



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

TEMA:

Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con temática en estilo minero, en el cantón Zaruma, provincia de El Oro.

AUTOR:

Veintimilla Orellana, Maximo Alejandro

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

TUTORA:

Ing. Com. Montero Mueses, Diana Cecilia, Mgs

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 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 de titulación, fue realizado en su totalidad por **Veintimilla Orellana, Maximo Alejandro**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Ing. Com. Montero Mueses, Diana Cecilia, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto 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, Veintimilla Orellana Maximo Alejandro

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para implementación de un hotel con temática en estilo minero, en el cantón Zaruma provincia de El Oro**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

EL AUTOR

Veintimilla Orellana Maximo Alejandro



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Veintimilla Orellana Maximo Alejandro

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para implementación de un hotel con temática en estilo minero en el cantón Zaruma provincia de El Oro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

EL AUTOR:

Veintimilla Orellana Maximo Alejandro



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

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad para implementación de un hotel con temática en estilo minero en el cantón Zaruma provincia de El Oro**, presentado por el estudiante Veintimilla Orellana Máximo Alejandro, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 2%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	T.T Veintimilla Orellana.docx (D21706901)
Presentado	2016-09-12 01:10 (-05:00)
Recibido	diana.montero.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	TT VEINTIMILLA ORELLANA Mostrar el mensaje completo 2% de esta aprox. 36 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes.

**Ing. Com. Montero Mueses, Diana Cecilia, Mgs
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

Agradecimiento

Primero a Dios por brindarme la vida, bendecirme día a día, y contar con una familia generosa, gracias a mis padres a quienes jamás encontraré la forma de agradecer el cariño, comprensión y apoyo brindado en los momentos buenos y malos de mi vida, hago este triunfo compartido, sólo esperando que comprendan que mis ideales y esfuerzos son inspirados en cada uno de ustedes.

Un agradecimiento especial a mis amigos que siempre estuvieron apoyándome en los buenos y malos momentos a lo largo de la carrera universitaria.

Agradezco a mi tutora que siempre estuvo pendiente en el periodo de titulación, mi gratitud y cariño por su infinita paciencia y profesionalidad. Ha sido muy importante su presencia. Tiene todo mi respeto querido profesora por brindarme sus conocimientos

De igual manera al profesor Ing. Eduardo Guzmán Barquet, el cual por su dedicación, por sus esfuerzos, por su paciencia, compromiso, consejos y sabiduría sé cómo afrontar de la mejor manera los problemas y obstáculos que a diario me voy a enfrentar.

Alejandro Veintimilla Orellana

Dedicatoria

Quiero dedicar este logro muy importante para mi vida a mis padres, hermanas, que siempre estuvieron pendiente de mí en todo el tiempo que estuve alejado, no es fácil alejarse de la familia.

Una dedicatoria especial para mis sobrinos Valentina, Maximiliano, Martina, Byron, y una futuro sobrino que se encuentra en gestación, quiero que este logro sirva de ejemplo para que en futuro sean personas de bien y excelentes profesionales

Alejandro Veintimilla Orellana



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Com. Montero Mueses, Diana Cecilia, Mgs
TUTORA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.
DIRECTORA DE LA CARRERA

Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs.
OPONENTE



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

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Veintimilla Orellana Maximo Alejandro	

**Ing. Com. Montero Mueses, Diana Cecilia, Mgs
TUTORA**

Índice General

Introducción	1
Descripción del proyecto.....	3
Justificación del proyecto.....	4
Capítulo 1	9
Fundamentación teórica	9
Marco teórico.	9
hoteles temáticos.	9
desarrollo económico.	9
hotel sostenible.....	10
patrimonio mundial.	10
Nuevas tendencias turísticas.	11
Destino sostenible.	11
Turismo cultural.....	11
Marco conceptual.....	12
Marco legal.....	13
Responsabilidad social y legal	13
Registro de alojamiento, alimentos y bebidas.....	13
Requerimientos para inspección de hotel 3 estrellas.....	14
Base legal.	14
Permisos municipales de construcción.....	14
Permisos de bomberos.....	15
Medio ambiente.....	15
Marco referencial.	17
Miras hotel.	17
Desert cave hotel.....	18
Capitulo 2.....	19
Investigación de mercado.....	19
Mercado meta.....	19
Macro segmentación.	20
Funciones o necesidades.	20
Grupo de compradores.	20

Tecnología.....	21
Micro segmentación.....	21
Perfil del consumidor.....	23
Análisis pestas.....	24
Análisis porter.....	30
Población, muestra.....	34
Selección del tamaño de la muestra.....	35
Presentación de los resultados.....	38
Capitulo 3.....	54
Propuesta del trabajo de investigación.....	54
Tema de propuesta.....	54
Estudio legal.....	54
Razón social o nombre del proyecto.....	54
Objeto social.....	55
Estudio organizacional.....	55
Logo.....	55
Slogan.....	55
Misión.....	55
Valores.....	56
Organigrama.....	56
Jefe operativo.....	57
Horario de funcionamiento.....	57
Estudio técnico.....	57
Infraestructura necesaria: costo y capacidad.....	63
Estudio comercial.....	64
Foda.....	64
Fortalezas.....	64
Oportunidades.....	64
Debilidades.....	64
Amenazas.....	64
Marketing mix.....	67
Producto.....	67
Productos a ofrecer: detallados, valor, con horarios público.....	68
Precio.....	69

Plaza	70
Promoción.	70
Publicidad.....	70
Medios de promoción.....	71
Promociones.....	71
Obsequio	71
Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al plan del buen vivir.....	74
Impactos esperados.	75
Impacto económico.	75
Impacto social.	75
Estudio financiero	76
Factibilidad financiera.....	83
Evaluación de proyecto	83
Conclusiones	86
Recomendaciones.....	87
Rreferencias.....	88
Apendice	92

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Segmentación geográfica</i>	21
Tabla 2 <i>Segmentación demográfica</i>	22
Tabla 3 <i>Segmentación socioeconómica</i>	22
Tabla 4 <i>Segmentación psicograficos</i>	22
Tabla 5 <i>Segmentación conductuales</i>	23
Tabla 6 <i>Lista de proveedores</i>	31
Tabla 7 <i>Fortalezas y debilidades de competidor</i>	32
Tabla 8 <i>Lista de alojamiento en Zaruma</i>	33
Tabla 9 <i>Valores de confianza</i>	36
Tabla 10 <i>En compañía de quien viaja</i>	38
Tabla 11 <i>Intereses al viajar</i>	39
Tabla 12 <i>Preferencia al viajar</i>	40
Tabla 13 <i>Viajes que realiza al año</i>	41
Tabla 14 <i>Factores para elegir un hotel</i>	42
Tabla 15 <i>Conocimiento del destino</i>	43
Tabla 16 <i>Conocimiento de atractivos del destino</i>	44
Tabla 17 <i>Preferencia de servicios</i>	45
Tabla 18 <i>Aceptación del hotel</i>	46
Tabla 19 <i>Precio a pagar por persona</i>	47
Tabla 20 <i>Cantidad de turistas</i>	48
Tabla 21 <i>Opinión sobre desarrollo turístico</i>	49
Tabla 22 <i>Calidad de servicios</i>	50
Tabla 23 <i>Atractivo de mayor atracción</i>	51
Tabla 24 <i>Ponderación de terreno</i>	58
Tabla 25 <i>Valor de consultoría técnica</i>	59
Tabla 26. <i>Cuadro de edificación e infraestructura</i>	63
Tabla 27 <i>Calificación fortalezas y debilidades</i>	65
Tabla 28 <i>Calificación oportunidades y amenazas</i>	66
Tabla 29 <i>Productos a ofrecer</i>	68
Tabla 30 <i>Lista de precios</i>	69
Tabla 31 <i>Distancia a zaruma con las principales ciudades del país</i>	70

Tabla 32 <i>Presupuesto de marketing</i>	71
Tabla 33 <i>Inventario inicial</i>	76
Tabla 34 <i>Balance inicial</i>	79
Tabla 35 <i>Ingresos anuales</i>	80
Tabla 36 <i>Costos operacionales</i>	81
Tabla 37 <i>Estado de perdidas y ganancias</i>	82
Tabla 38 <i>Evaluación de proyecto</i>	83
Tabla 39 <i>Evaluación financiera</i>	83
Tabla 40 <i>Análisis de rentabilidad de proyecto</i>	84
Tabla 41 <i>Análisis de sensibilidad</i>	84
Tabla 42 <i>Punto de equilibrio</i>	85
Tabla 43 <i>Requerimientos por categoria hotel</i>	95
Tabla 44 <i>Amortización de préstamo</i>	98
Tabla 45 <i>Resumen de tabla de amortización</i>	98
Tabla 46 <i>Sueldos</i>	99
Tabla 47 <i>Depreciación tangible</i>	100
Tabla 48 <i>Depreciación intangible</i>	100
Tabla 49 <i>Flujo de caja</i>	101
Tabla 50 <i>Balance general anual</i>	102
Tabla 51 <i>Gastos generales</i>	103

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Centro de zaruma antiguo.	2
<i>Figura 2.</i> Interior de mina.	3
<i>Figura 3.</i> Monumento al minero de zaruma.	4
<i>Figura 4.</i> Árbol de problema.	6
<i>Figura 5.</i> Vista panorámica del centro histórico.	7
<i>Figura 6.</i> Interior de habitación fuente: miras hotel (2013).	17
<i>Figura 7.</i> Interior de habitaciones.	18
<i>Figura 8.</i> Macro segmentación.	20
<i>Figura 9.</i> Análisis pesta.	24
<i>Figura 10.</i> Tasa café zarumeño. Fuente: gad zaruma (2015).	29
<i>Figura 11.</i> Análisis porter.	30
<i>Figura 12.</i> Demanda extranjera.	34
<i>Figura 13.</i> Demanda nacional.	35
<i>Figura 14.</i> Análisis con quien acostumbra viajar.	38
<i>Figura 15.</i> Análisis de interés al viajar.	39
<i>Figura 16.</i> Preferencia al viajar.	40
<i>Figura 17.</i> Análisis de frecuencia que viaja.	41
<i>Figura 18.</i> Análisis de factores para elegir un hotel.	42
<i>Figura 19.</i> Análisis de conocimiento del destino.	43
<i>Figura 20</i> análisis de conocimiento de atractivos del destino.	44
<i>Figura 21.</i> Análisis de presencia de servicios.	45
<i>Figura 22.</i> Análisis de aceptación.	46
<i>Figura 23.</i> Análisis de precio a pagar por persona.	47
<i>Figura 24.</i> Análisis de frecuencia de turistas en el cantón.	48
<i>Figura 25.</i> Análisis de opinión sobre desarrollo turístico.	49
<i>Figura 26.</i> Análisis de calidad de servicio.	50
<i>Figura 27.</i> Atractivo de mayor atracción.	51
<i>Figura 28.</i> Casa colonial.	53
<i>Figura 29.</i> Logo.	55
<i>Figura 30.</i> Organigrama de la empresa.	56
<i>Figura 31.</i> Ubicación de proyecto.	58

<i>Figura 32.</i> Área de planta a nivel del suelo.	61
<i>Figura 33.</i> Área de planta primer piso.	62
<i>Figura 34.</i> Área de planta subsuelo.	63
<i>Figura 35.</i> Habitación interna.	67
<i>Figura 36.</i> Espejo anti empañó.	68
<i>Figura 37.</i> Artesanías locales.	69
<i>Figura 38.</i> Cacos de baquelita.	72
<i>Figura 39.</i> Molinos de bola.	72
<i>Figura 40.</i> Roca de mina con oro.	73
<i>Figura 41.</i> Oro procesado.	73
<i>Figura 42.</i> Utensilios para proceso de fundición.	73
<i>Figura 43.</i> Lámpara de carburo antigua.	74
<i>Figura 44.</i> Punto de equilibrio.	85

Resumen

El presente trabajo de investigación que tiene como título “Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con temática en estilo minero, en el cantón Zaruma, provincia de El Oro”. El proyecto consiste en el desarrollo de un estudio factibilidad para la creación de un hotel con temática minera. El hotel desde su inicio se llamara Mita House S.A, el nombre o razón social es único e identifica de lo que fue el trabajo minero de nuestros antepasados, lo que permitirá llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros que visten la ciudad de Zaruma. El proyecto de acuerdo a la legislación de turismo, contara en su inicio con 5 habitaciones, además de dormitorios es debidamente equipadas en planta baja para discapacitados como el reglamento lo amerita. Una de las atracciones es la exhibición de arte de piezas que se utilizó para extracción de material minero como utensilios para los trabajadores, maquinaria minera y piedras preciosas que se extraen de la zona. Otra fortaleza importante es la ubicación del proyecto, donde se podrá disfrutar de un paisaje montañoso, al mismo tiempo las áreas de recreación como piscina y baño turco dentro del establecimiento. El estudio financiero determino que el negocio es factible de acuerdo a la inversión inicial es de \$ 264.851,02, el VAN \$ 118.790,59 es mayor a cero, es decir, se recupera lo se invirtió a corto plazo.

Palabras Clave: Alojamiento, cantón, hotel, huésped, mina, subterráneo.

ABSTRACT

This research paper is entitled "Feasibility study for the implementation of a themed hotel in mining style in the canton Zaruma, El Oro province." The project involves the development of a study factibilidad for the creation of a mining themed hotel. The hotel from the outset was called Mita House S.A, the name or business name is unique and identifies what was mine work of our ancestors, which perimeter draw the attention of domestic and foreign tourists who dress the city of Zaruma. According to the draft legislation tourism, told in his home with 5 bedrooms plus rooms is suitably equipped ground floor for disabled as the regulation warrants. One of the attractions is the excision art pieces that was used for extraction of mining equipment and utensils for workers, mining machinery and precious stones mined in the area. Another important strength is the location of the project, where you can enjoy mountain scenery, while the recreation areas like pool and steam room within the facility. The financial study determined that the business is feasible according to the initial investment is \$ 264,851.02, \$ 118,790.59 VAN is greater than zero, invested it recovers what is short-term.

Palabras Claves: Theme, Lodging, Canton, Hotel, Guest, mine underground.

Introducción

La idea de implementar un hotel con temática minera en Zaruma proviene de las características culturales del cantón y la parte alta de la provincia de El Oro son reconocidos por la extracción de materiales preciosos como son el oro y la plata, siendo esta actividad una de las principales fuentes de ingresos a la población. “Se conoce además que en estas tierras durante los siglos XVI y XVII se extrajo una cantidad significativa de oro de las minas de Zaruma, que fue llevada para los reyes de España”. (Murillo, 2000, p.8)

Se va tomar como referencia la identificación del cantón Zaruma con la presencia de minas en sus tierras, con esta situación nace la idea de proponer el hotel con temática en estilo minero, el cual permita a los turistas que puedan vivir la experiencia de alojarse en un lugar poco común, con un ambiente cálido y sin ningún ruido, para pasar una noche con la comodidad pertinente puesto que las habitaciones están diseñadas con los servicios requeridos y necesarios para su satisfacción.

Se detalla a continuación en el proyecto lo que se revisa en cada capítulo:

Capítulo 1, se basa en determinar los conceptos y teorías para llevar a cabo la propuesta del hotel temático. Para empezar el proyecto se va despejar algunas dudas en base a los términos que se van a utilizar a lo largo del tema con referencias bibliográficas, y documentos que se obtengan la parte científica.

Capítulo 2, se realiza la investigación para identificar el mercado potencial para realzar los atractivos culturales a través de un hotel tres estrellas con temática minera, ya que en este capítulo se va lograr identificar cual es el mercado meta, al cual se quiere llegar y conocer cuál es la macro segmentación y la micro segmentación, por otra parte, se establece el perfil del consumidor, así como el análisis Pesta y el análisis Porter, y por último se determina la población y muestra, la selección del tamaño de la muestra y la presentación de los resultados.

Capítulo 3, se define la propuesta de implementación de un hotel temático, que va a contar con el estudio legal, organizacional, técnico, comercial y financiero a través de los recursos necesarios para la implementación y así determinar la factibilidad del mismo.



Figura 1. Centro de Zaruma antiguo.

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Zaruma (2015)

Descripción del proyecto.

El proyecto de implementación de un hotel con temática minera nace de la identificación obrera del cantón Zaruma que se encuentra ubicado en la provincia de El Oro generando fuentes de trabajo e ingreso económico. El sector minero está cada vez en decadencia, debido a motivos ambientales que han sido la destrucción de varios de los ríos que son de tradición de la comunidad, ya que se han visto contaminados por la explotación minera.

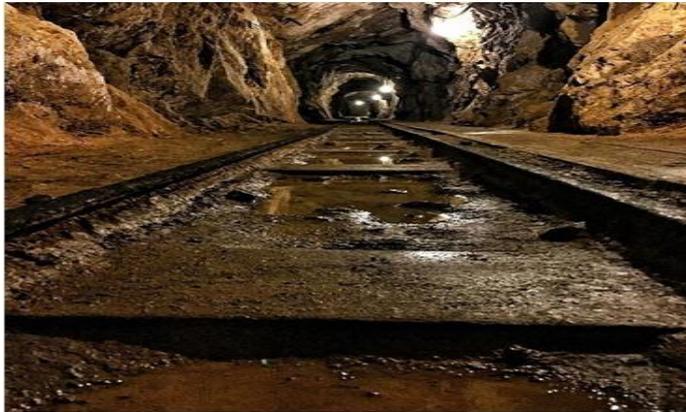


Figura 2. Interior de mina.

Fuente: Mina El Sexmo

Incluso se ha dado en algunas demandas al estado ecuatoriano por parte de Autoridades Peruanas y precisamente es por el mal uso de material minero que en su mayoría se lo desecha al río, es un gran impacto a la naturaleza destruyendo miles de especies a lo largo del trayecto de los ríos Calera y Amarillo. (OCMAL, 2010).

El material precioso como es el oro, cada vez se ha hecho más difícil de extraerlo por lo que se necesita de más tecnología e inversión; pero ahora por la economía, el precio se ha visto con tendencia a la baja por lo que en algunos casos se ha optado por dejar esta actividad. Es por esto que tanto la provincia de El Oro como el cantón Zaruma están apuntando a explotación turística que es muy rica tanto en lo cultural, como en lo natural.



Figura 3. Monumento al minero de Zaruma.

Fuente: Samy Sánchez

Los beneficiarios del proyecto son el país en general así como el cantón Zaruma, debido a que va ser un proyecto que atraerá mucha atención de turistas nacionales y extranjeros. Se estima que se logre mayor movimiento de dinero y afluencia de turistas para lo cual se propone brindar capacitaciones al sector gastronómico, a los medios de transporte, en este caso pueden ser taxistas y policía comunitaria con la ayuda de Gobierno Autónomo Descentralizado de Zaruma. Esto va ayudar para que el prestigio del cantón se dé a conocer por medio de la publicidad boca a boca. Es muy importante la primera impresión que se da al turista a la hora de vender un servicio ya que si se logra llenar las expectativas se va a obtener un gran prestigio tanto de la actividad de alojamiento como de la comunidad.

Se espera es que el proyecto tenga una gran influencia por ser un alojamiento diferente y único en el país. Se busca que el proyecto resalte a nivel internacional como revistas, portales electrónicas, páginas como por ejemplo trip advisor y, lograr ser una ciudad potencial turística, tratando de llegar a turistas para que vivan una experiencia nunca antes vista.

Justificación del proyecto.

El proyecto se basa en un hotel con temática de estilo minero, es algo que no se ha escuchado y es único en el país, hay que añadir que es un proyecto que mejora la actividad en el cantón principalmente en el sector hotelero, que se ha ido

estancando y no se ha visto alguna inversión que trate de innovar. Tampoco se ve una mejora en el servicio de modo que turistas que llegan al cantón no están lo suficientemente satisfechos. Según el departamento de turismo de Zaruma la actividad actual del alojamiento en el cantón no es muy buena, es decir en este proyecto se va contar con personal capacitado para dar un servicio de calidad que sea distinguido de la competencia y obtener una ventaja competitiva.

En las fiestas religiosas del cantón llegan un número extenso de turistas de todo el país, además se da el festival nacional del café, feria agropecuaria, certámenes culturales como bandas de pueblo y comparsas.

Dentro de la gastronomía típica de la ciudad, se destaca el tigrillo, que es un plato a base de verde cocinado queso y huevo, es una tradición que se lo puede degustar en el desayuno o al atardecer acompañado de una taza de café. La fama del café cultivado en el cantón Zaruma se debe por ser de la especie arábigo, este se ha hecho muy particular ya que en la mesa de los habitantes de la zona no puede faltar la taza de café, la cual se la prepara pasado por colador de liencillo. En la ciudad de Guayaquil se lo puede encontrar en supermercados como en el exterior ha estado en grandes ferias gastronómicas.

“Otro aspecto importante, en el año 1990 se le otorga el Título de Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano y en el año 1998 consta en la lista para ser candidata a Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO”. (El Comercio, 2015)

Según Vistazo (2000):

Los principales atractivos de la zona son el centro histórico de la ciudad donde se puede caminar y encontrar con el santuario de la Virgen del Carmen, parque central, casas antiguas construidas de madera de guayacán, cedro y tierra. El santuario de la virgen del Carmen fue construido en 1912-1930 cuenta con un elegante altar tallado y forrado con pan de oro y plata (p.53).

Otro atractivo importante es el Cerro Calvario, en la parte más alta del cerro se puede observar toda la ciudad además de poder disfrutar de un paisaje que se

puede mirar la zona montañosa, ríos y pequeñas poblaciones que rodean la ciudad. Cerro de arcos es un importante sitio turístico se puede vivir la hermosas formaciones naturales en forma de arco, se encuentra ubicado a 3500 metros, con una temperatura de entre 4 a 15 grados centígrados. (GAD Zaruma, 2016)

Problemática

Consecuencias	Ideas escasas de diseños innovadores	Proponer una actividad que identifique la ciudad	Público busca hospedajes aislados de la contaminación	Ayuda para que sea candidata al Patrimonio Cultural de la Humanidad	Genera ingresos económicos y mejor calidad de vida del cantón
Problema	¿Es viable la implementación de un hotel con temática minera, que identifique la cultura del cantón Zaruma, para fomentar el turismo en la localidad?				
Causas	No existe esa clase de hotel	Sector minero identifica la ciudad	Armonía con la naturaleza	Fomentar la cultura en el Cantón	Mayor afluencia de turista

Figura 4. Árbol de problema.

En el país, el sector hotelero ha ido creciendo a gran escala pero falta innovación para poder atraer a los viajeros, a causa de esto se ha creado la idea de un hotel en estilo minero diferente que llame la atención de turistas nacionales y extranjeros, esto ocasiona que los turistas decidan visitar otros destinos del país, o también puede ocurrir que en la búsqueda de servicios poco comunes el turista nacional viaje al exterior.

La provincia de El Oro se caracteriza por la explotación minera, en los yacimientos de la zona, desde la llegada de los españoles, especialmente la parte alta de la provincia como son los cantones Zaruma y Portovelo. Los minerales que se extraen de las minas son oro y plata, en los actuales momentos la actividad está en decadencia por el alto costo de los procesos que llevan extraer la materia prima.



Figura 5. Vista panorámica del centro histórico.
Fuente: Samy Sánchez

En consecuencia, el mercado hotelero está marcando una nueva tendencia, debido a las diferentes campañas para cuidar la naturaleza y el planeta. En la actualidad se puede observar en los diferentes destinos turísticos, hospedajes, de modo que están en contacto con la naturaleza. Gran parte de los turistas están marcando un estilo ecológico, dado que buscan estar en un ambiente de paz, que este alejado de la contaminación acústica de la ciudad, sin ningún ruido que moleste, siendo para muchas personas el sueño sagrado.

Las autoridades del cantón buscan cumplir los requisitos para ser candidata a Patrimonio Cultural de la Humanidad, por ello este proyecto impulsa a la cultura del cantón siendo otro gran recurso para cumplir este tan anhelado título.

Además de lo antes mencionado, el cantón Zaruma es un destino que cuenta con muchos recursos turísticos, pero la escasa información no se los ha podido explotar, en el caso de recursos naturales; las carreteras no se encuentran en buenas condiciones para el acceso, es por esto se quiere más puntos de información que puedan atraer mucho más la atención, con lo que se obtendrán mayores ingresos y consumos de los turistas que los visiten, lo cual genera una mejor calidad de vida en la población en general.

¿Es viable la implementación de un hotel con temática minera, que identifique la cultura del cantón Zaruma, para fomentar el turismo en la localidad?

Objetivo General:

Estudiar la factibilidad del proyecto hotelero en estilo minero, para realzar los atractivos del cantón Zaruma, provincia de El Oro.

Objetivos Específicos:

1. Determinar fundamentación teórica, legal para llevar a cabo la propuesta del hotel temático.
2. Identificar preferencias e intereses de los turistas mediante un estudio de mercado, para alcanzar una ventaja competitiva en el sector.
3. Desarrollar los estudios financieros y presupuesto del proyecto para evaluar la viabilidad y la factibilidad económica.

CAPÍTULO 1

Fundamentación Teórica

1.1 Marco Teórico.

1.1.1 Hoteles Temáticos.

La temática es una de las nuevas tendencias en la industria hotelera que está siendo desarrollada por las empresas que se dedican a este tipo de servicio y es de gran agrado para las personas que en primera instancia se lo realizan con parques y restaurantes, es de tradición hacerlo en los lugares donde cuentan con tradiciones o costumbres propias de la zona, aficionado algún tipo de decoración como en este caso es el estilo minero.

En el cantón Zaruma se hace referencia a la explotación minera, lo que se busca es tener esta temática que bien por muchos años ha sido un ingreso económico ahora se la busca explotar de una manera llame la atención de turistas que llegan a la ciudad por sus atractivos culturales y naturales.

1.1.2 Desarrollo económico.

Según la Organización Mundial de Turismo (2007):

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la contribución económica del turismo que se refiere al efecto directo del turismo, y el 'impacto económico' del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos. (s.p)

Ecuador cuenta con una gran biodiversidad y el valor patrimonial, el desarrollo del turismo en el país es cada vez más grande y teniendo apoyo del gobierno con campañas que ayuden al crecimiento del sector turístico se espera en algunos años ser potencia turística.

1.1.3 Hotel Sostenible.

Según un estudio, realizado por el Global Sustainable Tourism Council y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) (2014):

El 90% de los viajeros elige un hotel sostenible y el 34% está dispuesto a pagar por alojarse en establecimientos con tales criterios. En la actualidad se está buscando que los hoteles tengan el menor impacto con la naturaleza, por motivos de campañas en contra de la contaminación es por esto, la gran mayoría de servicios hoteleros se busca tener una certificación para obtener la licencia de ser hotel sostenible y busque tener un mayor prestigio a nivel internacional. (s.p)

1.1.4 Patrimonio Mundial.

Según Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia a y la Cultura UNESCO (2016):

La Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de 1972 surge tras la necesidad de identificar parte de los bienes inestimables e irremplazables de las naciones. La pérdida de cualquiera de dichos bienes representaría una pérdida invaluable para la humanidad entera. Es después de la adopción de la convención, cuando la comunidad internacional comienza a hablar de "desarrollo sostenible" puesto que la conservación del Patrimonio Natural y Cultural constituye una contribución trascendental al desarrollo del sitio y, por ende, de su entorno. (s.p)

La ciudad de Zaruma se encuentra en la actualidad en la lista para ciudad elegible a candidato Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo que contribuye un aporte principal al país, porque da un realce mayor al destino.

1.1.5. Nuevas tendencias turísticas.

“Los informes sobre las nuevas tendencias en turismo no están equivocadas, la gente quiere cada vez menos masificación, menos artificialidad y búsqueda de la naturaleza, cultura y otros elementos que influyen a diferentes actividades”. (González, 2002, p.51)

Según el informe anterior es lo que el mercado actual está exigiendo otro tipo de destinos, estar más en contacto con la naturaleza, la cultura de las ciudades antiguas, además de la belleza arquitectónica de la época de conquista española como es el caso de la ciudad de Zaruma.

1.1.6 Destino sostenible.

Según troitiño, Saúl y García (2008):

Cuando se habla de sostenibilidad hay que referirse a la suma de sostenibilidades: medioambiental, sociocultural y económica. Así mismo un destino turístico, considerado como un producto turístico global, se requiere una gestión coherente y acertada. Tiene que contar con ciertos recursos turísticos sean naturales o artificiales para poder explotarlos y comercializarlos como producto turístico (p.202).

Los destinos actuales están tratando de reconocidos por ser sostenible, existe certificaciones que califican todos los necesarios para obtener, la sostenibilidad es un aporte para saber la categoría y diferenciar empresa turísticas.

1.1.7 Turismo cultural.

“Constituye un fenómeno de especial interés y una magnífica oportunidad, especialmente para aquellos territorios y ciudades con unos recursos patrimoniales y culturales tradicionalmente poco explotados como posibles recursos turísticos”. (Gomez, Mondejar y Sevilla, 2005, p.9)

1.2 Marco Conceptual.

1.2.1 Toneles.

“Los toneles son recipientes de forma cilíndrica, utilizados para la industria, la artesanía y la industria agroalimentaria. Este recipiente se adapta a las necesidades de transporte, almacenamiento y la manipulación de diversos productos”. (Vivas, 2005, p.37)

El café es considerado una de las bebidas más exquisitas del mundo, tal es el caso de los locales que se encargan de la venta del café zarumeño que son los que almacenan el producto, pesado por libras en toneles de plástico para conservar su aroma.

1.2.2. Especie Arábigo

“Se trata de una especie noble que produce café de buena calidad y representa alrededor del 70 % del mercado mundial. Existe una variedad en esta especie en muy grande en relación al tamaño y forma de la planta, frutos, hojas y semillas”. (Rodríguez, 2000, p.25)

La especie arábigo es la cual se produce el café zarumeño desde muchas décadas, esta especie se da por tipo de clima y por la altura que se encuentra la ciudad sobre el nivel del mar.

1.2.3. Pan de Oro.

“El oro en láminas llamado pan de oro fue muy utilizado en la antigüedad para realizar fondos, el dorado detalles y decoraciones de distinto género. Se aplica sobre una superficie preparada y muy bien pulimentada”. (Matteini y Moles, 2001, p.89).

1.2.4 Yacimiento minero.

Según Vergara (1992):

En la industria minera es esencial el yacimiento minero, aquí se encuentran los minerales que son los compuestos inorgánicos que se presentan de un modo natural en la parte sólida del universo, formando vetas, filones, bolsas u otras formas geológicas que alteran con materiales inservibles. (p.4)

1.2.5 Contaminación acústica.

Según Fernández, García, Iñiguez, López, Mora, Rojas y Valera (2005): “La principal consecuencia de los efectos psicológicos del ruido es la pérdida de concentración, molestia y malestar. Niveles altos de inmisión sonora pueden provocar trastornos en la salud mental como cefaleas, inestabilidad emocional”. (p.179)

1.3 Marco Legal

Responsabilidad Social y Legal

1.3.1 Registro de alojamiento, alimentos y bebidas

El procedimiento legal para la solicitud de la implementación de un establecimiento de alojamiento por primera vez.

Según Ministerio de Turismo (2016)

Requisitos y formalidades para el registro

1. Copia de registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de cedula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia de contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.

5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominaciones social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. Republica 396 y Diego de Almagro, Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana, Edif. Centrum.
Cuenca: Av. José Peralta y av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
7. Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia)
8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. Ministerio de Turismo (Mintur, 2016)

1.3.2 Requerimientos para inspección de Hotel 3 estrellas.

Los requerimientos para la infraestructura de acuerdo a al tipo de estrellas que va implementar el hotel por primera vez, según el Ministerio de Turismo, se deben cumplir todos las especificaciones detalladas en el siguiente cuadro, detalles importantes para la adecuación de las instalaciones, servicios especiales. El hotel contara con piscina y baño turco, con parqueo privado, cafetería con una cocina equipada con las normas de calidad, casilleros para el personal y baño independiente.

Base legal.

1.3.3 Permisos municipales de construcción

- Solicitud múltiple.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Línea de fábrica.
- Cedula y certificado del propietario.

- Certificado de registro de la propiedad.
- Levantamiento planímetro.

1.3.4 Permisos de bomberos.

- Permiso municipal de uso de suelo.
- Copia de RUC o cedula de propietario.
- Factura de extintor.
- Pago de la tasa anual.

1.3.5 Medio ambiente.

Según Acuerdo Ministerial No. 061 Ministerio del ambiente (2015)

Art. 22 Catálogo de proyectos, obras o actividades.- Es el listado de proyectos, obras o actividades que requieren ser regularizados a través del permiso ambiental en función de la magnitud del impacto y riesgo generados al ambiente. Publicación con autorización del Registro Oficial CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES Edición Especial N° 316 - Registro Oficial - Lunes 4 de mayo de 2015 -- 13

Art. 23 Certificado ambiental.- Será otorgado por la Autoridad Ambiental Competente a través del SUIA, sin ser de carácter obligatorio, a los proyectos, obras o actividades considerados de mínimo impacto y riesgo ambiental. Para obtener el certificado ambiental, el promotor deberá llenar en línea el formulario de registro asignado, conforme al procedimiento acorde a los lineamientos que establezca la Autoridad Ambiental Nacional.

Art. 24 Registro Ambiental.- Es el permiso ambiental otorgado por la Autoridad Ambiental Competente mediante el SUIA, obligatorio para aquellos proyectos, obras o actividades considerados de bajo impacto y riesgo ambiental. Para obtener el registro ambiental, el promotor deberá llenar en línea el formulario de registro asignado por parte del Ministerio del Ambiente para lo cual deberá cumplir con el siguiente procedimiento: 1. Realizar los pagos por servicios administrativos en los lugares indicados por la Autoridad

Ambiental Competente. 2. Ingresar la información requerida por la Autoridad Ambiental Competente en el registro automático elaborado para el efecto y disponible en línea. Una vez obtenido el registro ambiental, será publicado por la Autoridad Ambiental Competente en la página web del Sistema Único de Información Ambiental. El Sujeto de control deberá cumplir con las obligaciones que se desprendan del permiso ambiental otorgado.

Art. 25 Licencia Ambiental.- Es el permiso ambiental otorgado por la Autoridad Ambiental Competente a través del SUIA, siendo de carácter obligatorio para aquellos proyectos, obras o actividades considerados de medio o alto impacto y riesgo ambiental. El Sujeto de control deberá cumplir con las obligaciones que se desprendan del permiso ambiental otorgado. Art. 26 Cláusula especial.- Todos los proyectos, obras o actividades que intersequen con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques y Vegetación Protectores (BVP), Patrimonio Forestal del Estado (PFE), serán de manejo exclusivo de la Autoridad Ambiental Nacional y se sujetarán al proceso de regularización respectivo, previo al pronunciamiento de la Subsecretaría de Patrimonio Natural y/o unidades de patrimonio de las Direcciones Provinciales del Ambiente.

En los casos en que estos proyectos intersequen con Zonas Intangibles, zonas de amortiguamiento creadas con otros fines además de los de la conservación del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (derechos humanos, u otros), se deberá contar con el pronunciamiento del organismo gubernamental competente. (Ministerio del ambiente, 2015)

Es importante la parte legal que estipula el Ministerio del Ambiente, para calificar el tipo de proyecto que se está aplicando y cuál es el impacto que está produciendo principalmente en las zonas protegidas, en este caso es terreno particular, está fuera de una zona protegida y el impacto no es de mayor magnitud.

1.4 Marco Referencial.

1.4.1 Miras Hotel.

Goreme, Turquía

Este hotel cueva está situado en el centro de Göreme. Ofrece habitaciones de lujo con conexión Wi-Fi y TV vía satélite. El hotel dispone de una piscina al aire libre. Todas las habitaciones del Miras Hotel están equipadas con set de té y café, una nevera pequeña y una terraza o balcón. Algunas habitaciones cuentan con un baño turco. El hotel también ofrece alquiler de coches. Todas las mañanas en el restaurant disfrutar de un desayuno bufé con platos locales e internacionales. El Goreme museo al aire libre está a sólo 15 minutos a pie. (Miras Hotel, 2013).

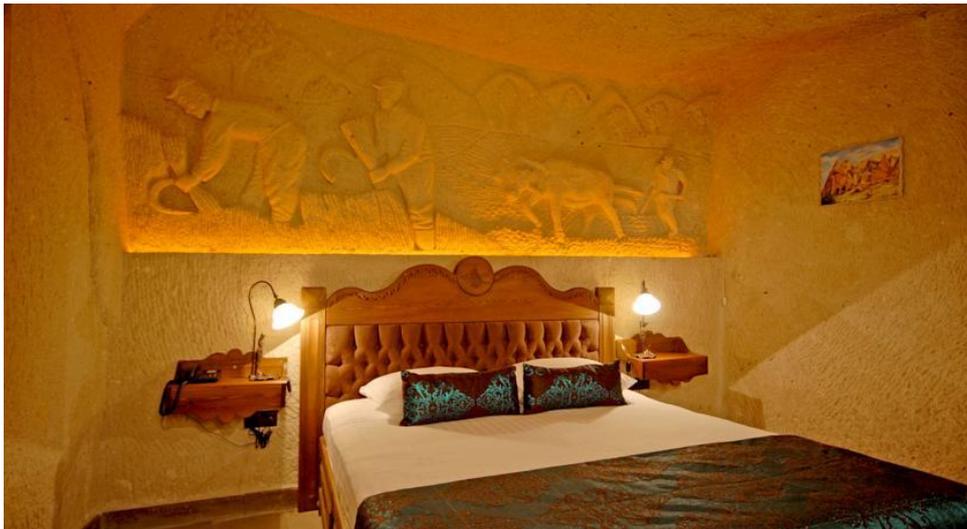


Figura 6. Interior de habitación
Fuente: Miras Hotel (2013)

1.4.2 Desert Cave Hotel.

Cooper Pedy, Australia

Los visitantes pueden permanecer bajo tierra, o si lo prefieren, por encima de habitaciones de la planta también están disponibles. Dormir bajo el suelo es una experiencia única. Tranquilo, fresco, ventilado y oscuro - las habitaciones son espaciaosas, con techos altos. La mayoría de los visitantes dicen que dormir bajo tierra les da la mejor noche de sueño que he tenido. El hotel ofrece a sus visitantes la mejor oportunidad de experimentar Cooper Pedy vida y el hotel puede ofrecer a los huéspedes una gama de tours especializados del interior agreste y hermoso entorno. (Desert Cave Hotel, 2011).



Figura 7. Interior de habitaciones
Fuente: Desert Cave Hotel (2011)

En base a la idea de implementación de un hotel con temática minera, ya existen en Turquía y Australia, se tomó de referencia estos dos modelos, para poder adaptar algunos detalles para el proyecto como nivel de altura de techo y otros detalles importantes de infraestructura.

CAPITULO 2

Investigación De Mercado

2.1. Mercado meta.

“Un mercado meta consiste en un grupo de personas que tienen necesidades o características similares. En donde entra la empresa a vender el servicio o producto” (Kotler y Armstrong, 2003, p.55).

“En la etapa de selección del mercado meta se utiliza técnicas para poder identificar aquellos segmentos que brindan mejores oportunidades de generar negocios rentables para la empresa. Las técnicas más utilizadas son mapas conceptuales y los análisis de regresión” (Dvoskin, 2004, p.114).

El estudio de Mercado tiene como finalidad saber todas las ventajas y desventajas del servicio o producto, saber cuál es mercado objetivo y las principales necesidades para satisfacer al cliente.

El mercado meta son los turistas nacionales y extranjeros, en especial los turistas que visitan la zona sur del país, se toma como referencia los datos de las provincias de Guayas y El Oro para el estudio de mercado, mediante encuestas se realiza la investigación en base a los resultados, poder plantear la idea de forma más precisa, detalles importantes como nivel de demanda nivel de aceptación de proyecto.

Además de análisis PEST para saber cuáles son los posibles factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales que afecten al proyecto a corto y largo plazo. Del mismo modo el análisis Porter, se analiza el nivel de competencia que es uno de los más fuertes para aplicar la correcta estrategia.

2.2. Macro segmentación.

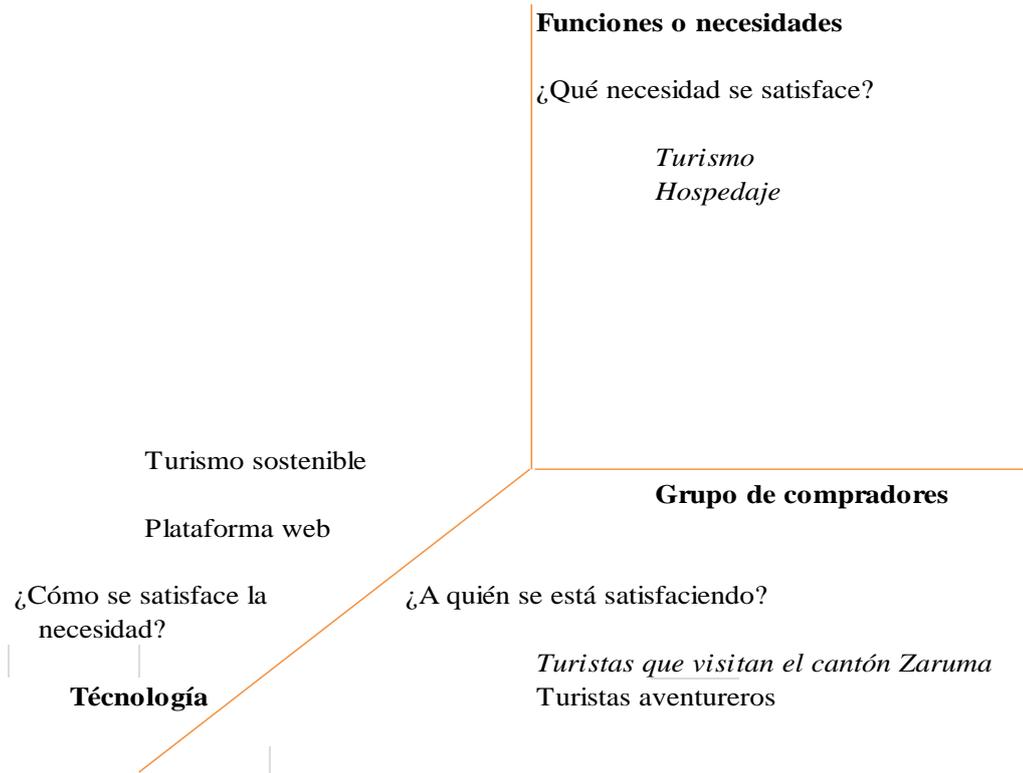


Figura 8. Macro segmentación.

2.2.1 Funciones o necesidades.

La función que se está realizando en el proyecto se basa en explotar las riquezas culturales y naturales del cantón Zaruma, promoviendo de esta manera el turismo mediante un hotel temático que brindara un hospedaje diferenciado al de los hoteles de la zona, donde podrán vivir una experiencia única en el país de poner descansar de una manera que es poco común e innovadora.

2.2.2 Grupo de compradores.

El público que va disfrutar del hotel con temática minera serán las personas que por diferentes motivos de viaje, negocios o turistas que viajen al país específicamente a la zona sur, esto debido que la provincia de El oro cuenta con una riqueza natural, contando con la reserva natural Jocotoco, se encuentra a escasos 15

kilómetros donde se ubicara el hotel, además la provincia está ubicada al borde del continente que se encuentra Puerto Bolívar que es pilar fundamental para el movimiento de la provincia, además de estar ubicada en zona fronteriza con Perú, donde el comercio y afluencia de personas se mueve a gran escala.

2.2.3 Tecnología.

La tecnología es una herramienta para dar a conocer el servicio de hospedaje, para captar la atención de los turistas, se va crear un portal web, para poder observar las instalaciones del hotel, además fomentar el reciclaje, proyectos para el cuidado ambiental en conjunto con el GAD de Zaruma, además apoyar a la protección de patrimonio arquitectónico e histórico del cantón.

2.3. Micro segmentación.

Tabla 1
Segmentación geográfica.

Geográficas	Datos
País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	El Oro
Cantón	Zaruma
Clima	Cálido

El hotel con temática minera se va ubicar en Ecuador en la parte sur oeste del país, límites:

Al norte con la provincia de Azuay, al sur con los cantones Portovelo y Piñas, al este con la Provincia de Loja, al Oeste con los cantones Piñas, Atahualpa, Chilla y Pasaje. La Temperatura oscila desde 10°C a 24°C donde la estación de verano se presenta entre los meses de mayo a noviembre e invierno entre los meses de noviembre hasta abril. (Gobierno Municipal Zaruma, 2014)

Tabla 2
Segmentación demográfica.

Demográficas	Datos
Edad	Indiferente
Sexo	Masculino, Femenino
Religión	Indiferente
Nacionalidad	Indiferente

El proyecto está dirigido para personas deseen hospedarse de cualquier edad, personas que tengan distintas creencias religiosas y costumbres, sin importar la nacionalidad, además de contar con habitaciones para discapacitados, en el hotel se va contar con personal capacitado en caso que se trate de un huésped que hable otro idioma.

Tabla 3
Segmentación socioeconómica.

Socioeconómica	Datos
Ingreso	Superior al básico
Instrucción	Indiferente

El nivel de ingreso de las personas que desean disfrutar de las instalaciones del hotel tendrá que tener un salario superior al básico debido a que va a deleitarse de un servicio especial, con instalaciones modernas. En hotel se podrá pernoctar en un ambiente tranquilo y relajado, tendrá decoraciones con estilo minero y un servicio diferenciado con personal capacitado para satisfacer las necesidades además de poder disfrutar de la restauración, servicios adicionales como son alquiler de bicicletas, city tour en el histórico de la ciudad.

Tabla 4
Segmentación psicograficos.

Psicográficos	Datos
Clase social	Media
Estilos de vida y valores	Paseo, ocio, luna de miel
Personalidad	Extrovertido, aventurero

Se espera recibir personas de clase social media que tienen el poder adquisitivo para hospedarse en el hotel, que brinda también servicios adicionales como paseos y city tour para lo cual se requiere de una personalidad extrovertida y aventurera para vivir una experiencia diferente en hospedaje.

Tabla 5
Segmentación conductuales.

Conductuales	Datos
Beneficios buscados	Hospedaje
Tasa de uso	70%
Nivel de lealtad	70%

El servicio que se va brindar es el de hospedaje, que busca atraer a los turistas y público en general que viaja a la parte sur de país, ofreciendo un servicio diferenciado para lograr obtener la fidelidad del cliente.

2.4 Perfil del consumidor.

- Turistas naciones y extranjeros
- Aventureros.
- Viajeros.
- Necesitan hospedaje.

La atracción de los turistas por visitar Zaruma es su ubicación en una zona rodeada por la cordillera de Vizcaya, pertenece a una rama de la Cordillera de los Andes, brindando un agradable clima subtropical a pesar de pertenecer a la costa ecuatoriana se encuentra a 1200 metros sobre el nivel del mar, en una zona montañosa, además de la arquitectura de sus casas de principios de siglo o era republicana, posee un alto potencial en atractivos naturales.

2.5 Análisis Pesta.

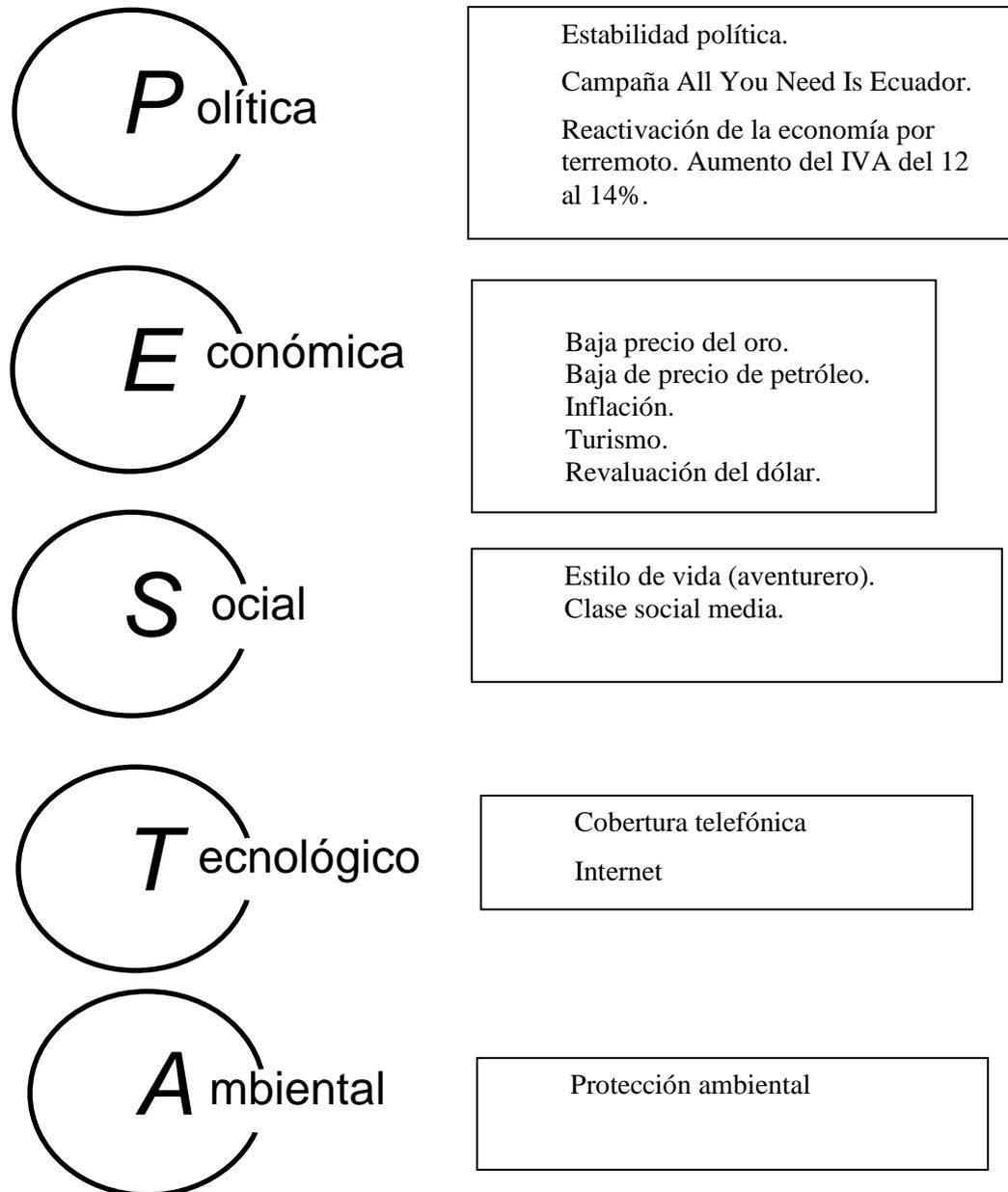


Figura 9. Análisis Pesta.

2.5.1 Político

Estabilidad política.

El gobierno actual precedido por Rafael Correa es más estable de los últimos años, y el más largo de la historia algo alentador para los anteriores gobiernos que se a dejar el mandato en muchas ocasiones por golpes de estado. El actual gobierno ha

invertido en carreteras que han generado un progreso en las diferentes poblaciones es importante destacar que de gran ayuda el sector turístico ya que se pueden movilizar en vías de primer orden. La estabilidad del gobierno ayuda para que el turismo siga creciendo dando confianza y seguridad a los turistas extranjeros.

Campaña All You Need Is Ecuador.

La campaña All You Need Is Ecuador en español significa “todo lo que necesitas es Ecuador”, creada por Ministerio de Turismo empezó el 1 de abril del 2014, con el objetivo de posicionar al país en la mente de los viajeros de todo el mundo de modo que la promoción ha servido para ser la carta de prestación a nivel internacional. La actual campaña ha llamado la atención de turistas extranjeros porque es de gran ayuda para los nuevos proyectos como en este caso para implementación del hotel con temática minera.

Reactivación de economía por terremoto.

Según El comercio (2016):

La economía del país se vio afectada por el terremoto del 16 de abril en las provincias de Manabí, Esmeraldas y parte de Santo Domingo, debido a esta catástrofe gran parte de la infraestructura fue afectada por el desastre natural dejando pérdidas humanas y daños materiales para lo cual se estima que la reparación de las zonas devastadas demandará mucho más de USD 600 millones.

A pesar de las donaciones de la población ecuatoriana, que fue inmediata luego del terremoto con el apoyo de fundaciones se hizo llegar lo más pronto posible los víveres y productos de primera necesidad. Además del apoyo internacional de países vecinos con personal de rescate y productos de primera necesidad.

El gobierno en estado de excepción aprobó el alza del Impuesto al valor agregado (IVA) del 12 % al 14 %, en la Ley Solidaria y Corresponsabilidad Ciudadana, entro en vigencia 1 de junio del presente año, se pretende que esta alza dure un año para reactivar la economía. En consecuencia se ve afectado el

consumidor final, esto hará que las empresas busquen estrategias para colocar ofertas o baja de precios, pero a la vez esto bajaría ganancias por lo que genera despidos en empresas y por ende mayor desempleo. (El Universo, 2016).

En efecto desde el terremoto se ha visto afectado el sector turístico, en muchos casos se han cancelado reservas de turistas extranjeros ya que por el temor de réplicas que se han venido dando ha bajado la afluencia de viajeros.

2.5.2 Económico

Baja de precio del oro.

La fijación de un precio referencial del oro, se dio la primera vez un 12 de septiembre 1919, en las oficinas de NM Roschild. Es lo que se conoce como “Gold Fixing”. El primer Gold Fixing fijó oficialmente el precio del oro, en Londres, en £4.18 (\$20.67). En la actualidad, casi un siglo después, los 5 miembros de la ‘London Gold Fixing Association’ fijan los precios del oro dos veces al día, vía telefónica. A las 10:30 AM y a las 3:00 PM, hora de Londres quedan fijados los precios diarios del oro. El “Gold Fixing” ha proporcionado un precio de referencia a los productores, consumidores, inversores y bancos centrales de todo el mundo. (OroyFinanzas, 2009)

El precio del oro en los últimos meses ha sufrido una gran caída una de las causas es porque el dólar estadounidense está en alza, en efecto cuando el dólar tiene más valor, los inversores recortan el precio del oro. Lo anteriormente expuesto es lo que está afectando a la economía del país principalmente a las personas que se dedican a dicha actividad, debido a que los procesos para extraer el material precioso son altos y ya no resulta rentable al precio que se encuentra en el mercado mundial. El cantón Zaruma principalmente aún se sigue con la actividad pero en menor magnitud es por ello que se quiere implementar proyectos turísticos para mejorar la economía como en este caso la implementación del hotel con temática minera.

Baja de precio de petróleo.

La baja de petróleo se sigue viviendo en el país, pero eso no es todo a pesar de la decadencia de precio del barril a nivel mundial en países productores de crudo como Ecuador se debe sumar otro castigo más por su baja calidad. (El Comercio, 2016). Con la caída del precio del petróleo afecta la economía general del país debido a que el presupuesto se obtiene en parte por el crudo.

Inflación.

Ecuador registró una inflación mensual de 0,03% en mayo del 2016, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC) Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016). En el quinto mes del año, el país registró una inflación anual de 1,63%. Con respecto al mes de abril la inflación se desaceleró con respecto al mes de abril que fue 1.78%. Mientras que la canasta básica para una familia de cuatro personas se encuentra en \$686,74. El gobierno fijó una meta que para el 2016 se debía ubicar en 3% o superior a este valor.

Revaluación del dólar.

El dólar comenzó el año con pie derecho, la mayoría de las monedas están cayendo en un 20% respecto al dólar, en medio de una caída de los precios de materias primas, una economía global débil y la primera alza de tasas de la Reserva Federal en casi una década. Cable News Network (Cnn, 2016)

Ecuador no cuenta con moneda propia debido a que se dolarizó en el año 2000, el país ha venido atravesando una serie de problemas hasta que la gente logró acostumbrarse a la moneda, actualmente el dólar está en alza en relación a las demás monedas por lo que además de tener un gobierno estable, ayuda para que la afluencia de turistas de todo el mundo lleguen al país con más confianza.

Turismo.

El turismo se ha convertido fuerte ingreso del país ubicándose en cuarta posición de ingresos económicos, el gobierno está apuntando para que el turismo suba las entradas de dinero por esta actividad. El Ministerio de Turismo a través del programa Invest Ecuador gestiona inversiones, existen 30 proyectos de inversión hotelera que se desarrollara hasta el 2017 lo que representa \$1600 millones. Existen iniciativas de alianza pública-privada como es el caso de hotel boutique en el Parque Histórico de Guayaquil. Ministerio de Turismo (Mintur, 2015)

Estas alianzas entre el sector público y privado son un incentivo para emprender negocios turísticos debido a que algunos casos se necesita una fuerte inversión, sirven de crédito para poner en marcha proyectos con esa finalidad impulsan el desarrollo económico del país, fomentando fuentes de trabajo.

2.5.3 Social.

El patrimonio de los pueblos ecuatorianos se encuentra en la riqueza cultural, tradiciones, leyendas, arte, folklore, todo esto se ha venido transmitiendo de sus ancestros. Ecuador cuenta con una gran riqueza cultural, lo que atrae mucho la atención de propios y extraños, siendo un atractivo intangible de gran importancia, algo semejante ocurre en el cantón Zaruma que se destaca por su riqueza en tradiciones y costumbres, con respecto al arte culinario su tradición se mantiene por los recetarios ancestrales que tratan de conservar paso a paso la preparación, gracias a la comunidad y pequeños empresarios de restaurantes que se dedican a venta de comida típica. Entre los productos que se originan en el cantón son el café, yuca, plátano, caña de azúcar, trigo. El café zarumeño es reconocido por su aroma y sabor por ser cultivado en zonas montañosas y un clima subtropical. El cultivo de la caña de azúcar es una tradición que hasta la actualidad se mantiene, sobre todo los habitantes que se dedican a la agricultura, extraen el jugo de caña para la elaboración de alcohol artesanal, el líquido producido después de pasar varios procesos se lo conoce como aguardiente.



Figura 10. Tasa Café Zarumeño.

Fuente: GAD Zaruma (2015).

2.5.4 Tecnológico.

“La tecnología se puede definir como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos”. (Cegarra, 2011, p.19).

Si bien es cierto la tecnología es de gran importancia en los actuales momentos se lo considera básico y forma parte del diario vivir sin embargo Zaruma es una ciudad que no se ha quedado sin sus beneficios tanto en uso de telefonía móvil pese a estar alejada cuenta con cobertura de todas operadoras que operan en el país. El servicio de internet mediante redes inalámbricas se encuentra en hoteles y restaurantes.

2.5.5 Ambiental.

El 5 junio fue designado por la Asamblea General de Naciones Unidas (ONU), como el Día del Medio Ambiente. Su principal objetivo es sensibilizar la opinión pública respecto a la necesidad de preservar y mejorar el medio ambiente. Este día es uno de los principales vehículos por los que la ONU estimula la sensibilización mundial en torno al Medio Ambiente e intensifica la atención y la acción política. Naciones Unidas (ONU, 2016)

Ecuador es uno de los países que impulsa en el fomento de la conservación y protección de la biodiversidad, priorizando los cuatro ejes, mitigación del cambio climático, conservación del patrimonio natural, gestión integral de residuos sólidos y la reforestación. Una principal medida para afrontar el cambio climático es la generación de electricidad limpia. Ecuador tiene logros en materia ambiental, ocupa el segundo lugar a nivel regional con la mayor superficie bajo protección de sus ecosistemas, conservando el patrimonio del país en su flora y fauna. (El Telégrafo, 2016).

Es importante tener reconocimientos ambientales, puesto que es un país en donde la prioridad es la conservación de la naturaleza, impidiendo la explotación de recursos naturales, por lo tanto es una de las principales atracciones para el turista extranjero, que busca un ambiente sano, diferente al que se está acostumbrado por la contaminación global.

2.6 Análisis Porter.

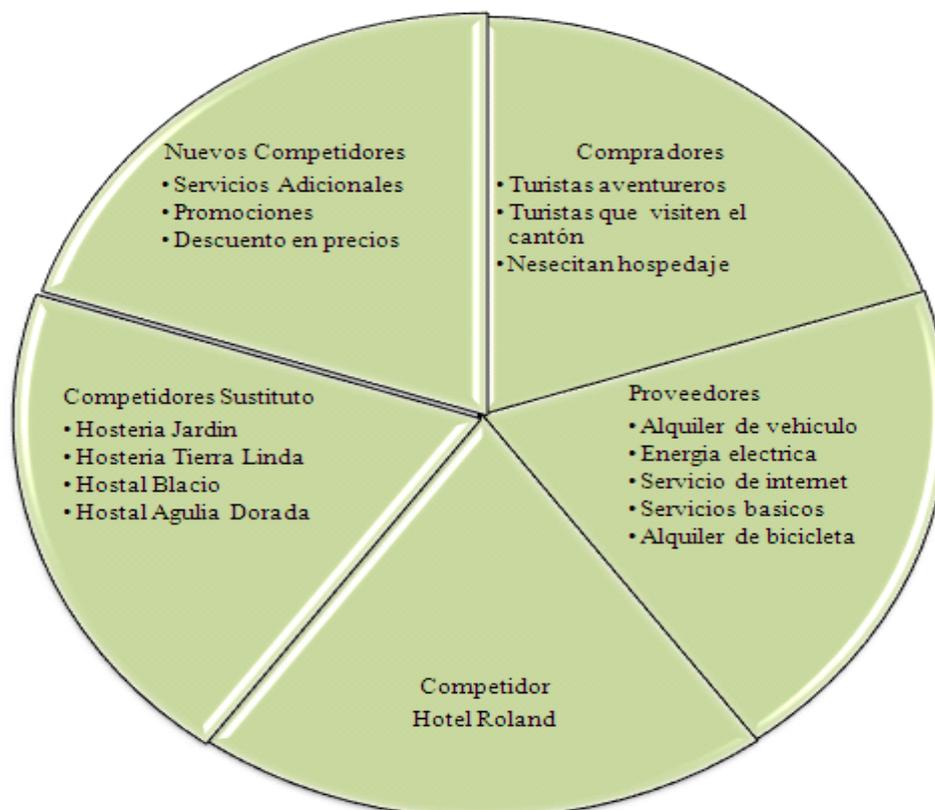


Figura 11. Análisis porter.

2.6.1 Compradores.

Los compradores serán los clientes que van a adquirir el producto en este caso se brindará el servicio de hospedaje, se tiene que planear una buena estrategia de venta debido que existen sustitutos que pueden intervenir en el mercado, al ser únicos los que ofrecen este tipo de servicio será una gran ventaja por ser una idea innovadora, en la actualidad es de gran atracción el hospedaje temático y está marcando una tendencia en el sector hotelero, los turistas al acudir a este tipo de destino como el cantón Zaruma busca mucha más tranquilidad, además que los clientes van a hacer grupos de viajeros o amigos, familias que viajan a disfrutar de un ambiente más tranquilo al que están acostumbrados en la agitada ciudad, existe una afluencia de turistas en las vacaciones académicas de las diferentes partes del país de igual manera sucede en los feriados acuden turistas convirtiéndose en un importante destino nacional e internacional.

2.6.2 Proveedores.

En el sector hotelero existen muchos proveedores de productos similares, al tratarse de empresa nueva e innovadora en este caso por ser un hospedaje diferente, el poder de negociación se lo puede considerar medio tomando en cuenta que son los únicos que prestan este tipo de servicio en la zona, al mismo tiempo se debe escoger al proveedor que se adapte a las exigencias de la infraestructura y brindar las mayores facilidades.

Tabla 6
Lista de proveedores.

PROVEEDOR	SERVICIO
CNEL	Energía eléctrica.
CNT	Teléfono – internet
BiciTur	Alquiler de Bicicleta
Coop. De Transp. Paccha.	Alquiler de vehículo

2.6.3 Competidores.

El competidor existente es Roland Hotel se encuentra ubicado en el cantón Zaruma, ofrece servicio de hospedaje tipo cabaña, habitaciones sencillas matrimoniales, además de contar dentro de sus instalaciones con piscina, parqueo, internet inalámbrico.

Tabla 7
Fortalezas y debilidades de competidor.

FACTORES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZA	50%		
Pioneros en servicio de hospedaje	25%	3,00	0,75
Cobertura de mercado.	10%	3,00	0,30
Precio accesible	15%	3,00	0,45
DEBILIDADES	50%		
No existen promocienes	10%	2,00	0,20
Carece de publicidad.	10%	2,00	0,20
Instalaciones antiguas	12%	2,00	0,24
No existe servicio de restauracion	8%	2,00	0,16
No se realiza gestión de post venta.	10%	2,00	0,20
F-D	100%	19,00	2,50

Con respecto a las fortalezas del hotel competidor es uno de los pioneros en el cantón Zaruma y de los que más acogida tiene por estar ubicado en una zona urbana, además de tener precios accesibles. Como resultado de las debilidades con las que cuenta no existe publicidad en redes sociales y tampoco se ve en ferias del sector turístico dentro del país, las instalaciones son antiguas en algunas habitaciones que no se les ha dado la debida restauración desde su apertura, pese a contar con restaurante no se presta el servicio de alimentos y bebidas, no realiza servicio de post venta de forma que en un portal web se observa las quejas de los huéspedes que han visitado el lugar, no realizan las correcciones correspondientes y no satisfacen las necesidades del cliente.

2.6.4 Competidores sustitutos.

Los productos o servicios sustitutos son los que ofrecen un servicio similar como en este caso es la industria de la hotelería, se ofrece hospedaje pero también hay que saber diferenciar si bien existen variedad de precios, pero el servicio que se va dar tiene características diferentes que no cubren todas las necesidades.

Tabla 8
Lista de alojamiento en Zaruma.

Alojamiento	Dirección	Categoría
Hotel Roland	Av. Alonso de mercadillo	Segunda
Hotel Colonial	Calle Sucre	Segunda
Hostal Blacio	Av. El sexmo y sucre	Segunda
Hostal Águila dorada	Calle Sucre	Segunda
Romería Hostal	Plaza independencia y 9 de octubre	Segunda
Hostal Cerro de Oro	Calle Sucre	Segunda
Hostería El Jardín	Av. Isidro Ayora	Segunda

2.6.5 Nuevos competidores.

El proyecto es una idea innovadora en lo que se refiere a la infraestructura del hotel única en el país y en Sudamérica en la perspectiva que se va adoptar es patentar la idea en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), por lo tanto se evita la entrada de nuevos competidores con las mismas características.

Barreras:

Alto costo de la inversión inicial para operar

Precios de hospedaje y servicios adicionales.

2.7 Población, muestra.

Población es el número de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que pertenece, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita.

Muestra ya se ha comentado la imposibilidad práctica de estudiar a toda la población y lo que se hace estudiar una parte. Es un grupo de individuos que realmente se analizara, es un subconjunto de la población. Para que se pueda generalizar los resultados.

En este caso se ha tomado la población de las provincias de Guayas y El Oro en base a porcentajes de turistas que visitan las 2 provincias, escogiendo dos referencias de turistas extranjeros y nacionales.

Concentración de la demanda extranjera

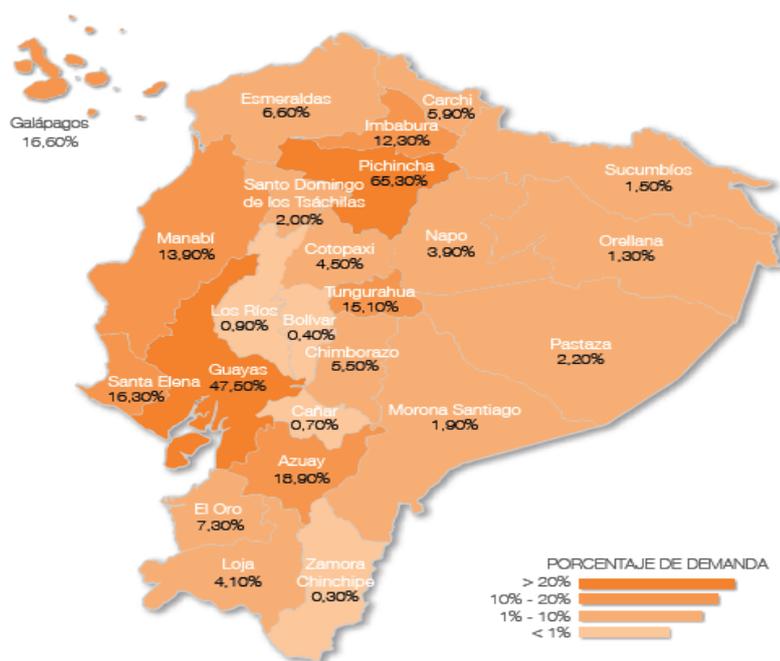


Figura 12. Demanda extranjera.
Fuente: Ministerio de turismo (2014).

Concentración de la demanda nacional

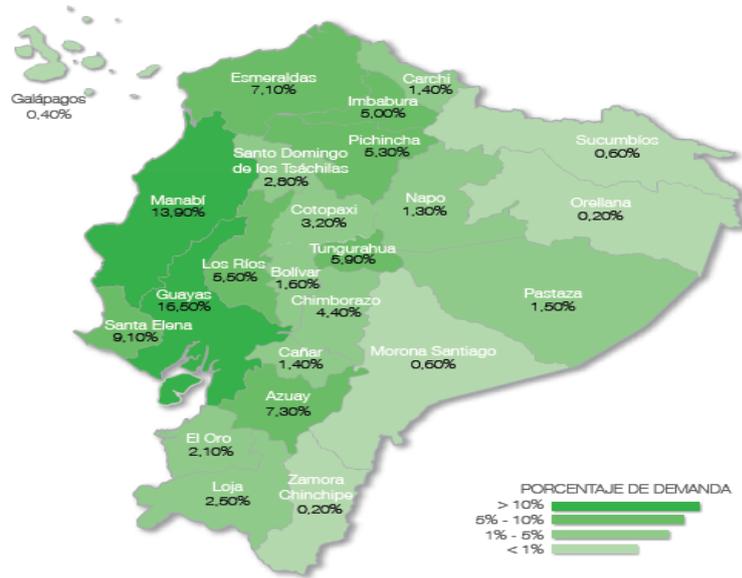


Figura 13. Demanda nacional.
Fuente: Ministerio de Turismo (2014).

2.8 Selección del tamaño de la muestra.

Son datos de finales del 2014, 1'500.241 visitantes ingresaron al Ecuador, marcando así un hito histórico en la cifra de ciudadanos extranjeros que han arribado al país de los cuatro mundos. Acorde a los datos con corte en noviembre de este año, el 24% de llegadas provienen de Colombia (333.197); el 17% de Estados Unidos (232.868); y, el 12% de Perú (161.370); siendo estos los principales mercados emisores de visitantes al país. Ministerio de Turismo (MINTUR, 2014)

Turistas nacionales y extranjeros

Total muestra	1'898,990
---------------	-----------

La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra

N = Número de elementos del universo

P/q Probabilidades que se presenta el fenómeno

Z2 Nivel de confianza

E= Margen de error

Tabla 9
Valores de confianza.

Intervalo de confianza	Z	Nivel de significado E
70%	1.04	30%
75%	1.15	25%
80%	1.28	20%
85%	1.44	15%
90%	1.64	10%
95%	1.96	5%
96%	2.05	4%
99%	2.58	1%

Se va escoger el intervalo de confianza del 95% para que reemplace los valores.

$$Z^2 = 1.96 \times 1.96$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$E^2 = 0.05 \times 0.05$$

En la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

La muestra es de 384 y será el mínimo de encuestas que se va realizar.

Se realiza otra encuesta para la población de Zaruma para saber la calidad de servicios que se está brindando. El cantón Zaruma cuenta con una población de 24097 habitantes de acuerdo al censo INEC, 2010.

De acuerdo el tamaño de la población se toma la formula finita:

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

Se va escoger el intervalo de confianza del 95% para que reemplace los valores.

$$N = 24097$$

$$Z^2 = 1.96 \times 1.96$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$E^2 = 0.05 \times 0.05$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5)(0,5) \times 24097}{(0,05)^2(24097 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{384,16^2 \times 0,25 \times 24097}{0,0025(24097 - 1) + 3,84 (0,25)}$$

$$n = 385$$

Encuestas a realizar	Lugar
385	Zaruma

2.9 Presentación de los resultados.

Resultado de encuestas de turistas.

Pregunta: 1 ¿Con quién acostumbra a viajar al destino turístico?

Tabla 10

En compañía de quien viaja.

Desarrollo	Cantidad	%
Familia	102	27%
Amigos	168	44%
Pareja	93	24%
Solo	21	5%
Total	384	100%

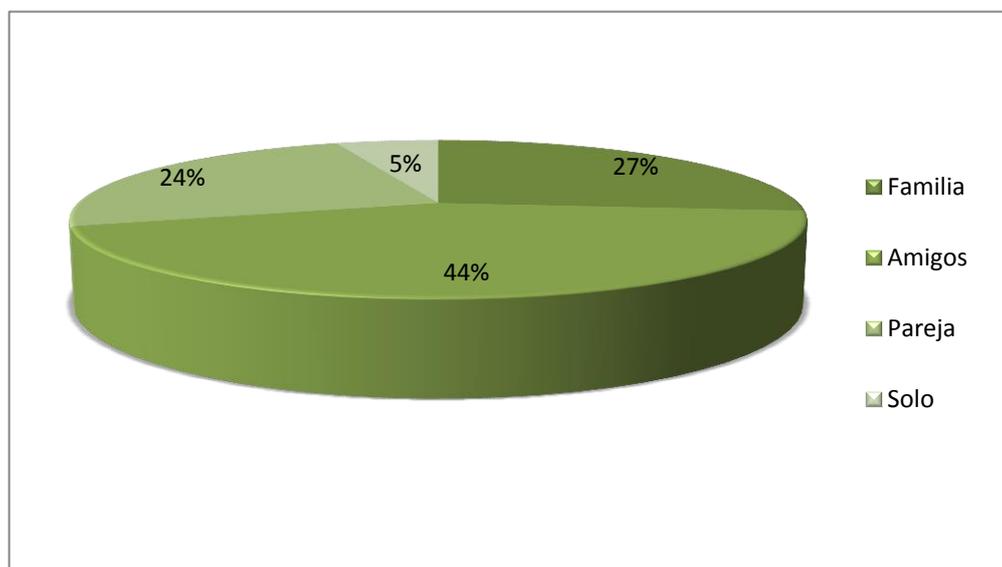


Figura 14. Análisis con quien acostumbra viajar.

Los turistas tienen como preferencia viajar en grupo de amigos con un 44%, en segundo lugar se encuentra la familia con 27%, en tercer lugar se encuentra viajar en pareja 24%, los encuestados poco acostumbran a viajar solos con 5%. Por lo que es una fortaleza para el proyecto que los turistas lleguen en grupos.

Pregunta: 2 Dentro de sus expectativas que considera Usted que debe tener un destino turístico para que sea de su interés.

Tabla 11
Intereses al viajar.

Desarrollo	Cantidad	%
Tranquilidad para descansar	130	34%
Variedad de atributos para conocer	84	22%
Diversión Nocturna	86	22%
Práctica de deportes extremos	30	8%
Gastronomía	44	11%
Otras	10	3%
Total	384	100%

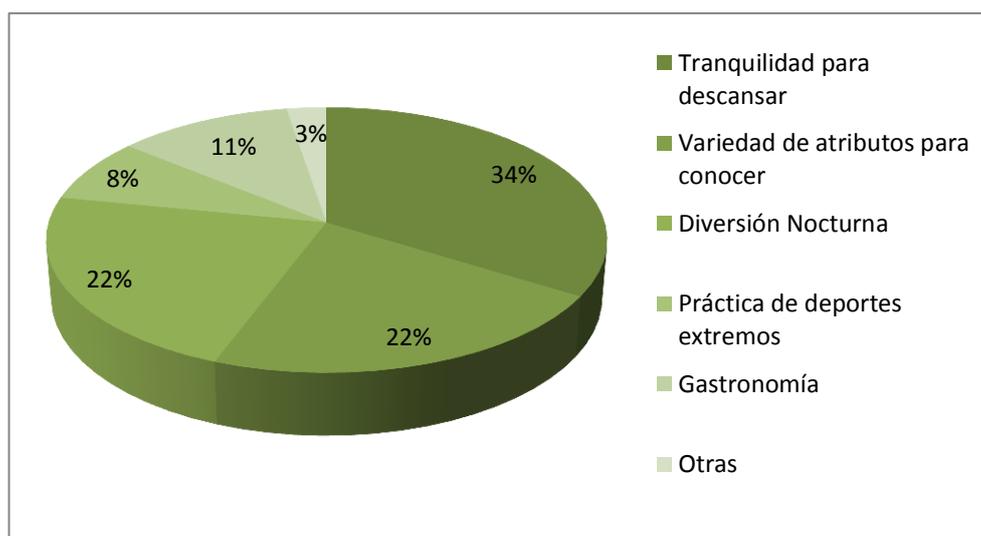


Figura 15. Análisis de interés al viajar.

Los turistas encuestados prefieren tranquilidad para descansar con el 34%, en segundo lugar al igual que variedad de atributos para conocer con 22%, del mismo modo diversión nocturna, seguido de gastronomía con 11% y deportes extremos con 8%. En base a esta pregunta los turistas buscan tranquilidad para pernoctar, siendo este uno de los principales caracterizas por la ubicación del proyecto.

Pregunta: 3 ¿Qué destino es de preferencia a la hora de viajar?

Tabla 12
Preferencia al viajar.

Desarrollo	Cantidad	%
Costa	193	50%
Sierra	111	29%
Oriente	60	16%
Otros	20	5%
Total	384	100%

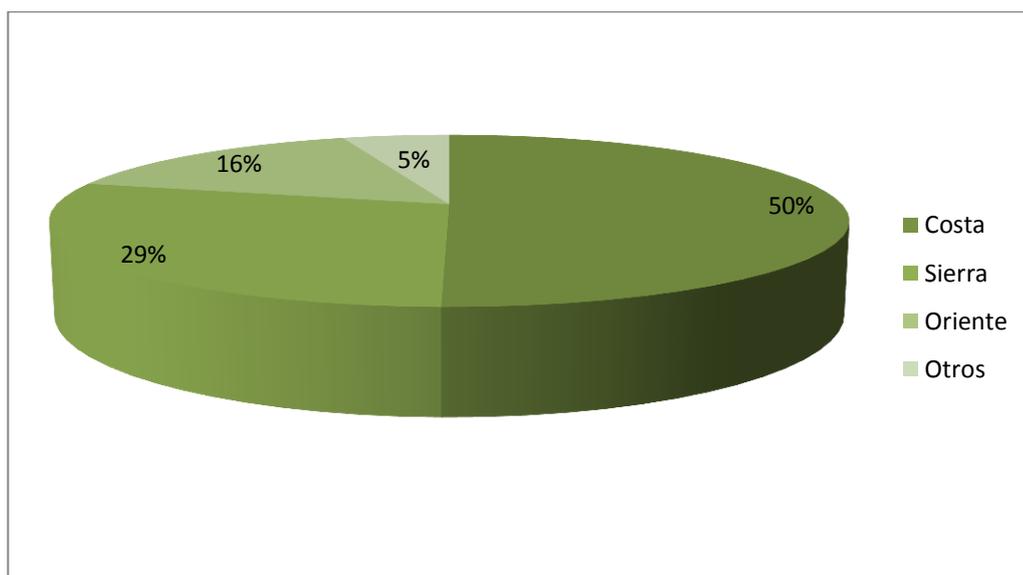


Figura 16. Preferencia al viajar.

El resultado de esta pregunta demuestra que el 50% de los turistas que visitan la zona sur del país se dirigen a la costa, lo que es una ayuda para el proyecto por ubicarse en la provincia de El Oro.

Pregunta: 4 ¿Cada que tiempo usted elige sus vacaciones?

Tabla 13
Viajes que realiza al año.

Desarrollo	Cantidad	%
Una vez al año	78	20%
Dos veces al año	116	30%
Feriatos	190	50%
Total	384	100%

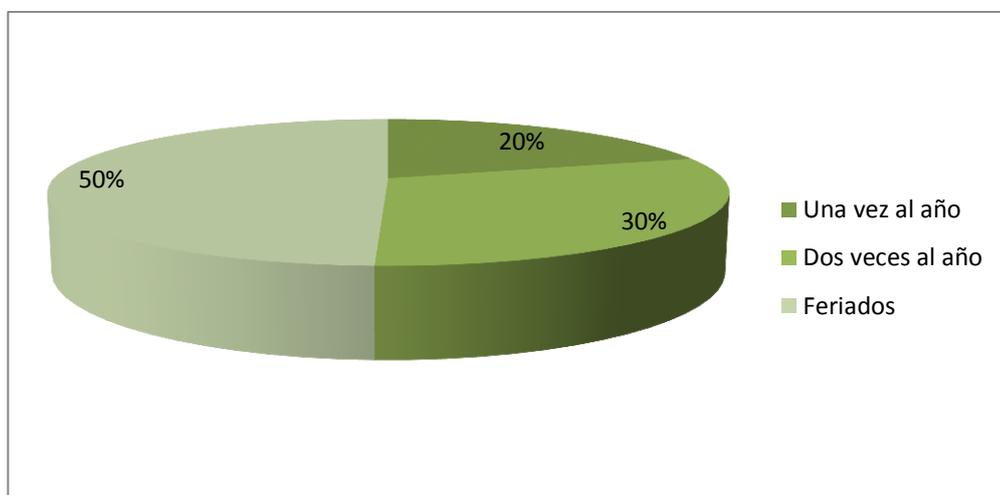


Figura 17. Análisis de frecuencia que viaja.

El resultado de esta pregunta revela que los turistas viajan 50% en los feriados, principalmente el turismo interno, los feriados son de gran ayuda al sector turístico porque son fechas especiales, este tiempo se debe aprovechar la afluencia de turistas.

Pregunta: 5 ¿Cuál es la preferencia al momento de elegir un hotel?

Tabla 14
Factores para elegir un hotel.

Desarrollo	Cantidad	%
Seguridad	98	26%
Confort	84	22%
Precio	70	18%
Servicio	132	34%
Total	384	100%

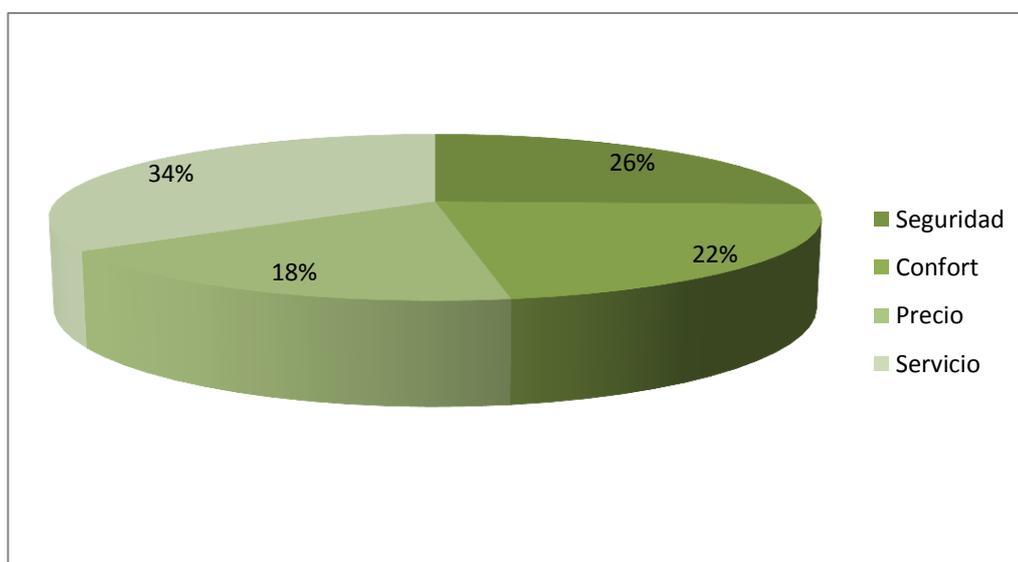


Figura 18. Análisis de factores para elegir un hotel.

El 34% de los encuestados indica que lo más importante es el servicio, pero muy de cerca se encuentra seguridad con 26%, tanto confort 22% y precio 18%. Esta pregunta se encuentra dividida ya que al destino llegan turistas de diferente clase social con distintas preferencias, los encuestados manifestaron que el hotel tenga todas las comodidades.

Pregunta: 6 ¿Ha visitado Zaruma?

Tabla 15
Conocimiento del destino.

Desarrollo	Cantidad	%
Si	324	84%
No	60	16%
Total	384	100%

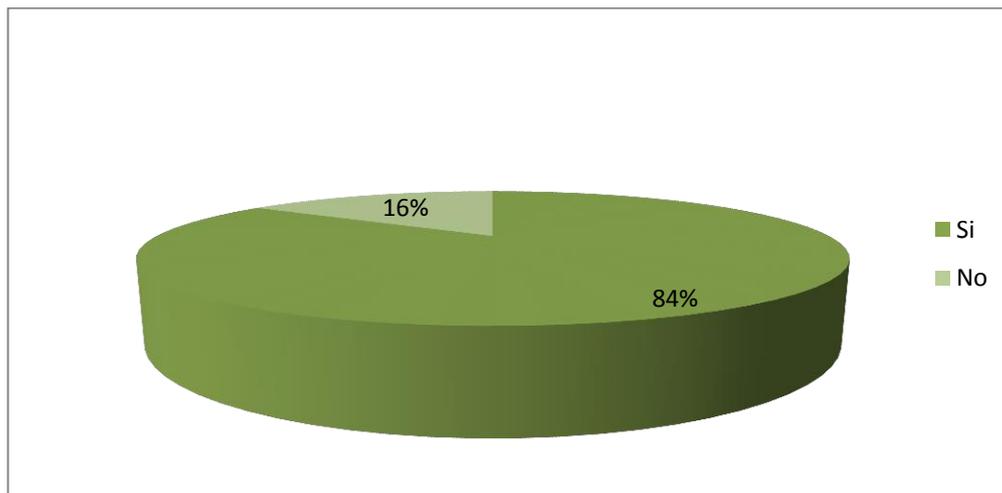


Figura 19. Análisis de conocimiento del destino.

El 84% de los encuestados contestaron de manera afirmativa acerca de conocimientos del destino donde se planea implementar el proyecto, a pesar que falta más publicidad del destino para que los turistas se familiaricen con el proyecto.

Pregunta: 7 Señale ¿cuál de los siguientes atractivos turísticos conoce usted del cantón Zaruma?

Tabla 16
Conocimiento de atractivos del destino.

Desarrollo	Cantidad	%
Mirador la Colina- Calvario	79	21%
La Mina del Sexmo	82	21%
Centro Histórico	118	31%
Cerro de Arcos	34	8%
Parroquias del cantón	30	8%
Petroglifos de Zaruma	15	4%
Cascadas	26	7%
Total	384	100%

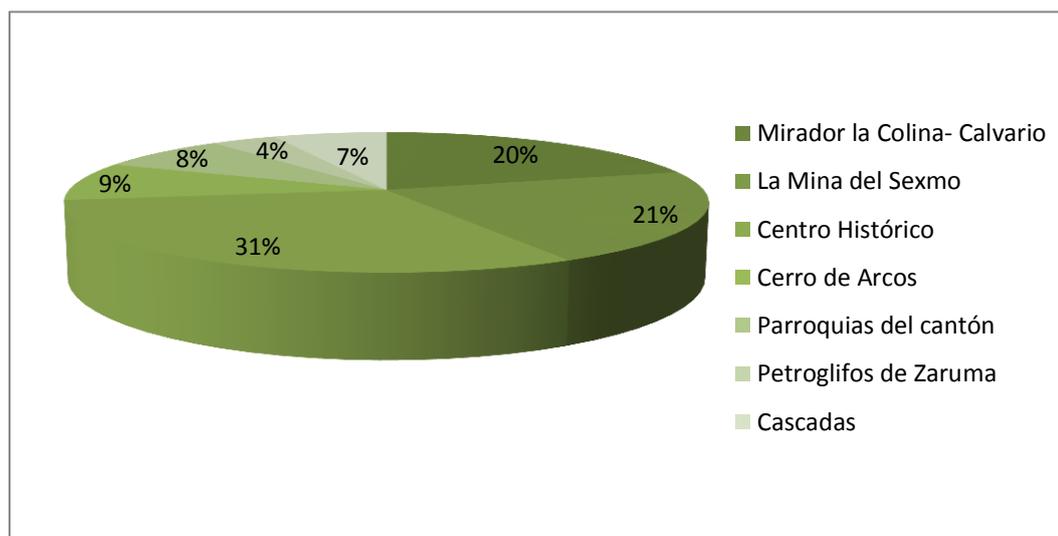


Figura 20 Análisis de conocimiento de atractivos del destino.

El 31% de los encuestados conoce el centro histórico del cantón Zaruma, por ser uno de los principales atractivos conocido por su arquitectura española, con 21% se conoce la Mina del Sexmo, una mina antigua de propiedad de empresa minera, en donde se vive la experiencia de estar varios metros bajo tierra, 21% conoce mirador de Colina, Calvario. Zaruma por estar ubicado en zona montañosa cuenta con zonas altas donde se puede observar toda la ciudad.

Pregunta: 8 ¿Qué servicios espera tener en el hotel con temática en estilo minero?

Tabla 17
Preferencia de servicios.

Desarrollo	Cantidad	%
Servicios Tecnológicos	223	58%
Gastronómicos	93	24%
Área de recreación	68	18%
Total	384	100%

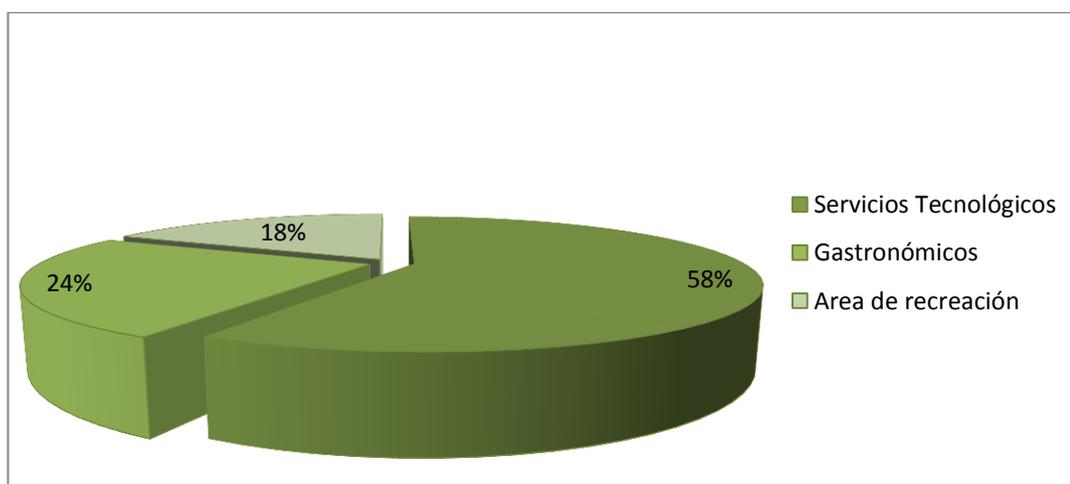


Figura 21. Análisis de presencia de servicios.

El 58% de los encuestados manifestó que esperan tener servicios tecnológicos, por lo que es primordial en esta época donde la tecnología es la principal arma para mejorar los servicios hoteleros.

Pregunta: 9 ¿Se hospedaría usted en un hotel con temática en estilo minero?

Tabla 18
Aceptación del hotel.

Desarrollo	Cantidad	%
Si	308	80%
No	76	20%
Total	384	100%

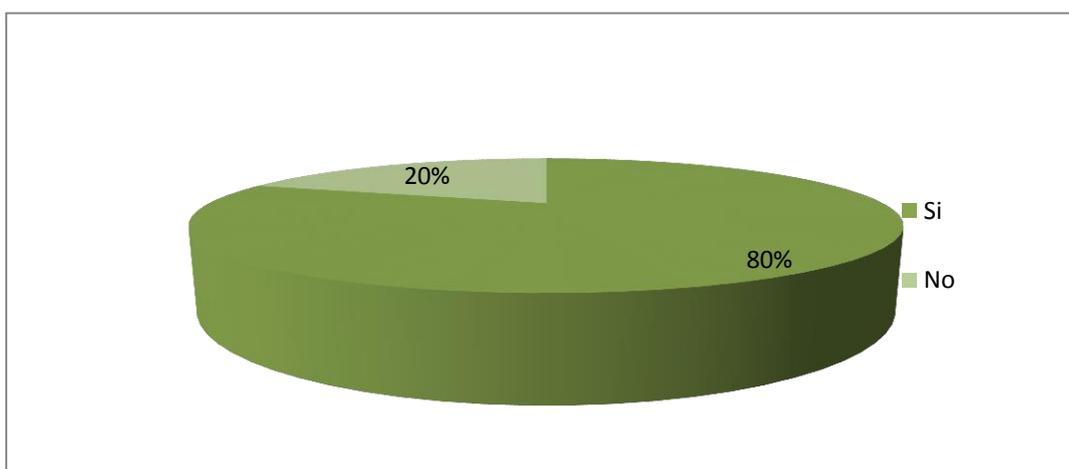


Figura 22. Análisis de aceptación.

En base a la pregunta sobre el nivel de aceptación fue de 80%, los encuestados han manifestado el interés por ser algo nuevo llama la atención, tipos de alojamiento con decoraciones distintas.

Pregunta: 10 Cuantifique un aproximado de cuanto sería su presupuesto destinado para viajes Promedio de gastos de hospedaje:

Tabla 19
Precio a pagar por persona.

Desarrollo	Cantidad	%
\$40 - \$50	329	86%
\$50 - \$60	35	9%
\$60 - \$ 70	20	5%
Total	384	100%

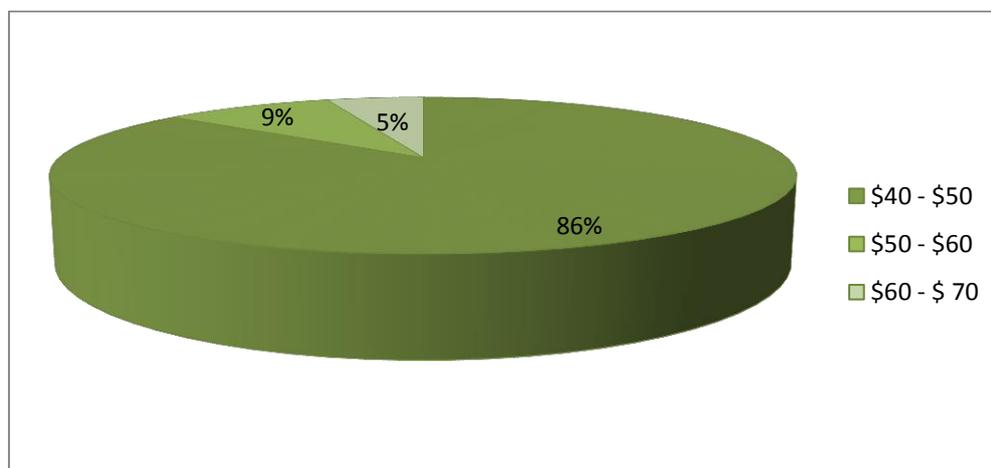


Figura 23. Análisis de precio a pagar por persona.

El 86% de los encuestados, se inclinaron por el intervalo de \$40 a \$50, esta pregunta es para saber cuánto va ser el valor aproximado para cobrar por noche. Para calcular el presupuesto y análisis financiero de la empresa.

Resultado de encuestas población de Zaruma.

Pregunta: 1 ¿Indicar con qué frecuencia observa usted la presencia de turistas en el cantón Zaruma?

Tabla 20
Cantidad de turistas.

Desarrollo	Cantidad	%
Mucha	270	70%
Poca	83	22%
Escasa afluencia	32	8%
Total	385	100%

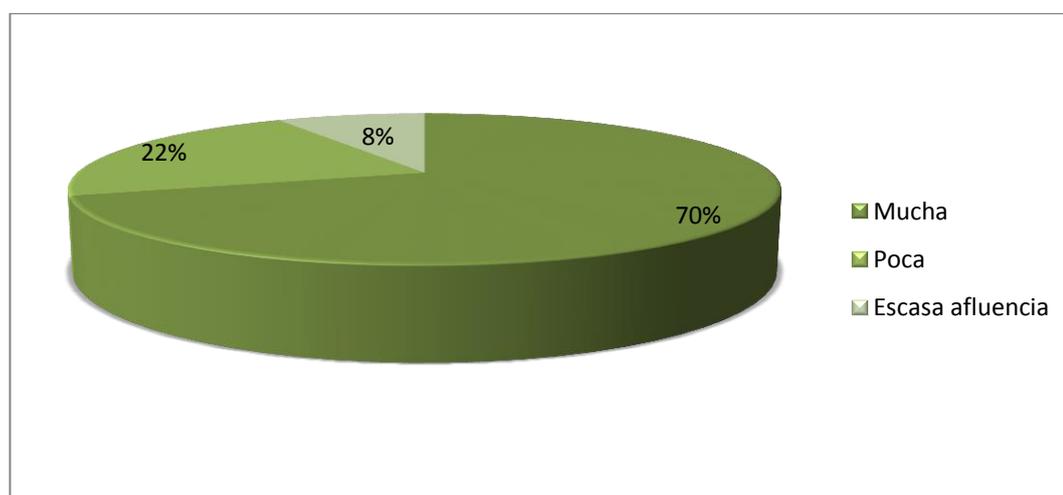


Figura 24. Análisis de frecuencia de turistas en el cantón.

El 70% de los encuestados, afirmaron que existe mucha afluencia de turistas, estos resultados reflejan un punto un alentador para el proyecto que está dirigido principalmente a los turistas.

Pregunta: 2 ¿Piensa Usted que existe un plan de desarrollo turístico en el cantón Zaruma?

Tabla 21
Opinión sobre desarrollo turístico.

Desarrollo	Cantidad	%
Si	212	55%
No	173	45%
Total	385	100%

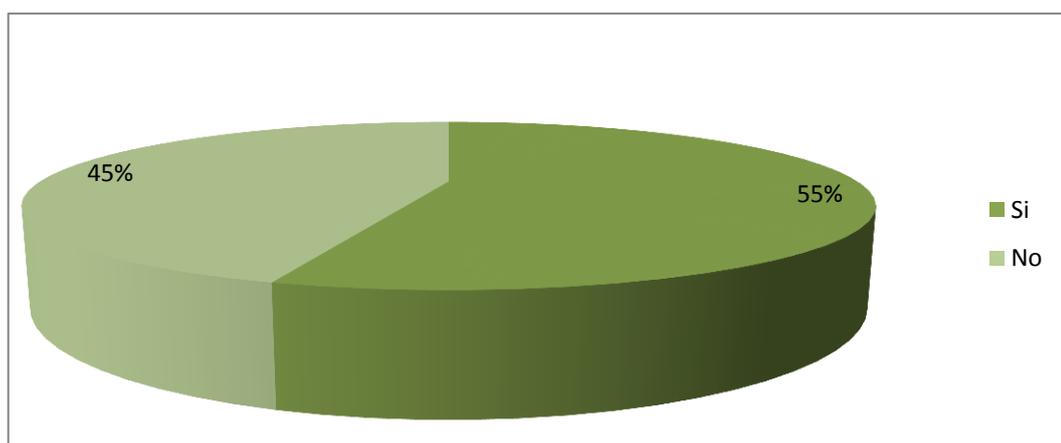


Figura 25. Análisis de opinión sobre desarrollo turístico.

Las opiniones en esta pregunta se encuentra dividida, acerca de un plan desarrollo turístico, esto se debe que no existe la suficiente información sobre los atractivos, tampoco consta la capacitación a los micro empresarios que se dedican al sector turístico y gastronómico.

Pregunta: 3 ¿Cómo califica usted, los servicios que brindan los habitantes del cantón Zaruma a los turistas nacionales y extranjeros?

Tabla 22
Calidad de servicios.

Desarrollo	Cantidad	%
Excelente	44	11%
Bueno	78	20%
Regular	195	51%
Malo	68	18%
Total	385	100%

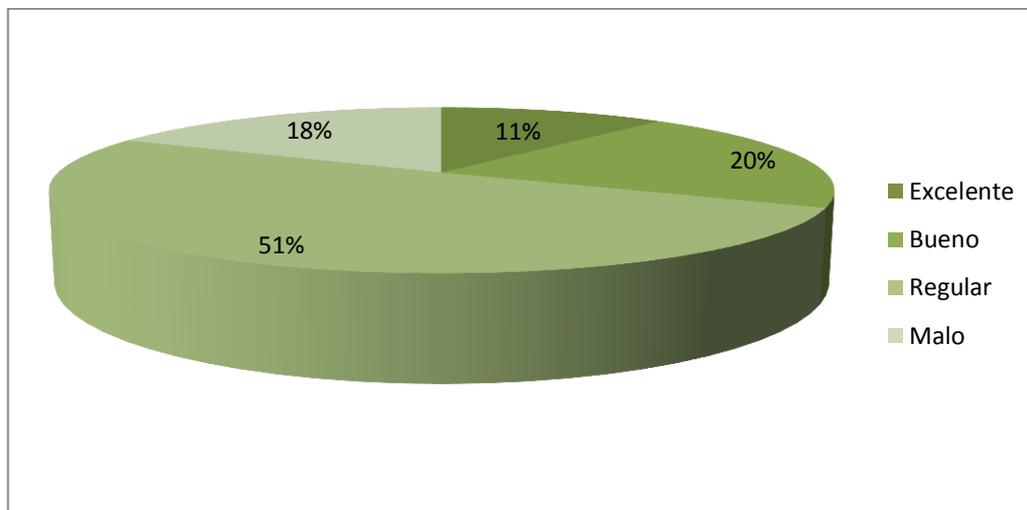


Figura 26. Análisis de calidad de servicio.

Según los encuestados afirman que 51% del servicio que se brinda a los turistas es regular, por lo es importante trabajar en el servicio que se va brindar en las instalaciones del hotel, donde existen debilidades en relación a la competencia.

Pregunta: 4 De acuerdo a su opinión, ¿cuál es el atractivo que más atrae al turista?

Tabla 23
Atractivo de mayor atracción.

Desarrollo	Cantidad	%
Gastronomía	44	11%
Mirador Calvario	78	20%
Centro Histórico	195	51%
Atractivos naturales	68	18%
Total	385	100%

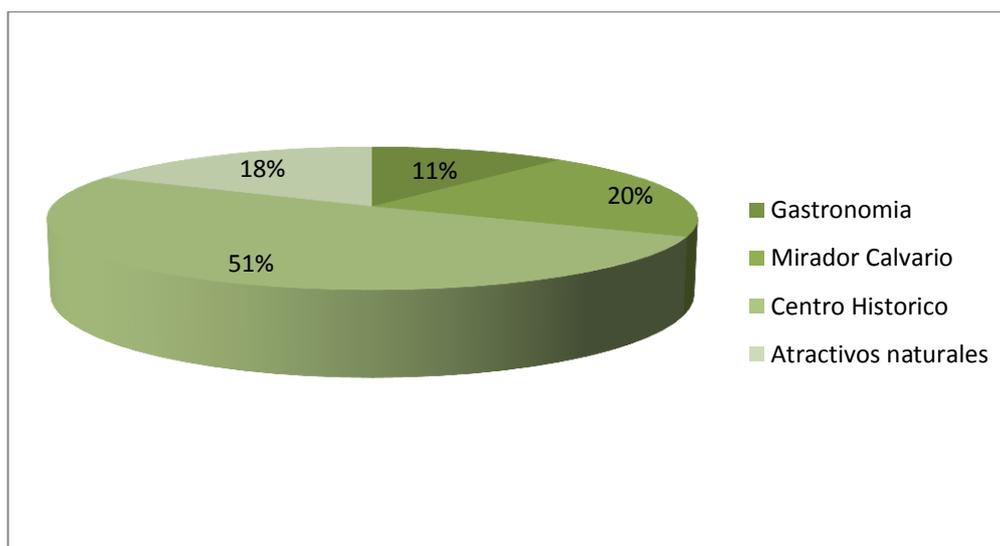


Figura 27. Atractivo de mayor atracción.

Según la opinión de los encuestados lo que más atrae a los turistas que visitan el cantón Zaruma, es principalmente el Centro Histórico, seguido de su gastronomía muy variada y típica de los antepasados.

2.10 Análisis e interpretación de los resultados.

De los turistas:

De acuerdo a los turistas encuestados de la cual se tomó referencia a los extranjeros que visitan las provincias de Guayas y El Oro datos en referencia del Ministerio de Turismo de acuerdo al año 2014, de las dos provincias se escogió la muestra estadística, los datos interpretados fueron que los grupos que viajan a este tipo de destinos los hacen en la mayoría en grupos de amigos, en segundo lugar se ubican en familia, en algunos casos lo hacen en parejas, se enfocaría a tener dormitorios de distinto tipo como pueden ser habitaciones matrimoniales, dobles, familiares. Por otra parte de los encuestados afirmaron buscar tranquilidad para descansar y es una de las principales fortalezas del proyecto el pernoctar de una manera relajada, además que el cantón Zaruma cuenta con una variedad de atractivos culturales y naturales que despiertan la atención, especialmente a los turistas extranjeros que buscan estar en contacto con la naturaleza como pueden ser caminatas por senderos hasta llegar a cascadas y ríos, sin embargo en la actualidad el turista lo que espera al momento de elegir un hotel es un servicio de calidad, es por esto que el proyecto debe enfocarse en este punto importante cumpliendo todos los estándares de calidad. Es importante saber si los turistas conocen sobre el destino, debido a que se encuentra un poco alejado a lo que gran parte de los encuestados afirmaron conocer la ciudad de Zaruma, si bien es cierto muchos lo han hecho por visitar cantones cercanos pero han quedado fascinados al encontrar este pequeño y acogedor cantón.

De los habitantes:

Se realizó encuestas a la población de Zaruma, para tener una idea de cómo se está manejando el sector turístico en la ciudad, de acuerdo a los resultados la población zarumeña se observa la presencia de turistas en gran parte del año en especial en verano, sobre un plan desarrollo turístico, existe escasa información en los habitantes por lo se debe trabajar más en este punto que impulse la promoción y desarrollo, para explotar de mejor manera los atractivos con los que cuenta. En

relación a los servicios que se brinda por parte de los habitantes en la mayoría de los encuestados afirmaron en general que los servicios son regulares por lo que existe el debido asesoramiento en locales que presten servicio de restauración, hospedaje, transportación. De acuerdo a las falencias existentes se planea analizar y mejorar, para la correcta explotación principalmente del sector hotelero al cual está dirigido el proyecto.



Figura 28. Casa colonial.
Fuente: Bamopablog (2010).

CAPITULO 3

Propuesta Del Trabajo De Investigación

3.1 Tema de propuesta.

La idea de implementación de un hotel con temática minera, nace porque la Provincia de El Oro como su nombre lo indica se caracteriza por la explotación minera, actividad que constituye la principal fuente económica de la parte alta de la provincia. Dentro de los minerales más explotados se encuentra la plata y el oro.

Objetivo General:

Brindar a los turistas nacionales y extranjeros una propuesta innovadora de hospedaje con temática minera.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los atractivos turísticos del cantón Zaruma, para la promoción del lugar.
2. Desarrollar una idea del estilo arquitectónico del proyecto.
3. Realizar un diagnóstico de la demanda turística del lugar y del mercado objetivo.
4. Desarrollar un estudio financiero a fin de evaluar la factibilidad de implementación del proyecto propuesto.
5. Realizar la planificación y modalidad de ejecución de las campañas de marketing para lograr llegar al mercado objetivo.

3.2 Estudio Legal

Razón social o nombre del proyecto.

MITA HOUSE

Es un sistema de trabajo obligatorio de plantaciones y minas aplicadas a los indígenas andinos en épocas coloniales que realizaban actividades productivas para pago de tributos, reclutándolos de forma obligada a vivir con familiares en su lugar de trabajo.

Objeto social.

Ser una empresa socialmente responsable, brindando servicio de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros, aportando con fuentes de trabajo para el desarrollo social, económico, productivo y cultural del cantón.

3.3 Estudio Organizacional

Logo.



Figura 29. Logo.
Fuente: Dg. Manuel Loayza.

Slogan. Proxima parada, Mita House.

Misión.

Ser un hotel que brinde servicio diferenciado, reconocidos por una prestación de hospedaje innovador y realizando los atractivos del cantón para lograr fidelidad del huésped.

Visión.

Apuntarnos en la mente del consumidor del mercado nacional e internacional, cumplir con las necesidades de hospedaje de nuestros clientes.

Valores.

Respeto
Honestidad.
Confianza.
Compromiso.
Autocrítica.
Alegría, y entusiasmo.

Organigrama.

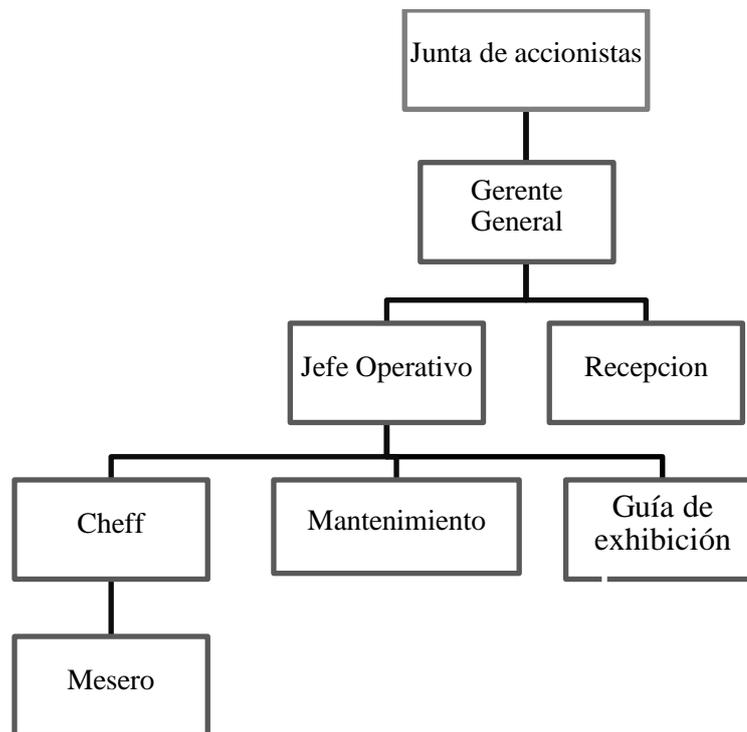


Figura 30. Organigrama de la empresa.

Estructura organizacional: Nomina, funciones, horarios.

Gerencia general.

- Destinar, coordinar, y controlar las acciones de los diferentes de la empresa
- Regular las normas y reglamentos internos.
- Proponer estrategias y objetivos empresariales.
- Administrar acciones de mejora de negocio con proveedores, mantener la calidad de servicio.
- Maneja área financiera de la empresa.
- Pago oportuno de impuestos y aportaciones que la normatividad legal.

Jefe operativo.

- Establecer la secuencia de operaciones.
- Llevar inventarios de requerimientos.
- Evidenciar los niveles de inventario.
- Registrar quejas, comentarios de retroalimentación.

Horario de funcionamiento

El hotel estará abierto las 24 horas del día, los 365 de días al año ubicado en el cantón Zaruma provincia de El Oro, Ecuador.

3.4 Estudio Técnico

Localización del proyecto de titulación

En comparación con los dos terrenos se escogió la opción A, por el acceso a las principales vías que conectan con los cantones vecinos y zona urbana (centro histórico), además que en la opción B no contaba con todos los servicios básicos por lo que se necesita mayor inversión, es importante contar con servicios básicos y vías de acceso para la calificación de la categoría del hotel.

Tabla 24
Ponderación de terreno.

Factores relevantes	Peso asignado	Opción A: Limoncito		Opción B: Ramires Pamba	
		Calificación	ponderación	Calificación	ponderación
Vías de acceso, transporte y movilización	0,30	9,00	2,70	6,00	1,80
Cercanía al centro historico	0,15	8,00	1,20	7,00	1,05
Servicios básicos	0,25	13,00	3,25	7,00	1,75
Terreno	0,30	10,00	3,00	7,00	2,10
	1,00	40,00		27,00	
Calificación					
0 A 5	Poco importante				
6 A 10	Importante				
11 A 15	Muy Importante				

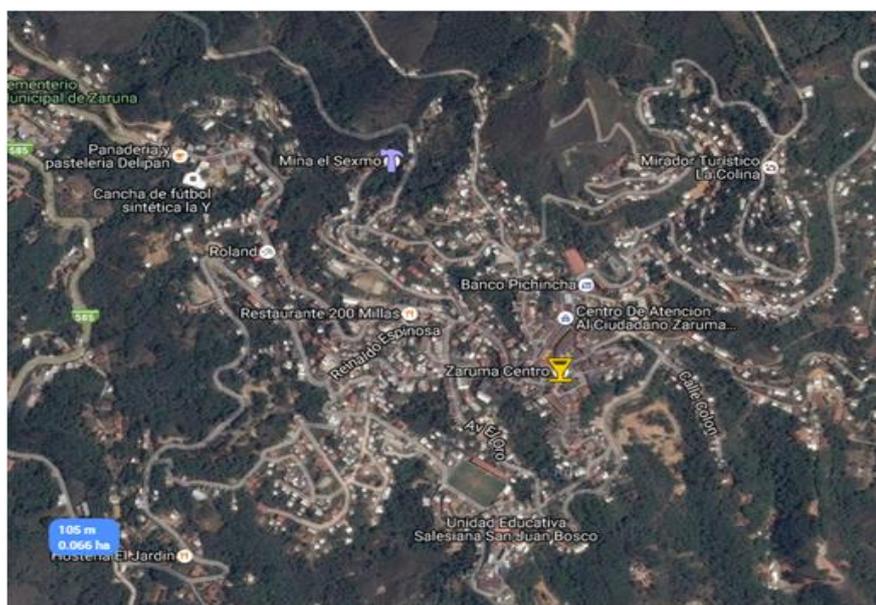


Figura 31. Ubicación de proyecto.
Fuente: Google maps, (2016).

El terreno donde se prevé implementar el proyecto, se ubica en el Barrio “Limoncito”, a 500 metros de la principal vía de ingreso al cantón Zaruma. El terreno además, se encuentra en una zona residencial, ubicada a 1.5km del centro de Zaruma. El predio se compone de un área de 660 metros cuadrados, con un precio de mercado de \$50/m² (precio considerando tamaño del terreno y ubicación en zona residencial), teniendo una inversión de \$33.000,00 USD, en adquisición del terreno.

Cabe recalcar que la zona por donde se ubica el terreno, posee sistema de agua potable, alcantarillado pluvial, sanitario y redes eléctricas, motivo por el cual no se requiere inversión en dichos componentes.

Términos de referencia para la fase de Pre – Inversión.

Puesto que el presente documento se centra en el desarrollo de un estudio de diagnóstico y factibilidad para la ejecución del proyecto, no se cuenta con diseños de ingeniería a nivel definitivo del proyecto a implementar. Sin embargo, se presenta a continuación los términos de referencia para la segunda fase del proyecto, la fase de “Pre-inversión”. Para la fase en mención, se necesitará contratar una consultoría que realice el diseño arquitectónico y los estudios de ingeniería definitivos, su costo referencial.

Tabla 25
Valor de consultoría técnica.

CONCEPTO		VALOR TOTAL
A.	SUELDOS	10.600,00
A.1.	Consultoría Nacional	
A.1.1.-	Personal Técnico	10.600,00
B.	CARGAS SOCIALES	2.728,90
B.1.	Consultoría Nacional	
B.1.1.-	Personal Técnico	2.728,90
C.	GASTOS GENERALES (Sobre A)	15,00% 1.590,00
D.	UTILIDAD (Sobre A)	10,00% 1.060,00
F.	SUBCONTRATOS Y SERVICIOS VARIOS	3.260,00
G.	COSTOS DIRECTOS MISCELANEOS	900,00
TOTAL		20.138,90

Fuente: Ing. Pedro Espinoza (2016).

Para la fase en mención, se exigirá a la consultora un equipo mínimo conformado por los siguientes profesionales:

- Ingeniero Civil Director del proyecto, con experiencia mínima de 5 años en dirección de proyectos de obras subterráneas.
- Arquitecto, con experiencia mínima de 5 años en diseños de infraestructuras hoteleras y comerciales.
- Ingeniero Civil especialista en estructuras, con experiencia mínima de 5 años en diseño de muros y estructuras subterráneas
- Ingeniero Ambiental, con experiencia mínima de 3 años en elaboración de planes de manejo ambiental.

Cabe recalcar que al tratarse de una estructura subterránea que estará sujeta a presión de tierra, filtraciones de aguas subterráneas, cuyos elementos estructurales estarán expuestos a cargas considerables, se torna indispensable la exigencia de los profesionales mencionados.

El diseño estructural del hotel, deberá ser realizado cumpliendo los lineamientos citados en todos los capítulos de la Norma Ecuatoriana de la Construcción NEC 11. De esta manera se garantizará un diseño funcional, sismo-resistente y seguro.

Se exigirá a la consultora, que se presente al menos tres propuestas con sus respectivos costos, a fin de que la junta de accionistas las evaluara y escoja la opción definitiva.

La fase de Pre inversión, ejecutada por la consultora, tendrá como objetivo desarrollar los siguientes productos:

- Planos arquitectónicos, estructurales, sanitarios, eléctricos y toda clase. de detalle que permita la construcción del proyecto.
- Presupuesto referencial del proyecto.
- Memoria Técnica.
- Plan de Manejo Ambiental a implementar en la etapa de construcción.
- Aval del departamento de planificación territorial del GAD Municipal de Zaruma.

Distribución física del espacio.

La primera planta a nivel del suelo cuenta con las siguientes distribuciones piscina, sauna, recepción, secretaria, administración, área de cocina, restaurante, baños, dos dormitorios simples adecuados para discapacitados además para el personal operativo cuenta con vestidores, baño, como lo estipula el reglamento y zona de parqueaderos. Cuenta con dos baños para damas y caballeros, los alrededores del hotel cuentan con áreas verdes para respirar un aire puro.



Figura 32. Área de planta A nivel del suelo.
Fuente. Arq. Luis Aguilar Macas (2016).

La planta del primer piso se encuentra distribuida de la siguiente forma dos habitaciones dobles y habitaciones simples y una sala de estar. Además de un balcón en parte del frente del establecimiento donde se podrá del paisaje y aire puro.



PRIMER PISO

*Figura 33. Área de planta primer piso.
Fuente: Arq. Luis Aguilar Macas, (2016).*

En el subsuelo del hotel se encuentra un amplio espacio donde se exhibirá varios artículos antiguos que se utilizó para extracción de materiales preciosos. Se accede por una grada a la parte baja, donde se va poder sumergir al pasado con algunas de las interesantes piezas antepasadas.

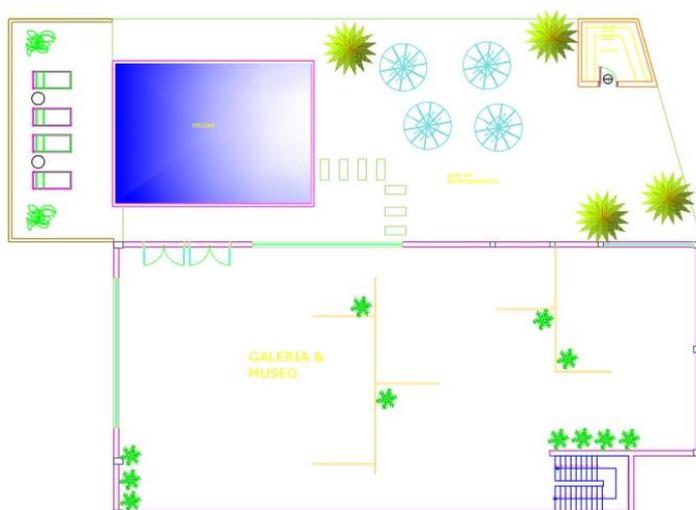


Figura 34. Área de planta Subsuelo.
Fuente: Arq. Luis Aguilar Macas, (2016).

Infraestructura necesaria: Costo y Capacidad

Tabla 26.
Cuadro de edificación e infraestructura.

<i>Presupuesto referencial</i>		
<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Precio</i>
1	Movimiento de Tierras	\$ 51.300,00
2	Estructuras	\$ 44.015,40
3	Acabados	\$ 13.543,20
4	Instalaciones eléctricas	\$ 8.464,50
5	Instalaciones Sanitarias	\$ 8.464,50
6	Jardinería	\$ 1.185,03
8	Plan de Manejo Ambiental	\$ 3.990,00
TOTAL:		\$ 130.962,63

Fuente: Ing. Pedro Espinoza, (2016).

3.5 Estudio Comercial

FODA.

Fortalezas.

- Brindar un servicio de alojamiento único en el país.
- La ubicación del hotel permite disfrutar de un atractivo paisaje.
- Personal capacitado para ofrecer un excelente servicio.
- El hospedaje temático se encuentra en auge.
- Se encuentra cercano de la ciudad para realizar recorridos.
- Servicios complementarios de calidad.

Oportunidades.

- El cantón Zaruma cuenta con el título Patrimonio Cultural del Ecuador, se encuentra en la lista para candidata a Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- Cultura y gastronomía reconocida por visitantes.
- Las vías de acceso al cantón se encuentran en óptimas condiciones.
- La provincia de El Oro se encuentra ubicada en la frontera con Perú
- Existe una reserva ecológica la cual es visitada por turistas extranjeros.

Debilidades.

- Alta inversión para el proyecto.
- Falta de operadores turísticos en la zona, para trabajar en conjunto.
- Distancia del cantón con las principales ciudades del país.

Amenazas.

- Competencia hotelera en el sector.
- Temporada baja de turistas en invierno.

Tabla 27
Calificación fortalezas y debilidades.

		DETALLE	PESO
		Debilidad menor	1
		Debilidad Mayor	2
		Fortaleza menor	3
		Fortaleza Mayor	4
MATRIZ EFI	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZA	50%		
Brindar un servicio de alojamiento único en el país.	8%	4	0,32
Las instalaciones contarán con estudio técnico de personal capacitado.	5%	3	0,15
La ubicación del hotel permite disfrutar de un atractivo paisaje.	8%	4	0,32
Personal capacitado para ofrecer un excelente servicio.	8%	4	0,32
El hospedaje temático se encuentra en auge.	7%	4	0,28
Se encuentra cercano de la ciudad para realizar recorridos.	7%	4	0,28
Servicios complementarios de calidad.	7%	4	0,28
DEBILIDADES	50%		
Alta inversión para el proyecto.	25%	2	0,50
Falta de operadores turísticos en la zona, para trabajar en conjunto.	15%	2	0,30
Distancia del cantón con las principales ciudades del país.	10%	1	0,10
F-D	100%	32	2,85

Tabla 28
Calificación Oportunidades y amenazas.

		DETALLE	PESO
		Nada Importante	1
		Poco Importante	2
		Importante	3
		Muy Importante	4
MATRIZ EFE	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
OPORTUNIDADES	50%		
El cantón Zaruma cuenta con el título Patrimonio Cultural del Ecuador, se encuentra en la lista para candidata a Patrimonio Cultural de la Humanidad.	15%	4	0,60
Cultura y gastronomía reconocida por visitantes.	13%	4	0,52
Las vías de acceso al cantón se encuentran en óptimas condiciones.	7%	3	0,21
La provincia de El Oro se encuentra ubicada en la frontera con Perú	5%	3	0,15
Existe una reserva ecológica la cual es visitada por turistas extranjeros.	10%	4	0,40
AMENAZAS	50%		
Competencia hotelera en el sector.	30%	4	1,20
Temporada baja de turistas en invierno.	20%	3	0,60
O - A	100%	25	3,68

Marketing Mix.

Producto.

Características

- Hotel temática minera
- Exposición de artículos mineros.
- Piscina.
- Baño turco.
- Alquiler de bicicleta.
- City tour.
- Tienda de joyas y artesanías locales.



Figura 35. Habitación interna.



Figura 36. Espejo anti empañó.
Fuente: Ali express (2014).

Productos a ofrecer: detallados, valor, con horarios público.

Tabla 29
Productos a ofrecer.

Producto	Horario	Precio
Habitaciones	24 horas	\$20 por pax
Desayuno	6:30 - 10:00	Incluido
Piscina	10:00- 17:00	Incluido
Baño turco	10:00- 17:00	Incluido
Recorrido centro histórico	19:00 - 22:00	\$10 por pax
Tienda de joyas y artesanías	9:00 -17:00	
Alquiler de bicicletas	7:00 – 18:00	\$10 por pax

Precio.

Tabla 30

Lista de precios.

Producto	Precio
Habitaciones	\$20 por pax
Desayuno	Incluido
Visita de exhibición de arte	Incluido
Piscina	Incluido
Recorrido centro histórico	\$10 por pax
Tienda de joyas y artesanías	
Alquiler de bicicletas por hora	\$10 por pax

Condiciones de venta:

- Forma de pago.
- Efectivo.
- Tarjeta de crédito.
- Cheque certificado.
- PayPal



Figura 37. Artesanías locales.

Plaza

El hotel con temática minera, estara ubicado en el barrio limoncito en el cantón Zaruma provincia de El Oro, en el cual se edificara la infraestructura que tendrá los espacios de lobby, cafetería, habitaciones, piscina, baño turco, parqueo privado. Además se podrá disfrutar de un paisaje y las montañas que rodean la cabecera cantonal.

Tabla 31

Distancia a Zaruma con las principales ciudades del país.

Ciudad	Kilómetros	Tiempo aproximado
Guayaquil	295 km	4 horas
Quito	604 km	8 horas
Cuenca	272 km	3 ½ horas
Loja	102 km	1 ½ horas

Fuente: Ecuador Través, 2016.

Promoción.

Publicidad.

Se realiza mediante stickers con el logo del hotel, flyers con fotografías de las habitaciones, en zonas donde exista mayor afluencia de turistas, como en las principales ciudades del país. En el primer mes de apertura del hotel y luego para actualización a los siete meses diferentes tipos de campañas.

Redes sociales son un papel muy importante en la actualidad, se abrirá cuentas en las más conocidas (Instagram, Facebook, Twitter) serán frecuentemente actualizadas, además incluir una página web propia donde se pueda observar de forma más detallada la infraestructura y servicios que ofrece la empresa.

Medios de promoción.

- Ferias de promoción turística
- Feria Internacional de Turismo en Ecuador (FITE)
- Promoción en paquetes con agencias de viajes

Promociones.

- Época de invierno descuento especial los meses de enero – abril.
- Luna de miel, máximo 2 noches 3 días, los meses de enero - abril.

Obsequio

- Llaveros y foto de recuerdo

Tabla 32
Presupuesto de marketing.

Descripción	Cantidad	Valor
Página web	1	\$ 500
Tarjeta de presentación	1.000	\$ 135
Flyres	1.000	\$ 150
Stickers	1.000	\$ 200
	Total	\$ 985

Exposición de arte

La exposición de arte, se va observar los distintos utensilios que se utilizó para la extracción del material en los tiempos prehispánicos cuando aún no existía la tecnología actual. En las minas zarumeñas se descubre la particularidad de sus minerales por su buena calidad. Por lo tanto se obtiene la concentración de elementos como son oro, plata, bronce. A continuación, algunos objetos propios de la zona de los que será parte la exhibición:



Figura 38. Cacos de baquelita.

Es uno de los principales equipos de seguridad que se utilizó para protección de la cabeza de los trabajadores de las minas, diseñados para colocar un foco con batería en la parte frontal.



Figura 39. Molinos de bola.

Según Museo mineralógico Magner Turner, el molino de bolas es una máquina para moler diversos minerales, es parte del proceso para separar los metales, la maquinaria se trajo en la mayoría de Alemania y se utilizó en Portovelo por la empresa Sadco en 1880.



Figura 40. Roca de mina con oro.



Figura 41. Oro procesado.



Figura 42. Utensilillos para proceso de fundición.



Figura 43. Lámpara de carburo antigua.

3.6 Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir.

Objetivo 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva.

El proyecto se adapta al objetivo 10 del Plan del Vivir, ítem 8 aumentar 64% los ingresos por turismo, el principal objetivo es para el 2017 llegar a cubrir este dicho porcentaje, en consecuencia lo que se pretende es que Ecuador sea una potencia turística, el turismo sea una de las principales fuentes de ingreso.

El proyecto beneficia de forma indirecta a la población del cantón Zaruma, siendo un aporte económico se va utilizar proveedores de la misma zona, además colaborar con la cultura por el tipo de construcción identifica a el caso urbano, caracterizado por la explotación minera, por ende es un aporte para el país especialmente a la zona sur del país.

3.7 Impactos esperados.

3.7.1 Impacto económico.

El proyecto constituirá de una fuente de ingreso económico para el propietario del hotel y motor de desarrollo para la ciudad de Zaruma, el personal del hotel va ser de origen zarumeño generando fuentes de trabajo, al mismo tiempo se benefician las personas que se dedican a servicios colaterales como el sector gastronómico es una gran atracción para las personas que visitan, actividades culturales, como en el caso de visita a museos, iglesias, a lo largo de cada recorrido va haber un mayor número de turistas que consuman los productos del sector comercial mejorando la calidad de vida de los habitantes.

El aumento de turistas debido a la implementación de este tipo de proyectos, motivará a los microempresarios de la zona capacitar su personal a fin de buscar el bienestar y satisfacción del turista. Esto fomentará el desarrollo profesional de los habitantes de la zona, atraerá inversión privada, impulsando el desarrollo económico del sector.

El éxito del proyecto, tendría como consecuencia el surgimiento de competidores, lo que se traduce a recaudación extra de impuestos por parte del GAD Municipal de Zaruma, dinero que podría ser invertido en obras que beneficien a la población.

3.7.2 Impacto social.

El cantón Zaruma cuenta con varios atractivos naturales, culturales y arquitectónicos, lo que ha dado el título de Patrimonio Cultural del Ecuador. En la actualidad el GAD Municipal de Zaruma ha impulsado su candidatura a Patrimonio Cultural de la Humanidad, a fin de que sea un destino reconocido a nivel internacional.

La implementación de un hotel con temática minera e infraestructura subterránea, al ser única en el país, formará parte de una de las numerosas atracciones turísticas del cantón, promoviendo desarrollo turístico y social del Cantón. La implementación del hotel, tendrá como consecuencia la generación de fuentes de trabajo en el Cantón, la capacitación al personal servirá de incentivo cultural a los mismos.

El intercambio cultural producido por la llegada de visitantes de diferentes regiones del País y del mundo, se constituirá en un positivo aporte a la cultura de los moradores del cantón.

3.8 Estudio financiero

Inversión inicial.

Tabla 33
Inventario inicial.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Caja chica	1	\$ 2,000	\$ 2,000
TOTAL			\$ 2,000
TERRENO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Terreno (metros cuadrados)	660	\$ 50	\$ 37,620
TOTAL			\$ 37,620
EDIFICIO / INFRAESTRUCTURA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Movimiento de Tierras	1	45000	\$ 45,000
Estructuras	1	38610	\$ 38,610
Acabados	1	11880	\$ 11,880
Instalaciones eléctricas	1	7425	\$ 7,425
Instalaciones Sanitarias	1	7425	\$ 7,425
Jardinería	1	1039.5	\$ 1,040
Plan de Manejo Ambiental	1	3500	\$ 3,500
TOTAL			\$ 114,880
EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	2	\$ 140	\$ 280
Sillas Ejecutivas	2	\$ 25	\$ 50
Archivadores	3	\$ 2	\$ 6

televisor 32"	8	\$	380	\$	3,040
Acondicionador de Aire 12BTU	8	\$	500	\$	4,000
Vitrina	8	\$	150	\$	1,200
Caja Registradora	1	\$	70	\$	70
Teléfono con extensión	8	\$	40	\$	320
Cámara de Seguridad	4	\$	90	\$	360
TOTAL				\$	9,326
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO		V. TOTAL
Computadora	2	\$	800	\$	1,600
Impresora Multifunción	1	\$	90	\$	90
TOTAL				\$	1,690
MUEBLES Y ENSERES					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO		V. TOTAL
Juego de Comedor (4 personas)	4	\$	300	\$	1,200
Camas de 3 Plazas	2	\$	320	\$	640
Camas de 2 Plazas	3	\$	190	\$	570
Cama de 1 1/2 Plaza	2	\$	180	\$	360
Juego de Toallas	24	\$	8	\$	192
Almohadas	18	\$	8	\$	135
Juego de Sabanas	27	\$	17	\$	446
Sofá (Habitación)	5	\$	70	\$	350
Lámpara de Pie	20	\$	30	\$	600
Parasol	5	\$	7	\$	34
Sillas de plástico para la piscina	8	\$	30	\$	240
Closet de madera	5	\$	780	\$	3,900
Espejos	5	\$	40	\$	200
Caja Fuerte	1	\$	1,015	\$	1,015
Porta maletas	2	\$	100	\$	200
Calefón	2	\$	340	\$	680
Secadora de cabello	5	\$	80	\$	400
Mini nevera	5	\$	150	\$	750
Velador	12	\$	128	\$	1,536
Espejo anti empañó	5	\$	200	\$	1,000
Equipo de sonido	1	\$	600	\$	600
TOTAL				\$	15,047
EQUIPOS PRODUCCIÓN					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO		V. TOTAL
Licuada	2	\$	45	\$	90
Refrigeradora de dos puertas industrial	1	\$	1,200	\$	1,200
Cocina de 4 hornillas con horno industrial	1	\$	2,500	\$	2,500
Microondas	1	\$	109	\$	109
Batidora	1	\$	18	\$	18
Utensilios para cocina	1	\$	320	\$	320
Vajilla	10	\$	16	\$	160
Lavadora	1	\$	645	\$	645

Secadora	1	\$	550	\$	550
Juego de tazas	3	\$	15	\$	45
Congelador	1	\$	563	\$	563
Juego de Cristalería	4	\$	45	\$	180
TOTAL				\$	6,380
ARTICULOS CULTURALES					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO		V. TOTAL
Decoración minera	1	\$	20,000	\$	20,000
Curador de arte	1	\$	1,000	\$	1,000
Objetos históricos	30	\$	280	\$	8,400
Restauración de objetos	30	\$	50	\$	1,500
Luz led para exhibición	30	\$	20	\$	600
TOTAL				\$	31,500
GASTOS DE CONSTITUCIÓN					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		V. UNITARIO		V. TOTAL
Planos	1	\$	850	\$	850
Consultoría Técnica	1	\$	22,958	\$	22,958
Fiscalización *	1	\$	16,309	\$	16,309
Escalamiento de costos**	1	\$	4,901	\$	4,901
Gastos pre-operativos	1	\$	1,140	\$	1,140
Tasa y permisos	1	\$	250	\$	250
TOTAL				\$	46,409
TOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL				\$	264,851

Fuentes de financiamiento.

El proyecto se va a financiar por medio de la Corporación Financiera nacional (CFN), se presentara la documentación pertinente para el préstamo de 70% de la inversión inicial a un plazo de 4 años con una tasa de interés de 12% y el 30% mediante accionistas con los que se conformara la Sociedad, Anomina.

Presupuesto de ingresos y costos.

Tabla 35

Ingresos anuales.

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento					
Habitación sencilla	\$ 2.880	\$ 3.078	\$ 3.290	\$ 3.516	\$ 3.757
Habitación Doble	\$ 5.040	\$ 5.386	\$ 5.757	\$ 6.152	\$ 6.575
Habitación Matrimonial	\$ 17.280	\$ 18.468	\$ 19.737	\$ 21.094	\$ 22.544
Habitación Triple	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TIENDA DE JOYAS					
Cadena	\$ 11.520	\$ 12.312	\$ 13.158	\$ 14.063	\$ 15.030
Aretes	\$ 7.680	\$ 8.208	\$ 8.772	\$ 9.375	\$ 10.020
Anillos	\$ 6.240	\$ 6.669	\$ 7.127	\$ 7.617	\$ 8.141
Pulseras	\$ 12.000	\$ 12.825	\$ 13.707	\$ 14.649	\$ 15.656
Colgantes	\$ 6.720	\$ 7.182	\$ 7.676	\$ 8.203	\$ 8.767
Restaurante					
Gaseosas	\$ 4.320	\$ 4.617	\$ 4.934	\$ 5.274	\$ 5.636
Café	\$ 5.760	\$ 6.156	\$ 6.579	\$ 7.031	\$ 7.515
Limonada (Jarra)	\$ 6.480	\$ 6.925	\$ 7.402	\$ 7.910	\$ 8.454
Bar					
Cervezas	\$ 6.480	\$ 6.925	\$ 7.402	\$ 7.910	\$ 8.454
Coctel	\$ 7.200	\$ 7.695	\$ 8.224	\$ 8.789	\$ 9.393
Vaso de whisky	\$ 6.720	\$ 7.182	\$ 7.676	\$ 8.203	\$ 8.767
vaso de vodka	\$ 4.320	\$ 4.617	\$ 4.934	\$ 5.274	\$ 5.636
Vaso de coñac	\$ 3.600	\$ 3.847	\$ 4.112	\$ 4.395	\$ 4.697
Agua	\$ 6.000	\$ 6.412	\$ 6.853	\$ 7.324	\$ 7.828
Servicio Adicional					
Recorrido centro histórico	\$ 17.280	\$ 18.468	\$ 19.737	\$ 21.094	\$ 22.544
Alquiler de bicicletas	\$ 20.160	\$ 21.546	\$ 23.027	\$ 24.610	\$ 26.302
Galería					
Réplicas de lámpara de carburo	\$ 50.400	\$ 53.865	\$ 57.567	\$ 61.525	\$ 65.754
Artesanías locales	\$ 57.600	\$ 61.560	\$ 65.791	\$ 70.314	\$ 75.148
Piedras preciosas	\$ 24.000	\$ 25.650	\$ 27.413	\$ 29.297	\$ 31.311
TOTAL	\$ 289.680	\$ 309.593	\$ 330.876	\$ 353.621	\$ 377.929

Tabla 36
Costos operacionales.

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HABITACIONES	\$ 3.600	\$ 3.722	\$ 3.847	\$ 3.978	\$ 4.112
Limpieza de habitaciones	\$ 1.800	\$ 1.861	\$ 1.924	\$ 1.989	\$ 2.056
Mantenimiento habitaciones	\$ 1.800	\$ 1.861	\$ 1.924	\$ 1.989	\$ 2.056
TIENDA DE JOYAS	\$ 10.320	\$ 10.669	\$ 11.029	\$ 11.402	\$ 11.788
Cadena	\$ 1.680	\$ 1.737	\$ 1.795	\$ 1.856	\$ 1.919
Aretes	\$ 1.200	\$ 1.241	\$ 1.282	\$ 1.326	\$ 1.371
Anillos	\$ 1.440	\$ 1.489	\$ 1.539	\$ 1.591	\$ 1.645
Pulseras	\$ 2.160	\$ 2.233	\$ 2.308	\$ 2.387	\$ 2.467
Colgante	\$ 3.840	\$ 3.970	\$ 4.104	\$ 4.243	\$ 4.386
Materia Prima	\$ 1.200	\$ 1.241	\$ 1.282	\$ 1.326	\$ 1.371
Gaseosas	\$ 360	\$ 372	\$ 385	\$ 398	\$ 411
Café	\$ 480	\$ 496	\$ 513	\$ 530	\$ 548
Limonada (Jarra)	\$ 360	\$ 372	\$ 385	\$ 398	\$ 411
Bar	\$ 1.299	\$ 1.343	\$ 1.388	\$ 1.435	\$ 1.484
Cervezas nacionales	\$ 459	\$ 475	\$ 491	\$ 507	\$ 524
Cervezas internacionales	\$ 540	\$ 558	\$ 577	\$ 597	\$ 617
Vaso de coñac	\$ 90	\$ 93	\$ 96	\$ 99	\$ 103
Agua	\$ 300	\$ 310	\$ 321	\$ 331	\$ 343
Servicio Adicional					
Recorrido centro histórico	\$ 1.080	\$ 1.117	\$ 1.154	\$ 1.193	\$ 1.234
Alquiler de bicicletas	\$ 1.008	\$ 1.042	\$ 1.077	\$ 1.114	\$ 1.151
Galería	\$ 9.240	\$ 9.552	\$ 9.875	\$ 10.209	\$ 10.554
Réplicas de lámpara de carburo	\$ 5.400	\$ 5.583	\$ 5.771	\$ 5.966	\$ 6.168
Artesanías locales	\$ 3.840	\$ 3.970	\$ 4.104	\$ 4.243	\$ 4.386
Piedras preciosas	\$ 3.000	\$ 3.101	\$ 3.206	\$ 3.315	\$ 3.427
Mano de obra Directa	\$ 37.461	\$ 39.843	\$ 41.190	\$ 42.582	\$ 44.021
Jefe operativo	\$ 9.341	\$ 9.941	\$ 10.277	\$ 10.624	\$ 10.983
Mesero	\$ 5.841	\$ 6.207	\$ 6.416	\$ 6.633	\$ 6.857
Chef	\$ 8.593	\$ 9.143	\$ 9.452	\$ 9.771	\$ 10.102
Guía de museo	\$ 7.846	\$ 8.346	\$ 8.628	\$ 8.920	\$ 9.221
Mantenimiento	\$ 5.841	\$ 6.207	\$ 6.416	\$ 6.633	\$ 6.857
TOTAL	\$ 63.119,96	\$ 66.369,23	\$ 68.612,51	\$ 70.931,61	\$ 73.329,10

Tabla 37
Estado de pérdidas y ganancias.

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 289.680	\$ 309.593	\$ 330.876	\$ 353.621	\$ 377.929
(-) Costos de Operación	\$ 63.120	\$ 66.369	\$ 68.613	\$ 70.932	\$ 73.329
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 226.560	\$ 243.224	\$ 262.263	\$ 282.689	\$ 304.600
(-) Gastos en Administración	\$ 88.730	\$ 44.152	\$ 45.403	\$ 46.136	\$ 47.480
(-) Gastos de Ventas	\$ 1.970	\$ 2.037	\$ 2.105	\$ 2.177	\$ 2.250
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 135.860	\$ 197.036	\$ 214.755	\$ 234.376	\$ 254.870
(-) Gastos Financieros	\$ 20.181	\$ 15.310	\$ 9.821	\$ 3.637	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 115.679	\$ 181.726	\$ 204.933	\$ 230.739	\$ 254.870
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 17.352	\$ 27.259	\$ 30.740	\$ 34.611	\$ 38.230
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 98.327	\$ 154.467	\$ 174.193	\$ 196.128	\$ 216.639
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 21.632	\$ 33.983	\$ 38.323	\$ 43.148	\$ 47.661
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 76.695	\$ 120.484	\$ 135.871	\$ 152.980	\$ 168.979

El estado de resultado es uno de los principales estados financieros, el mismo que aporta información de suma importancia para determinar el nivel de eficiencia que está teniendo la empresa en tiempo real y confiable, como podemos observar en la tabla hemos obtenido un incremento anual en las ventas de la compañía, que menos el costo operacional ha incrementado la utilidad bruta en ventas desde el primero al quinto año.

Factibilidad financiera.

Evaluación de proyecto

Tabla 38
Evaluación de proyecto.

INVERSIÓN INICIAL	\$	(264.851)
Flujo año 1	\$	133.065
Flujo año 2	\$	108.848
Flujo año 3	\$	104.309
Flujo año 4	\$	115.547
Flujo año 5	\$	185.930

Tabla 39
Evaluación financiera.

TASA DE DESCUENTO	17,09%
VAN	\$ 118.791
TIR	37%
B/C	\$ 0,45
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2 AÑOS - 2 MESES

La tasa de descuento se la obtuvo mediante la operación que intervienen promedio Roe 34,47%, aporte de socios 30%, préstamo 70%, tasa de préstamo 12%, impuesto a la renta 22% La inversión del proyecto se recupera a los 2 años, 2 meses. Se encuentra viable porque tiene un Van positivo, y una Tir agradable para el proyecto, en el lapso de los 5 años.

Ratios financieros

Tabla 40

Análisis de rentabilidad de proyecto.

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	46,90%	63,64%	64,90%	66,28%	67,44%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	26,48%	38,92%	41,06%	43,26%	44,71%
RETORNO SOBRE ACTIVOS	Utilidad Neta / Activo Total = %	22,42%	27,28%	25,32%	23,78%	20,60%
RETORNO SOBRE CAPITAL	Utilidad Neta / Capital = %	49,12%	43,55%	32,94%	27,05%	23,01%

Análisis de sensibilidad

Tabla 41

Análisis de sensibilidad.

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	17%	17%	18%
Inversión inicial	\$ (264.851)	\$ (264.851)	\$ (264.851)
Flujo 1	\$ 120.825	\$ 133.065	\$ 155.385
Flujo 2	\$ 99.892	\$ 108.848	\$ 125.181
Flujo 3	\$ 94.737	\$ 104.309	\$ 121.765
Flujo 4	\$ 105.317	\$ 115.547	\$ 134.202
Flujo 5	\$ 174.996	\$ 185.930	\$ 205.867
VAN	\$ 92.082	\$ 118.791	\$ 167.164
TIR	33%	37%	46%
B/C	0,35	0,45	0,63
PRI	2 AÑOS - 4 MESES	2 AÑOS - 2 MESES	1 AÑO - 7 MESES

En el escenario pesimista se consideró el 50% de capacidad, en el escenario optimista se consideró el 100% de capacidad del hotel, a realizar la valoración de los flujos se determina que tiene Van positiva lo que determina que el proyecto es viable, y una Tir atractiva para el negocio.

Punto de equilibrio

Tabla 42

Punto de equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	41,66
Coste Unitario	3,45
Gastos Fijos Año	25.659,00
Q de Pto. Equilibrio	2.821
Ventas Equilibrio	117.514

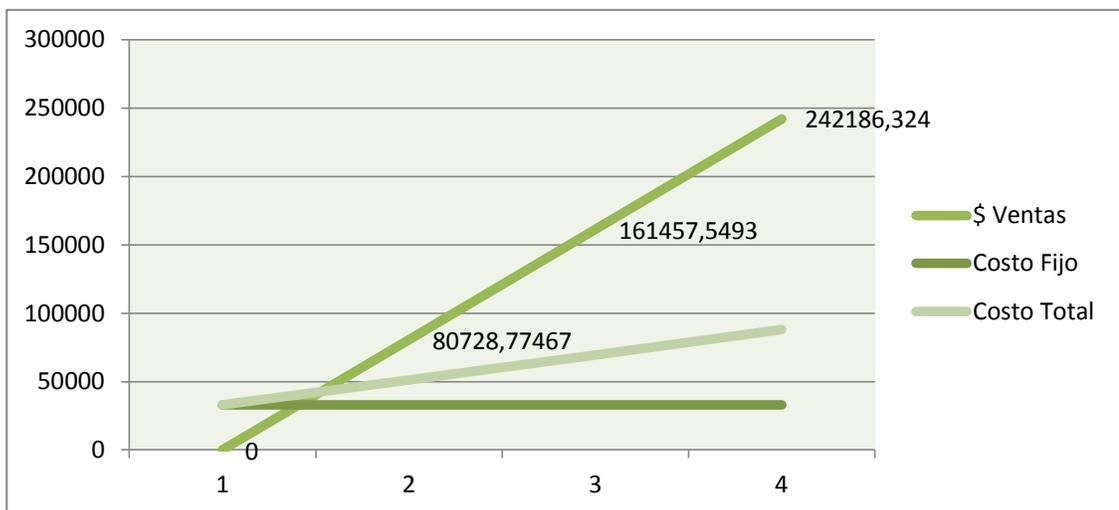


Figura 44. Punto de equilibrio

Conclusiones

La idea de un proyecto de hotel con temática minera nace por la identificación que tiene el cantón con las minas, la explotación minera que son recursos no renovables que se están agotando, se trata de implementar otras actividades como el turismo combinando con las riquezas naturales con las que cuenta el cantón.

Los hoteles temáticos están marcando una tendencia en el sector hotelero se busca diferenciar el servicio que sean innovadores y los turistas siempre están buscando algo nuevo al momento de elegir donde pernoctar. Se tomó como referencia de hotel subterráneo ya existente en Turquía y Australia.

La investigación de mercado se la realizó mediante análisis de medición como son análisis Pesta y Porter de las cuales se sacó conclusiones, son los factores positivos y negativos que pueden afectar el proyecto, sobre el nivel de vida del cantón y cuál será el mercado meta, análisis de competidores y servicios que prestan en la actualidad. Mediante encuestas se realizó la investigación para saber la aceptación del proyecto y cual son las principales necesidades que requiere el huésped.

La propuesta de investigación se trazaron los objetivos de la empresa para saber cuál es el alcance del proyecto, la razón social, logo del hotel se lo realizó con diseñador gráfico en actualidad tiene mucha gran fuerza para atraer la atención del cliente, se realizó la estructura organizacional de la empresa de acuerdo a la infraestructura, el estudio técnico por el tipo de construcción del hotel se realizó un presupuesto de consultoría para la inversión inicial, luego un diseño la distribución física. Los productos a ofrecer se realizaron el listado con horario y valor, se venderá artesanías locales por ser hotel con temática minera, además de servicios adicionales como alquiler de bicicletas y paseos en el centro histórico.

Recomendaciones

Con los resultados a lo largo de la investigación el principal punto que los huéspedes en la actualidad buscan es la calidad de servicio, por lo tanto la principal carta de presentación, será el excelente servicio siendo cordial, buen trato por parte de todo el personal operativo y administrativo de la empresa.

A pesar de la infraestructura del hotel, puede tener ciertos riesgos, se exigirá a la consultora un equipo de profesionales expertos en tipo de construcciones subterráneas e infraestructuras hoteleras y comerciales.

Se capacitará y evaluará periódicamente al personal para saber en dónde se está fallando y correcciones a tiempo para ser una empresa líder en el mercado y obtener una ventaja competitiva.

Se recomienda realizar nuevas propuestas para que cantones como Zaruma sea reconocido como potencia turística, por el clima, comida, e infraestructura que la hacen única para explotarla y mejorar así las condiciones de los habitantes.

Promover proyectos con nuevas tendencias de hospedaje, que de la oportunidad para que se combine la naturaleza, creatividad y el clima de las regiones del país con la finalidad de atraer turistas cada vez más exigentes de explorar nuevas alternativas de turismo en los rincones del país.

Referencias

- Araujo, A. (2016). El barril de petróleo ecuatoriano cayó cerca de USD11 en junio. julio, 1, de El Comercio
- Cegarra, J. (2011). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Desert Cave Hotel. (2011). Desert Cave Hotel. junio, 23, 2016, de The Desert Cave Hotel Sitio web: www.desertcave.com
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- El Universo. (2016). Aumento del IVA del 12% al 14% regirá desde 1 de junio en Ecuador. mayo, 20, 2016, de El Universo
- El Telégrafo. (2016). La revolución ecológica. julio, 23, 2016, de El Telégrafo
- García, N., Iñiguez, L., López, O., Mora, M., Rojas, J., & Valera, S. . (2005). *Ventanas en la ciudad*. Barcelona: Editorial UOC
- Gillespie, P. (2016). El dólar comienza con fuerza el 2016. julio, 10, 2016, de CNN
- Global Sustainable Tourism Council y el Instituto Tecnológico Hotelero. (2014).Cómo es un hotel sostenible? julio, 20, 2016, de Sostenibilidad para todos

INEC. (2014). Concentración de demanda extranjera. julio, 25, 2016, de Ecuador en cifras

INEC. (2014). Concentración demanda nacional. julio, 23, 2016, de Ecuador en cifras

INEC. (2016). Inflación. julio, 9, 2016, de Instituto Nacional de Estadística y Censos

Kotler, P., & Armstrong, G.. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson education.

Noticias. (2010). Emergencia: Ríos Calera y Amarillo altamente contaminados por actividad minera. julio, 20, 2016, de OCMAL

Mentar. (2015). Ecuador es escogido como un excelente destino para inversiones. julio, 12, de Ministerio de turismo

Matteini, M., & Moles, M. (2001). *La química en la restauración*. San Sebastián: Nerea.

Miras Hotel. (2003). Miras Hotel. junio 23, 2016, de Miras Hotel Sitio web:
<http://www.mirashotel.com/>

Mintur. (2014). Ecuador supero la meta de 1.5 millones de llegadas de turistas extranjeros. julio, 28, 2016, de Ministerio de turismo

OMT. (2007). Entender el turismo: glosario básico, de OMT Sitio web:
<http://media.unwto.org>

Oro y Finanzas. (2009). ¿Quién fija el precio del oro?. mayo, 30, 2016, de Oro y Finanzas

ONU. (2016). Día del medio ambiente. Julio, 22, 2016, de Naciones Unidas

Organo del Gobierno del Ecuador. (2015). *Reglamento de Alojamiento*. agosto 10,2016, de Ministerio de Turismo

Rodríguez, E. (2000). *Mejoramiento sostenible del café arábica para los recursos genéticos*, asistido por los marcadores moleculares, con énfasis en la resistencia a los nematodos. Turrialba: CATIE.

Quiro, G. (2016). Evaluación de daños por terremoto. mayo, 20, 2016, de El Comercio

SENPLADES. (2016). Plan del Buen Vivir. agosto, 15, 2016, de Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Vergara, A. (1992). *Principios y derecho del sistema minero*. Santiago: Editorial Jurídica de Chile.

Vivas, N. (2004). *Interés de la utilización de madera para toneles*. En Manual de tonelería (p.37). Madrid: Ediciones Mundi Prensa.

Apendice

Formato de encuestas dirigido a Turistas.

INFORMACIÓN GENERAL	Edad	Instrucción / Profesión	
	Sexo		

Marque con X en las alternativas que corresponda.

Pregunta: 1

¿Con quién acostumbra a viajar al destino turístico?

Familia Amigos Pareja Solo

Pregunta: 2

Dentro de sus expectativas que considera Usted que debe tener un destino turístico para que sea de su interés.

Tranquilidad para descansar	
Variedad de atributos para conocer	
Diversión Nocturna	
Práctica de deportes extremos	
Gastronomía	
Otras	

Pregunta: 3

¿Qué destino es de preferencia a la hora de viajar?

Costa Sierra Oriente

Otros Detallar: _____

Pregunta: 4

¿Cada que tiempo usted elige sus vacaciones?

Una vez al año Dos veces al años Feriados

Pregunta: 5

¿Cuál es la preferencia al momento de elegir un hotel?

Seguridad Precio

Confort Servicio

Pregunta: 6

¿Ha visitado Zaruma?

Sí No

En caso de la respuesta ser NO, pasar a la pregunta 8

Pregunta: 7

Señale ¿cuál de los siguientes atractivos turísticos conoce usted del cantón Zaruma?

Mirador la Colina- Calvario La Mina del Sexmo Centro Histórico
Cerro de Arcos Parroquias del cantón
Petroglifos de Zaruma Cascadas

¿En caso de que su respuesta sea otros, puede citar cuáles son?

Pregunta: 8

¿Qué servicios espera tener en el hotel subterráneo?

Servicios tecnológicos Área de recreación
Gastronómicos

Pregunta: 9

¿Se hospedaría usted en un hotel subterráneo con temática en estilo minero?

Sí No

Pregunta: 10

Cuantifique un aproximado de cuanto sería su presupuesto destinado para viajes Promedio de gastos de hospedaje:

\$50 - \$60 \$70- \$80 \$90 - \$100

Formato de encuestas para población de Zaruma.

Marque con X en las alternativas que corresponda.

Pregunta: 1

¿Indicar con qué frecuencia observa usted la presencia de turistas en el cantón Zaruma?

Mucha Poca Escasa afluencia

Pregunta: 2

¿Piensa Usted que existe un plan de desarrollo turístico en el cantón Zaruma?

Sí No

Pregunta: 3

¿Cómo califica usted, los servicios que brindan los habitantes del cantón Zaruma a los turistas nacionales y extranjeros?

Excelente Bueno Regular Malo

Pregunta: 4

De acuerdo a su opinión, ¿cuál es el atractivo que más atrae al turista?

Tabla 43
Requerimientos por categoría hotel.

Requerimientos de infraestructura		
Instalaciones generales		
Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento. en caso de contar con el requisito mínimo de habitaciones, deberá haber 3 espacios fijos de estacionamiento		10%
Generador de energía		X
Agua caliente en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	Centralizada	X
<p>Contar con por lo menos los siguientes servicios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Piscina. 2. Hidromasaje. 3. Baño turco. 4. Sauna. 5. Gimnasio. 6. Spa. 7. Servicio de peluquería. 8. Local comercial a fin de actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considera como un solo servicio a uno o más locales comerciales. 9. Áreas deportivas. 10. Exposición de colección de arte permanente o temporal. 		2

11. Salones para eventos.		
Acondicionamiento térmico en áreas de uso común enfriamiento o calefacción artificial.		X
Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Cuartos de baño y aseo	X
	Casilleros	X
	Área de comedor	X
Área de clientes		
Área de vestíbulo		X
Restaurante dentro de las instalaciones de establecimiento.	Y/o cafetería	X
Servicio de bar dentro del establecimiento		X
Áreas de clientes- Habitaciones		
Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.		2%
Habitaciones con cuarto de baño y aseo privado.		X
Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.		X
Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción		X
Cerradura para puerta de acceso a la habitación		X

Almohada extra a petición del huésped.		X
Portamaletas.		X
Closet y/o armario.		X
Silla, sillón o sofá.		X
Funda de lavandería		X
Luz de velador o cabecera por plaza		X
Televisión ubicada en mueble o soporte	Con acceso a canales nacionales	X
Teléfono en la habitación		X
Área de clientes – cuarto de baño y aseo privado		
Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado	Agua caliente	X
	Centralizada	X
	Las 24 horas	X
Iluminación independiente sobre el lavamanos		X
Espejo de medio cuerpo sobre lavamanos		X
Juego de toallas por huésped	Cuerpo	X
	Manos	X
Toalla de piso para salida de tina y/o ducha		X
Amenities de cuidado personal	Champú	X
	Jabón	X
	Papel higiénico de repuesto	X
	Vaso	X
Servicios		
Servicio de despertador desde la recepción		X
Servicio de lavandería propio o contratado		X

Servicio de alimentos y bebidas a la habitación	12 horas	X
Contar con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operacionales y administrativas del establecimiento.		X
Contar con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		X
Cuenta con forma de pago que incluya tarjeta de crédito y/o débito, Boucher.		X

Fuente: Ministerio de turismo, (2015).

Tabla 44

Amortización de préstamo.

Inversión Inicial	\$	264.851
Monto del Crédito	\$	185.396
Tasa Interés Anual		12,00%
Tasa de Interés Mensual		1,00%
Plazo en años		4
Plazo en meses		48
Cuota Mensual		\$ 4.882

Tabla 45

Resumen de tabla de amortización.

PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL
1	\$ 38.405	\$ 20.181	\$ 58.586
2	\$ 43.276	\$ 15.310	\$ 58.586
3	\$ 48.765	\$ 9.821	\$ 58.586
4	\$ 54.949	\$ 3.637	\$ 58.586
	\$ 185.396	\$ 48.949	\$ 234.345

Tabla 46
Sueldos.

CARGO	CANT.		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5
Gerente General	1	\$	13.828	\$	14.728	\$	15.226	\$	15.741	\$	16.273
Gerente Operativo	1	\$	9.341	\$	9.941	\$	10.277	\$	10.624	\$	10.983
Chef	1	\$	8.593	\$	9.143	\$	9.452	\$	9.771	\$	10.102
Recepcionista-Cajera	3	\$	49.638	\$	52.932	\$	54.721	\$	56.570	\$	58.482
Meseros	1	\$	5.841	\$	6.207	\$	6.416	\$	6.633	\$	6.857
Guía de exhibición	1	\$	7.846	\$	8.346	\$	8.628	\$	8.920	\$	9.221
Mantenimiento	1	\$	5.841	\$	6.207	\$	6.416	\$	6.633	\$	6.857
TOTAL	9	\$	100.927	\$	107.503	\$	111.136	\$	114.893	\$	118.776

Tabla 47
Depreciación tangible.

	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR EN LIBROS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Edificios	20	\$ 114.880	\$ 5.744	\$ 479
Equipos de Oficina	10	\$ 9.326	\$ 933	\$ 78
Muebles y Enseres	10	\$ 15.047	\$ 1.505	\$ 125
Equipos de Computación	3	\$ 1.690	\$ 563	\$ 47
Equipos de Producción	10	\$ 6.380	\$ 638	\$ 53
TOTAL DE DEPRECIACIÓN			\$ 9.383	\$ 782

Tabla 48
Depreciación intangible.

	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Gastos de Constitución	1	\$ 46.409	\$ 46.409	\$ 3.867
TOTAL DE DEPRECIACIÓN			46.409	3.867

Tabla 49
Flujo de caja.

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5						
FLUJO OPERACIONAL												
Ingresos por ventas	\$	289,680	\$	309,593	\$	330,876	\$	353,621	\$	377,929		
(-) Egresos de efectivo	\$	98,029	\$	142,159	\$	167,980	\$	179,488	\$	192,000		
Gastos de operación	\$	63,120	\$	66,369	\$	68,613	\$	70,932	\$	73,329		
Gastos de administración	\$	32,939	\$	34,769	\$	36,020	\$	37,317	\$	38,661		
Gastos de ventas	\$	1,970	\$	2,037	\$	2,105	\$	2,177	\$	2,250		
Impuesto a la renta	\$	-	\$	21,632	\$	33,983	\$	38,323	\$	43,148		
Participación de trabajadores	\$	-	\$	17,352	\$	27,259	\$	30,740	\$	34,611		
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL	\$	191,651	\$	167,434	\$	162,896	\$	174,133	\$	185,930		
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	\$	38,405	\$	43,276	\$	48,765	\$	54,949	\$	-		
Pago de intereses	\$	20,181	\$	15,310	\$	9,821	\$	3,637	\$	-		
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$	(58,586)	\$	(58,586)	\$	(58,586)	\$	(58,586)	\$	-		
FLUJO NETO DE CAJA	\$	(264,851)	\$	133,065	\$	108,848	\$	104,309	\$	115,547	\$	185,930

Tabla 50
Balance general anual.

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 135.065	\$ 243.913	\$ 348.223	\$ 463.769	\$ 649.699
Total Activos Corrientes	\$ 135.065	\$ 243.913	\$ 348.223	\$ 463.769	\$ 649.699
Activos Fijos					
Terrenos	\$ 37.620	\$ 37.620	\$ 37.620	\$ 37.620	\$ 37.620
Edificios	\$ 114.880	\$ 114.880	\$ 114.880	\$ 114.880	\$ 114.880
Equipos de Oficina	\$ 9.326	\$ 9.326	\$ 9.326	\$ 9.326	\$ 9.326
Muebles y Enseres	\$ 15.047	\$ 15.047	\$ 15.047	\$ 15.047	\$ 15.047
Equipos de Computación	\$ 1.690	\$ 1.690	\$ 1.690	\$ 1.690	\$ 1.690
Equipos de Producción	\$ 6.380	\$ 6.380	\$ 6.380	\$ 6.380	\$ 6.380
(-) Depreciación Acumulada	\$ (9.383)	\$ (18.765)	\$ (28.148)	\$ (36.967)	\$ (45.786)
Total Activos Fijos	\$ 175.560	\$ 166.177	\$ 156.795	\$ 147.975	\$ 139.156
Otros Activos					
Artículos Culturales	\$ 31.500	\$ 31.500	\$ 31.500	\$ 31.500	\$ 31.500
Total Otros activos	\$ 31.500				
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 46.409				
(-) Amortización Acumulada	\$ (46.409)				
Total Activos Diferidos	\$ -				
TOTAL ACTIVOS	\$ 342.125	\$ 441.590	\$ 536.517	\$ 643.245	\$ 820.355
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 17.352	\$ 27.259	\$ 30.740	\$ 34.611	\$ 38.230
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 21.632	\$ 33.983	\$ 38.323	\$ 43.148	\$ 47.661
Total Pasivos Corrientes	\$ 38.984	\$ 61.242	\$ 69.062	\$ 77.759	\$ 85.891
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 146.990	\$ 103.714	\$ 54.949	\$ 0	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 146.990	\$ 103.714	\$ 54.949	\$ 0	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 185.974	\$ 164.956	\$ 124.012	\$ 77.759	\$ 85.891
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 79.455	\$ 79.455	\$ 79.455	\$ 79.455	\$ 79.455
Utilidad del Ejercicio	\$ 76.695	\$ 120.484	\$ 135.871	\$ 152.980	\$ 168.979
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 76.695	\$ 197.179	\$ 333.050	\$ 486.030
TOTAL PATRIMONIO	\$ 156.151	\$ 276.635	\$ 412.505	\$ 565.486	\$ 734.464
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 342.125	\$ 441.590	\$ 536.517	\$ 643.245	\$ 820.355

Tabla 51
Gastos generales.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 88,730	\$ 44,152	\$ 45,403	\$ 46,136	\$ 47,480
Administrador	\$ 13,828	\$ 14,728	\$ 15,226	\$ 15,741	\$ 16,273
Contador	\$ 9,341	\$ 9,941	\$ 10,277	\$ 10,624	\$ 10,983
Servicios Básicos	\$ 7,200	\$ 7,443	\$ 7,771	\$ 8,113	\$ 8,470
Uniformes	\$ 1,170	\$ 1,210	\$ 1,250	\$ 1,293	\$ 1,336
Mantenimiento	\$ 400	\$ 414	\$ 427	\$ 442	\$ 457
Materiales de limpieza	\$ 600	\$ 620	\$ 641	\$ 663	\$ 685
Suministros de oficina	\$ 400	\$ 414	\$ 427	\$ 442	\$ 457
Depreciación de Edificios	\$ 5,744	\$ 5,744	\$ 5,744	\$ 5,744	\$ 5,744
Depreciación de Equipos de Oficina	\$ 933	\$ 933	\$ 933	\$ 933	\$ 933
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 1,505	\$ 1,505	\$ 1,505	\$ 1,505	\$ 1,505
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 563	\$ 563	\$ 563	\$ -	\$ -
Depreciación de Equipos de Producción	\$ 638	\$ 638	\$ 638	\$ 638	\$ 638
Amortización	\$ 46,409	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ 1,970	\$ 2,037	\$ 2,105	\$ 2,177	\$ 2,250
Gastos de Publicidad	\$ 1,970	\$ 2,037	\$ 2,105	\$ 2,177	\$ 2,250
Gastos Financieros	\$ 20,181	\$ 15,310	\$ 9,821	\$ 3,637	\$ -
Gastos de Interés	\$ 20,181	\$ 15,310	\$ 9,821	\$ 3,637	\$ -
TOTAL	\$ 110,881	\$ 61,498	\$ 57,330	\$ 51,950	\$ 49,731

Solicitud de registro

....., a.....de.....del 20...

Yo,..... En calidad de Propietario del establecimiento..... Solicito al (a) la)

Señor (a) Ministro (a) de turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar y registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Nombre del Establecimiento.....

Ubicación del establecimiento.....

Provincia Cantón Ciudad

Calle No. Transversal Sector Teléfono

Fecha de inicio de operaciones:.....

Registro único de contribuyentes..... Numero de cedula.....

Monto de inversión:.....

Número de empleados:.....

Número de mesas:.....Número de plazas.....

Número de habitaciones.....Número de plazas.....

Observaciones:.....

Atentamente,

PROPIETARIO

CROQUIS

Diagrama de croquis con 6 cuadros vacíos para el propietario completar.



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, **Veintimilla Orellana Maximo Alejandro**, con C.C: # **0706530235** autor del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con temática en estilo minero, en el cantón Zaruma, provincia de El Oro** 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, **31 de Agosto del 2016**

Veintimilla Orellana, Maximo Alejandro

C.C: 0706530235



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 con temática en estilo minero, en el cantón Zaruma, provincia de El Oro.		
AUTOR(ES)	Veintimilla Orellana, Maximo Alejandro		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Com. Montero Muses Diana Cecilia, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	87
ÁREAS TEMÁTICAS:	Tendencias actuales del mercado turístico		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Alojamiento, cantón, hotel, huésped, mina, subterráneo.		
<p>El presente trabajo de investigación que tiene como título “Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel con temática en estilo minero, en el cantón Zaruma, provincia de El Oro”. El proyecto consiste en el desarrollo de un estudio factibilidad para la creación de un hotel con temática minera. El hotel desde su inicio se llamara Mita House S.A, el nombre o razón social es único e identifica de lo que fue el trabajo minero de nuestros antepasados, lo que permitirá llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros que visten la ciudad de Zaruma. El proyecto de acuerdo a la legislación de turismo, contara en su inicio con 5 habitaciones, además de dormitorios es debidamente equipadas en planta baja para discapacitados como el reglamento lo amerita. Una de las atracciones es la exhibición de arte de piezas que se utilizó para extracción de material minero como utensilios para los trabajadores, maquinaria minera y piedras preciosas que se extraen de la zona. Otra fortaleza importante es la ubicación del proyecto, donde se podrá disfrutar de un paisaje montañoso, al mismo tiempo las áreas de recreación como piscina y baño turco dentro del establecimiento. El estudio financiero determino que el negocio es factible de acuerdo a la inversión inicial es de \$ 264.851,02, el VAN \$ 118.790,59 es mayor a cero, es decir, se recupera lo se invirtió a corto plazo.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	CON	Teléfono: (+593-0982215365) Veintimilla Orellana Maximo Alejandro	E-mail: alejandroveintimillao@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	LA DEL	Nombre: Ing. Eduardo Andrés Guzmán Barquet, Mgs Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912 E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			