida mundial que realizan los turistas para conocer principalmente acerca de los cultivos y el proceso para su cosecha y en consecuencia llegar al producto final.

Para ello se establecen tres descriptores que acotan mejor el alcance del agroturismo los cuales textualmente son:

- En lo que al agroturismo respecta, la actividad principal es la agricultura, por lo que el turismo no es más que un complemento que ayuda al sostenimiento del primero, de ningún modo llega a remplazarlo o sustituirlo.
- El turismo como elemento complementario dentro del agroturismo, tiene por fin fomentar el contacto con la actividad agraria, haciéndose necesario por tanto un contacto directo entre turistas (o visitantes) y agricultores. Para ello los agricultores pueden enseñar las tareas que realizan y el modo en que las llevan a cabo, siendo el papel desempeñado por el turista no sólo la observación, sino también la interacción (alimentando animales o seleccionando y cosechando productos agrarios), culminando el proceso con el pago de los productos consumidos o llevados al abandonar la explotación (lo que en Francia se suele llamar cueillette à la ferme y en bibliografía anglosajona se denomina pick-your-own o u-pick; véanse Heimlich y Barnard, 1997 o Bryant y Johnston, 1992). Las actividades pueden ser incluso más intensas y alargadas en el tiempo, llegando a actividades de cultivo, u otras asociadas, que impliquen varias jornadas de trabajo. De este descriptor se deriva que el agroturismo debe ser alojamiento compartido, para que se dé interacción.
- Además de la realización de actividades agropecuarias, se considera como actividad también propia del agroturismo, la degustación de productos cosechados o elaborados en la propia explotación. Estos productos pueden ser consumidos de modo inmediato o englobar la preparación de platos más o menos elaborados (Araújo, 2012).

Gracias a estas premisas se puede acotar que la actividad agroturística se convierte en un complemento directo de la actividad principal que es la agricultura y este fomenta un contacto directo entre el turista y los agricultores brindándoles una experiencia diferente y de tranquilidad a la que se viven actualmente en las ciudades, ya que en la sociedad actual las personas necesitan de un tiempo en que puedan olvidarse de su rutina diaria.

Otras formas de alojamiento

El diseñador francés Pierre Stéphane Dumas inicia una investigación en busca de crear un tipo de alojamiento inusual y totalmente ecológico; la respuesta a la búsqueda es el concepto de una cabaña en los árboles, BubbleTree. Esta creación es el resultado de aplicar el enfoque de diseño ecológico para la formación de un espacio privilegiado en medio de la naturaleza sin dejar ningún impacto en el lugar.

El concepto evoluciona con la creación de las burbujas que ofrecen impresionantes vistas panorámicas de los alrededores. La transparencia garantiza un contacto más íntimo con el exterior y poder presenciar una noche bajo las estrellas con la mayor comodidad acompañado de la flora y la fauna del lugar y así generar una experiencia única y diferente a cualquier otro tipo de alojamiento. Esta innovadora creación, desprovista de cualquier infraestructura pesada, es de fácil transporte y puede ser ubicada en cualquier lugar generando un impacto muy bajo en el ecosistema del lugar.

El concepto diseñado e implementado por BubbleTree apoya proyectos de ecoturismo. Al reducir la presión inmobiliaria y la preservación de zonas naturales alineamos a su misión con enfoque humano al desarrollo macroeconómico.

BubbleTree propone respuestas innovadoras que se ajusten los valores fundamentales como: la proximidad a la naturaleza, el mínimo

impacto sobre el medio ambiente, la integración directa con el paisaje y la consideración de los aspectos socioeconómicos.

El desmontaje de las esferas es sencillo y rápido. La conexión al sistema de alcantarillado no es necesario, debido a que se propone la utilización de sanitarios secos. Y al carecer de infraestructura pesada son totalmente reversibles y de fácil movilidad.

Eco-esferas

El mayor desafío del proyecto ha sido implementar soluciones técnicas simples, de alto rendimiento y la garantía de bajo consumo de energía. Gracias a esto se ha desarrollado un alojamiento sano y agradable con la comodidad más alta esperada por los clientes.

Las soluciones elaboradas han sido técnicas y de diseño, teniendo en cuenta los fenómenos de la presión atmosférica y las variaciones acústicas, por lo cual se han usado materiales y motores de la más alta tecnología. Dominar los principios de las variaciones de presión atmosférica ha sido crucial, ya que una desviación de las condiciones normales dentro de la esfera puede causar molestias en el tímpano y el oído medio o afectar el sistema vestibular.

Los alojamientos de Bubbleno poseen marcos de metal y se mantienen inflados mediante el uso de un sistema de ventilación especial que realiza tres funciones:

- ❖ Mantener la estructura inflada con una ligera sobrepresión.
- ❖ Permanentemente renovar el aire en el interior dentro de un rango de 2 a 7 veces el volumen por hora, dependiendo de las condiciones climáticas.
- ❖ Evitar la humedad dentro de la burbuja.

El sistema de ventilación silencioso se coloca en cajas a prueba de sonido a 4 metros de distancia de la burbuja, estas purifican el aire suministrado. Debido a estos los Mosquitos, el polvo, el polen, alérgenos y las emisiones de los coches son bloqueados por los filtros de partículas. Por lo tanto, nuestras burbujas son una de las pocas soluciones de alojamiento temporal utilizando tela que aseguren ambiente sano protegido de desarrollo de bacterias.

Los sopladores de aire consumen poca energía (55 a 97W). Para un número de modelos, las turbinas de lograr una considerable economía de energía.

Fabricación y calidad de BubbleLodges'

Las burbujas están concebidas y fabricadas en Francia garantizando la más alta calidad. Los materiales utilizados pasan controles regulares y están certificados como de bajo peligro inflamable. Están elaborados con un material resistente contra los rayos UV y son 100% reciclables. Burbuja Lodges cumplen con las normas de alojamiento de las personas (Bubble Tree,2013).

1.2 Marco Conceptual

Hotel.-

Se designa con el término de Hotel a aquel edificio preparado y diseñado para albergar temporalmente a personas, especialmente a aquellos que se encuentran de viaje, ya sea por turismo o bien por alguna razón laboral y entonces, el hotel resulta ser la principal alternativa y también la más usada por estos para alojarse durante su desplazamiento (Definición ABC, 2007).

Huésped.-

El termino huésped se utiliza para hacer referencia a la presencia de una persona o algún elemento e lugares en los cuales esa presencia no es común o permanente (Definición ABC, 2007).

Comunidad.-

Se refiere a un conjunto, una asociación o un grupo de individuos, pueden ser de seres humanos, de animales o de cualquier otro tipo de vida, que comparten elementos, intereses, propiedades u objetivos en común (Significados, 2013).

Patrimonio.-

Hace mención al conjunto de bienes que pertenecen a una persona, ya sea natural o jurídica (Definición, 2008).

Destino turístico.-

Es el lugar en el cual se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas que llegan a dichos lugares (Landi, 2012).

Atractivo turístico.-

Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita de flujos de desplazamiento desde su lugar de residencia hacia un determinado territorio (Estudios del Turismo, 2009).

Recursos naturales.-

Se entiende a todo componente de la naturaleza, susceptible de ser aprovechado en su estado natural por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades (Zona Económica, 2006).

Turista.-

Es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de al que donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezcan en el mas de 25 horas con fines de recreación y descanso o para conocer mejor el lugar que visita (Mincomercio Industria y Turismo, 2011).

Turismo.-

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales (OMT, 2005).

Turismo receptor.-

Engloba las actividades realizadas por un *visitante* no residente en el país de referencia como parte de un viaje turístico receptor (OMT, 2005).

Destino turístico.-

El *destino principal de un viaje turístico* es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Ver también *motivo principal de un viaje turístico* (OMT, 2005).

Ocio.-

Es el tiempo de una persona para descansar y aprovecharlo en actividades que no sean meramente laborales, es un tiempo para realizar todo aquello que al individuo le guste y le divierta. (Significados, 2013).

Medioambiente.-

Se refiere a todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales que se refieren a los derivados de las relaciones que se manifiestan a través de la cultura, la ideología y la economía (Banco de la República Actividad Cultural, 2015).

Facilidades turísticas.-

Son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable (YaniTravel, 2008).

Hotel temático.-

Los hoteles temáticos podrían definirse como una excelente idea surgida en la era de la globalización y en respuesta a una intensa competencia turística. En busca de algo nuevo, algo diferente, se encontró un valor que puede ser muy bien aprovechado por sus precursores, incluso dentro del amplio abanico de ofertas que propone el mercado (Bello Magazine, 2012).

Turismo nacional.-

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (OMT, 2005).

Turismo de aventura.-

Se trata de la actividad turística que implica un viaje hacia un área remota o que incluye un plan donde pueden acontecer hechos inesperados (Definición, 2008).

Hospitalidad.-

Es una virtud o cualidad que consiste en tratar bien, con amabilidad, al prójimo (Definición, 2008).

Entorno habitual.-

El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales (OMT, 2005).

Motivo (principal) de un viaje turístico.-

El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.) (OMT, 2005).

1.3 Marco Referencial

Algunos países del mundo han optado por cambiar la modalidad y costumbre al momento brindar un servicio de hospedaje, es decir ya no ofrecen el mismo servicio de una habitación de cuatro paredes donde el huésped pueda descansar plácidamente al finalizar cualquier tipo de actividad.

La propuesta de un hotel burbuja es una oferta diferente donde el huésped para hospedarse cuenta de una burbuja transparente con vista al cielo, vistas panorámicas y respirar aire fresco proveniente de bosques y están totalmente diseñadas para soportar cualquier tipo de clima la cual podrá permitir al huésped vivir una experiencia inolvidable y diferente.

En países de origen Europeo como Paris y España han comenzado a utilizar este tipo de hoteles con esta temática, la cual ha tenido aceptación por los turistas donde la decoración de dichas burbujas es de plástico e inflables las cuales pueden ser ofrecidas a los huéspedes de forma temática en caso de tratarse de una pareja la burbuja puede ser en forma de corazón (Mundiario, 2014).

En Reino Unido existe un hotel con esta temática donde a diferencia de los hoteles de Europa la localización de este hotel burbuja es en lugares céntricos de las distintas ciudades de Reino Unido, en la cual se asegura de tener todas las comodidades de un hotel convencional en las que incluye

baño privado, cama y sábanas. Es totalmente segura ya que cada burbuja cuenta con su propio guardia de seguridad (Vida Actual, 2015).

Las burbujas son tan llamativas y confortables que en Sichuan ubicado en China, una joven vivió todo un fin de semana dentro de una burbuja de plástico donde estaba a vista de todos los habitantes, respetando las características psicológicas de la ciudadana pero se muestra que es un tipo de habitación confiable y resistente (SDP Noticias, 2013).

1.4 Marco legal

LEY DE TURISMO Y REGLAMENTO GENERAL DE TURISMO.

Capítulo I Generalidades

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo ii de las actividades Turísticas y de quienes las ejercen.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad,

concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

- a) Alojamiento Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;
- b) Servicio de alimentos y bebidas Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;
- c) Transportación Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación;

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Capítulo III del registro único de Turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente. El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

Art. 49.- Registro y razón social.- El Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro. En

caso de haberse concedido un registro que contravenga esta disposición, de oficio o a petición de parte interesada, se anulará el último registro.

Capítulo iv de la licencia única anual de funcionamiento.

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente. De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

Art. 61.- Cálculo del pago por actividades iniciadas con posterioridad a los treinta primeros días del año.- Cuando un establecimiento turístico no inicie sus operaciones de los primeros 30 días del año el pago por concepto de licencia única anual de funcionamiento, se calculará por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.

Estructura legal de la empresa

Compañía limitada: empresa de tipo familiar o con personas allegadas, esta se conforma por mínimo 2 y máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).

Compañía anónima: Empresa sin límite de socios con “capital abierto” (número ilimitado de acciones que se pueden cotizar en la Bolsa de Valores).

Pasos para constituir una empresa:

- ❖ Reservar un nombre. Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

- ❖ Elaborar los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.

- ❖ Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país.

Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- ❖ Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima

- ❖ Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.

- ❖ Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

- ❖ Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

- ❖ Elevar a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.¹⁹²

- ❖ Aprobar el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

- ❖ Publicar en un diario. La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

- ❖ Obtener los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal

- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

- Inscribir la compañía. Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

- Realizar la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

- Obtener los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

- Inscribir el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.¹⁹⁴
- Obtener el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
 - El formulario correspondiente debidamente lleno
 - Original y copia de la escritura de constitución
 - Original y copia de los nombramientos
 - Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
 - De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite
- Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.
- Cumpliendo con estos pasos se puede tener una compañía limitada o anónima lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.
- El costo del servicio profesional de un abogado, su servicio puede variar entre \$600 y \$1,000 o dependiendo del monto de capital de la empresa.

(Reglamento General a Ley de Turismo, 2008).

Capítulo 2

2.1 Metodología

La implementación de un hotel temático en el cantón El Triunfo, es un proyecto de innovación mediante el cual se busca satisfacer las necesidades de las personas que gustan de la naturaleza así como promover una nueva tendencia hotelera en el mercado y su vez promover el desarrollo económico de la zona.

2.2. Enfoque cualitativo

La investigación cualitativa es aquella que va dirigida a la prospectiva de los participantes es decir personas o grupos que se va investigar, puede ser un ambiente natural o en relación con el contexto.

La investigación cualitativa etnográfica en educación, Manual teórico-práctico, procura plasmar un conjunto de planteamientos teóricos en los cuales están sustentados los enfoques cuantitativo y cualitativo de investigación, y muestra, en una forma resumida, las etapas fundamentales de la aplicación práctica del enfoque cualitativo etnográfico en la investigación en educación, desde la fundamentación epistemológica hasta la evaluación de la investigación (Miguel Martínez, 2000).

2.3 Enfoque cuantitativo

La investigación cuantitativa es aquella que presenta la profundidad de datos en forma numérica para que de esta manera se pueda analizar aspectos de suma importancia acerca de la población que se va a estudiar.

Usualmente parte de los cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica con base en las cuales formula hipótesis sobre relaciones esperadas entre las variables que hacen parte del problema que se estudia. (Carlos Monanje, 2011)

2.4 Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación seleccionadas para este proyecto son:

- Técnica documental
- Técnica de campo

La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información (Ávila, 2006).

De lo que analiza que la técnica documental se centra en recopilar toda la información específica y necesaria por parte de la persona que investiga, para que de esta manera se facilite el estudio de los procesos y las teorías por medio de la investigación. Se caracteriza por el uso predominante de registros y gráficos como fuente de información.

La técnica de campo accede al investigador una relación directa con el objeto estudiado para de esta manera poder sentir las necesidades que posee el lugar como el comportamiento de sus habitantes, Tiene como propósito principal recopilar información empírica sobre la realidad del fenómeno estudiado.

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta (Santa palella y feliberto Martins, 2010).

Por lo tanto, este estudio se enmarcó en una investigación de campo, ya que los datos fueron extraídos en forma directa de la realidad y por la

propia investigadora, a través del uso de instrumentos para recolectar la información.

Adicionalmente algunas herramientas frecuentemente utilizadas:

- Entrevistas
- Encuestas: Aplicación de formulario.

Las técnicas de investigación frecuentemente usadas son:

2.5 Técnicas de Recolección de Datos

1. *Observación Directa.*-elemento utilizado para la recolección de información de suma importancia, donde el investigador mantiene un contacto cercano con el objeto de observación.

2. *Observación Indirecta.*-observación de datos intangibles, que se basan en declaraciones en generales de los sujetos.

3. *Encuesta.*- herramienta de investigación cuyo objetivo es la colección de datos mediante un cuestionario perfectamente diseñado o una entrevista ejecutada a distintas personas donde los resultados son entregados en forma de tríptico, gráfico o tabla, cuya finalidad es conocer a fondo sobre estados de opinión, ideas, características o hechos específicos.

4. *Cuestionarios.*- serie de preguntas que tiene que ser transcritas de forma relacionada y estructurada, cuya finalidad es la obtención de información mediante las respuestas de los consultados.

5. *Entrevista.*- herramienta que sirva para la recolección de datos cualitativos, frecuentemente usado cuando el problema estudiado no se puede observar. Se desarrollaran preguntas con autorización de las autoridades pertinentes de la zona, las cuales

serán contestadas con el propósito de despejar dudas acerca de la realización del proyecto.

2.6 Tipos de Estudio

Estudios de tipo descriptivo.-Tienen como finalidad recolectar información sin ser manipulada, este estudio puede dar a conocer información acerca de estado de salud, comportamientos, actitudes u otras características de un grupo particular seleccionado. Por esta razón se ha aplicado este tipo de estudio.

La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada (Sabino,1986)

La metodología a que se ha escogido para realizar este proyecto es el análisis cuantitativo, cuyo propósito es recopilar datos importantes que nos permita concretar la factibilidad del proyecto.

2.7 Universo – Población

La población o universo en este caso está compuesto por los habitantes de Guayaquil, debido a que es el puerto principal del Ecuador y de la provincia del Guayas, es decir es la principal vía de acceso de esta provincia, por lo tanto recibe turistas diariamente tanto nacionales como extranjeros y estos representan el mayor porcentaje de turistas que visitan el cantón El Triunfo ya sea por negocios, transito o recreación.

Los datos investigados muestran que Guayaquil tiene una población de 2 291 158 habitantes aproximadamente cifra obtenida del INEC; los cuales serán considerados como la población infinita a encuestar en el proyecto para determinar los gustos y tendencias se tomara una muestra de esta población (Diario El Universo, 2011).

2.8 Muestra

La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia.

Una muestra es un conjunto de unidades, una porción del total, que representa la conducta del universo en su conjunto (Gobierno Bolivariano de Venezuela, 2008).

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

Dónde:

n:Tamaño de la muestra

Z2: Grado de confianza de los valores.

U: Universo

P: Probabilidad de éxito.

Q: Probabilidad de fracaso (1-p)

E: Error (entre el 1% y 5%)

$$\begin{aligned}
 & (1.96)^2 * 0.50 * 0.50 \\
 n = & \dots\dots\dots \\
 & (0.05)^2 \\
 & 1.8416 * 0.25 \\
 n = & \dots\dots\dots \\
 & 0.0025 \\
 & 0.9416 \\
 n = & \dots\dots\dots = 384.16 \\
 & 0.025
 \end{aligned}$$

2.9 Técnicas de Recolección de Datos.

Interpretación de resultados de Encuestas.

EDAD

Tabla 1. *Edad de los Encuestados*

EDADES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
15 -20 años	50	13,02%
21 - 26 años	60	15,63%
27 - 32 años	190	49,48%
33 - 38 años	84	21,88%
TOTAL	384	100%

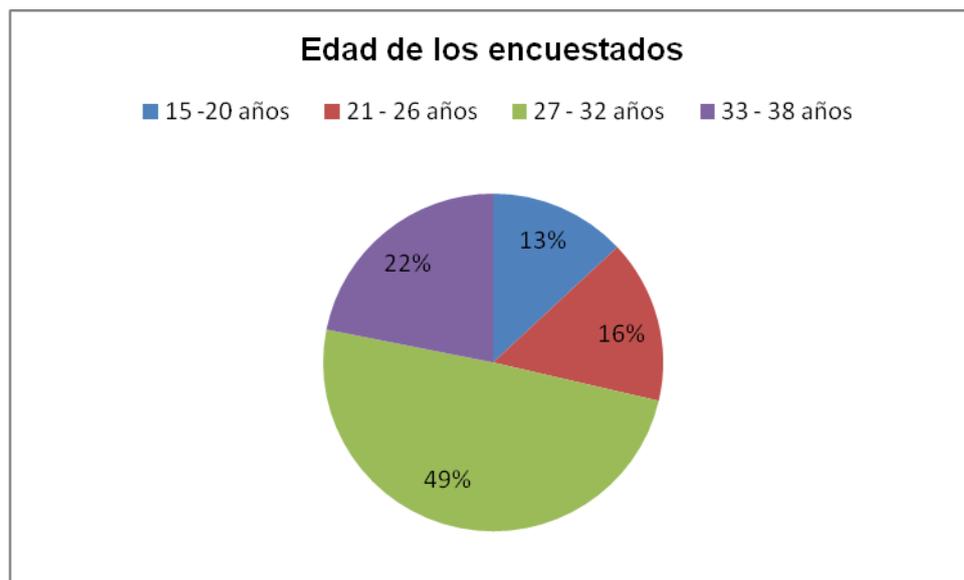


Figura 1. Análisis de edad de los encuestados

Las encuestas se han realizado en rangos de 15 a 38 años de edad, donde se puede determinar que la mayoría de personas encuestadas varían entre 27 y 32 años las cuales obtienen un porcentaje de 49,48%.

1. ¿Le gusta a usted estar en contacto con la naturaleza?

Tabla 2. *Personas que les gusta el contacto con la naturaleza*

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
SI	235	61,20%
NO	149	38,80%
TOTAL	384	100%



Figura 2. Análisis de personas que prefieren el contacto con la naturaleza

El 61.20% de las personas gustan de estar en constante contacto con la naturaleza en todo momento de sus vidas debido a que son amantes de la misma, mientras que el 38.80% de personas prefiere permanecer en un ambiente rodeado de la vida cotidiana como lo es la ciudad. Esto es importante porque se cuenta con persona con interés sobre el ámbito en que se desarrollará la propuesta.

2. ¿Conoce usted el cantón El Triunfo?

Tabla 3. No. de personas que conocen el cantón

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
SI	138	35,94%
NO	246	64,06%
TOTAL	384	100%



Figura 3. Análisis de personas que conocen el cantón.

El 64.06% de las personas encuestadas no tiene conocimiento acerca del cantón, debido a que es un cantón muy pequeño, mientras que el 36% de los encuestados si posee conocimiento del cantón debido a que acuden con frecuencia al lugar por motivo de turismo visita familiar, negocio, etc.

3. ¿Cuándo viaja lo prefiere hacerlo en compañía de?

Tabla 4. Preferencias al momento de realizar un viaje

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Amigos	70	18,23%
Familia	88	42,45%
Pareja	163	22,92%
Solo	63	16,41%
TOTAL	384	100%

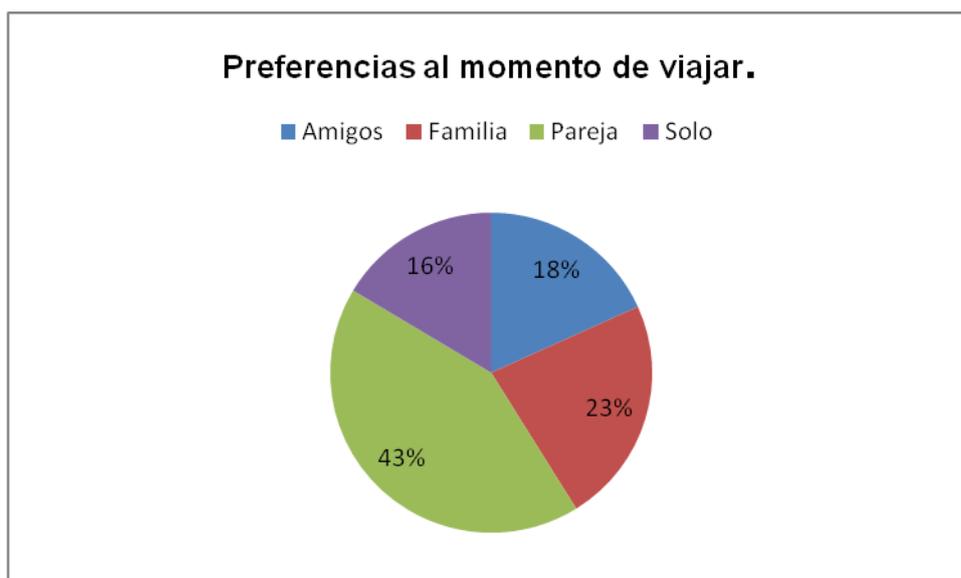


Figura 4. Análisis de preferencias al momento de realizar un viaje

El turista al momento de realizar un viaje tiene como preferencia hacerlo de la mano de su familia, en segundo lugar tenemos la compañía de pareja sentimental. Las personas las cuales realizaron esta encuesta manifiestan que al momento de emprender un viaje prefieren hacerlo acompañado.

4. ¿En qué época prefiere salir de viaje?

Tabla 5. Momento de realizar un viaje

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Fin de semana	97	25,26%
Feridos	209	54,43%
Entre semana	78	20,31%
TOTAL	384	100%

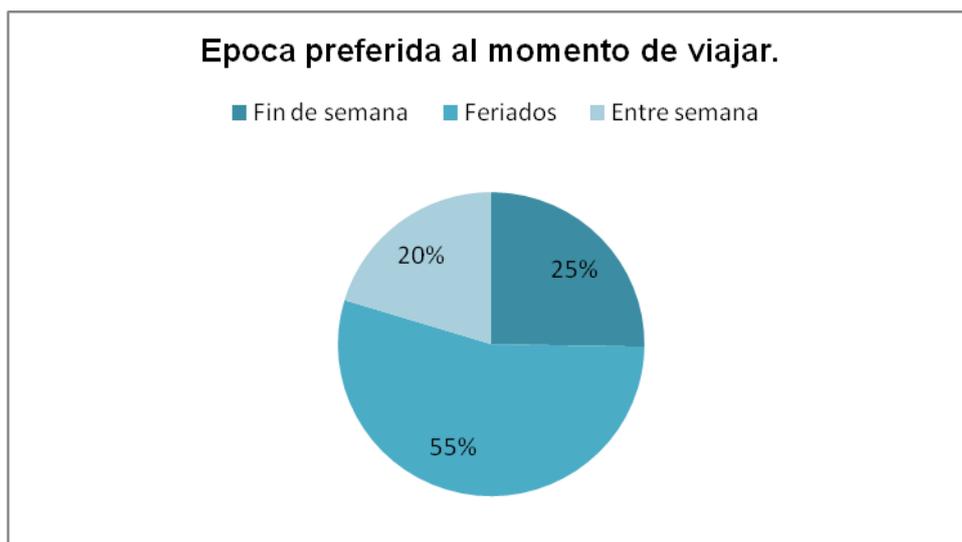


Figura 5. Análisis de la época preferida para realizar un viaje

El 54.43% de las personas manifiestan que prefiere realizar un viaje en el feriado, mientras que en el segundo lugar tenemos un 25.26% de personas encuestadas que prefieren realizar un viaje los fines de semanas, lo cual es una información importante debido a que se conoce en la época que el hotel podrá tener más visitas.

5. ¿Al momento de tener que elegir un servicio de hospedaje ¿Qué es lo primero que busca?

Tabla 6. Preferencias al momento de buscar hospedaje.

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Innovación	85	22,14%
Comodidad	46	11,98%
Precio	129	33,59%
Ubicación	56	14,58%
Servicio	68	17,71%
TOTAL	384	100%

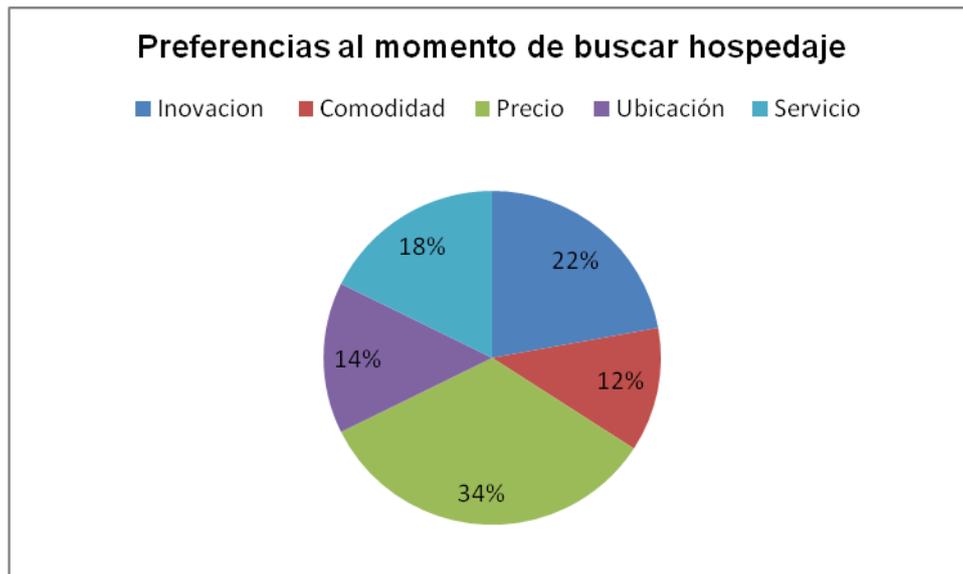


Figura 6. Análisis de las preferencias de los huéspedes al momento de elegir un hospedaje.

El 33.59% de turistas manifiestan en las encuestas que al momento de elegir un hospedaje lo que más buscan es la comodidad de su bolsillo es decir el factor precio, mientras que el 22%. Busca innovación algo diferente al ambiente ya acostumbrado a relacionarse.

6. ¿Tiene conocimiento usted sobre lo que es un hotel temático?

Tabla 7. Conocimiento de un hotel temático

OPCIONES	#DE PERONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Si	132	34,38%
No	252	65,63%
TOTAL	384	100%

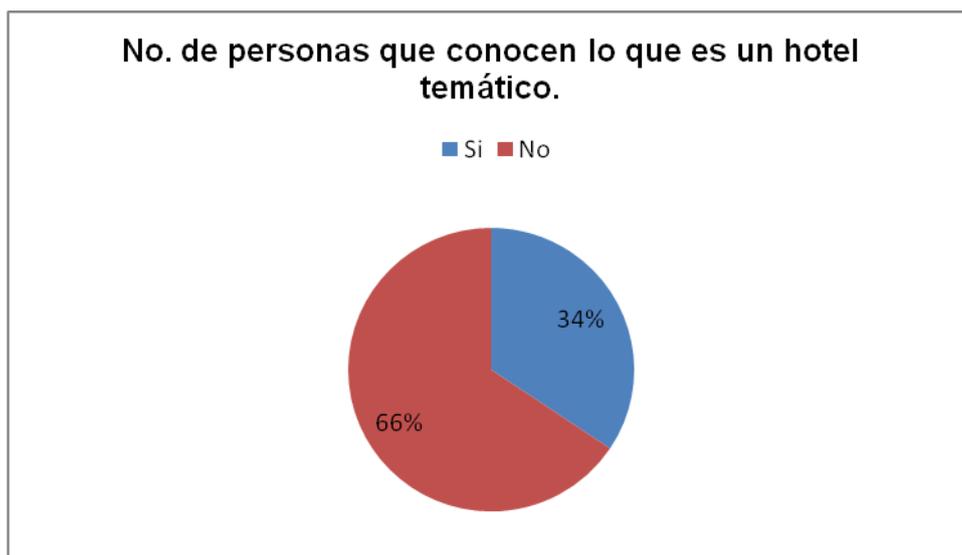


Figura 7. Análisis de las personas sobre el conocimiento de un hotel temático.

El 65.63% de las personas manifestaron que no tiene conocimiento de lo que es un hotel temático, mientras que el 34.38% si conoce acerca de este.

7. ¿Ha escuchado usted acerca de un hotel burbuja?

Tabla 8. Conocimiento de un hotel burbuja.

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Si	119	30,99%
No	265	69,01%
TOTAL	384	100%

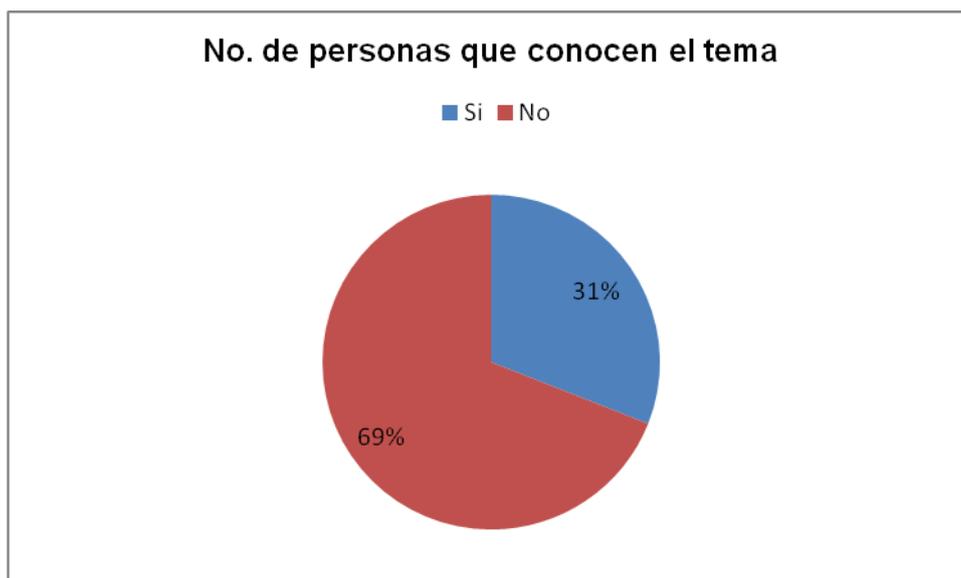


Figura 8. Análisis de las personas sobre el conocimiento de un hotel burbuja.

El 69.01% de las personas manifestaron que no tiene conocimiento acerca de lo que es un hotel burbuja y el 30.99% manifestaron que si tienen conocimiento del tema. Lo cual sería un beneficio ya que al ser mencionado este término desconocido para la mayoría de personas esto hará que ellos quieran conocer sobre el hotel.

8. ¿Se hospedaría usted en un hotel donde las habitaciones no posean paredes, sean estructuras transparentes en forma de burbujas y que permitan observar ampliamente la naturaleza?

Tabla 9. Aceptación del hotel

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Si	120	31,25%
No	264	68,75%
TOTAL	384	100%

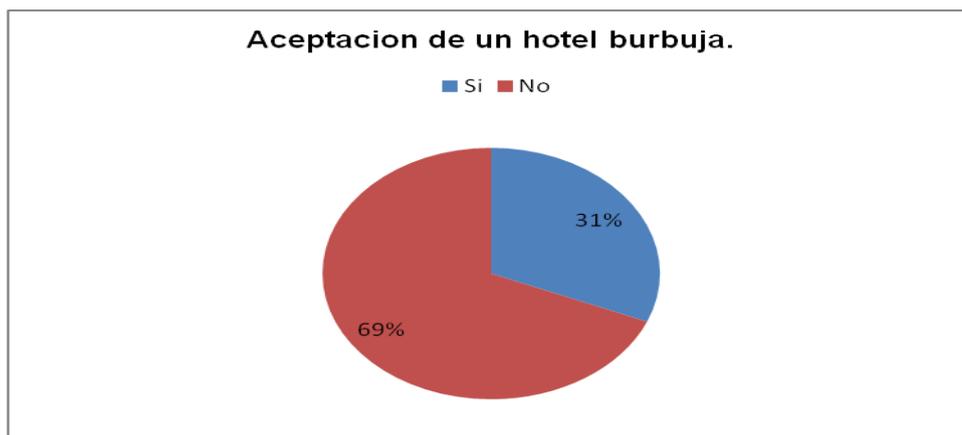


Figura 9. Análisis de la aceptación del hotel.

Del 100% de las encuestas realizadas el 68.75% de las personas encuestadas manifestaron que si se hospedarían en un hotel y mostraron mucho interés por el mismo, por otro lado el 31.25% de las personas se sienten a gusto hospedándose en el hotel.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alojamiento exclusivo en una noche?

Tabla 10. Precio a pagar por persona

OPCIONES	# DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
\$40-\$50	119	30,99%
\$50-\$60	108	28,13%
\$60 en adelante	157	40,89%
TOTAL	384	100%

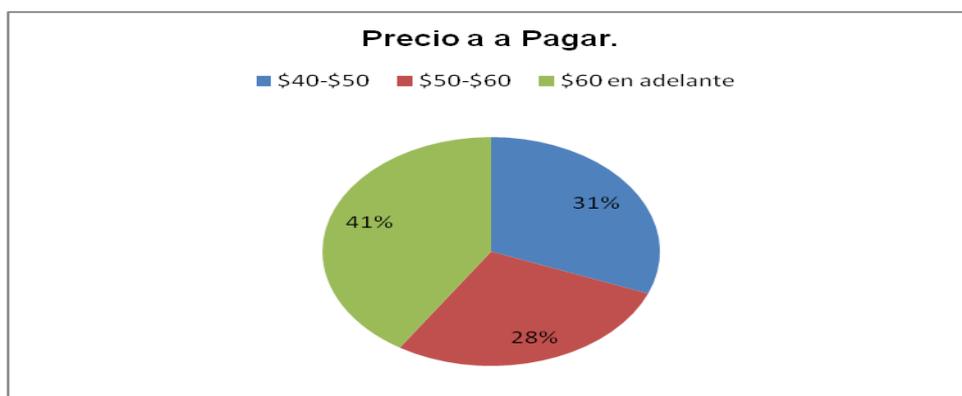


Figura 10. Análisis del precio a pagar por persona.

El 30.99% de las personas encuestadas se sentirían cómodas cancelando un valor de \$40 a \$50, el 40.89% cancelaría de \$60 en adelante,

y por último el 28.13% manifestó que no estaría de acuerdo en cancelar el valor entre \$50 y \$60.

10. ¿Cuántas noches estaría dispuesto a hospedarse en el hotel?

Tabla 11.Numero de noches a hospedarse en un hotel

OPCIONES	#DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
1-2 noches	120	31,25%
2-5 noches	104	27,08%
5 en adelante	160	41,67%
TOTAL	384	100%

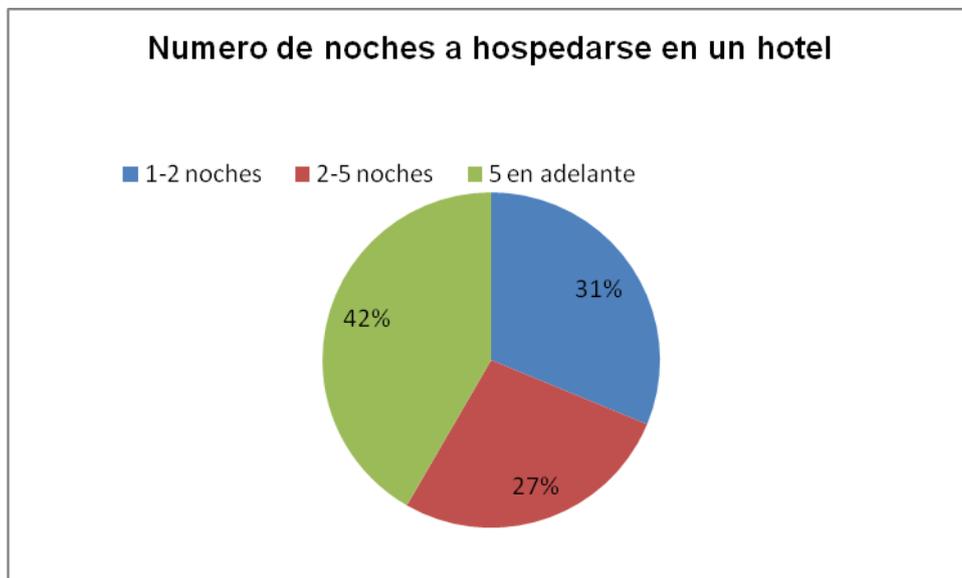


Figura 11.Análisis de número de noches dispuesto a hospedarse.

El 41.67% de personas estaría dispuesto a hospedarse de 5 noches en adelante, mientras que el 31.25% se hospedaría de una a dos noches y el porcentaje menos que es de un 27.08% se hospedaría de 2 a 5 noches.

2.10 Entrevista

Entrevista al alcalde del cantón El Triunfo Andrés Macías realizado el día 29 de enero del 2016.

1. ¿Cómo usted percibe la situación actual del turismo en el cantón el triunfo en los últimos años?

La situación actual del turismo en nuestro cantón es muy poco favorable, debido a que no hay programas que fomenten el turismo en el cantón para que de esta manera los turistas puedan visitarnos, de tal manera que se encuentra estancado y no podemos dar a conocer los recursos naturales con los que posee nuestro cantón, por lo cual estamos trabajando arduamente para poder mejorar la parte turística en el cantón.

2. ¿Actualmente existe algún programa de desarrollo turístico en el cantón?

Existe un programa de desarrollo turístico que es manejado por la prefectura del Guayas que es el programa turístico de la Ruta de la Aventura en la cual forma parte El Triunfo y Bucay, pero actualmente nos encontramos trabajando para poder tener nuestro propio plan de desarrollo turístico

3. ¿Podría usted comentarnos un poco acerca de los problemas principales que sufre el cantón?

En nuestro cantón existen algunos problemas, sin duda alguna el más importante y fuerte es el problema que tenemos actualmente con el alcantarillado que es cuando nos visita el invierno y el alcantarillado colapsa cuando hay lluvia, pero estamos trabajando para el beneficio de nuestros habitantes, Otro de los principales problemas también es la inseguridad.

4. ¿Conoce usted cuales es la fuente principal de ingreso de los habitantes del cantón?

Sin duda alguna la principal fuente de trabajo en nuestro cantón es la agricultura, debido a que tenemos algunas reconocidas empresas agricultoras situadas en nuestro cantón y es aquí donde nos visitan personas dedicadas a la misma lo cual generan fuentes de trabajo para los habitantes.

5. ¿Apoyaría usted un proyecto de innovación hotelera en el cual ayude al reconocimiento y crecimiento económico y turístico del cantón?

Sin duda alguna apoyaría, porque un proyecto hotelero genera fuentes de trabajo a nuestros habitantes y aumenta el desarrollo turístico y el reconocimiento a nivel nacional de nuestro cantón.

6. ¿Cómo actúa usted cuando tiene alguna dificultad en resolver un problema?

Si es un problema que se sale de mis manos optó por acudir a mis asesores o personas que conozcan más a fondo acerca del problema a tratar, todo con el fin de satisfacer a nuestros habitantes.

7. ¿Cómo maneja usted las quejas y reclamos de los habitantes?

Nuestro GAD municipal es un municipio de puertas abiertas, donde estamos dispuestos a escuchar cualquier tipo de sugerencia o problemas siempre con la disposición de atender a nuestros habitantes. Nuestra principal función es servir a nuestros habitantes.

2.11 Análisis de las entrevistas efectuadas.

El día 29 de enero del 2014 se dio la oportunidad de visitar el cantón El Triunfo con el propósito de entrevistar al señor alcalde Andrés Macías y de esta manera conocer un poco más acerca de cómo trabaja en GAD municipal del mismo en diversos aspectos.

Fuimos recibidos en el despacho del Sr. Alcalde quien nos recibió de una manera muy afectiva y cordial y respondió nuestras preguntas de una manera directa y objetiva, antes de realiza la entrevista nos contó un poco sobre la historia del cantón que se ha hecho en estos últimos años y que se piensa incrementar con el pasar del tiempo.

Se comenzó la entrevista con el tema del turismo, donde el Sr. Andrés Macías nos comentaba que actualmente el turismo no es explotado en el cantón y que solo existe un plan de desarrollo turístico que promociona al El Triunfo el cual lo maneja la prefectura del Guayas pero actualmente el GAD municipal se encuentra trabajando para poder tener su propio plan de desarrollo turístico ya que consideran que el turismo es un factor de suma importancia.

Los principales problemas por los cuales atraviesa el cantón actualmente es el sistema de alcantarillado principalmente cuando es época de invierno, ya que es ahí donde viene el problema y los alcantarillados colapsan debido a la variedad de ríos con los que posee el cantón.

El señor Macías manifestó que la mayor fuente de ingreso es la agricultura y de hecho cuando recorrimos el cantón pudimos percibir que el centro de la ciudad posee varios locales comerciales donde se dedican a la venta de productos agrícolas.

Para finalizar el alcalde del cantón El Triunfo nos manifestó que para él el tema de las quejas de los habitantes es un tema de suma importancia para su administración, ya que se trata del malestar de los mismo y siempre está presto a escucharlos y tratar en lo posible de resolver todos los problemas, ya que manifiesta que su administración es un municipio de

puertas abiertas dispuesto a receptor cualquier tipo de quejas y sugerencias por parte de los habitantes para el beneficio del cantón.

Capítulo 3

3.1 Estudio de Mercado

El Estudio de Mercado se utiliza para conocer la oferta cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen y para conocer la demanda, quiénes son y qué quieren los consumidores.

Es el diseño, obtención, análisis y presentación sistemática de datos pertinentes a una situación de marketing específica que una organización enfrenta. Las empresas utilizan investigación de mercados en una amplia variedad de situaciones (Philip Kotler, 2010).

Es así que en base a lo expuesto, el estudio de mercado es aquel que tiene como propósito planificar, recopilar, analizar y anunciar sobre el poder de compra de los consumidores, así como los perfiles de los mismos para de esta manera poder conocer las ventajas y desventajas acerca del producto a ofrecerse al consumidor.

Todo esto con el fin de conocer el sector del mercado y tener más aceptación y entonces implementar un plan de marketing con sus estrategias llegando de manera positiva al consumidor.

3.2 Situación actual del Triunfo

Ecuador reconocido no solo por sus diversos países, climas únicos en el mundo , atractivos que no han sido explorados es decir son netamente vírgenes ,sino también por ser un país colmado de gente amable y acogedora.

El cantón El Triunfo que limita al norte con los cantones de Yaguachi y Marcelino Maridueña, al sur con el cantón Naranjal y la provincia de Cañar, al este con Cumandá y finalmente al oeste con Yaguachi y Naranjal.

Territorialmente se encuentra localizado en toda la parte céntrica de la órbita baja del majestuoso río Guayas y en la suborbital del río BuluBulu, con una altura cociente de 42 metros relativo el nivel del mar. Su metrópoli se localiza establemente entre los ríos BuluBulu en el sur y el río Verde de Este a Oeste.

El heroico hecho de su cantonización corresponde únicamente al arduo esfuerzo de un grupo de habitantes que tenían como meta tanto la superación como separación del vecino cantón Yaguachi, es así que debido a este acontecimiento la Cámara Nacional de Representantes remite una nueva ley la cual consiste en la instauración del cantón El Triunfo en la fecha del 25 de Agosto de 1983.

En tiempos lejanos se lo conocía como “Boca de los Sapos” debido a que en tiempos de campaña presidida por el Dr. José María Velasco Ibarra ex presidente de nuestra nación, hace varios años atrás los habitantes de dicho cantón en ese entonces conocido como “La Boca de los Sapos” acompañaban al candidato presidencial entusiasmados voceaban “Los Sapos con Velasco” o “Velasco con Los Sapos”, lo cual molestó de manera contundente al ex aspirante, y manteniendo un dialogo con el pueblo expreso que si ganaría las elecciones presidenciales desearía remplazar el nombre al cantón Boca de los Sapos por El Triunfo, ya que el voto de cada uno de los habitantes le dará el triunfo de manera personal (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

En épocas de antaño el cantón El Triunfo, era visitado frecuentemente por aquellas personas que se dedicaban a la actividad agrícola o simplemente acudían al cantón con el propósito de negocios o trabajo.

Según datos oficiales del INEC (2010) el 41% de los habitantes se dedica a las actividades agropecuarias, mientras que el 16% al comercio. Todos los fines de semana de manera especial los días domingos, el cantón vive una ardua e intensa actividad comercial cuya característica se debe únicamente a la gran influencia de los visitantes de sitios limítrofes.

POBLACION

Cuenta con una población global de 44.778 habitantes; de los cuales 22.824 son hombres y 21.954 son mujeres (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

MIGRACIÓN

En cantón han migrado 930 personas de las cuales el 57% son hombres y el 43% mujeres. El principal motivo de la migración se debe a buscar la oportunidad de un empleo para mejorar los ingresos económicos y las condiciones de vida de la familia; el 14% viajó para reencontrarse con su familia y apenas un 5% por estudios. El principal destino de migración fue a España con un 43% y a Estados Unidos el 40%. En la mayoría de los casos la principal causa de la migración es por trabajo (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

SALUD PÚBLICA

El cantón el Triunfo es una segmentación territorial por parte del Ministerio de Salud de la Provincia del Guayas que cuenta con personal médico y áreas de enfermería, odontología, obstetricia y administrativo, siendo el Hospital del El Triunfo la dirección de esta área. Dicho hospital cuenta con distintas áreas como psicología o planificación familiar e individual la cual fomenta a disminuir la pobreza existente del cantón y a disminuir el número de niños abandonados a causa de ser hijos de madres solteras o menores de edad (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

VIVIENDA

La tenencia o propiedad de las viviendas de los habitantes del cantón El Triunfo representa que un 46% es propia y totalmente pagada, cuando un 4% representa que es propia pero aun la están pagando, el 10% representa que es propia (regalada, donada, heredada o por posición), el 20% representa que es prestada o cedida (no pagada), el 3% representa que es por servicios y el 16% es Arrendada (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

SEGURIDAD HUMANA

El Triunfo cuenta con varias instituciones que sirven para prestar ayuda a la comunidad tales como cuerpo de bomberos, Comité de Operaciones Emergentes C.O.E, Defensa Civil, Cruz Roja, Policía Nacional, Comisión de Tránsito del Ecuador, Concejo Cantonal de la Niñez y la Adolescencia, Cámara IP y Ojos de Águila (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

RECREACIÓN

A medida que pasa el tiempo el cantón ha ido evolucionando de manera favorable se han ido implementando parques de recreación donde actualmente acoge a una población aproximada de 5.000 habitantes, es aquí donde se puede gozar de actividades como natación, juegos infantiles ,complejo con piscinas y últimamente se ha construido un estadio llamado Estadio Deportivo La Chocolatera, donde se ha lo desarrollo con el fin de incentivar el deporte en los jóvenes Triunfenses y proteger a los deportistas (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

BALNEARIOS

Existen algunos balnearios que son muy conocidos y visitados en la zona como Chircales, Los Pinos, Las Palmas y 5ta Ortega que son privados , finalmente el balneario Dos bocas que es publico siendo este uno de los más visitados (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

La mayoría de estos balnearios cuenta con juegos infantiles, piscinas para niños y adultos, canchas deportivas, áreas verdes, pista de baile, cabañas y restaurantes excepto el balneario Dos bocas que es un balneario de naturaleza donde solo se puede disfrutar del clima y de un hermoso paisaje, donde los turistas llegan para poder disfrutar del mismo y realizar deportes extremos (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

HOTELES

La oferta hotelera en el cantón es pequeña debido a que El Triunfo es considerado una zona de tránsito debido a que conecta con dos carreteras importantes, la una que llega hacia el cantón La Troncal perteneciente a la provincia del cañar, y otra que conecta con el cantón Bucay perteneciente a la misma provincia, es decir cantones que están más posicionados turísticamente; entre la oferta hotelera se encuentra el Hotel El Triunfo, Hotel Bulubulu, y Polo Inn Hotel, siendo estos los tres hoteles más importantes de la cabecera cantonal del cantón, el resto son hoteles más pequeños, casas de arriendo entre otros.

Puesto a que el cantón es pequeño dichos establecimientos no se los puede considerar como hoteles debido a que no cuentan con todos los parámetros y estándares del mismo, es decir están categorizados como hostales.

CULTURA Y FESTIVIDADES

En lo que se refiere a las festividades se recalcar que El Triunfo cuenta con algunas actividades festivas como podemos mencionar las fiestas de cantonización del cantón celebradas el 25 de agosto, donde participan las principales autoridades y la ciudadanía en general donde el comité de fiestas del GAD Municipal se encarga de organizar cronogramas festivos tales como la elección de la reina, desfile estudiantil, parada militar, presentaciones de artistas nacionales y extranjeros normalmente estas festividades duran hasta el amanecer.

Fiesta patronal de la Señora del Cisne dicha festividad se la festeja hace seis años aproximadamente donde se realizan novenas en honor a la virgen del cisne, donde se unen varios de creyentes a venerar a la virgen patrona del cantón. La celebración de esta fiesta se celebra 8 días antes de septiembre durante el trayecto de esos 8 días los creyentes se reúnen en la iglesia a rezar la novena.

Al finalizar dicha festividad acuden mariachis, luego recorren las principales calles del cantón con la imagen de la virgen culminando con la quema del castillo (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

Las culturas y las festividades de cada cantón es una cultura muy llamativa para los extranjeros que llegan a Ecuador debido a que este tipo de culturas no se las ve otros países.

LEYENDAS

Existen algunas leyendas muy conocidas, entre las principales podemos mencionar “La loca Tomasita del cementerio” y “Los Milagros del padre Lopez” que es una de las leyendas más reconocidas ya que se comenta que este padre era una persona que tenía dotes de curación y en honor a los habitantes construyeron un centro comercial con su nombre (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

EDUCACION

En el Cantón El Triunfo existe un porcentaje del 10% de la población que no sabe ni leer ni escribir lo que representa 3982 casos de analfabetismo, el 90% de la población si sabe leer y escribir lo que representa 35659 casos, eso quiere decir con un total de 39641 casos en el Triunfo (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

CANTÓN EL TRIUNFO: POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO Y ÁREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	30.080	21.949	8.131	15.576	11.141	4.435	14.504	10.808	3.696
NINGUNO	2.750	1.770	980	1.455	896	557	1.295	872	423
CENTRO ALFAB.	127	90	37	69	50	19	58	40	18
PRIMARIO	16.900	11.651	5.249	8.936	6.049	2.887	7.954	5.602	2.352
SECUNDARIO	6.657	5.626	1.229	3.412	2.767	625	3.445	2.841	604
POST BACHILLERATO	70	62	8	29	27	2	41	35	6
SUPERIOR	1.063	846	117	503	443	60	560	503	57
POSTGRADO	7	7	0	3	3	0	4	4	0
NO DECLARADO	2.306	1.795	511	1.169	864	295	1.137	911	226

El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón El Triunfo es de 5,5 años, para la población del área urbana es de 5,9 años y para el área rural 4,4 años. Para hombres 5,4 y para mujeres 5,6 años

Figura 12. Población del Triunfo

Fuente: Tomada del sitio web INEC.

COMUNICACIÓN SOCIAL.

Con el pasar de los años el cantón se ha ido desarrollando en todos los sentidos entre los más importantes se puede destacar la cobertura total de telefonía convencional con un déficit de 89% de cobertura telefónica en todo el cantón, una cobertura de 6% en internet y 82% de televisión con cable.

La disponibilidad de internet en el cantón alcanza un total de 6% con un déficit de 94% a nivel del cantón, La disponibilidad de televisión por cable es de un total de 18% con un déficit de 82% (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Triunfo, 2009).

3.3 Fuerzas de Porter

Las 5 Fuerzas de Porter es una herramienta usualmente aplicadas para los negocios, por medio de la cual se puede esparcir los recursos y superar la competencia.

Entrada de nuevos competidores

El proyecto del hotel burbuja plantea una idea diferente e innovadora tanto en infraestructura como en diseño de habitaciones por lo cual será considerado el precursor en alojamientos dentro de Eco-esferas transparentes; debido a esto se realizara el proceso de patentar la idea en el

Instituto Ecuatoriano de La Propiedad Intelectual para evitar que se pueda reproducir la propuesta con las mismas características en cualquier otro hotel y así afectar directamente el avance y posicionamiento adquirido.

Amenaza de Productos Sustitutos

Esta fuerza de Porter hace referencia a competidores que ofertan productos diferentes que satisfacen la misma necesidad en cuestión. La actividad principal del proyecto es el hospedaje por lo cual los competidores pueden ser moteles, hostales, casas de alquiler, cabañas etc.

Que satisfacen la necesidad de refugio de los posibles clientes; en la zona rural del Cantón El Triunfo existen una pequeña cantidad de hostales, cabañas y moteles debido a que el sector no ha sido tan explotado turísticamente pero estos establecimientos ya están posicionados en el mercado del sector; la ventaja de las Eco-esferas es que es una idea innovadora y nunca antes vista en el Ecuador por lo cual se tendrá liderazgo en lo que a hospedaje se refiere en el sector aumentando así la expectativa y la calidad que perciben los consumidores.

Poder de negociación de los proveedores

En lo que respecta a los proveedores del proyecto son únicos debido a que la empresa fabricante de las Eco-esferas está radicada en Francia, su poder de negociación es aceptable ya que la calidad con la que entrega los productos es alta aunque su precio es elevado, la única forma de reducir los costos del proyecto sería encontrar un fabricante nacional que pueda elaborar esferas de plástico resistentes para ser utilizadas como habitaciones.

Poder de negociación de los consumidores

Los consumidores de servicios hoteleros poseen gran poder de negociación ya que debido a que el Cantón donde se realizara el producto no es tan conocido turísticamente, por lo cual pueden solicitar precios más bajos, la ventaja que se puede sacar es que el producto que ofertamos posee gran diferenciación respecto a los competidores tanto directo como sustitutos.

Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad en el sector es moderada debido a que la zona está en crecimiento turístico, existen hosterías que ofertan turismo ecológico y de campo en el sector, estas hosterías poseen muy buena calidad en sus servicios por lo cual para superar su calidad se dotara de características nuevas al producto que ofertaremos y en consecuencia brindar de nuevos servicios como posicionar actividades de aventura para aumentar la demanda de turistas de todas las edades.

3.4 Análisis P.E.T.S.A

Político

En lo que respecta al entorno político Ecuador ha venido teniendo más apoyo por parte del gobierno actual en lo que respecta al ámbito turístico, el cual debido al cambio de la matriz productiva del país se encuentra ubicado en el tercer lugar de las actividades generadoras de desarrollo, debido a esto el gobierno ha realizado una gran gestión por incentivar el turismo en nuestro país iniciando la campaña mundial de “*ALL TOY NEED IS ECUADOR*” que es la magistral promoción realizada por el gobierno actual.

El Ministerio de turismo actualmente sigue incentivando a la creación de nuevos productos turísticos para así aumentar la oferta y la creación de nuevos destinos por lo cual se está dando amplia garantía para poder iniciar un negocio en el ámbito turístico.

Económico

El Ecuador ha ido tenido gran crecimiento Económico durante varios años debido a esto se ha venido incrementando en gran medida la infraestructura física del país, se promovió la sustentabilidad energética creando mega construcciones que aportaran en un futuro recursos económicos favorables para continuar con un avance sólido.

En la actualidad y debido al último pronóstico económico dado por el Banco mundial, el país entro en un proceso de recesión gracias a la caída significativa del precio del petróleo que provoco que el Ecuador crezca en un 0.4% desde el 2015, dado que en años anteriores el crecimiento oscilaba entre un 3.0% a un 3.8% es decir un cambio significativo en el crecimiento de su economía (Diario El Universo, 2015).

Social

En el aspecto social los habitantes del cantón El Triunfo se dedican principalmente a labores agrícolas en general seguido del comercio y las industrias manufactureras así como explica el siguiente cuadro:

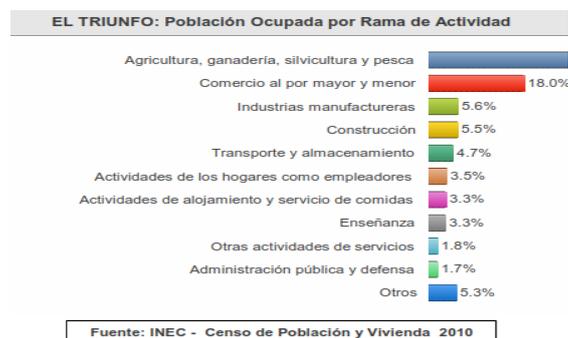


Figura 13.El Triunfo: Población Ocupada por Rama de Actividad

Fuente: Tomada del sitio web INEC

Los habitantes del cantón poseen un nivel de instrucción Primario en su mayoría, lo cual establece una población con poco desarrollo educativo, que tiene que ver con muchos factores sociales como el desistimiento de estudios por trabajo, pero en la actualidad este problema está cambiando gracias al cambio de mentalidad de los habitantes que ahora se esfuerzan por cambiar su estilo de vida con lo cual busca estudiar para mejorar su posición económica y adquisitiva.

Tecnológico

El país ha ido proyectándose a aumentar su desarrollo tecnológico promoviendo el uso de internet, el cual en la actualidad es utilizado de una manera más inclusiva y cada vez más personas lo utilizan en su diario vivir, por ello el país está promoviendo ampliamente su desarrollo tecnológico destacando la gran inversión en innovación que se está viendo reflejada en las universidades, en las escuelas y los colegios donde actualmente la enseñanza va de la mano con la tecnología.



En el 2013, el 43,6% de las personas de Ecuador utilizaron computadora, 6,1 puntos más que en el 2010. En el área rural el incremento es de 8,4 puntos más que en el 2010.

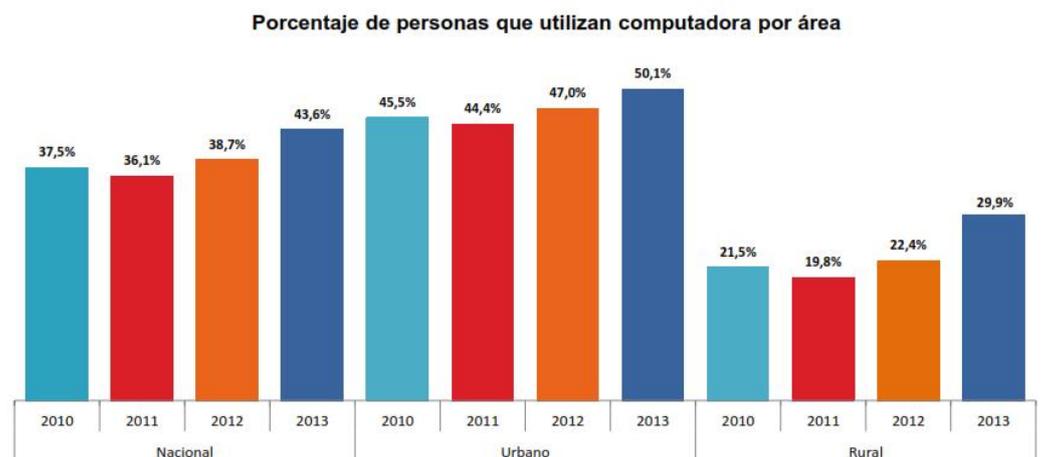


Figura 14. Porcentaje de personas que utilizan computadores en el área.
Fuente: Tomada del sitio web Ecuador en cifras.

El internet es la forma más sencilla y rápida para comunicarse con el mundo, es por esto que en lo que respecta al ámbito turístico el internet es la mejor herramienta de promoción que posee actualmente el país, por medio de redes sociales y páginas web se ha dado gran promoción turística por medio de videos y fotografías oficiales que emplea el Ministerio de Turismo mostrando los vastos sitios turísticos que posee el Ecuador y así incentivar al internauta el deseo de conocer las bellezas que posee la nación.

Ambiental

En el aspecto ambiental la zona rural del cantón El Triunfo se mantiene libre de contaminación debido a que poseen pocas industrias en el territorio perteneciente al cantón, debido a esto existen gran cantidad de animales que viven todavía de forma silvestre en los bosques, es decir todavía se mantiene una flora y fauna significativa pero que gracias a la intervención humana en lo que respecta a agricultura ha ido reduciendo significativamente los bosques primarios de la zona, debido a esto el presente proyecto turístico tiene una repercusión ambiental ya el lugar donde se va a posicionar posee un bosque primario de samanes que son arboles indispensables para la protección de muchas especies que viven dentro de ese ecosistema.

3.5 Análisis F.O.D.A

La información que ofrece el Foda, permite analizar sobre aspecto importantes que favorecen las condiciones del cantón El Triunfo para el desarrollo de un posible hotel temático en la zona, por cuanto existen condiciones naturales así como de acuerdo a la observación directa una predisposición de sus habitantes en la participación de proyectos innovadores. El desconocimiento del potencial turístico que posee como ofertantes en esta industria en crecimiento.

Fortalezas

- ❖ Cuenta con atractivos naturales variados, como ríos, cascadas, riachuelos, pequeñas montañas y excelente clima.
- ❖ Los habitantes son personas emprendedoras, con capacidad de trabajo y presta a colaborar con proyectos innovadores.
- ❖ Cuenta con personas con nivel educativo medio, con apertura al aprendizaje/innovación en nuevos campos.
- ❖ Las costumbres y tradiciones son una parte de atracción del cantón.

Oportunidades

- ❖ El cantón posee una ubicación estratégica, debido a que es parte de la ruta de la aventura (El Triunfo-Bucay), la cual permitirá nuestro posicionamiento.
- ❖ Las vías de acceso al cantón El Triunfo son totalmente asfaltadas y están en buenas condiciones.
- ❖ Crecimiento económico del cantón por el factor de agricultura.
- ❖ El turismo de aventura es el más solicitado por los turistas extranjeros.
- ❖ El cantón El Triunfo y Bucay no cuentan con hospedajes innovadores.

Debilidades

- ❖ El cantón El Triunfo es muy poco conocido y explotado turísticamente
- ❖ Falta de conocimiento por parte de los habitantes del cantón en proyectos turísticos
- ❖ Falta señalización adecuada la cual pueda brindar información precisa.
- ❖ Falta de experiencia turística, hotelera

Amenazas

- ❖ Desastres originados por la naturaleza.

- ❖ Competencia de poblaciones a pocas distancia del cantón, con similares atractivos naturales.
- ❖ Indiferencia del GAD frente a la demanda turística y su poca participación en el fomento del turismo.

3.6 Oferta del Mercado

En una negociación, propuesta de un país de proceder a una mayor liberalización, generalmente una oferta de aumentar el acceso a sus mercados (Organización Mundial del Comercio, 2014).

El cantón El Triunfo no cuenta con variedad de establecimientos que ofrezcan servicio de hospedaje siendo Tres hoteles los de más renombre como lo son el Hotel El Triunfo, Bulubulu y Polo Inn. En lo que respecta a establecimientos de recreación posee paradores turísticos y balnearios los cuales son visitados con más afluencia los fines de semana por la comunidad local y personas de cantones aledaños.

En lo que respecta a alimentación existe una gran variedad de establecimientos de comidas típicas donde sus platos estrellas son el arroz con menestra y carne, pollo o chuleta ahumada, y la fritada que son comidas típicas en el sector debido a que sus habitantes son tanto costeños como serranos, también existe oferta de recreación nocturna como lo es una cantidad considerable de bares, karaokes y discotecas para el disfrute de los habitantes del cantona si como para las personas que lo vengán a visitar.

Los atractivos turísticos principales del cantón El Triunfo son sus ríos, debido a sus hermosas aguas cristalinas que posee los cuales son visitados en su mayor parte cuando en clima templado.

3.7 Demanda del Mercado

Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (Española, 2014)

Las personas que visitan el cantón El Triunfo en su mayoría son turistas tanto nacionales y una minoría extranjeros, entre los nacionales son originarios de los cantones y ciudades aledañas al cantón el Triunfo aquellos que gustan del turismo de aventura, estar en total contacto con la naturaleza y disfrutar de su hermoso y cálido paisaje.

La mayoría de estas personas que visitan el cantón por negocios, en su habitantes del cantón Milagro, Daule, San Carlos y la mayor parte de la ciudad de Guayaquil, debido a su cercanía y que es un cantón muy comercial gracias a las grandes y reconocidas empresas que están posesionadas en el mismo, aquí es donde las personas acuden para hacer negocios acerca de la agricultura.

Los turistas extranjeros que visitan el cantón son personas originarias de Chile, Perú y Estados Unidos la mayoría que se dedican a profesar la religión.

Capítulo 4

4.1 Razón social

“SamkaSaman Lodge”

4.2 Objeto social

- ❖ proveer un alto disfrute y satisfacción a un grupo vulnerable como a sus parientes y amigos logrando hacer conciencia de la importancia de la inclusión en el ámbito de la recreación.
- ❖ Prestar servicios turísticos y de aventura.
- ❖ Renta de habitaciones y demás servicios a turistas tanto nacionales como extranjeros.

4.3 Logo Grafico: Logo del hotel Elaborado por: Los autores



Figura 15. Logo
Elaborado por: Los Autores

4.4 Slogan

“Descansar entre la naturaleza nunca fue tan cómodo”

4.5 Misión

Ser un establecimiento comprometido a ofrecer un servicio de calidad a los clientes, rodeados de un ambiente de naturaleza donde se lleven la mejor experiencia de sus vidas y así como una placentera estadía, acompañados de una atención responsable y adecuada.

4.6 Visión

Fortalecernos y convertirnos en la cadena hotelera más importante del país, siendo reconocidos por brindar un servicio de calidad y su vez contribuir con el crecimiento económico del cantón El Triunfo.

4.7 Valores

- *Respeto
- *Honestidad
- *Responsabilidad
- *Amabilidad
- *Sinceridad
- *Honradez
- *Bondad
- *Prudencia
- *Tolerancia
- *Disciplina

4.8 Organigrama



Figura 16. Organigrama

Descripción del Puesto.

Gerente General.

- ❖ Suministrar al administrador los datos necesarios para armar un presupuesto.
- ❖ Definir las políticas generales y objetivos del establecimiento.
- ❖ Representante oficial del hotel.

Administrador.

- ❖ Dirigir, motivar, y controlar el trabajo de cada uno de los departamentos del hotel.
- ❖ lograr aquellos objetivos planteados por el hotel.
- ❖ Ofrecer información específica a los colaboradores tanto directos como indirectos del establecimiento

Recepcionista.

- ❖ La imagen del hotel, encargado de brindar información acerca del mismo a los huéspedes.
- ❖ Manejar quejas de los huéspedes.
- ❖ Realizar reservas, check in y checkout.

Dpto. de Alimentos y Bebidas.

- ❖ En este departamento interviene el gerente de alimentos y bebidas, chef ejecutivo, stewards, hostess y meseros los cuales trabajan en equipo.
- ❖ Planear y diseñar el menú teniendo en cuenta los costos.
- ❖ Revisar existencias y preparar requisiciones.

- ❖ Supervisar inventarios.

Dpto. de Ama de Llaves.

- ❖ Atender de manera personalizada a los clientes V.I.P
- ❖ Revisar la limpieza de las habitaciones.
- ❖ Revisa mensualmente la lencería del establecimiento.
- ❖ Maneja quejas y peticiones de los huéspedes.
- ❖ Informa desperfectos al departamento de mantenimiento.
- ❖ Se hace cargo de objetos perdidos.

Dpto. de Mantenimiento.

- ❖ Supervisa diferentes áreas del hotel.
- ❖ Encargado de solucionar problemas del equipamiento del hotel.
- ❖ Confecciona planes anuales de mantenimiento.
- ❖ Coordinar en conjunto con el departamento de ama de llaves sobre las tareas a efectuarse en la habitación.
- ❖ Resolver problemas de urgencia de plomería, calefacción, electricidad, etc.

Dpto. de Seguridad.

- ❖ Protección del personal de trabajo y de los huéspedes.
- ❖ Vigila y controla accesos.

4.9 Mercado Objetivo

La Organización Mundial del Turismo en conjunto con la Prefectura del Guayas ha trabajado desde el año 2013 en el crecimiento del turismo en la provincia del Guayas, donde han realizado una campaña publicitaria

acerca de todos los sectores turísticos de las provincias del Guayas con el propósito de contribuir al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental (Guayas Turístico, 2013).

El cantón El Triunfo cuenta con una oferta privilegiada, debido a la naturaleza que lo rodea. Y es así como se busca innovar con nuevas opciones turísticas para que el turista no solo se lleve sea parte de unos días de recreación sino también tenga una experiencia única e inolvidable.

El mercado al cual va dirigido este proyecto es para los habitantes de la provincia del Guayas precisamente en la ciudad de Guayaquil, debido a que los habitantes Guayaquileños son aquellos que más visitan el cantón y es la ciudad que más recibe turistas en la provincia del Guayas.

4.10 Localización del Proyecto

4.10.1 Macro Localización

SamkaSaman Lodge estará ubicado en el cantón El Triunfo provincia del Guayas en Ecuador

El cantón El Triunfo cuenta con un clima fresco, reconocido y privilegiado por su abundancia en paisajes y ríos, uno de los más renombrados a nivel nacional el majestuoso BuluBulu.



Figura 17. Macro localización del Hotel.
Fuente: Tomada del sitio web Viajandox.

4.10.2 Micro Localización

La propiedad seleccionado para la construcción del hotel será en la finca Salma Amira ubicada en el km 14/2 vía El Triunfo Bucay, propiedad de la familia Jaramillo Palma.

Las vías de acceso para dirigirse al cantón El Triunfo actualmente se encuentran en perfectas condiciones, una vez que los turistas lleguen a la zona hay muchos medios de transporte para poder movilizarse hacia el centro o a las afueras del cantón como taxis y buses.

El cantón El Triunfo cuenta con servicios básicos, alcantarillado, servicio de energía eléctrica, vivienda, salud pública, comunicación social como acceso a internet, cable y computadoras.

4.11 Distribución del Espacio Físico

SamkaSaman Lodge dispondrá de 20 habitaciones las cuales estarán distribuidas 10 habitaciones matrimoniales con una cama de 3 plazas, y 10 habitaciones familiares con una cama de 2 plazas y dos camas 1 plaza y media para niños y adolescentes, lámparas, veladores, una pequeña sala de estar, wifi, baños y lavabos.

En otra área tendremos la sala de recreación donde los huéspedes pondrán reunirse a compartir un rato ameno en familia y amigos acompañado de juegos.

El área de recepción estará cerca de las habitaciones la cual tendrá una amplia sala de estar con juegos, plasma LSD con servicio de cable y bar.

4.12 Horario de Financiamiento

Los horarios de atención de SamkaSaman Lodge estarán disponibles las 24 horas del día todos los 365 días del año. El desayuno será servido a los huéspedes desde las 7:00AM a 9:00AM.

Un amplio terreno donde los huéspedes pueden hacer uso del mismo realizando parrilladas o deportes, uso de piscina, canopy, paseo en botes en laguna artificial, paseos en bicicleta por la hacienda, cabalgatas, paintball, y servicio spa.

El check-in estará disponible desde las 2pm a 9pm. Mientras que la salida de los huéspedes será a las 3:30 pm.

4.13 Productos a Ofrecer

La estadía en el hotel tendrá un costo de \$60 por persona y se ofrecerán habitaciones matrimoniales y familiares. Además contaremos con deportes extremos en el hotel, servicio de spa, laguna artificial, deportes extremos, áreas verdes y de recreación donde los huéspedes podrán disfrutar de realizar cualquier actividad adicional.

4.14 Control de Calidad

El control de calidad es un proceso que se aplica tanto en productos como servicios, en las cuales se establecen y se cumplen las normas. Además dicho control es aquel que no solo se enfoca en la finalización del producto sino también en el proceso de la producción del mismo como recepción de materia prima, proceso de fabricación, etc., con el objetivo de detectar la presencia de errores.

Por lo que, con el fin de sustentar lo antes expuesto se manifiesta que según las normas ISO el control de calidad es:

“Conjunto de características de una entidad que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas” (ISO 8402:1994)

“Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (ISO 9000:2000)

La calidad es una característica esencial que todo producto o servicio debe tener, a pesar de que los años pasan esta característica se sigue manteniendo vigente, se han ido desarrollando manuales los cuales detallan procesos de calidad para poder facilitar el trabajo y de esta manera las empresas eviten la no calidad.

4.15 Permisos Ambientales

Licencia Ambiental

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

Procedimiento

1. El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón Social del Proponente
- Apellidos y Nombres del Representante Legal
- Dirección

*Ciudad

*Calle No.

*Teléfono No.

*E-mail

- Nombre del Proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto
- Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del

Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/ 50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).

- Esta solicitud debe ser suscrita por el representante legal.

2. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, emitirá el Certificado de Intersección del proyecto con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE) adjuntando el mapa correspondiente y la referencia del No. de Expediente asignado, el cual deberá ser mencionado por el Proponente en futuras comunicaciones.

3. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia (TdR) para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, para actividades en funcionamiento deben presentar los Términos de Referencia para la Elaboración de la Auditoría Ambiental de Situación y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud de los Términos de Referencia
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al

obtener el Certificado de Intersección

- Términos de Referencia (TdR) (documento escrito y en medio magnético (WORD); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)

- Constancia debidamente documentada de que los TdR fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.

4. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, analizará los TdR y notificará al Proponente con su aprobación o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

5. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto (PMA), para proyectos nuevos, para el caso de actividades en funcionamiento la Auditoría Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.

- EIA y PMA (documento escrito y en medio magnético (textos en WORD, mapas en formato JPG); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)

- Constancia debidamente documentada de que el EIA y PMA fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.

- Copia de la Factura que certifique el costo del EIA y PMA

- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente al 10% del costo del EIA y PMA, de conformidad con lo

dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).

6. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente evaluará los estudios y notificará al Proponente con la aprobación del EIA y PMA o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.

7. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. Esta solicitud debe contener:

- Fecha de la solicitud de la Licencia Ambiental
- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Cronograma valorado de ejecución del PMA anual. (en caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración)
- Certificación del costo total del Proyecto

8. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al Proponente con el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al PMA según lo establecido en el Libro IX del TULAS.

9. El Proponente deberá remitir a la Subsecretaria de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo siguiente:

- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.

- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.

- Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente

- Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.

10. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente inscribirá la Licencia Ambiental en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el Proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia

11. El Proponente deberá tomar en consideración lo dispuesto en el Libro IX del TULAS, referente a Servicios Forestales y de Áreas Naturales Protegidas y Biodiversidad Silvestres como licencias forestales, permisos de investigación, etc.

(Ecuador Ambiental, 2015)

4.16 Permisos Municipales

HOTELES – APARTAMENTOS – RESIDENCIAS - HOSTERIAS –
REFUGIOS Y CABAÑAS – MOTELES Y HOSTALES – PENSIONES

➤ Solicitud para permiso de funcionamiento.

➤ Planilla de Inspección.

- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

(Ministerio de Salud Pública, 2014).

Capítulo 5

Plan de Marketing

5.1 Segmentación de Mercado

Este proyecto estará enfocado en aquellos turistas oriundos de la ciudad de Guayaquil, las cuales varían en los ciudadanos en un rango de edades desde 15 a 38 años de edad, estos conforman en su mayoría adultos de 27 a 32 años de edad.

Los antes mencionados son aquellos que en su mayoría son amantes de realizar turismo de aventura y de convivir con la naturaleza en un ambiente de completo de relax alejado de la vida cotidiana de la ciudad, donde manifiestan que la preferencia al momento de realizar un viaje es en los feriados o fin de semanas.

5.2 Estrategias de posicionamiento

Las estrategias mencionadas a continuación son aquellas que servirán para conocer y enfatizar las ventajas competitivas del proyecto, a continuación serán redactadas de la siguiente manera:

- ✓ Ni en el cantón El Triunfo ni a sus alrededores existen un hotel de este tipo (Tendencia nueva de Hospedaje)
- ✓ Se ofrecen servicios adicionales a los huéspedes como práctica de deportes extremos dentro del hotel.
- ✓ Los precios son sumamente accesibles.
- ✓ Nos rodea un ambiente completamente de relax.

El servicio de hospedaje que ofrece el hotel “*SamkaSaman Lodge*” es una tendencia hotelera única en el país, la cual cumple con todos los requisitos necesarios e infaltables para una atención de prima y adecuada a todos los huéspedes y cumplir con sus demandas.

De esta manera los huéspedes pondrán sentirse como en casa, descansar rodeado de un ambiente natural sentir que su estadía es sumamente cómoda en donde podrá relajarse y disfrutar de la frescura del ambiente.

Además ofrecemos a los huéspedes conocer y formar miembro de nuestra fundación donde incentivamos a las personas al cuidado del medio ambiente.

5.3 Marketing Mix.

5.3.1 Producto.

La propuesta del presente proyecto de habitaciones burbujas tiene como objetivo principal brindar a los huéspedes un concepto diferente al que actualmente se está acostumbrado a hospedarse en hoteles con habitaciones de cuatro paredes, ofreciendo un servicio intangible con personal altamente capacitado para la atención de servicio al cliente.

Las habitaciones burbujas estarán separadas en espacio prudente con el objetivo de respetar la privacidad de los huéspedes las cuales tendrán una base de madera ubicada sobre la habitación.

A continuación serán presentadas las características con las contarán el hotel “*SamkaSaman Lodge*”:

Las habitaciones se dividirán en matrimoniales y familiares tendrán una capacidad de máximo 4 personas por burbuja con un total de 20 habitaciones las cuales estarán equipadas con cama, sala de estar y baños dentro de la misma, radios en los cuales el huésped pueda comunicarse con la recepción y tener una atención personalizada, además contaremos con una sala de spa con bañeras de hidromasaje y aéreas totalmente equipadas para la práctica de deportes extremos y recreación.

El área de recepción estará ubicada cerca de las habitaciones en el caso de que el huésped requiera de algún servicio adicional dentro de la habitación podrá hacer uso del radio donde el personal de recepción acudirá a su llamado para atender sus necesidades.

El área de piscina y picnic estará abierta las 24 horas del día para el exclusivo uso del huésped donde si él desea puede llevar sus propios alimentos en el caso de que este desee realizar una asado familiar o con amigos.

5.3.2 Precio.

El precio establecido del hotel será de \$60 por persona

5.3.3 Plaza.

La plaza que se ha escogido para la realización de la propuesta es el cantón El Triunfo ubicado en la provincia del Guayas, el hotel estará ubicado en la finca Salma Amira ubicada en el km 14/2 vía El Triunfo Bucay.



Figura 18.Ubicación del Hotel.



Figura 19. Ubicación del Hotel

5.3.4 Promoción.

La parte esencial para que un hotel con una nueva tendencia tenga acogida en el mercado sin duda alguna es la promoción, en este caso utilizaremos algunas herramientas como las redes sociales que hoy en día son las más usadas tanto por jóvenes, adultos y hasta por personas de la tercera edad. En las cuales las más conocidas son Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram.

Se creara una página web del hotel en donde ofreceremos todos nuestros servicios, promociones y donde también el huésped pueda hacer uso de la misma reservando su habitación y comentándonos como desea su atención al momento de la llegada al hotel.

Se colocaran vallas publicitarias del hotel ubicadas en los sitios principales de la ciudad de Guayaquil, se pagara por servicio de publicidad en radio.

Se realizaran convenios con agencias de viajes donde ofreceremos nuestro servicio para que de esta manera ellos puedan incluirnos en sus paquetes.

Pero sin duda alguna la mejor promoción que podemos tener son los buenos comentarios de nuestros clientes al momento de su retiro.

5.4 Presupuesto de Marketing.

Tabla 12. *Presupuesto de marketing.*

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO
1	Radio	\$500
1	Página Web	\$260
2	Vallas Publicitarias	\$2000
4	Redes Sociales	\$0
TOTAL		\$2760

Capítulo 6

Estudio Financiero

6.1 Inversión Inicial

Tabla 13. *Inversión Inicial*

INVERSION INICIAL			
CAJA - BANCOS			
Cantidad	Valor Unitario	TOTAL	
Caja – Bancos	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
TOTAL			\$ 15.000,00
PLANTA Y EQUIPAMIENTO			
Cantidad	Valor Unitario	TOTAL	
Planta hotelera (habitaciones Matrimoniales)	10	\$ 5.000,00	\$ 50.000,00
Planta hotelera (habitaciones familiares)	10	\$ 10.000,00	\$ 100.000,00
Piscina Trivoli Medidas: 8.9 x 4,05 mts.	4	\$ 35.000,00	\$ 140.000,00
TOTAL			\$ 290.000,00
TERRENOS			
Cantidad	Valor Unitario	TOTAL	
Adecuaciones en el Terreno por (ha)	7	\$ 150,00	\$ 1.050,00
Limpieza con Glifosato por (ha)	7	\$ 37,00	\$ 259,00
TOTAL			\$ 1.309,00
VEHICULOS			
Cantidad	Valor Unitario	TOTAL	
Furgoneta H-1	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
TOTAL			\$ 40.000,00

SUMINISTROS DE OFICINA	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Resma de hojas	12	\$ 22,00	\$ 264,00
Sobres Oficio	50	\$ 0,03	\$ 1,50
Sobre Manila F3	50	\$ 0,10	\$ 5,00
Carpetas	30	\$ 0,71	\$ 21,30
Clips (Cajas)	5	\$ 0,34	\$ 1,70
Grapas (Cajas)	5	\$ 0,48	\$ 2,40
Tijeras	2	\$ 0,44	\$ 0,88
Gomas	2	\$ 0,67	\$ 1,34
Borradores	5	\$ 0,11	\$ 0,55
Sacapuntas	5	\$ 0,28	\$ 1,40
Reglas	2	\$ 0,30	\$ 0,60
Estilete	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Grapadoras Pequeñas	4	\$ 16,10	\$ 64,40
Perforadoras	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Post It	2	\$ 13,30	\$ 26,60
Marcadores	10	\$ 4,30	\$ 43,00
Caja de lapices 10 ud	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Caja de plumas 20 ud	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Resaltadores	5	\$ 0,81	\$ 4,05
Pizarra transportable	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Pizarra 1,6m x 0,90 m	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Liquid paper	4	\$ 0,85	\$ 3,40
TOTAL			\$ 618,12

EQUIPOS DE OFICINA	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Front Desk	-	-	-
Radio Motorola	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Telefono	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Ventilador	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Ama de llaves			
Radio Motorola	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Teléfono	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Promoción y ventas	-	-	-
Radio Motorola	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Televisor	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Telefono	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Ventilador	2	\$ 165,00	\$ 330,00
TOTAL			\$ 1.545,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
Front Desk	-	-	-
Impresoras	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Laptop	2	\$ 780,00	\$ 1.560,00
Promoción y ventas	-	-	-
Laptop	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Ama de llaves	-	-	-
Laptop	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Restaurante - Bar	-	-	-
Laptop	1	\$ 780,00	\$ 780,00
TOTAL			\$ 4.140,00

EQUIPOS DE PRODUCCION	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Paintball	-	-	-
Kit completo Azodin Kaos Marcadores	30	\$ 233,00	\$ 6.990,00
Guantes	30	\$ 10,00	\$ 300,00
GXG-Chest Protector Camuflado	30	\$ 20,00	\$ 600,00
Proto Jersey 2009	30	\$ 50,00	\$ 1.500,00
Proto Patns 2009	30	\$ 60,00	\$ 1.800,00
Zapatos	30	\$ 10,00	\$ 300,00
Compresor de aire	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Canopy			
Cable de Acero de 350 metros	2	\$ 4.000,00	\$ 8.000,00
Cascos	10	\$ 40,00	\$ 400,00
Arnes	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Guantes (PAR)	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Polea	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Mosqueton	10	\$ 30,00	\$ 300,00
Tina de Hidromasajes	8	\$ 1.280,00	\$ 10.240,00
Bicicletas	20	\$ 320,00	\$ 6.400,00
TOTAL			\$ 40.630,00

\$ 14.490,00

\$ 9.500,00

EQUIPOS Y MAQUINARIAS	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Ama de llaves	-	-	-
Radio Motorola para habitaciones	20	\$ 100,00	\$ 2.000,00
Lavadora	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Secadora	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Tablas de planchar	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Planchas Oster	2	\$ 90,00	\$ 180,00
Alimentos y Bebidas	-	-	-
Sartenes antiadherentes de 40cm	4	\$ 27,00	\$ 108,00
Sartenes antiadherentes de 30cm	4	\$ 24,00	\$ 96,00
Horno microondas	1	\$ 430,00	\$ 430,00
Licuadaora	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Dispensador de Cerveza	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Dispensador de Bebidas	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 3.994,00
MENAJES VARIOS			
Front Desk	-	-	-
Caja Fuerte	1	\$ 121,50	\$ 121,50
Restaurante - Bar			
Caja Registradora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL			\$ 271,50

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Alimentos y bebidas			
Mesas	8	\$ 75,00	\$ 600,00
Sillas	32	\$ 36,00	\$ 1.152,00
Vasos y copas por docena	10	\$ 35,00	\$ 350,00
Vajillas por docena	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Refrigerador	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Anaqueles Grandes	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Equipo audio y Video (Blueray, Parlantes)	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
TV Sony LCDs 52"	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Promoción y ventas			
Archivadores	2	\$ 80,00	\$ 160,00
TV Sony LCDs 52"	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Escritorios	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sofá	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Ama de Llaves			
Aparadores	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Cama con colchon King tres plazas	20	\$ 450,00	\$ 9.000,00
Cama con colchon Twin una plaza y media	20	\$ 150,00	\$ 3.000,00
Carrito de mucama	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Almohadas	120	\$ 22,51	\$ 2.701,20
TOTAL			\$ 24.663,20

PUBLICIDAD PREPAGADA	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Plan de medios (12 meses)	12	\$ 2.760,00	\$ 33.120,00
TOTAL			\$ 33.120,00
GASTOS DE CONSTITUCION	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Tasas y permisos		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
TOTAL			\$ 5.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL (DESEMBOLSOS)			\$ 460.290,82
INVERSION INICIAL (APORTACION DE SOCIO EN BIENES)			
Terreno (Ha)	7	\$ 15.000,00	\$ 105.000,00
TOTAL GENERAL			\$ 565.290,82

6.2 Balance Inicial

Tabla 14 Balance Inicial

ACTIVOS				PASIVOS			
ACTIVO CORRIENTE		\$ 15.889,62		PASIVO CORRIENTE			
CAJA – BANCOS	\$ 15.000,00			DOCUMENTOS POR PAGAR		\$ 395.703,57	
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 618,12			TOTAL PASIVOS		\$ 395.703,57	
MENAJES VARIOS	\$ 271,50			PATRIMONIO			
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 511.281,20		CAPITAL PROPIO	\$ 169.587,25		Eulogio
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	\$ 290.000,00			TOTAL PATRIMONIO		\$ 169.587,25	
TERRENOS	\$ 106.309,00						Terreno 106.309,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 24.663,20						Lisette 63.278,25
EQUIPOS DE PRODUCCION	\$ 40.630,00						
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.545,00						
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 4.140,00						
VEHICULOS	\$ 40.000,00						
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	\$ 3.994,00						
ACTIVO DIFERIDO		\$ 33.120,00					
PUBLICIDAD PREPAGADA	\$ 33.120,00						
OTROS ACTIVOS		\$ 5.000,00					
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 5.000,00						
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 565.290,82		TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO		\$ 565.290,82	

395.703,57

6.3 Préstamo.

Tabla 15. Préstamo

Monto del Crédito	\$ 395.703,57	Dólares	PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL
Tasa Interés Anual	7,00%	Porcentaje	1	\$ 68.495,48	\$ 25.529,38	\$ 94.024,86
Tasa de Interés Mensual	0,58%	Porcentaje	2	\$ 73.447,03	\$ 20.577,83	\$ 94.024,86
Plazo	5	Años	3	\$ 78.756,52	\$ 15.268,34	\$ 94.024,86
Dividendo (periodos)	60	Meses	4	\$ 84.449,83	\$ 9.575,03	\$ 94.024,86
Cuota Mensual	\$ 7.835,41	Dolares	5	\$ 90.554,72	\$ 3.470,14	\$ 94.024,86

AÑOS	PERÍODO	SALDO CAPITAL (Saldo inicial del periodo)	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL (Saldo final del periodo)
1	1	\$ 395.703,57	\$ 5.527,13	\$ 2.308,27	\$ 7.835,41	\$ 390.176,44
	2	\$ 390.176,44	\$ 5.559,38	\$ 2.276,03	\$ 7.835,41	\$ 384.617,06
	3	\$ 384.617,06	\$ 5.591,81	\$ 2.243,60	\$ 7.835,41	\$ 379.025,26
	4	\$ 379.025,26	\$ 5.624,42	\$ 2.210,98	\$ 7.835,41	\$ 373.400,83
	5	\$ 373.400,83	\$ 5.657,23	\$ 2.178,17	\$ 7.835,41	\$ 367.743,60
	6	\$ 367.743,60	\$ 5.690,23	\$ 2.145,17	\$ 7.835,41	\$ 362.053,37
	7	\$ 362.053,37	\$ 5.723,43	\$ 2.111,98	\$ 7.835,41	\$ 356.329,94
	8	\$ 356.329,94	\$ 5.756,81	\$ 2.078,59	\$ 7.835,41	\$ 350.573,13
	9	\$ 350.573,13	\$ 5.790,40	\$ 2.045,01	\$ 7.835,41	\$ 344.782,73
	10	\$ 344.782,73	\$ 5.824,17	\$ 2.011,23	\$ 7.835,41	\$ 338.958,56
	11	\$ 338.958,56	\$ 5.858,15	\$ 1.977,26	\$ 7.835,41	\$ 333.100,41
	12	\$ 333.100,41	\$ 5.892,32	\$ 1.943,09	\$ 7.835,41	\$ 327.208,09
						\$ 25.529,38

AÑOS	PERÍODO	SALDO CAPITAL (Saldo inicial del periodo)	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL (Saldo final del periodo)		
2	13	\$ 327.208,09	\$ 5.926,69	\$ 1.908,71	\$ 7.835,41	\$ 321.281,40		
	14	\$ 321.281,40	\$ 5.961,26	\$ 1.874,14	\$ 7.835,41	\$ 315.320,14		
	15	\$ 315.320,14	\$ 5.996,04	\$ 1.839,37	\$ 7.835,41	\$ 309.324,10		
	16	\$ 309.324,10	\$ 6.031,01	\$ 1.804,39	\$ 7.835,41	\$ 303.293,09		
	17	\$ 303.293,09	\$ 6.066,20	\$ 1.769,21	\$ 7.835,41	\$ 297.226,89		
	18	\$ 297.226,89	\$ 6.101,58	\$ 1.733,82	\$ 7.835,41	\$ 291.125,31		
	19	\$ 291.125,31	\$ 6.137,17	\$ 1.698,23	\$ 7.835,41	\$ 284.988,13		
	20	\$ 284.988,13	\$ 6.172,97	\$ 1.662,43	\$ 7.835,41	\$ 278.815,16		
	21	\$ 278.815,16	\$ 6.208,98	\$ 1.626,42	\$ 7.835,41	\$ 272.606,18		
	22	\$ 272.606,18	\$ 6.245,20	\$ 1.590,20	\$ 7.835,41	\$ 266.360,97		
	23	\$ 266.360,97	\$ 6.281,63	\$ 1.553,77	\$ 7.835,41	\$ 260.079,34		
	24	\$ 260.079,34	\$ 6.318,28	\$ 1.517,13	\$ 7.835,41	\$ 253.761,07	\$ 73.447,03	\$ 20.577,83

AÑOS	PERÍODO	SALDO CAPITAL (Saldo inicial del periodo)	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL (Saldo final del periodo)		
3	25	\$ 253.761,07	\$ 6.355,13	\$ 1.480,27	\$ 7.835,41	\$ 247.405,93		
	26	\$ 247.405,93	\$ 6.392,20	\$ 1.443,20	\$ 7.835,41	\$ 241.013,73		
	27	\$ 241.013,73	\$ 6.429,49	\$ 1.405,91	\$ 7.835,41	\$ 234.584,24		
	28	\$ 234.584,24	\$ 6.467,00	\$ 1.368,41	\$ 7.835,41	\$ 228.117,24		
	29	\$ 228.117,24	\$ 6.504,72	\$ 1.330,68	\$ 7.835,41	\$ 221.612,52		
	30	\$ 221.612,52	\$ 6.542,67	\$ 1.292,74	\$ 7.835,41	\$ 215.069,86		
	31	\$ 215.069,86	\$ 6.580,83	\$ 1.254,57	\$ 7.835,41	\$ 208.489,02		
	32	\$ 208.489,02	\$ 6.619,22	\$ 1.216,19	\$ 7.835,41	\$ 201.869,81		
	33	\$ 201.869,81	\$ 6.657,83	\$ 1.177,57	\$ 7.835,41	\$ 195.211,97		
	34	\$ 195.211,97	\$ 6.696,67	\$ 1.138,74	\$ 7.835,41	\$ 188.515,31		
	35	\$ 188.515,31	\$ 6.735,73	\$ 1.099,67	\$ 7.835,41	\$ 181.779,57		
	36	\$ 181.779,57	\$ 6.775,02	\$ 1.060,38	\$ 7.835,41	\$ 175.004,55	\$ 78.756,52	\$ 15.268,34

AÑOS	PERÍODO	SALDO CAPITAL (Saldo inicial del periodo)	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL (Saldo final del periodo)		
4	37	\$ 175.004,55	\$ 6.814,55	\$ 1.020,86	\$ 7.835,41	\$ 168.190,00		
	38	\$ 168.190,00	\$ 6.854,30	\$ 981,11	\$ 7.835,41	\$ 161.335,71		
	39	\$ 161.335,71	\$ 6.894,28	\$ 941,12	\$ 7.835,41	\$ 154.441,43		
	40	\$ 154.441,43	\$ 6.934,50	\$ 900,91	\$ 7.835,41	\$ 147.506,93		
	41	\$ 147.506,93	\$ 6.974,95	\$ 860,46	\$ 7.835,41	\$ 140.531,98		
	42	\$ 140.531,98	\$ 7.015,64	\$ 819,77	\$ 7.835,41	\$ 133.516,35		
	43	\$ 133.516,35	\$ 7.056,56	\$ 778,85	\$ 7.835,41	\$ 126.459,79		
	44	\$ 126.459,79	\$ 7.097,72	\$ 737,68	\$ 7.835,41	\$ 119.362,07		
	45	\$ 119.362,07	\$ 7.139,13	\$ 696,28	\$ 7.835,41	\$ 112.222,94		
	46	\$ 112.222,94	\$ 7.180,77	\$ 654,63	\$ 7.835,41	\$ 105.042,17		
	47	\$ 105.042,17	\$ 7.222,66	\$ 612,75	\$ 7.835,41	\$ 97.819,51		
	48	\$ 97.819,51	\$ 7.264,79	\$ 570,61	\$ 7.835,41	\$ 90.554,72	\$ 84.449,83	\$ 9.575,03

AÑOS	PERÍODO	SALDO CAPITAL (Saldo inicial del periodo)	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL (Saldo final del periodo)		
5	49	\$ 90.554,72	\$ 7.307,17	\$ 528,24	\$ 7.835,41	\$ 83.247,55		
	50	\$ 83.247,55	\$ 7.349,79	\$ 485,61	\$ 7.835,41	\$ 75.897,75		
	51	\$ 75.897,75	\$ 7.392,67	\$ 442,74	\$ 7.835,41	\$ 68.505,09		
	52	\$ 68.505,09	\$ 7.435,79	\$ 399,61	\$ 7.835,41	\$ 61.069,29		
	53	\$ 61.069,29	\$ 7.479,17	\$ 356,24	\$ 7.835,41	\$ 53.590,13		
	54	\$ 53.590,13	\$ 7.522,80	\$ 312,61	\$ 7.835,41	\$ 46.067,33		
	55	\$ 46.067,33	\$ 7.566,68	\$ 268,73	\$ 7.835,41	\$ 38.500,65		
	56	\$ 38.500,65	\$ 7.610,82	\$ 224,59	\$ 7.835,41	\$ 30.889,83		
	57	\$ 30.889,83	\$ 7.655,21	\$ 180,19	\$ 7.835,41	\$ 23.234,62		
	58	\$ 23.234,62	\$ 7.699,87	\$ 135,54	\$ 7.835,41	\$ 15.534,75		
	59	\$ 15.534,75	\$ 7.744,79	\$ 90,62	\$ 7.835,41	\$ 7.789,96		
	60	\$ 7.789,96	\$ 7.789,96	\$ 45,44	\$ 7.835,41	\$ (0,00)	\$ 90.554,72	\$ 3.470,14
						\$ 395.703,57	\$ 74.420,73	

6.4 Depreciación

Tabla 16. Depreciación

RUBRO	VIDA UTIL (AÑOS)	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL	VALOR RESIDUAL
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	10	\$ 290.000,00	\$ 26.100,00	\$ 2.175,00	\$ 29.000,00
MUEBLES Y ENSERES	5	\$ 24.663,20	\$ 4.439,38	\$ 369,95	\$ 2.466,32
EQUIPOS DE PRODUCCION	5	\$ 40.630,00	\$ 7.313,40	\$ 609,45	\$ 4.063,00
EQUIPOS DE OFICINA	5	\$ 1.545,00	\$ 278,10	\$ 23,18	\$ 154,50
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	\$ 4.140,00	\$ 1.242,00	\$ 103,50	\$ 414,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	5	\$ 3.994,00	\$ 718,92	\$ 59,91	\$ 399,40
VEHICULOS	5	\$ 40.000,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 4.000,00

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PLANTA Y EQUIPAMIENTO	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00	\$ 26.100,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.439,38	\$ 4.439,38	\$ 4.439,38	\$ 4.439,38	\$ 4.439,38
EQUIPOS DE PRODUCCION	\$ 7.313,40	\$ 7.313,40	\$ 7.313,40	\$ 7.313,40	\$ 7.313,40
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 278,10	\$ 278,10	\$ 278,10	\$ 278,10	\$ 278,10
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	\$ 718,92	\$ 718,92	\$ 718,92	\$ 718,92	\$ 718,92
VEHICULOS	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00
TOTAL DEPRECIACIONES	\$ 47.291,80	\$ 47.291,80	\$ 47.291,80	\$ 47.291,80	\$ 47.291,80
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 47.291,80	\$ 94.583,59	\$ 141.875,39	\$ 189.167,18	\$ 236.458,98

AMORTIZACIÓN

INTANGIBLES

RUBRO	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DEL BIEN	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
GASTOS DE CONSTITUCION	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 416,67

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AMORTIZACION	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE AMORTIZACION	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00

6.5 Sueldos

Tabla 17. Sueldos

Inflacion 2015	3,86%	dic-31-2015	SUELDO BASICO AÑO 1	ANUAL								
			\$ 366,00	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Costo Total Anual	
G	Gerente	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 366,00	\$ 500,00	\$ -	\$ 1.458,00	\$ 15.324,00	\$ 1.277,00	
C.O	Ama de llaves	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 366,00	\$ 350,00	\$ -	\$ 1.020,60	\$ 10.836,60	\$ 903,05	
C.O	Jefe de Recreaciones	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 366,00	\$ 350,00	\$ -	\$ 1.020,60	\$ 10.836,60	\$ 903,05	
C.O	Jefe Front Desk	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 366,00	\$ 350,00	\$ -	\$ 1.020,60	\$ 10.836,60	\$ 903,05	
C.O	Cocinero	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.464,00	\$ 732,00	\$ -	\$ 2.134,51	\$ 23.362,51	\$ 1.946,88	
C.O	Mesero	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.464,00	\$ 732,00	\$ -	\$ 2.134,51	\$ 23.362,51	\$ 1.946,88	
C.O	Mucama	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.464,00	\$ 732,00	\$ -	\$ 2.134,51	\$ 23.362,51	\$ 1.946,88	
C.O	Conserje	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.464,00	\$ 732,00	\$ -	\$ 2.134,51	\$ 23.362,51	\$ 1.946,88	
C.O	Barman	2	\$ 366,00	\$ 8.784,00	\$ 732,00	\$ 732,00	\$ 366,00	\$ -	\$ 1.067,26	\$ 11.681,26	\$ 973,44	
C.O	Recepcionista	2	\$ 366,00	\$ 8.784,00	\$ 732,00	\$ 732,00	\$ 366,00	\$ -	\$ 1.067,26	\$ 11.681,26	\$ 973,44	
	Total de empleados	24	\$ 5.296,00	\$ 125.040,00	\$ 10.420,00	\$ 8.784,00	\$ 5.210,00	\$ -	\$ 15.192,36	\$ 164.646,36	\$ 13.720,53	

GASTOS
COSTOS

Aporte Patronal	12,15%
-----------------	--------

		SUELDO BASICO									
		AÑO 1	AÑO 2								
		\$	\$								
		366,00	380,13								
Inflacion 2015	3,86%	dic-31-2015	ANUAL								
	Año 2017	Cant	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva 8,33%	Aporte Patronal 12,15%	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
G	Gerente	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 380,13	\$ 500,00	\$ 999,60	\$ 1.458,00	\$ 16.337,73	\$ 1.361,48
C.O	Ama de llaves	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 380,13	\$ 350,00	\$ 699,72	\$ 1.020,60	\$ 11.550,45	\$ 962,54
C.O	Jefe de Recreaciones	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 380,13	\$ 350,00	\$ 699,72	\$ 1.020,60	\$ 11.550,45	\$ 962,54
C.O	Jefe Front Desk	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 380,13	\$ 350,00	\$ 699,72	\$ 1.020,60	\$ 11.550,45	\$ 962,54
C.O	Cocinero	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.520,51	\$ 732,00	\$ 1.463,41	\$ 2.134,51	\$ 24.882,44	\$ 2.073,54
C.O	Mesero	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.520,51	\$ 732,00	\$ 1.463,41	\$ 2.134,51	\$ 24.882,44	\$ 2.073,54
C.O	Mucama	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.520,51	\$ 732,00	\$ 1.463,41	\$ 2.134,51	\$ 24.882,44	\$ 2.073,54
C.O	Conserje	4	\$ 366,00	\$ 17.568,00	\$ 1.464,00	\$ 1.520,51	\$ 732,00	\$ 1.463,41	\$ 2.134,51	\$ 24.882,44	\$ 2.073,54
C.O	Barman	2	\$ 366,00	\$ 8.784,00	\$ 732,00	\$ 760,26	\$ 366,00	\$ 731,71	\$ 1.067,26	\$ 12.441,22	\$ 1.036,77
C.O	Recepcionista	2	\$ 366,00	\$ 8.784,00	\$ 732,00	\$ 760,26	\$ 366,00	\$ 731,71	\$ 1.067,26	\$ 12.441,22	\$ 1.036,77
	Total de empleados	24	\$ 5.296,00	\$ 125.040,00	\$ 10.420,00	\$ 9.123,06	\$ 5.210,00	\$ 10.415,83	\$ 15.192,36	\$ 175.401,25	\$ 14.616,77

Años

		PORCENTAJE INFLACION			3,86%	3,86%	3,86%
Cargo		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
G	Gerente	\$ 15.324,00	\$ 16.337,73	\$ 16.968,36	\$ 17.623,34	\$ 18.303,60	
G	Ama de llaves	\$ 10.836,60	\$ 11.550,45	\$ 11.996,29	\$ 12.459,35	\$ 12.940,28	
G	Jefe de Recreaciones	\$ 10.836,60	\$ 11.550,45	\$ 11.996,29	\$ 12.459,35	\$ 12.940,28	
G	Jefe Front Desk	\$ 10.836,60	\$ 11.550,45	\$ 11.996,29	\$ 12.459,35	\$ 12.940,28	
C.O	Cocinero	\$ 23.362,51	\$ 24.882,44	\$ 25.842,90	\$ 26.840,43	\$ 27.876,48	
C.O	Mesero	\$ 23.362,51	\$ 24.882,44	\$ 25.842,90	\$ 26.840,43	\$ 27.876,48	
C.O	Mucama	\$ 23.362,51	\$ 24.882,44	\$ 25.842,90	\$ 26.840,43	\$ 27.876,48	
C.O	Conserje	\$ 23.362,51	\$ 24.882,44	\$ 25.842,90	\$ 26.840,43	\$ 27.876,48	
C.O	Barman	\$ 11.681,26	\$ 12.441,22	\$ 12.921,45	\$ 13.420,22	\$ 13.938,24	
C.O	Recepcionista	\$ 11.681,26	\$ 12.441,22	\$ 12.921,45	\$ 13.420,22	\$ 13.938,24	
TOTAL POR AÑO		\$ 164.646,36	\$ 175.401,25	\$ 182.171,74	\$ 189.203,57	\$ 196.506,83	

6.6 Ingresos

Tabla 18. Ingresos

# PER. Por Hab	% DE Utilizacion de Hab	Numero de Hab							
2	60%	10	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
			60%	82%	62%	63%	40%	35%	47%
		216	295	223	227	144	126	169	
		\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
		\$ 12.960,00	\$ 21.254,40	\$ 13.392,00	\$ 13.608,00	\$ 8.640,00	\$ 7.560,00	\$ 10.152,00	

# PER. Por Hab	% DE Utilizacion de Hab	Numero de Hab
2	60%	10

AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
83%	54%	33%	36%	80%	56%
299	194	119	130	288	2430
\$ 72,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 63,00
\$ 21.513,60	\$ 11.664,00	\$ 7.128,00	\$ 7.776,00	\$ 20.736,00	\$ 153.090,00

HABITACION MATRIMONIAL		40%
T. Alta	70%-100%	\$72,00
T. Regular	50%-70%	\$60,00
T. Bajas	30%-50%	\$60,00
		10%

Ocupación máxima	360
------------------	-----

HABITACIONES FAMILIARES	HAB Utilizadas	# PER. Por Hab	% DE Utilizacion de Hab	Numero de Hab						
Rubros	6	4	60%	10						
% Ocupación promedio				60%	82%	62%	63%	40%	35%	47%
Cantidad (personas)*	DIAS			432	590,4	446,4	453,6	288	252	338,4
Precio Unitario (Consumo pp)	30			\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Total				\$ 25.920,00	\$ 42.508,80	\$ 26.784,00	\$ 27.216,00	\$ 17.280,00	\$ 15.120,00	\$ 20.304,00

83%	54%	33%	36%	80%	56%
597,6	388,8	237,6	259,2	576	4860
\$ 72,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 63,00
\$ 43.027,20	\$ 23.328,00	\$ 14.256,00	\$ 15.552,00	\$ 41.472,00	\$ 306.180,00

HABITACION FAMILIAR		40%
T. Alta	70%-100%	\$72,00
T. Regular	50%-70%	\$60,00
T. Bajas	30%-50%	\$60,00
Ocupacion maxima		720
Ocupacion máxima del hotel		1080

TOTAL EN MESES

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
\$ 38.880,00	\$ 63.763,20	\$ 40.176,00	\$ 40.824,00	\$ 25.920,00	\$ 22.680,00	\$ 30.456,00	\$ 64.540,80

TOTAL EN MESES

SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
\$ 34.992,00	\$ 21.384,00	\$ 23.328,00	\$ 62.208,00	\$ 459.270,00

Total de personas en habitaciones

Incremento anual de Precios	5,00%
Incremento anual de Ventas	10%

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Habitaciones Matrimoniales					
Cantidad (personas)*	2430	2673	2940	3234	3558
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 63,00	\$ 66,15	\$ 69,46	\$ 72,93	\$ 76,58
Total	\$ 153.090,00	\$ 176.818,95	\$ 204.225,89	\$ 235.880,90	\$ 272.442,44
Habitaciones Familiares					
Cantidad (personas)*	\$ 4.860,00	5346	5881	6469	7116
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 63,00	\$ 66,15	\$ 69,46	\$ 72,93	\$ 76,58
Total	\$ 306.180,00	\$ 353.637,90	\$ 408.451,77	\$ 471.761,80	\$ 544.884,88
TOTAL GENERAL	\$ 459.270,00	\$ 530.456,85	\$ 612.677,66	\$ 707.642,70	\$ 817.327,32

PAINTBALL
Rubros
% Ocupación promedio
Cantidad (personas)*
Precio Unitario (Consumo pp)
Total

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
10%	6%	10%	6%	12%	5%	6%	9%
108	65	108	65	130	54	65	97
\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
\$ 1.620,00	\$ 972,00	\$ 1.620,00	\$ 972,00	\$ 1.944,00	\$ 810,00	\$ 972,00	\$ 1.458,00

PAINTBALL
Rubros
% Ocupación promedio
Cantidad (personas)*
Precio Unitario (Consumo pp)
Total

ENERO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
	9%	10%	9%	10%	
	97	108	97	108	1102
\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
\$ 1.458,00	\$ 1.620,00	\$ 1.458,00	\$ 1.620,00	\$ 16.524,00	

CANOPY
Rubros
Cantidad (personas)*
Precio Unitario (Consumo pp)
Total

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
10%	5%	10%	10%	10%	10%	5%
108	54	108	108	108	108	54
\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
\$ 1.080,00	\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 540,00

CANOPY
Rubros
Cantidad (personas)*
Precio Unitario (Consumo pp)
Total

ENERO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
	15%	10%	5%	10%	10%	
	162	108	54	108	108	1188
\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
\$ 1.620,00	\$ 1.080,00	\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 11.880,00

ALQUILER DE BICICLETAS
Rubros
Cantidad (personas)*
Precio Unitario (Consumo pp)
Total

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
5%	10%	5%	5%	10%	10%	5%	10%
54	108	54	54	108	108	54	108
\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 540,00	\$ 1.080,00

ALQUILER DE BICICLETAS	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
Rubros	10%	10%	10%	15%	
Cantidad (personas)*	108	108	108	162	1134
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Total	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.620,00	\$ 11.340,00

CABALGATAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Rubros	5%	10%	5%	10%	5%	10%	5%	5%
Cantidad (personas)*	54	108	54	108	54	108	54	54
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Total	\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 540,00	\$ 1.080,00	\$ 540,00	\$ 540,00

CABALGATAS	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
Rubros	10%	10%	10%	20%	
Cantidad (personas)*	108	108	108	216	1134
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Total	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 2.160,00	\$ 11.340,00

HIDROMASAJES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Rubros	10%	10%	10%	5%	10%	5%	10%	10%
Cantidad (personas)*	108	108	108	54	108	54	108	108
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Total	\$ 1.296,00	\$ 1.296,00	\$ 1.296,00	\$ 648,00	\$ 1.296,00	\$ 648,00	\$ 1.296,00	\$ 1.296,00
TOTAL GENERAL	\$ 5.076,00	\$ 4.968,00	\$ 5.076,00	\$ 4.320,00	\$ 5.940,00	\$ 4.698,00	\$ 3.888,00	\$ 5.994,00

HIDROMASAJES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total
Rubros	5%	10%	5%	15%	
Cantidad (personas)*	54	108	54	162	1134
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Total	\$ 648,00	\$ 1.296,00	\$ 648,00	\$ 1.944,00	\$ 13.608,00
TOTAL GENERAL	\$ 5.346,00	\$ 5.616,00	\$ 5.346,00	\$ 8.424,00	\$ 64.692,00

Incremento anual de Precios
Incremento anual de Ventas

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAINTBALL				
Cantidad (personas)*	1212	1333	1466	1613
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 15,75	\$ 16,54	\$ 17,36	\$ 18,23
Total	\$ 19.085,22	\$ 22.043,43	\$ 25.460,16	\$ 29.406,49
CANOPY				
Cantidad (personas)*	1307	1437	1581	1739
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 10,50	\$ 11,03	\$ 11,58	\$ 12,16
Total	\$ 13.721,40	\$ 15.848,22	\$ 18.304,69	\$ 21.141,92
ALQUILER DE BICICLETAS				
Cantidad (personas)*	1247	1372	1509	1660
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 10,50	\$ 11,03	\$ 11,58	\$ 12,16
Total	\$ 13.097,70	\$ 15.127,84	\$ 17.472,66	\$ 20.180,92
CABALGATAS				
Cantidad (personas)*	1247	1372	1509	1660
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 10,50	\$ 11,03	\$ 11,58	\$ 12,16
Total	\$ 13.097,70	\$ 15.127,84	\$ 17.472,66	\$ 20.180,92
HIDROMASAJES				
Cantidad (personas)*	1247	1372	1509	1660
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 14,70	\$ 15,44	\$ 16,21	\$ 17,02
Total	\$ 18.336,78	\$ 21.178,98	\$ 24.461,72	\$ 28.253,29
TOTAL GENERAL	\$ 77.338,80	\$ 89.326,31	\$ 103.171,89	\$ 119.163,54

INGRESO MENSUAL AÑO 1						
	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
INGRESOS ACTIVIDAD HOTELERA	\$ 63.763,20	\$ 40.176,00	\$ 40.824,00	\$ 25.920,00	\$ 22.680,00	\$ 30.456,00
INGRESOS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	\$ 4.968,00	\$ 5.076,00	\$ 4.320,00	\$ 5.940,00	\$ 4.698,00	\$ 3.888,00
TOTAL DE INGRESOS	\$ 68.731,20	\$ 45.252,00	\$ 45.144,00	\$ 31.860,00	\$ 27.378,00	\$ 34.344,00

INGRESO ANUAL				
	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS ACTIVIDAD HOTELERA	\$ 530.456,85	\$ 612.677,66	\$ 707.642,70	\$ 817.327,32
INGRESOS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	\$ 77.338,80	\$ 89.326,31	\$ 103.171,89	\$ 119.163,54
TOTAL DE INGRESOS	\$ 607.795,65	\$ 702.003,98	\$ 810.814,59	\$ 936.490,85

6.7 Gastos Generales

Tabla 19. Gastos Generales

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	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
Gastos de Administración			\$ 5.000,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 5.000,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 48.004,10
Sueldos personal administrativo	1	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 1.277,00	\$ 15.324,00
Servicios Básicos	1	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 5.160,00
Gastos de capacitación personal	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Uniformes	24	\$ 50,00	\$ 1.200,00	-	-	-	-	\$ 1.200,00	-	-	-	-	-	-	\$ 2.400,00
Mantenimiento	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Materiales de limpieza	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Suministros de Oficina	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Depreciación Equipos de Oficina	1	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 23,18	\$ 278,10
Depreciación Equipos de Computación	1	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 103,50	\$ 1.242,00
Depreciación de Vehículos	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Amortización	1	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 5.000,00
Gastos de Ventas			\$ 5.565,33	\$ 7.324,65	\$ 5.657,02	\$ 5.694,74	\$ 4.657,70	\$ 4.415,11	\$ 4.956,56	\$ 7.390,70	\$ 5.293,15	\$ 4.333,29	\$ 4.467,93	\$ 7.251,77	\$ 67.007,94
Publicidad	1	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 2.760,00	\$ 33.120,00
Comisiones Tarjetas 2,15%			\$ 472,53	\$ 738,86	\$ 486,46	\$ 485,30	\$ 342,50	\$ 294,31	\$ 369,20	\$ 758,25	\$ 433,63	\$ 290,25	\$ 308,25	\$ 759,29	\$ 5.738,82
Comisiones agencias de viaje 12%			\$ 2.332,80	\$ 3.825,79	\$ 2.410,56	\$ 2.449,44	\$ 1.555,20	\$ 1.360,80	\$ 1.827,36	\$ 3.872,45	\$ 2.099,52	\$ 1.283,04	\$ 1.399,68	\$ 3.732,48	\$ 28.149,12
Gastos Financieros			\$ 2.308,27	\$ 2.276,03	\$ 2.243,60	\$ 2.210,98	\$ 2.178,17	\$ 2.145,17	\$ 2.111,98	\$ 2.078,59	\$ 2.045,01	\$ 2.011,23	\$ 1.977,26	\$ 1.943,09	\$ 25.529,38
Intereses			\$ 2.308,27	\$ 2.276,03	\$ 2.243,60	\$ 2.210,98	\$ 2.178,17	\$ 2.145,17	\$ 2.111,98	\$ 2.078,59	\$ 2.045,01	\$ 2.011,23	\$ 1.977,26	\$ 1.943,09	\$ 25.529,38
TOTAL			\$ 12.873,94	\$ 13.401,02	\$ 11.700,96	\$ 11.706,06	\$ 10.636,21	\$ 11.560,63	\$ 10.868,88	\$ 13.269,63	\$ 11.138,51	\$ 10.144,86	\$ 10.245,53	\$ 12.995,20	\$ 140.541,42

INCREMENTO ANUAL	3,86%
------------------	-------

Comisiones Tarjetas	2,15%
Comisiones Agencias	12%

Años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 48.004,10	\$ 78.669,17	\$ 80.637,35	\$ 82.681,50	\$ 84.804,55
Sueldos personal administrativo	\$ 15.324,00	\$ 50.989,07	\$ 52.957,25	\$ 55.001,40	\$ 57.124,45
Servicios Básicos	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00
Gastos de capacitación personal	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Uniformes	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Mantenimiento	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Materiales de limpieza	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Suministros de Oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Depreciación Equipos de Oficina	\$ 278,10	\$ 278,10	\$ 278,10	\$ 278,10	\$ 278,10
Depreciación Equipos de Computación	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00	\$ 1.242,00
Depreciación de Vehículos	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00
Amortización	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ 67.007,94	\$ 108.179,64	\$ 119.813,89	\$ 133.251,44	\$ 148.771,82
Publicidad	\$ 33.120,00	\$ 33.120,00	\$ 33.120,00	\$ 33.120,00	\$ 33.120,00
Comisiones Tarjetas 2,15%	\$ 5.738,82	\$ 11.404,82	\$ 13.172,57	\$ 15.214,32	\$ 17.572,54
Comisiones agencias de viaje 12%	\$ 28.149,12	\$ 63.654,82	\$ 73.521,32	\$ 84.917,12	\$ 98.079,28
Gastos Financieros	\$ 25.529,38	\$ 20.577,83	\$ 15.268,34	\$ 9.575,03	\$ 3.470,14
Intereses	\$ 25.529,38	\$ 20.577,83	\$ 15.268,34	\$ 9.575,03	\$ 3.470,14
TOTAL	\$ 140.541,42	\$ 207.426,65	\$ 215.719,58	\$ 225.507,97	\$ 237.046,51

\$ (8.720,10)	\$ (8.720,10)	\$ (8.720,10)	\$ (8.720,10)	\$ (8.720,10)
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

6.8 Costos Operacionales

Tabla 20. Costos Operacionales

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	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
Materia Prima															
Servicio de Agua Potable	1	\$115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 115,00	\$ 1.380,00
Internet	1	\$117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 117,60	\$ 1.411,20
Direct Tv	1	\$220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 220,35	\$ 2.644,20
Químicos piscina	4	\$32,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 1.536,00
Depreciación Equipos de producción	1	\$609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 609,45	\$ 7.313,40
Amenities	1	\$600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Depreciacion Planta y equipamiento	1	\$2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 2.175,00	\$ 26.100,00
Depreciacion Muebles y Enseres	1	\$369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 369,95	\$ 4.439,38
Depreciacion Equipos y Maquinaria	1	\$59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 59,91	\$ 718,92
Sueldos Mano de obra Directa	1	\$12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 12.443,53	\$ 149.322,36
Total			\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 202.065,46
INCREMENTO ANUAL															3,86%

Años

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima					
Servicio de Agua Potable	\$ 1.380,00	\$ 1.433,27	\$ 1.488,59	\$ 1.546,05	\$ 1.605,73
Internet	\$ 1.411,20	\$ 1.465,67	\$ 1.522,25	\$ 1.581,01	\$ 1.642,03
Tv Cable	\$ 2.644,20	\$ 2.746,27	\$ 2.852,27	\$ 2.962,37	\$ 3.076,72
Químicos piscina	\$ 1.536,00	\$ 1.595,29	\$ 1.656,87	\$ 1.720,82	\$ 1.787,25
Depreciación Equipos de producción	\$ 38.571,70	\$ 38.571,70	\$ 38.571,70	\$ 38.571,70	\$ 38.571,70
Amenities	\$ 7.200,00	\$ 7.477,92	\$ 7.766,57	\$ 8.066,36	\$ 8.377,72
Sueldos Mano de obra Directa	\$ 149.322,36	\$ 155.086,20	\$ 161.072,53	\$ 167.289,93	\$ 173.747,32
Total	\$ 202.065,46	\$ 208.376,32	\$ 214.930,77	\$ 221.738,23	\$ 228.808,46

6.9 Pérdidas y Ganancias

Tabla 21. Pérdidas y Ganancias.

RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos por Ventas Totales	\$ 43.956,00	\$ 68.731,20	\$ 45.252,00	\$ 45.144,00	\$ 31.860,00	\$ 27.378,00	\$ 34.344,00	\$ 70.534,80	\$ 40.338,00	\$ 27.000,00	\$ 28.674,00	\$ 70.632,00
(-) Costos de Operación	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79	\$ 16.838,79
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 27.117,21	\$ 51.892,41	\$ 28.413,21	\$ 28.305,21	\$ 15.021,21	\$ 10.539,21	\$ 17.505,21	\$ 53.696,01	\$ 23.499,21	\$ 10.161,21	\$ 11.835,21	\$ 53.793,21
(-) Gastos de Administración	\$ 5.000,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 5.000,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34	\$ 3.800,34
(-) Gastos de Ventas	\$ 5.565,33	\$ 7.324,65	\$ 5.657,02	\$ 5.694,74	\$ 4.657,70	\$ 4.415,11	\$ 4.956,56	\$ 7.390,70	\$ 5.293,15	\$ 4.333,29	\$ 4.467,93	\$ 7.251,77
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 16.551,54	\$ 40.767,42	\$ 18.955,85	\$ 18.810,13	\$ 6.563,18	\$ 1.123,76	\$ 8.748,31	\$ 42.504,97	\$ 14.405,72	\$ 2.027,58	\$ 3.566,94	\$ 42.741,10
(-) Gastos Financieros	\$ 2.308,27	\$ 2.276,03	\$ 2.243,60	\$ 2.210,98	\$ 2.178,17	\$ 2.145,17	\$ 2.111,98	\$ 2.078,59	\$ 2.045,01	\$ 2.011,23	\$ 1.977,26	\$ 1.943,09
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 14.243,27	\$ 38.491,39	\$ 16.712,25	\$ 16.599,15	\$ 4.385,00	\$ (1.021,41)	\$ 6.636,33	\$ 40.426,38	\$ 12.360,71	\$ 16,35	\$ 1.589,69	\$ 40.798,01
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 2.136,49	\$ 5.773,71	\$ 2.506,84	\$ 2.489,87	\$ 657,75	\$ (153,21)	\$ 995,45	\$ 6.063,96	\$ 1.854,11	\$ 2,45	\$ 238,45	\$ 6.119,70
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 12.106,78	\$ 32.717,68	\$ 14.205,41	\$ 14.109,28	\$ 3.727,25	\$ (868,20)	\$ 5.640,88	\$ 34.362,42	\$ 10.506,60	\$ 13,90	\$ 1.351,23	\$ 34.678,31
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 2.663,49	\$ 7.197,89	\$ 3.125,19	\$ 3.104,04	\$ 820,00	\$ (191,00)	\$ 1.240,99	\$ 7.559,73	\$ 2.311,45	\$ 3,06	\$ 297,27	\$ 7.629,23
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 9.443,29	\$ 25.519,79	\$ 11.080,22	\$ 11.005,24	\$ 2.907,26	\$ (677,20)	\$ 4.399,89	\$ 26.802,69	\$ 8.195,15	\$ 10,84	\$ 1.053,96	\$ 27.049,08

Procentaje Utilidad PT	15%
Porcentaje Imp Rta	22%

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas Totales	\$526.230,00	\$607.795,65	\$702.003,98	\$810.814,59	\$936.490,85
(-) Costos de Operación	\$202.065,46	\$208.376,32	\$214.930,77	\$221.738,23	\$228.808,46
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$324.164,54	\$399.419,33	\$487.073,20	\$589.076,36	\$707.682,39
(-) Gastos de Administración	\$48.004,10	\$78.669,17	\$80.637,35	\$82.681,50	\$84.804,55
(-) Gastos de Ventas	\$67.007,94	\$108.179,64	\$119.813,89	\$133.251,44	\$148.771,82
(=) Utilidad antes de impuestos	\$209.152,50	\$212.570,52	\$286.621,96	\$373.143,42	\$474.106,02
(-) Gastos Financieros	\$25.529,38	\$20.577,83	\$15.268,34	\$9.575,03	\$3.470,14
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$183.623,12	\$191.992,69	\$271.353,62	\$363.568,39	\$470.635,88
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 27.543,47	\$ 28.798,90	\$ 40.703,04	\$ 54.535,26	\$ 70.595,38
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$156.079,65	\$163.193,78	\$230.650,58	\$309.033,13	\$400.040,50
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 34.337,52	\$ 35.902,63	\$ 50.743,13	\$ 67.987,29	\$ 88.008,91
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$121.742,13	\$127.291,15	\$179.907,45	\$241.045,84	\$312.031,59

6.10 Flujo de Caja

Tabla 22. Flujo de Caja

RUBROS	AÑO 0 (INVERSION INICIAL)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 526.230,00	\$ 607.795,65	\$ 702.003,98	\$ 810.814,59	\$ 936.490,85
(-) Egresos de efectivo		\$ 231.665,70	\$ 409.814,33	\$ 432.791,75	\$ 481.825,55	\$ 537.615,58
Gastos de operación		\$ 163.493,76	\$ 169.804,62	\$ 176.359,08	\$ 183.166,54	\$ 190.236,77
Gastos de administración		\$ 34.284,00	\$ 69.949,07	\$ 71.917,25	\$ 73.961,40	\$ 76.084,45
Gastos de ventas		\$ 33.887,94	\$ 108.179,64	\$ 119.813,89	\$ 133.251,44	\$ 148.771,82
Impuesto a la renta			\$ 34.337,52	\$ 35.902,63	\$ 50.743,13	\$ 67.987,29
Participación de trabajadores			\$ 27.543,47	\$ 28.798,90	\$ 40.703,04	\$ 54.535,26
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 294.564,30	\$ 197.981,32	\$ 269.212,23	\$ 328.989,04	\$ 398.875,27
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo		\$ -				
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -				
(-) Egresos de efectivo		\$ -				
Pagos de préstamos o principal		\$ 68.495,48	\$ 73.447,03	\$ 78.756,52	\$ 84.449,83	\$ 90.554,72
Pago de intereses		\$ 25.529,38	\$ 20.577,83	\$ 15.268,34	\$ 9.575,03	\$ 3.470,14
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (565.290,82)	\$ 94.024,86	\$ 94.024,86	\$ 94.024,86	\$ 94.024,86	\$ 94.024,86
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (565.290,82)	\$ 200.539,44	\$ 103.956,46	\$ 175.187,37	\$ 234.964,18	\$ 304.850,41
		\$ (364.751,38)	\$ (260.794,92)	\$ (85.607,55)	\$ 149.356,63	
			304.495,90	479.683,27	714.647,45	
			Periodo de recuperacion	-	-	
				85.607,55	7.133,96	

B/C		
\$ 2.500.729,14	\$ 2.500.729,14	FLUJO INGRESOS
\$ (1.452.864,83)	\$ (1.654.965,05)	FLUJO EGRESOS
\$ (202.100,22)	\$ 1,51	B/C

6.11 Evaluación Financiera

Tabla 23. *Evaluación Financiera*

EVALUACIÓN FINANCIERA	
INVERSION INICIAL	\$ 565.290,82
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 143.634,91
TIR	21%
B/C	\$ 1,51
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	3 AÑOS 7 MESES

6.12 Balance General

Tabla 24. Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
CAJA - BANCOS	\$ 215.539,44	\$ 319.495,90	\$ 494.683,27	\$ 729.647,45	\$ 1.034.497,86
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 618,12	\$ 618,12	\$ 618,12	\$ 618,12	\$ 618,12
MENAJES VARIOS	\$ 271,50	\$ 271,50	\$ 271,50	\$ 271,50	\$ 271,50
Total Activos Corrientes	\$ 216.429,06	\$ 320.385,52	\$ 495.572,89	\$ 730.537,07	\$ 1.035.387,48
Propiedad Planta y equipo					
PLANTA Y EQUIPO	\$ 290.000,00	\$ 290.000,00	\$ 290.000,00	\$ 290.000,00	\$ 290.000,00
TERRENO	\$ 106.309,00	\$ 106.309,00	\$ 106.309,00	\$ 106.309,00	\$ 106.309,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 24.663,20	\$ 24.663,20	\$ 24.663,20	\$ 24.663,20	\$ 24.663,20
EQUIPOS DE PRODUCCION	\$ 40.630,00	\$ 40.630,00	\$ 40.630,00	\$ 40.630,00	\$ 40.630,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.545,00	\$ 1.545,00	\$ 1.545,00	\$ 1.545,00	\$ 1.545,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 4.140,00	\$ 4.140,00	\$ 4.140,00	\$ 4.140,00	\$ 4.140,00
VEHICULO	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
EQUIPOS Y MAQUINARIA	\$ 3.994,00	\$ 3.994,00	\$ 3.994,00	\$ 3.994,00	\$ 3.994,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (47.291,80)	\$ (94.583,59)	\$ (141.875,39)	\$ (189.167,18)	\$ (236.458,98)
Total PPE	\$ 463.989,40	\$ 416.697,61	\$ 369.405,81	\$ 322.114,02	\$ 274.822,22
Activos Diferido					
Publicidad pagada por anticipado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activo diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Activos					
Gastos de Constitución	\$ 5.000,00	5000	5000	5000	5000
(-) Amortización Acumulada	\$ (5.000,00)	(5.000,00)	(5.000,00)	(5.000,00)	(5.000,00)
Total otros activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 680.418,46	\$ 737.083,13	\$ 864.978,70	\$ 1.052.651,08	\$ 1.310.209,70

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------	-------	-------	-------	-------

PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Participación a Trabajadores por P.	\$ 27.543,47	\$ 28.798,90	\$ 40.703,04	\$ 54.535,26	\$ 70.595,38
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 34.337,52	\$ 35.902,63	\$ 50.743,13	\$ 67.987,29	\$ 88.008,91
Total Pasivos Corrientes	\$ 61.880,99	\$ 64.701,54	\$ 91.446,17	\$ 122.522,55	\$ 158.604,29
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 327.208,09	\$ 253.761,07	\$ 175.004,55	\$ 49.234,95	\$ 0,00
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 327.208,09	\$ 253.761,07	\$ 175.004,55	\$ 90.554,72	\$ (0,00)
TOTAL PASIVOS	\$ 389.089,08	\$ 318.462,60	\$ 266.450,72	\$ 213.077,26	\$ 158.604,29

PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 169.587,25	\$ 169.587,25	\$ 169.587,25	\$ 169.587,25	\$ 169.587,25
Utilidad del Ejercicio	\$ 121.742,13	\$ 127.291,15	\$ 179.907,45	\$ 241.045,84	\$ 312.031,59
Utilidades Retenidas (utilidades acumuladas)		\$ 121.742,13	\$ 249.033,28	\$ 428.940,73	\$ 669.986,57
TOTAL PATRIMONIO	\$ 291.329,38	\$ 418.620,53	\$ 598.527,98	\$ 839.573,82	\$ 1.151.605,41

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 680.418,46	\$ 737.083,13	\$ 864.978,70	\$ 1.052.651,08	\$ 1.310.209,70
----------------------------------	---------------	---------------	---------------	-----------------	-----------------

COMPROBACION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
---------------------	------	------	------	------	------

6.13 Ratios

Tabla 25. Ratios

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas = %	62%	66%	69%	73%	76%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	23%	21%	26%	30%	33%
RETORNO SOBRE ACTIVOS	Utilidad Neta / Activo Total = %	18%	17%	21%	23%	24%
RETORNO SOBRE CAPITAL	Utilidad Neta / Patrimonio = %	42%	30%	30%	29%	27%

6.14 Escenarios

Tabla 26. *Escenarios*

ESCENARIOS	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Porcentaje de Ocupación mensual	50%	56%	70%
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (565.290,82)	\$ (565.290,82)	\$ (565.290,82)
Flujo 1	\$ 171.759,08	\$ 200.539,44	\$ 161.419,64
Flujo 2	\$ 85.817,06	\$ 103.956,46	\$ 244.171,61
Flujo 3	\$ 152.415,57	\$ 175.187,37	\$ 314.640,98
Flujo 4	\$ 208.662,76	\$ 234.964,18	\$ 396.877,12
Flujo 5	\$ 274.472,27	\$ 304.850,41	\$ 396.877,12
Invercion Inicial	\$ 565.290,82	\$ 565.290,82	\$ 565.290,82
VPN	\$ 53.316,62	\$ 143.634,91	\$ 412.589,46
TIR	15,33%	20,81%	36,99%
B/C	\$ 1,48	\$ 1,51	\$ 1,62

Conclusiones

El proyecto de la implementación de un hotel temático en el cantón El Triunfo fue desarrollado específicamente para satisfacer las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros, los cuales buscan una experiencia diferente para estar en contacto con la naturaleza. En el Ecuador no existe un establecimiento de este tipo, lo cual lo convertirá en un establecimiento único en el país.

Durante el desarrollo de la propuesta se entrevistó al Alcalde del cantón, el Sr. Andrés Macías manifestó que apoyaría cien por ciento el proyecto, ya que es una idea única y favorecerá al cantón tanto en la rama turística como económica. En esta entrevista pudimos percatarnos de la situación en la que se encuentra el cantón y los proyectos a futuro que se están implementando.

En lo que se refiere al plan de marketing se ha enfocado en un mercado objetivo que se refiere en un rango de edades desde 15 hasta 38 años de edad en los cuales corresponden a un clase social alta – media y medio alto. La propuesta es de carácter innovador las cuales propone un ambiente completamente de relax contando con una infraestructura segura cumpliendo con todos los estándares de calidad para poder brindar una atención adecuada al huésped.

Como punto final tenemos el plan financiero del proyecto, que presenta un resultado favorable con un VAN de \$ 143.634,91 , muestra un TIR de 21%, y el periodo de recuperación será de 3 años y 7 meses.

Recomendaciones

Toda actividad turística y hotelera debe cumplir con todos los estándares de calidad, con el propósito de brindar un servicio de excelencia, el hotel temático SamkaSaman Lodge contará con un personal de trabajo altamente capacitado en cada área específica del establecimiento con el propósito de brindar un servicio eficaz y eficiente.

Tanto como las sugerencias y quejas por parte de los huéspedes serán totalmente escuchadas y tratadas con el propósito de mejorar nuestro servicio día a día e ir mejorando las falencias en las áreas en las cuales se susciten y de esta manera poder brindar un buen servicio y que los huéspedes tengan una buena imagen.

La comunidad del cantón El Triunfo se verá involucrada en el proyecto, ya que ellos podrán tener la oportunidad de poder contar con un trabajo estable y a su vez obtener conocimientos, experiencia en lo que se refiere a la hotelería y mejorar sus condiciones económicas.

La participación de las principales autoridades del GAD municipal del cantón es una parte primordial, ya que gracias a su apoyo se podrá contar con un desarrollo de planes estratégicos de marketing para poder promocionar el hotel y los diferentes atractivos naturales turísticos con los que cuenta el cantón El Triunfo.

Listado de Referencias

- Araújo, N. (2012). *El Agroturismo como alternativa de ocio*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/curydes/12/avpc.html>
- Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2c.htm>
- Banco de la República Actividad Cultural. (2015). *El medio ambiente*. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/ciencias/medio_ambiente
- Bello Magazine. (2012). *Hoteles temáticos: un nuevo concepto de turismo*. Obtenido de <http://www.bellomagazine.com/es/hoteles/hoteles-tematicos>
- Beltrami, M. (2010). *Ocio y Viajes en la Historia: antigüedad y medioevo*. Italia: Editoriales Scopte.
- BubbleTree*. (2013). Obtenido de <http://www.bubbletree.fr/>
- Constitución del Ecuador*. (2008). Montecristi: Evolución Normativa
- Definición ABC. (2007). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/social/hotel.php>
- Definiciones en línea. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/patrimonio/>
- Diario El Universo. (2015). *Nueva previsión de crecimiento de Ecuador es 0.4% para 2015, dice el Banco Central*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/09/30/nota/5157293/nueva-prevision-crecimiento-ecuador-es-04-2015-dice-banco-central>
- Ecuador Ambiental*. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorambiental.com/>

Española, R. A. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://www.rae.es/>

Generalidades del cantón el Triunfo. (2013). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDOT/IEE%202014/EL_TRIUNFO/MEMORIAS%20TECNICAS/m_t_EI%20Triunfo_socioeconomico.pdf

Philip, K. (2009) *Investigación de estudio de mercado*. Obtenido de <http://konkretoypunto.blogspot.com/2009/11/la-investigacion-de-mercado-segun.html>

Genise, C. (2010). *Hotelería tradicional versus nuevas modalidades de alojamiento. Licenciada en Hotelería, Universidad de Palermo, Buenos Aires*.

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón el Triunfo. (2009). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0960000650001/PDyOT/14022013_142908_PLAN%20DE%20DEASARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20DEL%20CANTON%20EL%20TRIUNFO.pdf

Gobierno Bolivariano de Venezuela. (2008). *Población y muestra*. Obtenido de <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6.html>

Guayas Turístico. (2013). *OMT Promociona Atractivos Turísticos del Guayas*. Obtenido de

<http://www.guayas.gob.ec/turismo/>

INEC. (2010). *Censo de población vivienda*. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Santa P., & feliberto M. (2010) *Investigación de campo*. Obtenido de

http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenio-de-la-investigacion_21.html

Jiménez, L. (2010). *Ecoturismo oferta y desarrollo sistémico nacional*. Colombia: Ecoe Ediciones

Landi, C. (2012). *Problemática turística*. Obtenida de <http://problematicaturistica.blogspot.com/2012/05/el-destino-turistico-definicion-y.html>

Martinez, M. (2000) *La investigación cualitativa etnográfica en educación*. Obtenida de

<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/20108/2/articulo19.pdf>

Sabino (1986) *Metodología de la Investigación*. Obtenida de

<https://bianneygirald077.wordpress.com/category/capitulo-iii/>

MinComercio Industria y Turismo. (2011). Obtenido de

<http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones.php?id=29842>

Ministerio de Salud Pública. (2014). *Requisitos para establecimientos nuevos*. Obtenido de

<http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>

Molina, S. (2005). *Planificación integral del turismo*. Obtenido de

http://planydest.weebly.com/uploads/9/1/9/4/919433/plan_integral_del_tur.pdf

Mundiario. (2014). *hotel burbuja en Francia te ofrece el sueño de dormir bajo las estrellas*. Obtenido de

<http://www.mundiario.com/articulo/sociedad/hotel-burbuja-francia-ofrece-sueno-dormir-estrellas/20140904123122022038.html>

Monanje, Carlos. (2010) *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa guía didáctica*. Obtenido de

<https://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>

Normas ISO. (2008). Obtenido de <https://www.oclc.org/es-americalatina/policies/iso.html>

Organización Mundial del Turismo. (2005). *Entender el Turismo: Glosario básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial del Comercio (Diciembre) *Oferta de Mercado*. Obtenido de

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/offer_s.htm

Pierre. S. (2011). *Información del hotel burbuja*. Obtenido de <http://www.rinconabstracto.com/2011/08/pierre-stephane-dumas-diseno-unas.html>

Reglamento General a la Ley de Turismo. (2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>

SDP Noticias. (2013). Obtenido de <http://www.sdpsnoticias.com/sorprendente/2013/04/12/fotos-chica-vive-en-burbuja-de-plastico-en-las-calles-de-china>

Significados en línea. (2013). Obtenido de <http://www.significados.com/comunidad/>

Sociedad Internacional de Ecoturismo. (2014). Obtenido de
<http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-esp%C3%B1ol>

Turismo en el Ecuador. (2014). Obtenido de
<http://huecasgastronomicasdmq.jimdo.com/quienes-somos/breve-historia-del-ecoturismo/turismo-en-el-ecuador/>

Vida Actual. (2015). *Un hotel burbuja en medio de la calle*. Obtenido de
<http://www.elpais.com.uy/vida-actual/hotel-burbuja-medio-calle.html>

Wapner, P. (2014). *Actividades medioambientales y políticas cívicas del mundo*. New York: Editorial Moore.

YaniTravel. (2008). *Facilidades turísticas*. Obtenido de
<http://yanitravel.blogspot.com/2008/07/facilidades-turisticas.html>

Zona Económica. (2006). *Recursos Naturales*. Obtenido de
<http://www.zonaeconomica.com/definicion/recursos-naturales>

Anexos

Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Especialidades Empresariales

Edad:

Sexo: M F

1. ¿Le gusta a usted estar en contacto con la naturaleza?

Si

No

2. ¿Conoce usted el cantón El Triunfo?

Si

No

3. ¿Cuándo viaja lo prefiere hacerlo en compañía de :

Amigos

Familia

Con su Pareja

Solo

4. ¿En qué época prefiere salir de viaje?

Fines de semana

Ferados

Entre semana

5. ¿Al momento de tener que elegir un servicio de hospedaje ¿Qué es lo primero que busca?

Innovación

Comodidad

Precio

Servicio

Ubicación

6. ¿Tiene conocimiento usted sobre lo que es un hotel temático?

Si

No

7. ¿Ha escuchado usted acerca de un hotel burbuja?

Si

No

8. ¿Se hospedaría usted en un hotel donde las habitaciones no posean paredes, sean estructuras transparentes en forma de burbujas y que permitan observar ampliamente la naturaleza?

Si

No

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alojamiento exclusivo en una noche?

\$70-\$90

\$90-\$100

\$100 en adelante

10. ¿Cuántas noches estaría dispuesto a hospedarse en el hotel?

1 a 2 noches

2 a 5 noches

5 noches en adelante



Figura 20. *Habitación Burbuja*
Fuente: www.atrapasueños.com



Figura 21. *Habitación Burbuja*
Fuente: www.atrapasueños.com



Figura 22.Habitación Burbuja
Fuente: www.atrapasueños.com

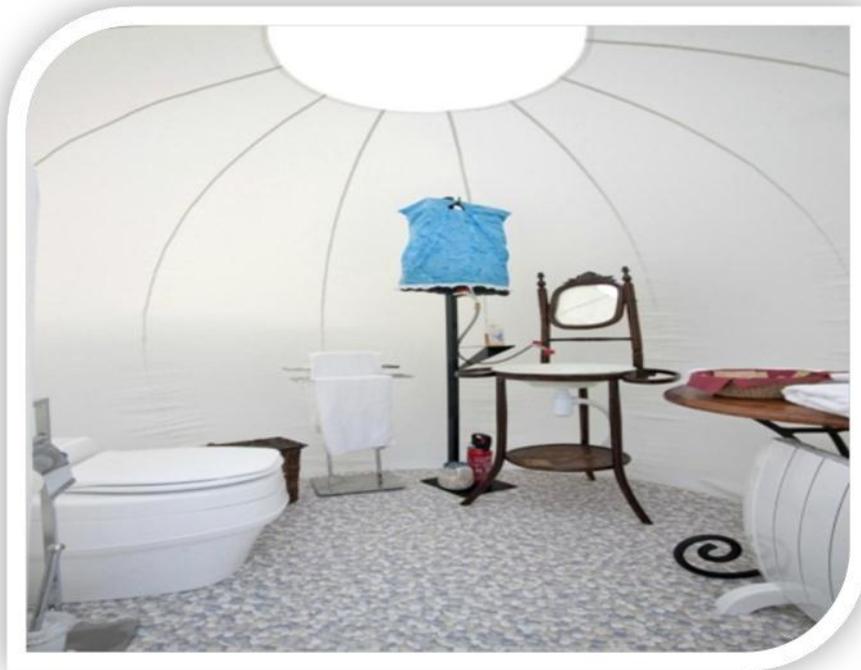


Figura 23.Baño de la Habitación Burbuja
Fuente: www.atrapasueños.com



Figura 24. *Laguna artificial.*
Elaborado por: Los autores.



Figura 25. *Habitaciones*
Fuente: www.atrapasueños.com



Figura 26. Habitación
Fuente: www.atrapasueños.com

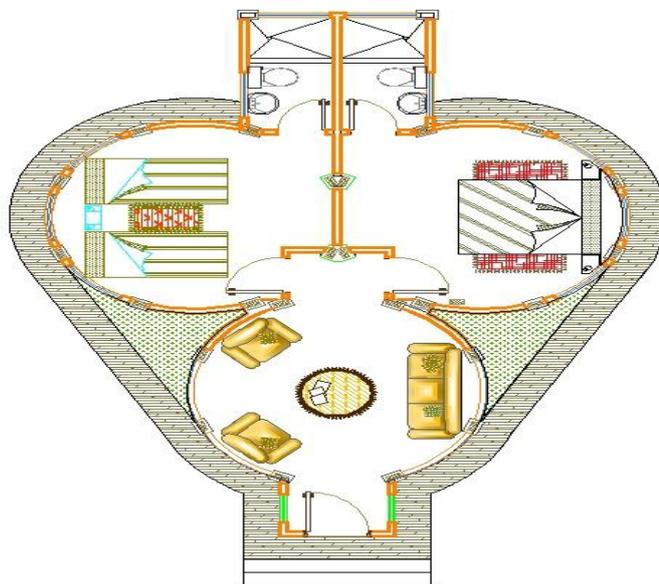


Figura 27. Distribucion de habitación Familiar
Elaborado por: Los autores.

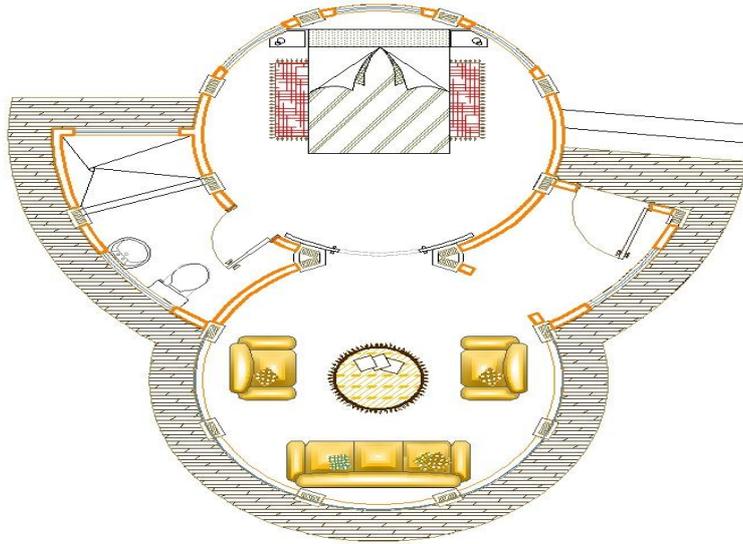


Figura 28. *Distribución de habitaciones Matrimoniales*
Elaborado por: Los autores.



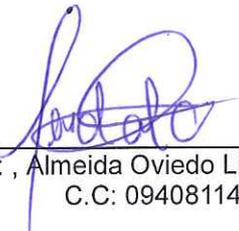
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Almeida Oviedo Lissette Estefanía, con C.C: # 0940811433 autor/a del trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para la implementación de un Hotel Temático en la finca "Salma Amira" ubicada en el cantón El Triunfo previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de marzo del 2016

f. 
Nombre: , Almeida Oviedo Lissette Estefanía
C.C: 0940811433



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Jaramillo Palma Eulogio Steven, con C.C: # 0921931572 autor/a del trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para la implementación de un Hotel Temático en la finca "Salma Amira" ubicada en el cantón El Triunfo previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de marzo del 2016

f. _____

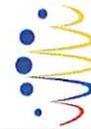
Nombre: Jaramillo Palma Eulogio Steven
C.C: 0921931572



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL TEMÁTICO EN LA FINCA "SALMA AMIRA" UBICADA EN EL CANTÓN EL TRIUNFO.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Almeida Oviedo Lissette Estefanía-Eulogio Steven Jaramillo Palma.		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Zerda Barreno Elsie Ruth		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	125
ÁREAS TEMÁTICAS:	Desarrollo de la cultura de servicio		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Burbuja, habitantes, Habitaciones, cantón, alojamiento.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Este proyecto de emprendimiento consiste en el desarrollo de un estudio para determinar la factibilidad para la implementación de un Hotel Temático con habitaciones inflables en forma de burbuja en la finca "Salma Amira" ubicada en el cantón El Triunfo que pertenece a la provincia del Guayas. Se propone esta pregunta para desarrollar la investigación ¿Cómo influye el conocimiento de los atractivos naturales en el desarrollo turístico del Cantón El Triunfo?. Si bien es cierto el Cantón El Triunfo goza una posición privilegiada en cuanto a clima y variedad de fauna y flores, sus habitantes no conocen sobre los atractivos turísticos. La actividad agrícola impera en la zona y la parte turística no tiene la importancia requerida entre sus habitantes. Al no existir las facilidades turísticas los visitantes se resisten a frecuentar sitios que no brinden las condiciones para dedicarse a realizar turismo de aventura. Para conocer el escenario de este trabajo, se aplicó entre los posibles clientes una encuesta y entrevista al Alcalde de El Triunfo a fin de conocer sobre la situación del Cantón y además las expectativas turísticas sobre la zona.			



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

Del análisis de resultados obtenido se presenta la idea de construir el hotel se llamará SamkaSaman Lodge el cual Samka significa sueño y Saman es el árbol autóctono de la zona. El tema es novedoso un hotel temático, inspirado en el diseño de una burbuja, un concepto totalmente innovador, los turistas podrán satisfacer todas sus necesidades de ocio, relax, contacto con la naturaleza, conservando el confort que ofrece cualquier otro hotel. El estudio financiero aplicado determinó que la propuesta es factible y que a su vez generará ganancias a corto plazo, su inversión inicial es de \$565.290,82 , con un VAN de \$143.634,91 que es mayor a cero y a su vez llegando a la conclusión de que el proyecto recuperará lo invertido.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2971010 / 0981240716/ +593-4-2715158/0991055559	E-mail: Stev93jar@gmail.com/ Lissette_almeida@live.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	