



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA: HOTELERÍA Y TURISMO**

**PROYECTO DE TITULACIÓN:  
HOSTERÍA ECOLÓGICA PLAYA BAMBÚ**

**ELABORADO POR:  
GABRIELA ESCOBAR  
GABRIELA FAJARDO  
GARDELLA MONTALVO  
INGRID TORRES  
MARÍA JOSÉ VINCES**

**TUTOR: ING. ÁNGEL CASTRO P.**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2011**

# AGRADECIMIENTO

En primer lugar queremos agradecer a Dios por permitirnos hacer realidad uno de nuestros grandes sueños convertirnos en profesionales. A nuestras familias que siempre nos brindaron todo su apoyo para salir adelante y vencer los obstáculos que se presentan durante la vida universitaria.

Al Ing. Angelito Castro por ayudarnos con todo lo correspondiente al proyecto.

A nuestros padres por enseñarnos que la mejor herencia que nos pueden dejar es habernos dado la oportunidad de convertirnos en excelentes profesionales.

A nuestros amigos que nos apoyaron en todos los momentos y durante la realización del proyecto.

# DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de tesis a Dios y a nuestros padres. A Dios porque ha estado con nosotras a cada paso que damos, cuidándonos y dándonos fortaleza para continuar, a nuestros padres, quienes a lo largo de nuestras vidas han velado por nuestro bienestar y educación siendo un apoyo en todo momento.

Depositando su entera confianza en cada reto que se nos presentaba sin dudar ni un solo momento en nuestra inteligencia y capacidad. Es por ellos lo que somos ahora. Lo amamos con nuestras vidas.

## INDICE GENERAL

1 RESUMEN EJECUTIVO .....	1
2 OPORTUNIDAD.....	9
3 ANALISIS DE LA INDUSTRIA .....	10
3.1 Análisis de Industria, mercado, competidores y clientes .....	10
3.2 Análisis Pest.....	17
3.3 Análisis Porter.....	25
4 LA EMPRESA.....	27
4.1 Razón Social: .....	27
4.2 Nombre Comercial:.....	27
4.3 Lugar y fecha de constitución: .....	27
4.4 Fecha de inicio de operación:.....	27
4.5 Nombre, Logo, Slogan .....	27
4.6 Misión .....	29
4.7 Visión.....	29
4.8 Valores .....	30
4.9 OBJETIVOS .....	31
4.9.1 Objetivo General .....	31
4.9.2 Objetivos Específicos.....	31
4.10 Estructura Organizacional.....	32
4.11 Equipo Gerencial .....	33
4.12 Cuadro de Accionistas .....	35

5 PLAN DE MARKETING.....	36
5.1 Análisis Situacional .....	36
5.1.1 Análisis del mercado.....	37
5.1.2 Análisis Foda .....	38
5.1.3 Análisis de la Competencia.....	39
5.1.4 Productos y Servicios.....	42
5.1.5 Factores Críticos de Éxito .....	56
5.2 Estrategias de Marketing.....	57
5.2.1 Objetivos de Ventas (FINANCIEROS) .....	57
5.2.2 Objetivos de marketing .....	57
5.2.3 Segmentación .....	58
5.2.4 Mercado Meta .....	58
5.2.5 Posicionamiento.....	58
5.2.6 Estrategias de Marketing Mix .....	59
5.3 Investigación de Mercado .....	64
5.3.1 Detalles de la Investigación .....	64
5.3.2 Formato de la Encuesta.....	67
5.3.3 Cálculo de la muestra para la encuesta .....	69
5.3.4 Presentación y Análisis de los Resultados de la Encuesta y entrevista.....	70
5.4 Proyecciones Financieras.....	89
5.5 Presupuesto de Marketing (Mensualizado).....	90
5.6 Auditoría y Control de Resultados.....	91

5.6.1 Implementación.....	92
5.6.2 Indicadores.....	92
5.6.3 Plan de Contingencia .....	92
6 PLAN OPERATIVO .....	95
6.1 Objetivos de las operaciones.....	95
6.2 Días y Horario de Funcionamiento .....	95
6.3 Alcance de las Operaciones .....	96
6.4 Infraestructura .....	98
6.5 Proceso Productivo o de Entrega del Servicio .....	100
6.6 Perfiles y Manual de Funciones de Empleados.....	102
6.7 Política de Calidad y Medio Ambiente .....	106
6.8 Proceso de Control de Calidad.....	108
7 PLAN DE DESARROLLO .....	110
8 PLAN FINANCIERO .....	111
8.1 Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión.....	111
8.2 Fuentes de financiamiento .....	112
8.3 Estados Financieros proyectados .....	112
8.3.1 Estado de Resultados .....	112
8.3.2 Balance.....	116
8.3.2 Flujo de Caja.....	118
8.4 Cálculo de punto de equilibrio, VAN, IR, PayBack, TIR.....	121
8.5 Ratios Financieros.....	122

9 ANALISIS DE RIESGO.....	124
10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	126
Anexos .....	128
Bibliografía .....	163

## INDICE GRAFICOS

Gráfico no. 1 Visitantes Nacionales de Ecuador.....	11
Gráfico no. 2 Actividades.....	12
Gráfico no. 3 Sexo.....	70
Gráfico no. 4 Nacionalidad.....	71
Gráfico no. 5 Edad.....	72
Gráfico no. 6 Motivos de Viaje.....	73
Gráfico no. 7 Preferencia de Compañía.....	74
Gráfico no. 8 Alojamiento.....	75
Gráfico no. 9 Precios.....	76
Gráfico no. 10 Diseño.....	77
Gráfico no. 11 Comodidad.....	78
Gráfico no. 12 Calidad de Servicio.....	79
Gráfico no. 13 Hospedaje Ecológico.....	80
Gráfico no. 14 Servicio Hotelero.....	81
Gráfico no. 15 Escala de Interés.....	82
Gráfico no. 16 Aspectos.....	84
Gráfico no. 17 Probabilidades de Visitas.....	85

## INDICE FIGURAS

Figura No. 1 Habitaciones.....	43
Figura No. 2 Habitaciones.....	43
Figura No. 3 Habitaciones.....	43
Figura No. 4 Estanque.....	44
Figura No. 5 Estanque.....	44
Figura No. 6 Estanque.....	44
Figura No. 7 Panel Solar.....	45
Figura No. 8 Potrero.....	46
Figura No. 9 Potrero.....	46
Figura No. 10 Potrero.....	47
Figura No. 11 Potrero.....	47
Figura No. 12 Souvenirs.....	48
Figura No. 13 Souvenirs.....	49
Figura No. 14 Souvenirs.....	49
Figura No. 15 Restaurante.....	50
Figura No. 16 Restaurante.....	50
Figura No. 17 Piscina.....	52
Figura No. 18 Piscina.....	52
Figura No. 19 Panel Solar.....	53
Figura No. 20 Huerto.....	53
Figura No. 21 Huerto.....	53
Figura No. 22 Huerto .....	54



## INDICE CUADROS

Cuadro No. 1 Analisis de la Industria.....	10
Cuadro No. 2 Evolucion del Turismo.....	11
Cuadro No. 3 Preferencia Actividades.....	12
Cuadro No. 4 Actividad Realizada.....	14
Cuadro No. 5 PIB del Ecuador %.....	18
Cuadro No. 6 Indicadores Económicos.....	19
Cuadro No. 7 Cuadro de Accionistas.....	35
Cuadro No. 8 Analisis Foda.....	38
Cuadro No. 9 Comparativo de Precios.....	40
Cuadro No. 10 Comparativo de Precios.....	40
Cuadro No. 11 Comparativo de Precios.....	40
Cuadro No.12 Comparativo de Precios.....	40
Cuadro No. 13 Comparativo de Precios.....	40
Cuadro No. 14 Analisis de la Competencia.....	41
Cuadro No. 15 Importancia.....	76
Cuadro No. 16 Proyecciones Financieras.....	89
Cuadro No. 17 Presupuesto de Marketing.....	90
Cuadro No. 18 Implementación.....	92
Cuadro No. 19 Plan de Contingencia.....	93
Cuadro No. 20 Plan de Desarrollo.....	110
Cuadro No. 21 Resumen de Inversiones.....	111
Cuadro No. 22 Perdidas y Ganacias.....	113

Cuadro No. 23 Perdidas y Ganacias mensual.....	114-115
Cuadro No. 24 Balance General.....	117
Cuadro No. 25 Flujo de Caja.....	119
Cuadro No. 26 Flujo de Caja mensual.....	120
Cuadro No. 27 Analisis de Sensibilidad.....	125

## **HOSTERIA PLAYA BAMBU**

### **PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

Indudablemente, el turismo está cambiando. Existe una conciencia más ecológica y sostenible. Además, la industria turística actualmente ofrece alojamientos especiales y alternativos, como es el caso, que hoy se presenta la **HOSTERÍA ECOLÓGICA** llamada **PLAYA BAMBU**. La idea de crear una hostería ecológica surgió de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad. La creciente preocupación que se está generando por el medio ambiente ha creado una nueva corriente, denominada: **ecoturismo**. Esto implica adoptar hábitos alternativos que van dirigidos a alojamientos rurales que adquieren una nueva conciencia hacia la protección de nuestro medio ambiente.

La hostería estará ubicada en la provincia del Guayas, cantón Villamil Playas se encuentra en una zona céntrica cerca del balneario. **PLAYA BAMBU** será un lugar acogedor que contará con 18 habitaciones tipo cabañas bellamente decoradas de acuerdo a su estilo ecológico y característico de la hostería, además se dispondrá de amplias y variadas zonas de recreación. Una de las principales atracciones de la hostería es la laguna donde los huéspedes podrán encontrar variedades de peces, los cuales podrán ser pescados y así tener la opción de degustarlos. Además, poseerá un ambiente natural con personal capacitado para atender a los clientes con amabilidad y de manera personalizada. Será un establecimiento que tanto en su construcción como en su funcionamiento respeta al máximo el medio ambiente, mediante la utilización de materiales ecológicos, la incorporación de energías renovables como la implementación de paneles solares, o alimentación elaborada con productos ecológicos, entre otros aspectos. Otro factor importante es el respeto al medio ambiente, la biodiversidad, la cultura y tradición local, así como el apoyo al desarrollo sostenible de la zona.

Para el óptimo desarrollo de este proyecto es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de los turistas potenciales, así como también de la diversidad de servicios que se estaría en capacidad de brindar

cómo hostería ecológica. Después de haber realizado un breve análisis del servicio que se brindará, se procederá a evaluar la factibilidad de invertir en este proyecto, y los medios que se empleará para financiarla. En un futuro prácticamente inmediato, el viajero que en su casa trata de ser lo más respetuoso posible con el medioambiente, buscará poder ejercer los mismos comportamientos cuando viaje. Se trata de un turismo responsable, que buscará conseguir realizar sus actividades previstas y al mismo tiempo poder controlar su impacto medioambiental respetando así el entorno de la zona.

En fin, un lugar que pretende contrarrestar el avance de los daños ocasionados en el ecosistema. Hoy en día existen adelantos muy evolucionados que permiten que proyectos como PLAYA BAMBÚ, puedan ser totalmente sostenibles. Respetando el entorno, siendo ésta la clave de un buen porvenir.

## **JUSTIFICACIÓN**

La playa se ha convertido en un imán para atraer turistas, más aún tratándose de un lugar espectacular como lo es Playas, con todas las comodidades para que quienes lo visitan vivan las mejores vacaciones. Desde la provincialización de la Península de Santa Elena, el cantón Villamil-Playas, se convirtió en la principal playa de la Provincia del Guayas; la cual había sido olvidada por mucho tiempo por parte de las autoridades provinciales, con una oferta turística no muy variada y escasas opciones recreativas. En la actualidad, se logra buscar un mayor crecimiento del turismo en este sector, enfocándose en mejorar la infraestructura tanto de alojamiento como de carreteras y vías de acceso; incrementar los lugares de esparcimiento, deporte, gastronomía, así como lugares de entretenimiento nocturno, entre otros. Y es que, debido al incremento que ha tenido en los últimos años la industria hotelera y la demanda por sitios de diversión, nace la idea de combinar estos elementos, que unidos al maravilloso ambiente de Playas ofrecen una nueva opción como lo es la HOSTERÍA ECOLÓGICA PLAYA BAMBÚ para así disfrutar de una experiencia inolvidable. Dando comienzo a acciones donde se suscite el turismo ecológico, el cual ofrece un enfoque especial en base a la conservación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los huéspedes.

La idea de la creación de esta hostería ecológica nos llamó mucho la atención por ser innovadora pero más que nada por los beneficios que ésta proporcionará al medio ambiente y a su vez a la mayor concientización ambiental por parte de los futuros clientes.

En el aspecto social, se tomó en cuenta algunas costumbres de las personas, por ejemplo, en la actualidad existe una creciente tendencia de conciencia de la salud, y esto es un aspecto que beneficia a la hostería, ya que la mayoría de los estudios científicos le atribuyen al stress muchas enfermedades, por lo que la gente tiene la costumbre de relajarse y olvidarse de la vida cotidiana en lugares fuera de la ciudad y donde puedan realizar actividades de esparcimiento, por lo que este proyecto se convierte en una de las mejores opciones al momento de escapar de la tensión. Así como también, se está tomando conciencia del cuidado del medio ambiente en la sociedad, y que mejor manera que satisfaciendo sus necesidades de alojamiento y recreación en PLAYA BAMBÚ.

En cuanto al factor económico, se sabe de antemano que lo novedoso es costoso pero la hostería se enfocará en ofrecer precios intermedios, de modo que los huéspedes escogerán a su conveniencia. Por lo tanto, se cree que además de atraer a visitantes de la propia región costeña, otras regiones empezarían a ver en General Villamil una buena opción para vacacionar y disfrutar al ritmo de las olas, de unas excelentes vacaciones, potenciando de esta forma el turismo en el cantón.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Conocer las necesidades y deseos de los turistas mediante un estudio exhaustivo que proporcione la información necesaria sobre el mercado, clientes y demanda futura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer el potencial turístico de la zona.
- Realizar un análisis completo (técnico, organizacional, económico y financiero) acerca del servicio que se ofrecerá como hostería ecológica para identificar y analizar las fortalezas y debilidades en relación a la diferenciación de nuestro servicio con respecto a la competencia.
- Realizar un estudio de mercado que permita establecer los clientes potenciales y características deseadas de los clientes respecto al servicio.
- Determinar las variables que influyen al momento de demandar el servicio y su grado de importancia.
- Evaluar la factibilidad del proyecto.

## **METODOLOGIA**

Se realizará una investigación de mercado tanto cuantitativa como cualitativa. Para llevar a cabo la investigación cuantitativa se hicieron 400 encuestas dirigidas a un mercado meta con las siguientes especificaciones: Personas entre los 25 a 60 años; turistas nacionales y extranjeros de categoría socio-económica media, media-alta, alta además de personas que tengan respeto y concientización sobre el medio ambiente. Las cuales se ejecutaron en lugares estratégicos como lo son: Villamil Playas, Aeropuerto José Joaquín de Olmedo, Sitios de Alojamiento, Operadores Turísticos y Agencias de Viajes.

Para la investigación cualitativa se hizo una observación directa en la cual se asistió a los lugares estratégicos mencionados anteriormente donde se observó cuidadosa y críticamente el comportamiento de los posibles clientes potenciales para así poder analizar e interpretar los datos obtenidos como por ejemplo sus preferencias tales como:

- Tipo de habitación más solicitada
- Tipo de Servicio (personal – general)
- Demanda de actividades recreativas.
- Tipo de Restaurantes

Posteriormente, se elaborará el respectivo informe donde se verá reflejadas las conclusiones de la investigación realizada.

## **1 RESUMEN EJECUTIVO**

Playa Bambú es un proyecto que se origina a partir de la falta de concientización de los seres humanos hacia los terribles daños que en la actualidad está sufriendo el planeta, aportando un grano de arena a la disminución del perjuicio que ha sido sometido el medio ambiente, con el fin de sumarnos al comienzo de una nueva era donde la conservación del ecosistema es el objetivo primordial. La Hostería estará ubicada en el cantón Villamil Playas, la cual contará con 18 habitaciones tipo cabañas diseñadas con un estilo ecológico hechas a base de bambú, sus respectivas comodidades además de otros servicios adicionales. Se tendrá en cuenta que la cantidad y tipo de competidores varía en el tiempo, así como también todos aquellos negocios iguales o similares y diferentes al nuestro pero que satisfacen una necesidad similar. Es por esto, que se distingue los tipos de competidores: Competidores potenciales y competidores actuales.

PLAYA BAMBÚ contará con un plan de marketing, el cual tendrá como principal objetivo promover sus propios servicios y a su vez Playas como un destino turístico procurando conservar sus recursos naturales y culturales a través de una investigación y análisis de los recursos y potencialidades turísticas con los que cuenta, además de procurar el mejor uso de los mismos para el logro de mejores condiciones de vida para la población. La investigación se enfocará en un plan de mercado que determine como ofertar y que estrategias implementar para crear una imagen ecológica que se quiere proyectar al mercado meta. Cabe mencionar que este proceso cumple con una de las necesidades sociales más importante del sector turístico, ya que su función es dar a conocer la hostería por la calidad de servicio y conservación de los recursos naturales y del medio ambiente a quienes requieren de hospedaje casi todo el tiempo.

Las herramientas de marketing que se utilizarán serán la combinación de avisos clasificados en revistas y periódicos, radio, folletos, ventas a través de operadoras de turismo, redes sociales como Facebook y Twitter y adicionalmente la página web de la hostería ecológica.

Además, el proyecto dispondrá de la debida planificación, organización y supervisión de todas las actividades que serán realizadas por el equipo laboral que tendrán las distintas áreas de atención al huésped o cliente, y coordinar tanto

funciones, horarios, cantidad y rotación del personal, trabajo en equipo, entre otras acciones que se llevarán a cabo en el plan operativo. A su vez, el plan de desarrollo se basará en la verificación de la demanda, identificación de nuestra competencia y del negocio, contando con su respectivo plan financiero.

En lo referente a lo financiero se tendrá un VAN (valor actual neto) de caja con una tasa de descuento aleatoria del 16,4% da \$246.973 como saldo positivo, el TIR del proyecto se ha calculado en el 30%, razón satisfactoria. El periodo de recuperación o payback con una inversión de \$393.559 que se realizará durante los diez años del proyecto será recuperado en el sexto año a un 201,96%.

Finalmente, montar un negocio implica un gran riesgo y en la medida en que se conozca y analice se tendrá la posibilidad de minimizarlo o al menos se obtendrá conciencia de las áreas en las que hay que actuar para revertir o solucionar las contingencias.

## **2 OPORTUNIDAD**

La idea de construir una HOSTERÍA ECOLÓGICA en el Cantón Playas, se deriva básicamente de la necesidad o casi obligación de explotar las ventajas que conlleva que Playas; después de la separación de la Península de Santa Elena, se haya quedado como la única playa que pertenece a la provincia del Guayas, este suceso ha llevado a que ahora sea el objetivo principal de las autoridades, contribuyendo con obras importantes como la construcción de la carretera Progreso–Playas, remodelación del malecón, entre otras del sector privado. La regeneración del malecón de Playas abarca catorce kilómetros del cantón, logrando una creciente acogida de turistas nacionales y extranjeros al sitio, convirtiéndose en un gran beneficio para la construcción de este proyecto. Esta condición brinda la confianza de que el desarrollo y progreso de este lugar se va a dar a pasos agigantados asegurando así que el negocio se ubique en un lugar estratégico donde se fomente el turismo.

Gracias a esto se origina la creación de PLAYA BAMBÚ, donde no sólo los habitantes de dicho lugar (que ascienden a 31.000), sino también de los turistas que visiten la que en la actualidad es “la única playa de la provincia del Guayas”. Con esto, no solamente se busca crear un negocio que genere utilidades sino que también lograr contribuir al desarrollo turístico y economía de General Villamil Playas; ya que ésta a pesar de ofrecer un paisaje maravilloso se vió afectada por el descuido y olvido de las autoridades, que preferían aportar en el desarrollo de otras playas.

Además, cabe recalcar, que una de las playas más cercanas a la ciudad de Guayaquil y otros lugares aledaños es dicho cantón y se pretende atraer a personas de la ciudad y turistas como futuros clientes potenciales, que cansados de tanto stress y cotidianidad, se animen a buscar descanso y distracción en nuestra HOSTERÍA ECOLÓGICA PLAYA BAMBÚ. Habitualmente, se observa que las familias de las grandes de ciudades, como la ciudad de Guayaquil tienden a buscar en sus períodos de vacaciones, en particular los fines de semana un lugar entretenido, sano y recreativo especialmente para los niños lo que genera una demanda insatisfecha al no existir ningún sitio de iguales características en el que se ofrezcan este tipo de servicios.

### 3 ANALISIS DE LA INDUSTRIA

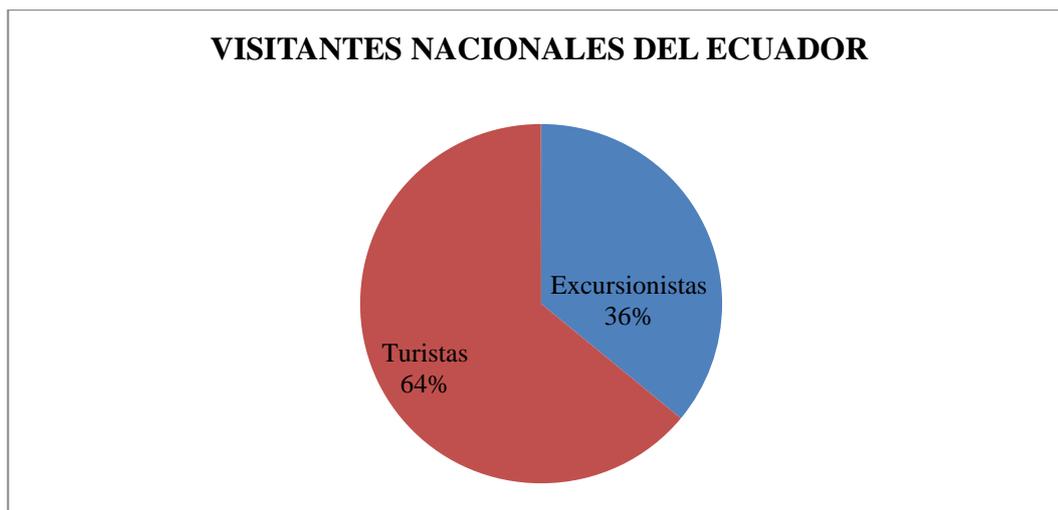
#### 3.1 Análisis de Industria, mercado, competidores y clientes

General Villamil es un destino turístico muy visitado por muchas personas, atraídas por su inmensa belleza natural, la cual tiene como principal atractivo, sus playas. A lo largo de sus 14 Km de costas existen gran cantidad de balnearios con diferentes características entre sí; estas sorprendentes playas brindan a sus turistas distintas y novedosas alternativas, siendo uno de sus primordiales atractivos su balneario, así como la originalidad de sus paisajes, disponiendo con todas las comodidades que el visitante requiere.

PLAYA	UBICACIÓN	CARACTERISTICAS
HUMBOLDT	Malecón de Playas	Posee un rompeolas, ideal para niños.
EL ARENAL	Km. 5 vía a Data	Extensas playas, olas fuertes.
PTO. ENGABAO	A 8 km. al norte	Ideales para Surf.
EL PELADO	A 5 km. al norte	Playa virgen y desierta de gran calidad.
EL FARO	A 4 km. al norte	Ideal para Surf.
BARADERO	Km. 15 vía a Posorja.	Playa, tranquila y extensa.

**Cuadro No. 1**  
**Elaborado por: Autoras**

Estadísticamente, los lugares más escogidos para ser visitados por turistas indudablemente han sido las costas ecuatorianas y más aún tratándose de un lugar espectacular como lo es Playas, con todas las comodidades para que los visitantes vivan unas vacaciones inolvidables.



**Gráfico No. 1**

**FUENTE: (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010)**

**TABLA: Evolución del Turismo Receptor Años  
2000 - 2006**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Llegadas Turistas Internacionales (Turismo Receptor)	627.029	640.561	682.962	760.776	818.927	859.888	841.001
Variación Internacional sobre años consecutivos %		2.15	6.62	11.39	7.64	5	-2.22

**Cuadro No. 2**

**Fuente: (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010)**

El cantón cuenta con una extensión de territorio de 280 km<sup>2</sup> y una población de alrededor de 31,000 habitantes. Debido a la demanda que ha tenido en los últimos años el alojamiento y a su vez las áreas recreativas en esta zona, nace la idea de combinar estos elementos, que unidos al maravilloso ambiente de Playas ofrecen una opción innovadora y única para disfrutar de una experiencia agradable.

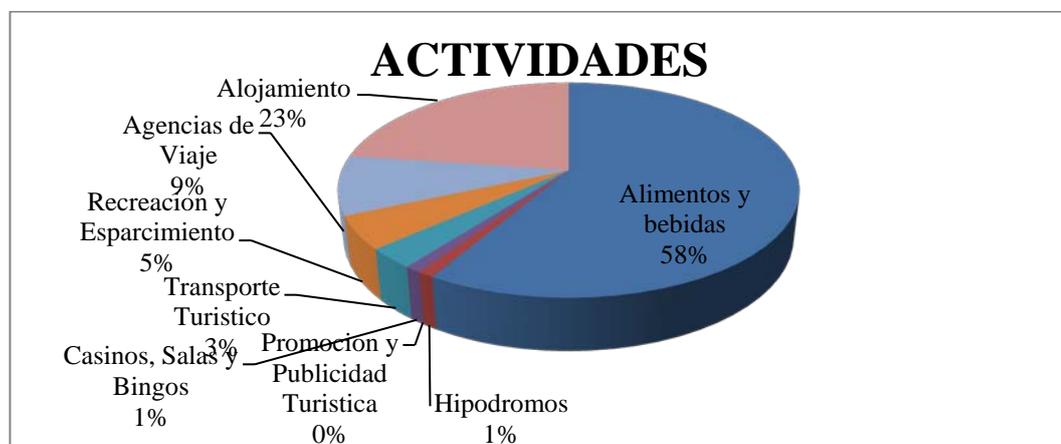
## Preferencias de actividad de turistas nacionales

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Diversión	1'214.990	45,6
Visitar naturaleza o aéreas protegidas	695.169	26,1
Practicar deportes	326.317	12,2
Gastronomía	170.882	6,4

**Cuadro No. 3**

FUENTE: (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010)

Entonces al cumplir el objetivo de atraer a visitantes de la propia región costeña, otras regiones empezarían a ver en General Villamil una buena opción para vacacionar y disfrutar al ritmo de las olas, de una estancia encantadora, potenciando de esta forma el turismo del cantón. El turismo en la actualidad se ha convertido en un fenómeno de la sociedad, por lo que ha pasado a ocupar un lugar importante en el desarrollo de las ciudades. Las campañas publicitarias son uno de los medios de comunicación más importantes para dar a conocer los atractivos turísticos que se puede disfrutar en las distintas zonas de un país, ya que cumplen con el objetivo principal de concientizar y motivar a la gente, despertando en ellos el interés por visitarlos, con el fin de pasar un momento memorable en compañía de sus seres más queridos. Como resultado de esto, los lugares donde se pueda llevar a cabo estas actividades incrementan día a día, llegando a ser considerado actualmente como una alternativa de negocio turístico. (BALANZÁ & NADAL, 2004)



**Gráfico No. 2**

FUENTE: (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010)

En la actualidad, se ha podido percibir por parte de los nativos del cantón Playas así como de sus turistas, la creación de un lugar de esparcimiento que conjugue una serie de características como diversión, entretenimiento, relajación e innovación. Durante la temporada, su balneario es visitado por los turistas ya sea por unas pocas horas o pernoctar varios días. El turismo es considerado la actividad más importante y remunerada desde el punto de vista económico siendo así de gran ayuda y beneficio para el Cantón. A su vez, Playas cuenta con una infraestructura hotelera y de servicios que convierten la visita y estadía de miles de turistas nacionales y extranjeros en una experiencia agradable.

Sin lugar a dudas, Playa Rosada es una de ellas, ubicada cerca del faro, es considerada un lugar pacífico para los nadadores y especialmente para excursionistas. Además, se puede visitar el asombroso Santuario de la Virgen de la Roca, conocida por sus poderes curativos y milagrosos. Así mismo otra opción es la avifauna, cerca del Club Casa Blanca donde se puede observar las distintas aves del sector. Punta el Pelado es también otra alternativa interesante localizada en la vía al Recinto Engabao considerada una playa ideal para caminatas y campamento, con exquisita comida típica. Todo lo relacionado a nuestra historia y cultura se lo puede encontrar visitando la Casa de Don Víctor Emilio Estrada.

La playa El Arenal se encuentra situada junto a Data, es un lugar idóneo para aquellos turistas que gustan de asistir a diferentes eventos en temporada alta, asegurando su estadía con edificaciones de tipo residencial. Una opción más para disfrutar lo es Puerto El Morro, ya que se encuentra a 14 Km de Villamil Playas, y es posible transitar en lanchas turísticas seguidas por delfines que están en estado natural y silvestre. En la carretera a San Juan, las personas que gustan de los animales y la vegetación, tienen la oportunidad de conocer una Granja Experimental, un lugar en el cual podrán admirar los extensos cultivos de limones, piñas, cerezas plátanos, y diversidad de viñedos. A su vez frente a ésta hay un corral de avestruces que cautivan por su rara belleza.

Playas de Villamil dispone de muchas riquezas para ofrecer a sus visitantes entre ellas se tiene en el ámbito hidrográfico los ríos Tambiche, Moñones y Arena, que existe corrientes de agua solo en época invernal. Su orografía es de un terreno raso. Sin duda alguna algo que es muy característico de este cantón son sus artesanías, éstas, son hechas a mano, y fabricadas a base de muyuyo,

caracoles, conchas, también manufacturas en madera como la balsa son diseñados botes, barcos entre otras cosas muy novedosas.

Su flora y fauna forman parte también de las características que destacan a Playas el cullulle, algarrobo, muyuyo, junquillo, ciruela, pitajaya, balsa, ceibo, entre otros así como su diversidad de avifauna como: gaviotas, garzas, pelícanos, albatros, cucube, etc. Algo muy importante y que es oportuno resaltar es que en ciertas épocas una gran complejidad de ballenas, piqueros patas azules y lobos marinos visitan la región.

ACTIVIDAD REALIZADA	TOTAL DE	
	VISITANTES	%
Observar flora y fauna	79.232	3
Visitar sitios arqueológicos e históricos	77.126	2,9
Realizar compras	52.381	2
Visita a comunidades	4.473	0,2
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,1
Otros	44.137	1,7
<b>TOTAL</b>	<b>2'666.315</b>	<b>100</b>

**Cuadro No. 4**

**Fuente: (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2010)**

Una importante fuente de ingreso lo es el turismo, aunque avanzado en gran nivel necesita de la implementación de varios servicios, ésta continúa siendo la entrada económica más alta para el cantón. Su playa, su mercado y sus manufacturas se suman a las fuentes de ingresos que benefician al avance turístico. Su gastronomía exclusivamente de mariscos, como su diversidad de platos típicos hacen de la visita a este hermoso cantón una genuina delicia al paladar. Entre los platillos más pedidos se encuentran los ceviches en todas sus variedades (langosta, langostino, camarón, concha, pulpo), encebollado, ostra asada, el infaltable arroz marinero, pescados al carbón, y hamburguesas de

avestruz muy pedidas por los viajeros, toda esta gama de exquisiteces son las que también hacen de la industria del turismo una fuente económica muy fuerte. (MOLINA, 1997)

### **Clientes y competidores**

Playa Bambú tendrá en cuenta que la cantidad y tipo de competidores varía en el tiempo. Esto se debe a los cambios de gustos y necesidades de los consumidores que por cierto serán cada vez más rápidos y esto originará una constante adaptación de la hostería. La constante adaptación que realizan las estancias hoteleras para satisfacer mejor las necesidades y gustos de sus clientes, origina la aparición de nuevos competidores o la desaparición de los anteriores. En la medida en que cada negocio logre adaptarse con suficiente rapidez a los cambios en las fuerzas externas, logrará una ventaja frente a sus competidores.

Es importante tomar en cuenta todos aquellos negocios iguales o similares y diferentes al de Playa Bambú pero que satisfacen una necesidad similar. Es por esto, que distinguiremos los tipos de competidores y a su vez los posibles clientes para la hostería ecológica mediante el análisis estratégico de Porter.

**Competidores potenciales:** Futuros inversionistas que deseen poner su capital en Villamil Playas, creando proyectos con las mismas o similares características al servicio que ofrecemos.

**Compradores:** Representan el grupo objetivo al que está orientado nuestro servicio, que son aquellos habitantes, turistas nacionales o extranjeros de clase económica media-alta, entre 25-60 años de edad.

**Competidores actuales:** hoy en día no existe competencia directa en Playas. Sin embargo existen otros hoteles, hostales y hosterías que pueden ser preferidos por ciertas personas, debido a su cercanía. Entre ellos están:

- Hotel Ana
- Hotel Nevada
- Hostal Cattán
- Hostería Bellavista
- Ocean Club

**Proveedores:** Playa Bambú, necesitará suministradores de confianza, que conozcan sus necesidades y expectativas, es por esto que los proveedores tendrán

una importancia vital para la hostería ya que de ahí parte la gestión de la calidad. Las buenas relaciones de los negocios entre los suministradores y el resto de la organización, refiere a beneficios para ambas partes, y ayuda a mejorar la calidad final del producto, produce una mejora del producto final al estar bien encaminado desde el principio, es por esto que se ha determinado que las relaciones entre los proveedores y la hostería se basan en:

- Las especificaciones estándar.
- Gestión de trasportación y manipulación de los productos, desde la compañía de distribución proveedores) hasta la hostería.
- Fecha y horario de recepción de los productos, con una flexibilidad de hasta 2 días para su entrega.
- Coordinación de pagos a los proveedores, con fecha y horario establecido.

Se contará con proveedores como:

- Pronaca: Alimentos
- El Universo y La Hora: Anuncios publicitarios
- Chaide & Chaide: Colchones
- Edimca: Construcción y decoración.
- Agroindustrias: Equipos y utensilios

**Sustitutos:** Entre estos tenemos las casa, los hoteles que ofrecen servicios con áreas de recreación, clubs, entre otros. Las siguientes son algunas de las razones adicionales por las cuales Playa Bambú puede tener ventaja:

- Ubicación geográfica.
- Variedad y calidad de productos o servicios.
- Precios más bajos.
- Existencia permanente de servicios.
- Promociones y publicidad.
- Ofrece otros atractivos a la clientela (áreas recreativas)

## **3.2 Análisis Pest**

### **Político**

Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia social, democrático, soberano, independiente, intercultural, plurinacional. En la actualidad el país está atravesando por una reforma jurídica y política en el cual se ven afectados todos sus habitantes. La última constitución que rige es la decretada en Montecristi 2008, con pocas garantías jurídicas en todo ámbito, el gobierno actual posee un estándar político con estilo Socialista. El socialismo es un orden general basado en la socialización de los medios de producción y su control administrativo colectivista, en el caso de Ecuador el desequilibrio político en los poderes ejecutivo, legislativo y judicial del Estado es una realidad.

Por otro lado vale mencionar los problemas políticos que el Ecuador tiene en la actualidad con los Estados Unidos, la expulsión de ambos representantes de la embajada ecuatoriana y estadounidense que en sí afecta directamente al entorno económico y a las relaciones diplomáticas que tiene con dicho país, se espera que se pueda solucionar todo tipo de problema ya que es preocupante por todas las negociaciones, tratados, acuerdos políticos y económicos en los que el Ecuador se relaciona con el país norteamericano, si el inconveniente persiste se podría presentar un cambio negativo muy evidente en la economía de los ecuatorianos.

Ecuador cuenta con un margen jurídico que se transforma en base a los intereses de los grupos poderosos más importantes a nivel político y económico lo cual crea un ambiente inestable y desorganizado en la toma de decisiones políticas del Estado. Se han estipulado reglas laborales críticas que dan pocas opciones de acuerdos entre gobierno, empresarios y colaboradores. Cabe recalcar que un punto relevante para la relación con otros países con las cuales se tiene fuertes negociaciones es llegar a alcanzar estabilidad política y eso se podrá lograr mejorando la condición de vida de la nación. Esta relación es una excelente oportunidad para todas las empresas que se dedican a la industria hotelera, ya que el país se beneficiaría en diversos ámbitos y se dispondría también de sociedades políticas que contribuyan al intercambio cultural y turístico para que entre los países se puedan conocer mejor fortaleciendo lazos comerciales y así exista una mayor afluencia de visitantes extranjeros.

## Económico

El Ecuador debido a su situación está sufriendo del excesivo gasto público. Según se pudo citar al analista Económico Jaime Carrera “El gasto público del Ecuador en relación con el Producto Interno Bruto (PIB) es del 24%. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el 39% de la población ecuatoriana es pobre y el 10% se encuentra en la indigencia. El ingreso per cápita es de \$3 300 al año”. Lo que afecta directamente son los aranceles a los productos tecnológicos, que cada día incrementan sus precios y no dejan importar productos generando escasez, la misma que dificulta la compra y reparación de los equipos por tanto perturba en gran medida al negocio. Por otra parte, crecer más y crear empleos es ineludible para que haya menos pobres. A continuación se muestra el Pib y el Pib Per cápita y la Tasa de Desempleo actual.

### Producto Interno Bruto

<b>PIB DEL ECUADOR</b>	<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
PIB PER CAPITA (EN DOLARES)	Enero-31-2010	4.082 USD
	Enero-31-2009	3.715 USD
PIB (EN MILLONES DE DOLARES)	Enero-31-2010	57978.00 millones de USD
	Enero-31-2009	52022.00 millones de USD
% VARIACION DE PIB TRIMESTRAL	Diciembre-31-2010	2.64 %
	Septiembre-30-2010	2.03 %
	Junio-30-2010	1.92 %
	Marzo-31-2010	0.24 %
	Diciembre-31-2009	0.25 %
	Septiembre-30-2009	0.08 %
	Junio-30-2009	-0.20 %
	Marzo-31-2009	-0.67 %
% DE PREVISION ANUAL DEL PIB	Enero-01-2010	3.58 %
	Enero-01-2009	0.36 %

#### Cuadro No. 5

Fuente: (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2009)

Elaborado por autoras

Está claro que sin la inversión privada no se lograrán tasas de crecimiento elevadas. Crecer y redistribuir son los retos del futuro. Los capitales privados han sufrido una serie de atropellos y confiscaciones que ha creado una total

desconfianza en el sistema financiero. En el siguiente cuadro se puede apreciar la tasa activa de los bancos. La crisis del sistema financiero aún no logra ser superada lo cual dificulta la recuperación del sector productivo, con un crédito bastante limitado y tasas de interés muy altas.

## INDICADORES ECONOMICOS

Indicador	Valor	Unidad	Fuente
Empleo adecuado (diciembre 2010)	41,9	%	INEC
Desempleo (diciembre 2010)	7,4	%	INEC
Subempleo (diciembre 2010)	49,6	%	INEC
Inflación anual (marzo 2011)	3,57	%	INEC
Inflación mensual (marzo 2011)	0,34	%	INEC
Inflación acumulada (marzo 2011)	1,58	%	INEC
Canasta Vital Familiar (marzo 2011)	396,04	US\$	INEC
Canasta Básica Familiar (marzo 2011)	551,87	US\$	INEC
Global SPNF en porcentaje del PIB 2010	-2,1	%	MF
Resultado Primario SPNF 2010	-1,4	%	MF
Resultado Global PGE* 2010	-2,2	%	MF
Resultado Primario PGE* 2010	-1,3	%	MF

**Cuadro No. 6**

**Fuente: (MINISTERIO DE FINANZAS DEL ECUADOR, 2009)**

Otro punto que cabe recalcar es que la legitimidad del liderazgo presidencial y la inmensa desconfianza ciudadana en los partidos políticos han modificado la correlación de fuerzas en una perspectiva en que los grupos oligárquicos y los

sectores económicos dominantes han perdido parte del férreo control que ejercían sobre las instituciones estatales. Actualmente las Fuerzas del Poder Económico del Ecuador están migrando a países vecinos para poner sus negocios, sus fábricas ocasionando de igual forma incrementar el desempleo de la población, es por esto que se propone un concepto de hotelería un tanto diferente para que en algún determinado momento se sumen inversionistas o socios y se puedan ejecutar fuertes lazos y convenios empresariales y de esta manera generar plazas de trabajo principalmente a la comunidad de Villamil Playas y al resto del país.

Es preciso mencionar también que a través de la inversión nacional e internacional y con el total apoyo de la Municipalidad de Guayaquil, se han iniciado ya grandes proyectos en beneficio del Cantón ya que Playas es uno de los nuevos destinos que está por explotar el turismo ecuatoriano, goza de muchas ventajas la principal de ellas su clima y es un lugar que no está saturado de habitantes y de industrias por eso tampoco su comercio y economía han sido muy cotizados. Entre ellos se encuentran:

- Construcción Puerto de aguas profundas (Iniciado)
- Ampliación carretero Progreso – Playas
- Construcción de nuevo Malecón
- Numerosos proyectos comerciales y de viviendas (Iniciados)

Esta inversión ayudará a generar puestos de trabajo en el cantón Villamil Playas, mejoramiento de su infraestructura y el desarrollo económico de la zona, así mismo se comprobará que PLAYA BAMBU es rentable y financieramente viable para el mercado meta. Globalmente se puede definir que la política económica implementada por el Gobierno ha permitido crear nuevas condiciones para las actividades y el desarrollo de la producción nacional, mejorar los ingresos y la capacidad adquisitiva de los ecuatorianos.

Un tema de gran importancia y que afecta a la industria aunque indirectamente es la no renovación de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPDEA), el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y el programa de Asistencia para Ajuste Comercial (TAA) por parte del congreso de los Estados Unidos, que permite que los productos ecuatorianos ingresen al mercado estadounidense sin el pago de aranceles, por lo que productos como

rosas, brócoli, madera, entre otros, deberán pagar aranceles para ingresar a este mercado.

Se afirma que la no renovación de las preferencias obedece a problemas políticos internos de EEUU, en donde la Ley de Ajuste Comercial (TAA), que beneficia a los trabajadores perjudicados por la competencia exterior, no tiene un consenso para su financiamiento.

Cerca de 700 partidas arancelarias del Ecuador se benefician directamente de la ATPDEA por lo que lo más esperado por el sector comercial es que el Congreso estadounidense apruebe la extensión de la ATPDEA, la SGP y la TAA en el corto plazo con efecto retroactivo, es decir que se dé la devolución del arancel pagado, a la fecha de la expiración, ya que los aranceles en la mayor parte de los casos son muy elevados y afectarían terriblemente a los exportadores con el riesgo de perder espacio en el mercado de EEUU teniendo un impacto en el empleo de dicho país y sin duda alguna del Ecuador. Ante lo mencionado el Gobierno ecuatoriano reiteró que la salida sería compensar temporalmente a los afectados.

A todo esto se le suma la decisión del Gobierno ecuatoriano de declarar a Heather Hodges, embajadora de EEUU en Ecuador, persona no grata por haber enviado a su país información de que el presidente Rafael Correa designó, en su momento, como comandante de la Policía a una persona a sabiendas de que era corrupta, con el fin de manipularla, tal información consta en uno de los cables sustraídos por Wikileaks al gobierno norteamericano. Sin embargo, Ricardo Patiño actual ministro de relaciones exteriores afirmó que no tienen por qué caerse las negociaciones de renovación de este tratado comercial (ATPDEA), mediante el cual los productos ecuatorianos reciben un trato preferencial en el mercado norteamericano, a cambio de que nuestro país luche contra el narcotráfico.

Cristian Espinoza, director ejecutivo de la Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana, aseveró que el sector empresarial está preocupado y lamenta lo ocurrido con la embajadora norteamericana Heather Hodges, ya que puede afectar la perspectiva comercial del Ecuador, pero pese a los problemas políticos-diplomáticos entre Ecuador y EE.UU., las relaciones económicas deben continuar. Lo que se debe tener muy presente más que todo para una empresa PLAYA BAMBÚ que entre sus principales clientes tendrá extranjeros es que un problema de esta índole puede afectar las relaciones comerciales, culturales o proyectos

futuros, con EEUU, por lo que el flujo comercial entre los dos países no se dará en los mejores términos.

### **Socio-Cultural**

En el ámbito socio-cultural podemos mencionar que la sociedad es bastante cálida, hospitalaria y adherida, se esmera por brindar buenas atenciones y servicios a los turistas. En base a promociones y servicios especiales que los establecimientos con atención al público ofrecen cuando es feriado o algún tipo de fecha importante se ha analizado que hay buena aceptación por parte de los consumidores, esto se lo toma como indicador de que es un aspecto positivo la creación de eventos, promociones especiales e innovadoras para los feriados en la hostería, esto influye de manera beneficiosa a la afluencia de extranjeros y visitantes nacionales ya que así se llena las expectativas de los clientes y se crea alianzas con el mercado, así como también se receptan nuevos huéspedes o consumidores.

Uno de los substanciales problemas sociales que Ecuador atraviesa actualmente es la delincuencia y la inseguridad ciudadana ya que el constante chantaje de robos y asesinatos crean temor e incertidumbre en la ciudadanía y en la visita de extranjeros al país. Según el Gobernador del Guayas, Roberto Cuero: “A pesar de la emergencia operativa decretada por el Gobierno en Guayaquil, Quito y Manta, a fines de Septiembre ante el auge delincencial, esta continúa causando zozobra en la ciudadanía”.

Otro punto fundamental que hay que señalar es la poca infraestructura turística que se tiene, muchas personas de otras partes no se arriesgan a venir al Ecuador porque carece de ciertas exigencias que un turista busca al momento de vacacionar, pero por esta razón se busca valerse de las características rescatables y que atraen a extranjeros (mochileros, adultos mayores, ecologistas, entre otros) si bien se sabe Ecuador es un país pluriétnico y pluricultural con una extensa gama de flora y fauna genuina que fácilmente no se encuentra en otros lugares del mundo, por esto se busca involucrar a los clientes y toda la sociedad en un destino turístico diferente, natural como lo es Ecuador y de esta manera se decidan a aventurar en la variedad de paisajes que posee.

Como empresa la responsabilidad social de PLAYA BAMBU será a través de actividades orientadas al servicio y la hospitalidad, esto se desprende de los

lineamientos básicos para el mejoramiento de la administración ambiental, y los recursos naturales que ofrece el área. Es por esto que se ha planteado metas y estrategias para hacer de la hostería ecológica un establecimiento que va en crecimiento, competitivo y que satisface los requerimientos del mercado, guiándose a través del propósito de unirse a la sociedad de grandes compañías al nivel nacional.

### **Tecnológico**

En el ámbito tecnológico las oportunidades se acrecientan con los nuevos planes que tiene el actual Gobierno de mejorar las telecomunicaciones, el acceso a la tecnología y uso de Internet, pero el cambio en si es todo un proyecto ya que si bien se sabe hay algunas entidades académicas, públicas, de servicio y en general que no cuentan con los equipos ni tecnologías apropiadas para operar y realizar debidamente sus funciones. El problema existe y es de mucha importancia, se puede observar también que en algunos sectores no tienen acceso a telefonía u otros medios de comunicación, y esto hace la situación muy crítica.

Para la hostería, el ambiente tecnológico va a ser un reto ya que no se encuentra en un lugar bien desarrollado ni aprovechado, pero se pretende lograr la inclusión de medios tecnológicos dentro de lo que la temática como hostería ecológica permita, para esto se creará un sitio web, donde se detallaran los diferentes productos y servicios a ofertar, también las reservas y ventas de habitaciones, reservas de instalaciones del hostel para eventos, un blog donde se hable del lugar (Playas), entre otros. Con esto se busca la promoción de la compañía y de Playas como destino turístico potencial.

En el campo laboral y empresarial muchas empresas utilizan la factura electrónica para incrementar el control y reducir costos empresariales, la tecnología les sirve para analizar factibilidad comercial. Con la preocupación de las autoridades gubernamentales para mejorar el acceso a las tecnologías de la comunicación, se observan grandes oportunidades para su aplicación en los procesos de enseñanza-aprendizaje. De una u otra forma, se ha experimentado la influencia que las nuevas tecnologías de la información y comunicación están ejerciendo sobre las estructuras sociales, económicas, laborales, etc., las tecnologías crean nuevos entornos, tanto humanos como artificiales, de comunicación no conocidos hasta la actualidad, y establecen nuevas formas de

interacción de los usuarios con las máquinas, su materia prima es generar y procesar información.

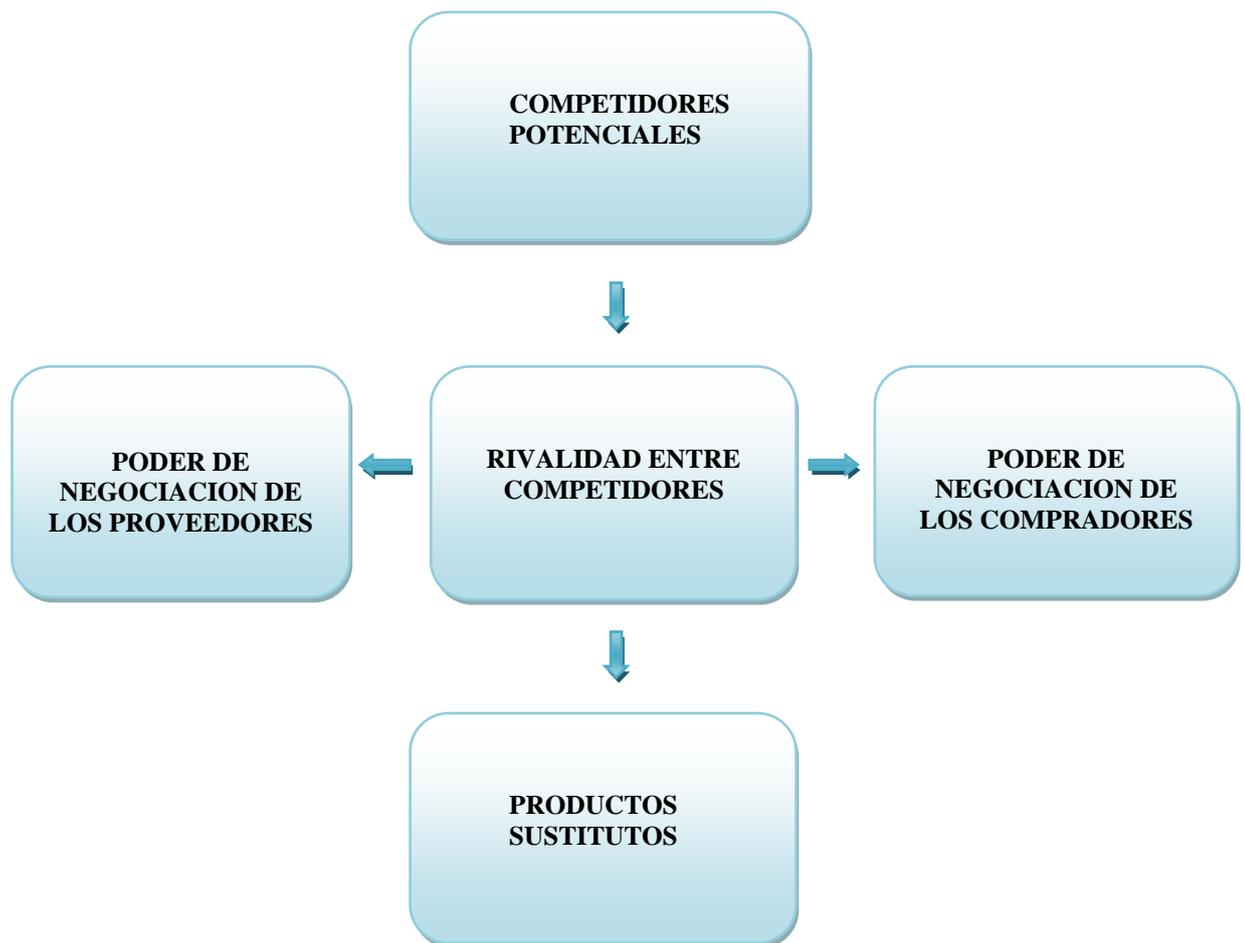
Otro tema muy debatido es la Internet, que además de ofrecer la funcionalidad y potenciales ventajas, también presenta riesgos, integra una enorme base de datos con información o multimedia de todo tipo y sobre cualquier temática. Ofrece la posibilidad de comunicación con todo tipo de personas: compañeros, profesores, expertos, empresas a nivel mundial, entre otros, consta de un entorno propicio para un aprendizaje cooperativo: entre estudiantes, entre profesores y capacitaciones al nivel empresarial.

Posibilita la reflexión conjunta de los acontecimientos actuales internacionalmente, conocimiento de otras lenguas y culturas. Es muy beneficiario para el país tener una buena conectividad o señal de internet ya que así mejora la comunicación nacional e internacional, y la industria como lo es el alojamiento se beneficiaría mucho en este aspecto debido a que se puede tener más fácil acceso a empresas internacionales. En el caso de Playa Bambú conviene tener buenas relaciones a nivel nacional e internacional a través de la tecnología porque así se captarán nuevos clientes y llegamos a más mercados o lugares, esto también puede ser tomado como una estrategia de marketing.

El lado negativo para la empresa sería que por ser una hostería netamente ecológica se podrá contar con toda la tecnología de punta porque sería una forma de contradicción ya que si bien es cierto el concepto de ecológico no está muy ligado a la tecnología, como ejemplo, podemos citar que no se usará energía eléctrica directamente, se trabajará con paneles solares, por lo cual se debe estar preparado con la mejor infraestructura tecnológica, disponibilidad y demás requerimientos que una hostería ecológica demande, pero siempre dentro de las tendencias y lo permitido para un establecimiento de este tipo.

### 3.3 Análisis Porter

Cuando se quiere analizar la situación de una compañía al momento de implementar una estrategia en lo primero que se piensa es en la competencia, principalmente en aquellos que ofrecen servicios o productos iguales o similares. La selección de la posición competitiva deseada, comienza por la evaluación de la industria en la que se está inmersa. Para lograr dicha tarea, se debe comprender los factores primordiales que determinan sus perspectivas de rentabilidad a largo plazo. El análisis de Porter estudia la situación competitiva de una empresa dentro de su sector de actividad. Para ello abarca las siguientes fuerzas:



A continuación se detalla las siguientes variables con relación al mercado y la competencia en la que se desenvolverá la Hostería Ecológica.

- **PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES.-** Los proveedores tendrán un bajo poder de negociación, ya que en el mercado no existe un monopolio sino una gran variedad de alternativas a escoger y debido a esto podemos obtener una mejora en precios y calidad.
- **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.-** Existe un nivel bajo de rivalidad ya que en el ámbito hotelero no exista una competencia en precios, servicios sino en ofrecer confort mediante valores agregados.
- **PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES.-** Los compradores tendrán un poder de negociación bajo ya que Playa Bambú se enfoca a grupos familiares y no a clientes corporativos.
- **COMPETIDORES POTENCIALES.-** Se tendrá un nivel medio de competencia potencial ya que el Cantón de Villamil Playas se encuentra en pleno desarrollo turístico y en futuro no muy lejano el ambiente hotelero incrementara dando origen a la creación de nuevos hoteles, hostales, hosterías entre otros servicios de alojamiento.
- **PRODUCTOS SUSTITUTOS.-** Se tendrá un nivel de amenaza media ya que existen diferentes opciones para elegir en cuanto a servicios de alojamiento, alimentación y recreación.

Como conclusión final, considerando las cinco fuerzas de Porter se puede deducir que el mercado es atractivo.

## **4 LA EMPRESA**

La empresa es la que se encarga de la toma de decisiones acerca de la utilización de los factores de producción con el fin de ofrecer en el mercado bienes y servicios que logren satisfacer las necesidades de los futuros consumidores. Para poder desarrollar su actividad y lograr sus objetivos se necesita disponer de una tecnología avanzada y una serie de elementos, recursos o insumos que mediante una combinación armónica contribuyan a un adecuado funcionamiento. Al actuar dentro de un entorno social puede influir directamente e indirectamente en la vida del ser humano, por lo que necesita establecer objetivos prioritarios y buscar la forma de alcanzarlos y adecuar los medios disponibles al resultado deseado.

### **4.1 Razón Social:**

INESBA S.A.

RUC: 0992509988001

### **4.2 Nombre Comercial:**

“PLAYA BAMBU”

### **4.3 Lugar y fecha de constitución:**

20 de enero del 2012

### **4.4 Fecha de inicio de operación:**

2013

### **4.5 Nombre, Logo, Slogan**

HOSTERÍA ECOLÓGICA “PLAYA BAMBU”

**SLOGAN: ECOLÓGICAMENTE PENSADO EN TI**



#### **4.6 Misión**

Proporcionar a nuestros clientes las mejores experiencias de hospitalidad y servicio, generando momentos inolvidables en un ambiente de respeto y armonía con la naturaleza.

#### **4.7 Visión**

Ser el establecimiento líder en alojamiento ecológico, implementando actividades recreativas y así ofrecer un espacio amable de convivencia con la naturaleza, dándoles a nuestros clientes un servicio de calidad, propiciando la calidez de trato para que su estadía con nosotros sea grata y memorable.

## 4.8 Valores

- **Lealtad**

Nuestros colaboradores trabajan en equipo, demuestran compromiso y respeto a los valores de la empresa, somos recíprocos con la confianza depositada en cada uno de nosotros.

- **Responsabilidad**

Entendemos como el cumplimiento de las funciones, dentro de la autoridad asignada. Nos comprometemos con la sociedad, el servicio a los demás. Asumimos y reconocemos las consecuencias de nuestras acciones.

- **Liderazgo**

Somos personas comprometidas en dar ejemplo, influyendo positivamente en el trabajo de los demás, generando un trabajo de equipo que produce resultados exitosos.

- **Excelencia en el Servicio**

Nos consideramos competentes para satisfacer continuamente las expectativas de nuestros clientes internos y externos, con actitud, agilidad y anticipándonos a sus necesidades.

- **Honestidad**

Nos guiamos por la sinceridad y la coherencia de nuestras acciones dentro de un marco de franqueza y transparencia, tanto con la organización como consigo mismo.

## **4.9 OBJETIVOS**

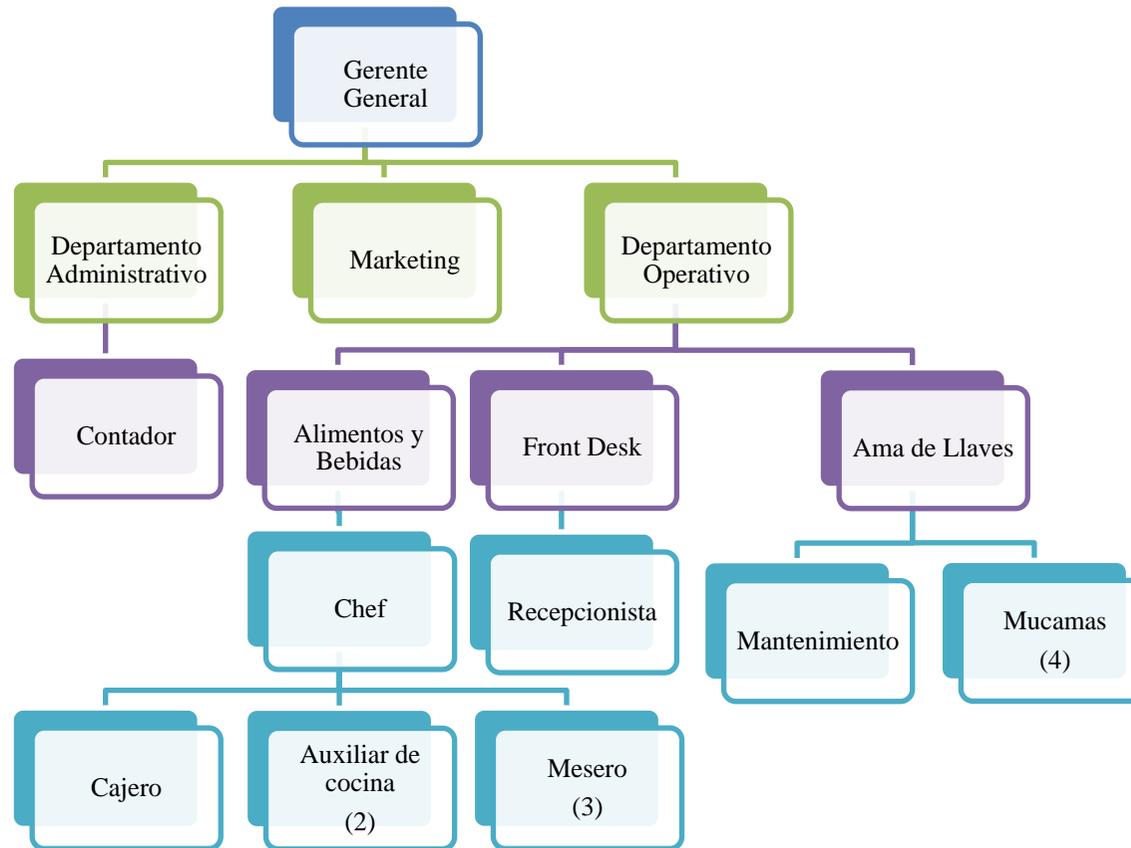
### **4.9.1 Objetivo General**

Convertir a Playa Bambú en una empresa con una rentabilidad de los 38% sobre la inversión mediante la atracción de un gran número de visitantes tanto nacionales como extranjeros fomentando así el turismo del Playas.

### **4.9.2 Objetivos Específicos**

- Lograr el 30% de tasa ocupacional de todas las habitaciones con las que cuenta la hostería, durante el primer año
- Conseguir que al menos el 50% de los clientes potenciales que se hospedaran, sean habituales.
- Alcanzar una satisfacción del 90% en los futuros clientes durante el primer año.
- Brindar cursos de capacitación de servicio al cliente trimestralmente a los colaboradores que conformaran parte de la hostería ecológica.

## 4.10 Estructura Organizacional



#### **4.11 Equipo Gerencial**

Para lograr el éxito en una empresa u organización es indispensable que los equipos gerenciales trabajen unificadamente para así obtener resultados favorables con un objetivo específico de productividad, además de la responsabilidad por la gestión o la conducción de los resultados dentro de una organización. El trabajo en equipo es un imperativo que debe ser practicado desde la alta gerencia de la organización, pues es la clave para enfrentar los nuevos desafíos de las empresas. El equipo gerencial de la empresa estará formado por cinco personas naturales quienes a su vez son las accionistas de la hostería ecológica:

##### **PERFIL DE NARDELLA MONTALVO**

- 25 años.
- Soltera.
- Maneja el idioma inglés en un 80%.
- Egresada de la carrera de Turismo y Hotelería.
- Experiencia laboral como Asistente de Promociones en Agencias de Viajes. Persona responsable, creativa, con iniciativa y puntualidad, asumir con agrado los retos y metas que la organización que se pudieran plantear; con buen manejo de relaciones interpersonales, facilidad para trabajar en equipo, en condiciones de alta presión, así como para resolver problemas eficientemente y lograr las metas trazadas por la empresa y grupo de trabajo.

##### **PERFIL DE MA. JOSE VINCES**

- 22 años.
- Soltera.
- Manejo del idioma inglés en un 80%.
- Egresada de la carrera de Turismo y Hotelería.
- Facilidad y disposición para aprender, buenas relaciones interpersonales, responsable, creativa, organizada, capacidad de realizar trabajos duros con rapidez, interés por la actualización profesional, amplia experiencia en el campo de las finanzas.

##### **PERFIL GABRIELA ESCOBAR**

- 23 años.

- Soltera.
- Manejo del idioma inglés en un 80%.
- Egresada de la carrera de Turismo y Hotelería.
- Experiencia laboral como asistente contable, capacidad de decisiones, conocimiento en sistemas y manejo de Internet, experiencia en el área de informática, experiencia en manejo de personal. Persona hábil, proactiva que desea colocar a su disposición todo su potencial profesional y humanístico.

#### **PERFIL GABRIELA FAJARDO**

- 22 años.
- Soltera.
- Manejo del idioma inglés en un 80%.
- Egresada de la carrera de Turismo y Hotelería
- Experiencia laboral en el sector Hotelero como operadora (Oro Verde), altamente responsable, extrovertida, líder, facilidad en el desarrollo en relaciones cordiales y de respeto. Capacidad de escuchar, mucha iniciativa para resolver problemas eficientemente y lograr las metas trazadas por la empresa.

#### **PERFIL DE INGRID TORRES**

- 23 años.
- Soltera.
- Manejo del idioma inglés en un 80%.
- Egresada de la carrera de Turismo y Hotelería.
- Experiencia laboral en Agencias de Viajes en el área de atención y servicio al cliente y ventas, entusiasta, con mucho dinamismo y el deseo de hacer las cosas de la mejor manera y lo más rápido, la más grande voluntad para salir adelante, me puedo desempeñar en las funciones que se me encomienden no importando la misma

#### 4.12 Cuadro de Accionistas

<b>Apellidos y Nombres Completos</b>	<b>Cédula</b>	<b>Valor por Acción</b>	<b>Nº de Acciones</b>	<b>%</b>
Montalvo Vargas Nardella Stephanie	0916556087	1.00	30.000	20
Escobar Barrera María Gabriela	0926352543	1.00	30.000	20
Fajardo Troya Gabriela Geraldine	0925699415	1.00	30.000	20
Torres Enríquez Ingrid Lorena	0918166968	1.00	30.000	20
Vinces Martínez María José	0704270388	1.00	30.000	20

**Cuadro No. 7**  
**Elaborado por autoras**

## **5 PLAN DE MARKETING**

El propósito de PLAYA BAMBÚ es vender el máximo número de habitaciones al precio más asequible para el público y que genere ganancias a corto plazo. Esto se conseguirá mediante la fijación de precios por apertura y regularmente, descuentos, promociones que atraerán futuros clientes. El mercado meta son aquellas personas interesadas en alojarse, relajarse y divertirse en un hostel predestinado a ofrecer un servicio de calidad que promueva la conservación y cuidado del medio ambiente. Las herramientas de marketing se utilizarán como una combinación de avisos clasificados en revistas y periódicos, radio, folletos, ventas a través de operadoras de turismo, redes sociales como Facebook y Twitter y adicionalmente la página web de la hostería ecológica. El nicho a ocupar es el de proporcionar a los clientes potenciales información valiosa acerca de la concientización del cuidado del ecosistema. Nuestra identidad será la conservación ambiental, alojamiento y esparcimiento. El 3.31% de nuestras ventas se invertirán en marketing.

### **5.1 Análisis Situacional**

El servicio que se pretende ofrecer es totalmente innovador, ya que en la actualidad con las repercusiones que ha tenido el calentamiento global en el mundo, la gente tiene mayor grado de concientización hacia el cuidado del planeta, por lo que se ha basado para creer que dicho proyecto va a tener repercusión en los futuros clientes por lo que hoy en día se puede observar claramente que la gente no busca solo un lugar de turismo masivo sino un lugar donde se pueda descansar tranquilamente y poder aislarse totalmente del entorno al cual se desenvuelven diariamente y que mejor sabiendo que mientras se disfruta de una agradable estadía, se está aportando con un grano de arena a la conservación del medio ambiente. Con propuestas innovadoras y precios accesibles se pretenderá ganar la confianza de los consumidores en esta nueva idea y así se podrá saber a ciencia cierta si el proyecto que se está implementando está correctamente encaminado hacia un futuro rentable y con éxito. (GUILDING, 2002)

### **5.1.1 Análisis del mercado**

Es de gran importancia la identificación del mercado donde se desea competir, ya que de este modo se puede determinar cuál es la estrategia adecuada para alcanzar una mayor presencia en el mercado. Existe una gran cantidad de compradores en cuanto a costumbres de compra y necesidades se refiere, se debe elegir un segmento de mercado que genere un volumen suficiente de ventas y más aun un precio apropiado que proporcione ingresos que justifiquen la inversión requerida. (BOWEN, KOTLER, & MAKENS, 1997)

Los mercados son sistemas complejos y dinámicos que cambian continuamente y producen nuevas oportunidades de inversión y necesidades de consumo. Igualmente el desarrollo social y la competitividad continuamente el entorno y condiciones de operación del hotel. De ahí la importancia de utilizar la investigación de mercados como una herramienta que permita al ejecutivo hotelero obtener el registro y análisis de todos los hechos que afecten al hotel, con el fin de descubrir nuevas oportunidades comerciales y solucionar todos los problemas que la situación exige.

### 5.1.2 Análisis Foda

F	O	D	A
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente ubicación.</li> <li>• Variedad de innovación de los servicios ofertados.</li> <li>• Implementación de medidas ecológicas para la preservación del medio ambiente.</li> <li>• Operado por profesionales de Hotelería y Turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento a nivel nacional.</li> <li>• Inserción en el campo hotelero</li> <li>• Innovación en equipos ecológicos.</li> <li>• Mayor preocupación por el cuidado del medio ambiente.</li> <li>• Mercado en crecimiento</li> <li>• Playas recibe atención y servicios de gobiernos locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca publicidad a nivel internacional.</li> <li>• Falta de experiencia por parte del equipo gerencial.</li> <li>• Falta de recursos para mayor inversión, promoción y publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de nuevos competidores.</li> <li>• Expectativas demasiado altas por parte de algunos de nuestros clientes.</li> <li>• Situación económica del país y del mundo empresarial</li> <li>• Clima y lluvias que alejan a los turistas.</li> </ul>

**Cuadro No. 8**  
**Elaborado por autoras**

### 5.1.3 Análisis de la Competencia

Para el análisis de la competencia es fundamental hacer una breve descripción de los más destacados negocios iguales o similares y diferentes al nuestro pero que compensan una necesidad equivalente. Para lo cual se diferencian los tipos de competidores los cuales se dividen en: “Competidores potenciales”, inversionistas futuros que quieran dirigir sus intereses hacia Villamil Playas, instaurando planeaciones con iguales o parecidas cualidades al servicio que brindamos, y los “Competidores actuales” que si bien se mencionó anteriormente no existe competencia directa en Playas, pero hay otros hoteles hostales y hosterías existentes los cuales podrían ser escogidos por los turistas, debido a sus similares características. Algunos de ellos son: Hotel Nevada, Hostería Bellavista, Hotel El Tucano, Hotel Novia del Pacífico, entre los servicios que ofrecen están: habitaciones desde simples o sencillas, dobles, matrimoniales, hasta séxtuple, servicio a la habitación, parqueo privado, restaurante, piscina, hamacas, bar, cancha de squash, mini zoológico, spa – sauna, áreas de eventos o en ciertos casos salones de eventos con buffet incluido o no para recepciones, algunos de ellos se encuentran al pie del mar, y sus precios oscilan entre \$30 y \$40 la habitación sencilla. Las atracciones que se pueden disfrutar en sus alrededores por su cercanía son: La playa Humboldt en el Malecón de Playas, con un rompeolas, perfecto para niños; la playa El Arenal, en el Km. 5 vía a Data, destacada por sus extensas playas, y olas fuertes; un puerto muy atractivo para el turista es Engabao, a 8 km. al norte, se destaca porque es ideal para surfistas en busca de excelentes olas; El Pelado a 5 km. al norte, es una playa virgen y desierta de gran calidad; la playa El Faro a 4 km. al norte, idónea para practicar Surf y la playa Baradero, en el Km. 15 vía a Posorja, es una tranquila playa para disfrutar entre familia o amigos.

## CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Hotel Novia del Pacífico</b>
Simple	\$30
Doble	\$35
Familiar	\$45

Cuadro No. 9

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Hotel Nevada</b>
Matrimonial	\$35
Doble	\$40
Triple	\$45
Cuádruple	\$55
Quíntuple	\$60
Séxtuple	\$70

Cuadro No. 10

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Hostería Bellavista</b>
Sencilla (1 pers.)	\$40
Matrimonial	\$60
Doble	\$66
Triple	\$72
Cuádruple	\$77
Junior Suite (2 pers.)	\$66
Master Suite (4 pers.)	\$105
Master Suite (5 pers.)	\$115
Master Suite (6 pers.)	\$130

Cuadro No.11

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Hostería Playa Bambú</b>
Simple	\$65
Doble	\$85
Triple	\$105

Cuadro No. 12

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Hotel El Tucano</b>
Matrimonial Simple	\$33.55
Matrimonial Normal	\$40.26
Doble	\$52.45
Triple	\$59.05
Cuádruple	\$67.10
Quíntuple	\$73.81

Cuadro No. 13

Elaborado por Autoras

**CUADRO DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (SERVICIO)**

Cuadro No.  
14

Empresa					
Servicios	Hostería Playa Bambú	Hotel Novia del Pacífico	Hotel Nevada	Hotel El Tucano	Hostería Bellavista
Habitaciones	18 cabañas	38	30	38	42
Servicio a la habitación	Sí	No	No	Sí	Sí
Parqueo Privado	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Restaurante	Sí	No	No	Sí	Sí
Piscina	Si (climatizada de manera natural)	Sí	Sí	Sí	Sí
Huerto	Sí	No	No	No	No
Tienda para souvenirs	Sí	No	No	No	No
Hamacas	Sí	No	Sí	No	Sí
Equipos de pesca	Sí	No	No	No	No
Estanque	Sí	No	No	No	No
Potrero (caballos)	Sí	No	No	No	Sí
Área de eventos	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Ubicación al pie del mar	Sí	No	No	Sí	Sí
Bar	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Canchas de Squash	No	No	No	No	Sí
Mini Zoologico	No	No	No	Sí	No
Spa - sauna	No	41 No	No	No	Sí

#### **5.1.4 Productos y Servicios**

La Hostería Playa Bambú estará ubicada en el cantón Villamil Playas, provincia del Guayas. Se encontrará situada en el KM 6 vía Posorja sector "El Arenal" cerca de su mayor atracción que es su balneario. Playa Bambú será un lugar acogedor que contará con 18 habitaciones bellamente decoradas de acuerdo a su estilo ecológico y característico de la hostería, además dispondrá de amplias zonas de recreación. Una de las principales atracciones será la laguna donde los huéspedes podrán encontrar variedades de peces, los cuales podrán ser pescados y así tener la opción de degustarlos. Además, poseerá un ambiente natural con personal capacitado para atender a los clientes con amabilidad y de manera personalizada.

Contará con el siguiente horario de atención:

- 24 horas en el área de Front Desk
- Restaurante: De 6:00 am a 11:00pm
- Tienda de Souvenirs: De 9:00 am a 7:00 pm
- En sus respectivas habitaciones se ofrecerá:
- Baño privado
- Tv color / cable
- Internet inalámbrico
- Utensilios reciclados (papel, cristal y plástico)
- Ventanas aislantes
- Colchones de 100% látex
- Mobiliario hecho con materiales reciclados.
- Luces fluorescentes
- Paneles solares

Otros servicios:

- Parqueo Privado
- Servicio a la habitación
- Restaurante
- Piscina climatizada de manera natural
- Huerto totalmente orgánico.

- Tienda para souvenirs
- Hamacas



**Figura No. 2**



**Figura No. 1**



**Figura No. 3**

## PRODUCTOS

- Estanque

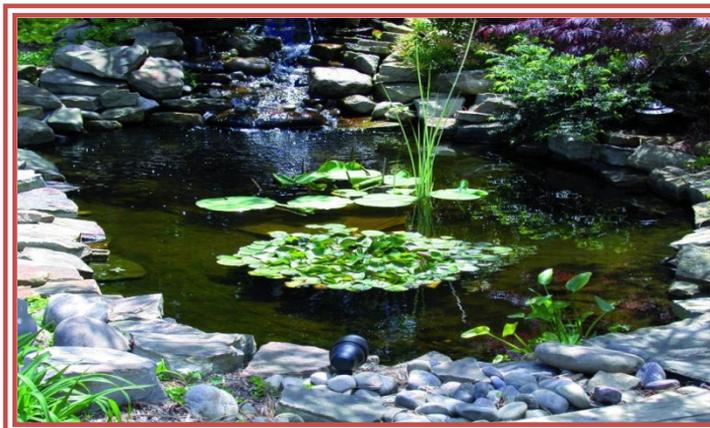


Figura No. 4



Figura No. 5



Figura No. 6

Se contará con un gran estanque que dispondrá de una unidad de almacenamiento y regulación que permite a los usuarios concienciados por el problema energético disfrutar del placer de un surtidor de agua incluso con malas

condiciones de luz y proyectores que garantizan una escenificación de luz en la superficie y en el fondo del agua.

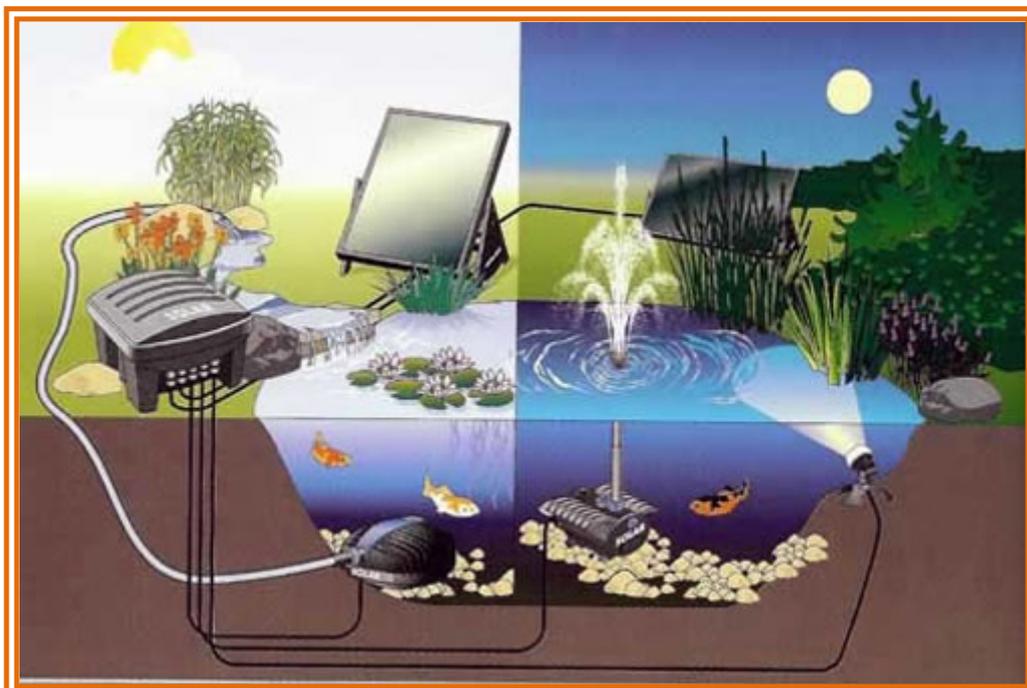


Figura No. 7

Se brindará la opción de pesca en el estanque y los peces que serán pescados serán cocinados por nuestro Chef si así lo desea el huésped. Para empezar con la construcción del estanque definiremos con anticipación los aspectos generales necesarios como son: el sistema de filtración, ubicación del estanque, población, tamaño, etc. Se construirá el estanque teniendo en cuenta todos los aspectos necesarios, para que sea mucho más fácil su correcto mantenimiento. Al construir el estanque lo primero que se realizarán serán las tareas de protección o desagües ya que esto ayudara a que el agua no ingrese por los costados cuando las lluvias sean fuertes y abundantes, y por consiguiente los vertederos que retiran el exceso de agua deben estar controlados por tejidos para evitar las salidas de peces durante las lluvias. Las características elegidas serán:

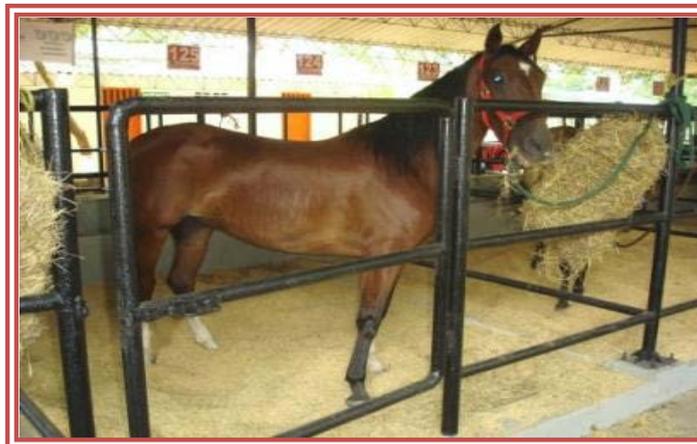
- Cómodo y de fácil uso para la manipulación de las personas.
- Agua con temperatura adecuada.
- Máxima calidad de agua.
- Privado para los peces.
- Excelente oxigenación.

Un factor muy importante para el mantenimiento del estanque será la filtración del agua ya que es lo fundamental para que se logre el equilibrio del medio. Este proceso de filtración es realizado en todo estanque que contenga plantas por lo que se utilizarán filtros mecánicos para ayudar al correcto desarrollo de dicho procedimiento. Un adecuado mantenimiento del estanque no solo aportara con una agradable vista del jardín, sino que también evitara, entre otras cosas, pérdida de dinero en reparaciones que mediante un excelente cuidado se pudiera haber evitado. El mantenimiento de nuestro estanque se centrara en tres puntos esenciales: agua, fondo y alrededores.

- **Potrero**



**Figura No. 8**



**Figura No. 9**



Figura No. 10

Otro producto que se ofrecerá a los huéspedes será la creación de un potrero el cual contará con una gran variedad de caballos previamente escogidos los cuales servirán para hacer recorridos en la playa a cualquier hora del día cuyo valor estará incluido en el paquete turístico o en caso contrario se le asignará el valor a la cuenta correspondiente de cada cliente. Para conservar un caballo en condiciones perfectas se requiere invertir una importante cantidad de tiempo y dinero. Porque únicamente no se trata de pensar en la alimentación que se les debe administrar diariamente, sino también vigilar su salud, cuidar su pelaje y mantener su establo en perfectas condiciones para que pueda descansar cómodamente luego de su respectiva jornada de trabajo o entrenamiento.



Figura No. 11

Respecto al mantenimiento de los caballos se contará con una serie de cuestiones fundamentales tales como:

- Un campo en donde cada caballo poseerá al menos media hectárea para pastar.
- Equipo apropiado para montar (montura, riendas, cabezada, etc.)
- Utensilios para alimentarlo y asearlo.
- Contacto permanente con un veterinario que lo controle regularmente y le otorgue las vacunas que sean necesarias para su cuidado.
- Cada 2 meses un herrador controlará las herraduras de cada caballo y de ser necesario las cambiará y alisará sus pesuñas.

En cuanto a la correcta alimentación, se contará con un especialista en caballos el cual administrará la cantidad de alimento necesario a cada raza debido a que los requerimientos nutricionales varían de acuerdo a su especie, raza y grado de actividad, todo este importante proceso ayudará a evitar enfermedades serias como la anemia, obesidad, epifisitis y enfermedades infecciosas, las cuales en aquellos animales desnutridos o mal alimentados tienen mayor injerencia. Aunque los caballos son animales muy resistentes a las temperaturas extremas, es necesario que estos cuenten con las vacunas adecuadas contra diversas dolencias. La más estricta e importante es la que previene la gripe la cual se administrará obligatoriamente dos veces al año al igual que otras vacunas las cuales ayudarán a evitar futuras enfermedades.

- **Tienda de souvenirs**



Figura No. 12



**Figura No. 13**

La tienda de souvenirs es una excelente opción para los visitantes ya que en esta encontrarán un sin número de artículos y artesanías representativos del Ecuador los que podrán adquirir a excelentes precios y así plasmar en un recuerdo la experiencia vivida en Ecuador y sobre todo en PLAYA BAMBÙ. Este local se encontrará en el interior de la hostería y el horario de atención será las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Las artesanías serán fabricadas por los habitantes del Cantón Playas, ya que se desea apoyar a las comunidades que se encuentran en los alrededores.



**Figura No. 14**

- **Restaurant**



Figura No. 15



Figura No. 16

El Restaurante de la hostería se encontrará ubicado dentro de las instalaciones, contará con una decoración en material de bambú, elegante y a la vez novedosa para lograr la satisfacción de los huéspedes, la principal característica que poseerá será el ambiente flexible el cual mediante una iluminación adecuada podrá ofrecerle al cliente el espacio más adecuado a su gusto de acuerdo a la hora del día. Durante el día será un espacio dedicado al grupo empresarial, mientras que en la noche se convierte en un espacio íntimo y confortable, constará de dos ambientes con capacidad para 85 personas 50 en un ambiente y 35 en otro.

El menú poseerá una amplia variedad de vinos de diversos países, y todo tipo de bebidas nacionales e importadas, con una variada lista de platos donde los mariscos serán la especialidad, también se contará con un menú light para los

diversos gustos de los clientes, dicho menú será realizado por un Chef Profesional. El restaurante cumplirá con las siguientes especificaciones:

- No sobrepasar La capacidad óptima del local. Un número mayor de personas podría dificultar la tarea a causa de cuestiones técnicas y de concentración.
- Transmitir la personalidad del cocinero. Los huéspedes, con el espíritu abierto a las novedades, podrán confiar en el menú que el cocinero les proponga.
- Las instalaciones serán las adecuadas ya que sin este factor es imposible ofrecer un servicio brillante.
- El ambiente del restaurante se caracterizará al mismo tiempo por el alto nivel de profesionalidad y por la calidez de su trato. La imagen que reinará será la de tratar al huésped como si uno recibiera a un invitado en su casa.

También ofreceremos diversos servicios adicionales como:

- Pago con tarjeta de crédito
- Local climatizado
- Salón Privado
- Posibilidad de espectáculos

- **Piscina**



**Figura No. 17**



**Figura No. 18**

Unos de los productos más destacados será la piscina climatizada, en la que se instalarán colectores solares para calentar el agua siendo esta la mejor forma ecológica de hacerlo, ya que aporta un gran beneficio y se tiene la seguridad que no aumentará el consumo energético ni las emisiones de gases de efecto invernadero. Ni hablar del enorme favor que se le hará al medio ambiente, reduciendo el consumo energético. Los captadores se ubicarán en el techo del hostel y el agua de la piscina circulará directamente por el interior de los captadores siendo la misma bomba de la piscina la que bombee ahorrando una gran cantidad de energía. Se contará con un equipo de des humificación ya que así se impedirá que la humedad penetre las paredes y a la vez creará una atmosfera

más confortable y se evitaban filtraciones y como consecuencia se degradan las paredes de la piscina.

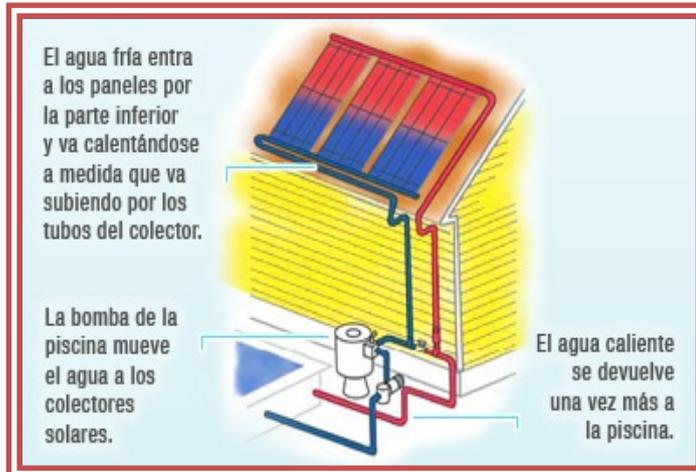


Figura No. 19

- **Huerto**



Figura No. 20



Figura No. 21



**Figura No. 22**

Otro punto a favor será el huerto orgánico en el cual se cultivará una gran variedad de hortalizas las mismas que serán utilizadas por nuestro Chef para la realización del menú teniendo así la seguridad de contar con unos alimentos sanos los cuales evitarán futuras enfermedades. También se dispondrá de la venta de las hortalizas cosechadas a los clientes teniendo la opción de agregar el valor de dicha compra a la cuenta de su habitación. Se contará con especificaciones estrictas para su propia creación como:

- No destruir la tierra.
- Controlar la producción de alimentos sanos.
- Se contará con la producción de plantas medicinales.
- Utilizar los restos vegetales que generamos en la cocina.
- No usar pesticidas químicos sintéticos para controlar plagas y enfermedades.
- No acelerar el crecimiento con fertilizantes químicos u hormonas.
- Mantener y promover la diversidad biológica (variedad de cultivos).
- Mejorar el suelo, utilizando compost natural y rotando los cultivos.
- La producción de alimentos frescos.

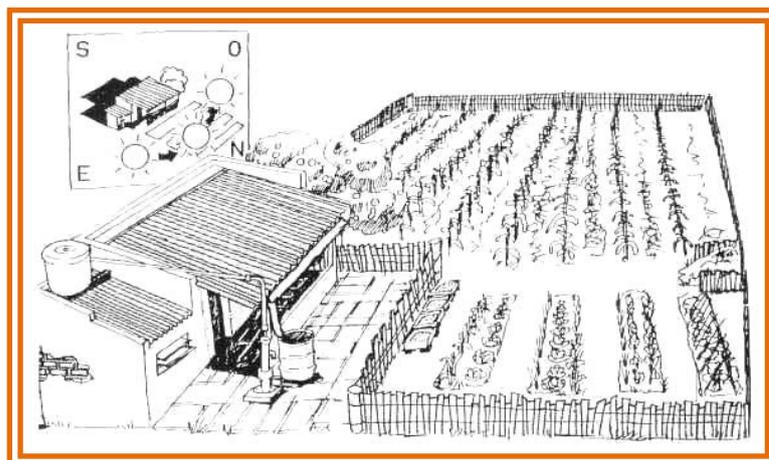


Figura No. 23

Se buscará combatir las principales causas que ocasionen la creación de plagas y enfermedades, implementando técnicas apropiadas en la búsqueda del equilibrio ecológico. Se contará con algunas soluciones:

- Control de plagas.
- Uso adecuado de controladores biológicos: arañas, ciempiés, mariquitas, sapos.
- Implementación de plantas repelentes que rodearan el huerto como la ortiga, la hierba buena, el ajo, la cebolla, orégano, albahaca, culantro, perejil.

En cambio en cuanto al control de enfermedades se refiere en el del manejo del huerto orgánico, se tomará en atención las siguientes recomendaciones:

- Evitar el exceso de humedad.
- Excluir las plantas enfermas fuera del huerto.
- Desinfectar con agua caliente las semillas.
- Utilizar manzanilla, ajo y cebolla contra las bacterias.

El autoconsumo de alimentos saludables, adecuadamente cuidados. Ayudará a que existan beneficios adicionales respecto a la salud de los colaboradores y huéspedes en general.

### **5.1.5 Factores Críticos de Éxito**

Toda organización ansia lograr el éxito empresarial , para ello, deposita su confianza en su equipo gerencial y colaboradores capaces de integrar los recursos de la empresa en pro de objetivos y metas realizables de forma que se alcance una mayor calidad en sus servicios con el único fin de satisfacer un mercado cada vez más exigente. Por lo tanto, obtener el éxito anhelado demanda cada vez más que las empresas tomen conciencia y se ocupen de la ética de su actuación en la sociedad, de su respeto por las personas, las comunidades y el entorno natural. Finalmente Playa Bambú considera cinco factores indispensables para alcanzar el éxito que tanto se desea lograr en el mercado tales como:

- Ubicación en una zona estratégica
- Calidad de servicio
- Tecnología avanzada
- Confort
- Innovación

## **5.2 Estrategias de Marketing**

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

Implementar estrategias de marketing en la hostería Playa Bambú para lograr posicionamiento en el mercado turístico.

#### **5.2.1 Objetivos de Ventas (FINANCIEROS)**

- Lograr incrementar las ventas anuales en un 10% mediante la utilización de medios publicitarios
- Obtener una rentabilidad del 38% sobre la inversión.
- Recuperar la inversión al sexto año en un 100%
- Lograr alquilar las 18 habitaciones en un promedio de dos días por semana durante todo el año

#### **5.2.2 Objetivos de marketing**

- Introducir el servicio en el mercado y lograr un posicionamiento en la mente del consumidor como un lugar ecológico.
- Identificar posibles necesidades de los usuarios.
- Lograr una lealtad por parte del cliente meta hacia el servicio.
- Prever las posibles reacciones de la competencia.

### **5.2.3 Segmentación**

Con objetivo de tener éxito en el sector hotelero y turístico, se ha decidido segmentar el mercado en dos tipos de clientes potenciales, para poder satisfacer las necesidades de estos dos grupos y poder servirles con provecho y mejor que nuestros competidores potenciales.

#### **Macro segmentación**

En este punto el mercado al que se está enfocado es el de personas, grupo de personas, ya sean familias o amigos, de poder adquisitivo medio alto a alto que esté en busca de distracción y recreación, especialmente de tipo vacacional en el que se ofrezca diferentes y nuevas actividades.

#### **Micro segmentación**

En cambio en este segmento nos enfocamos en personas más exigentes que sean de estrato medio-alto, alto que buscan alternativas de entretenimiento, descanso y salud, para una mejor salud física, mental y espiritual pero llevado de la mano con la conservación del medio ambiente y sabiendo que se está aportando con una gran ayuda al cuidado de la naturaleza al utilizar recursos renovables.

### **5.2.4 Mercado Meta**

El mercado meta hacia cual está dirigido el proyecto son:

- Personas entre los 25 a 60 años.
- Turistas nacionales y extranjeros de categoría socio – económica media, media-alta, alta.
- Personas que tengan respeto y concientización sobre el medio ambiente.

### **5.2.5 Posicionamiento**

Una vez que se ha decidido cuales son los segmentos de mercado en los que se desea introducir, la hostería debe elegir que posiciones desea ocupar en ellos. El posicionamiento define cómo la marca o la empresa desea ser percibida por los consumidores objetivos, es decir el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación a los posibles competidores.

Una de las principales estrategias a utilizar es difundir la diferenciación de servicio, es decir, se brindará servicios adicionales a los de un hotel, no sólo hospedaje sino innovadoras actividades relacionadas con la naturaleza, y todas las comodidades necesarias como alimentación y lugares de entretenimiento, para

lograr que la estadía en la hostería sea inolvidable e incomparable a la de otros hoteles de la zona, y así convertirnos en su primera opción al momento de tomarse unas merecidas vacaciones fuera del ruido y del stress de la ciudad.

También se utilizará una estrategia basada en la infraestructura ecológica y principalmente en el bienestar de la naturaleza, como empresa seguiremos innovando en cuanto a la tecnología, además de hacer uso de todos los recursos que no han sido explotados totalmente.

### **5.2.6 Estrategias de Marketing Mix**

PLAYA BAMBÚ ha decidido utilizar las herramientas del marketing, mejor conocidas como las 4P's, para poder cumplir con el objetivo de generar la respuesta deseada en el mercado meta.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

#### **5.2.6.1 Producto**

El proyecto ofrece un servicio de calidad basado en la creación de una Hostería Ecológica, es decir, se brinda alojamiento y a su vez se concientiza a los futuros clientes hacia la conservación y cuidado del medio ambiente, el cual ha sido afectado a nivel global. Por consiguiente, se logrará diferenciar entre los competidores existentes mediante la realización de las instalaciones físicas, medios de comunicación, marketing y ventas y por sobre todo por el personal capacitado que se dispondrá. Del mismo modo **PLAYA BAMBÚ** ofrecerá confort como toda hostería, excelente diseño, relajación, esparcimiento, descanso y primordialmente contacto con la naturaleza.

Las instalaciones físicas de la hostería son:

**Restaurant:** Se ofrecerá comida vegetariana y a su vez platos elaborados a base de mariscos los cuales serán preparados por el chef, dada la zona y servicio que ofrecemos; los futuros clientes degustarán platillos exquisitos dentro de un entorno natural como lo es Playas. Tendrá 20 mesas de madera labradas, 80 sillas, cubiertos, vajillas, persianas, baños y piso de madera. Además, toda actividad realizada será dirigida por nuestro personal capacitado para las diferentes áreas de

atención en el hostel ecológico, para que así demuestren un servicio rápido, amable y especialmente con un trato personalizada a nuestros clientes.

Se contará también con otros servicios, los cuales serán el mayor atractivo del establecimiento:

- Piscina Climatizada
- Laguna artificial (PESCA)
- Potrero
- Huerto
- Tienda de Souvenirs

Además de un estacionamiento de vehículos para la comodidad de los huéspedes. Referente a las habitaciones, inicialmente serán 18 cabañas debidamente clasificadas en 8 simples y 8 dobles y 2 familiares. Las Cabañas simples serán adecuadas con un mesa pequeña, también un baño que incluye lavamanos, dos toallas, papel higiénico y además amenities (shampoo, rinse, jabón). A su vez, tendrán un TV de 21 pulgadas a color con cable, una cama de 2 plazas debidamente ambientada, ventilador de tumbado, un velador, una lámpara, teléfono convencional, servicio de camarera dos veces durante el día, armario con 4 armadores y cajones, toallas adicionales, secador de pelo, mini-bar.

De mismo modo, las **Cabañas dobles** contará con varias comodidades como por ejemplo mesa pequeña, baño que incluye un lavamano, tres toallas, papel higiénico, amenities (shampoo, rinse, jabón), también tendrá un TV de 31 pulgadas a color con cable, dos camas de dos plazas debidamente ambientada, cocina, ventilador de tumbado, un velador, una lámpara, teléfono convencional, sillas, servicio de camarera dos veces al día, armario con 8 armadores y cajones, toallas adicionales, secador de pelo, mini-bar.

Y finalmente están las familiares, las mismas que contarán también con varias comodidades como por ejemplo mesa pequeña, baño que incluye un lavamanos, cinco toallas, papel higiénico, amenities (shampoo, rinse, jabón), también tendrá un 2 TV de 31 pulgadas a color con cable, cuatro camas de dos plazas debidamente ambientada, cocina, ventilador de tumbado, un velador, una lámpara, teléfono convencional, sillas, servicio de camarera dos veces al día, armario con 12 armadores y cajones, toallas adicionales, secador de pelo, mini-bar.

### 5.2.6.2 Precio

Este factor es clave para la venta del servicio, es por esto, que se cree que las tácticas estratégicas se dirigen a la diferenciación, por lo que se debe ofertar servicios de calidad e igualmente definir los precios que logren satisfacer completamente las necesidades del posible huésped y que también alcance a cubrir los costos, de tal modo que los clientes potenciales ostenten del poder adquisitivo suficiente para poder acceder a los grandes servicios. La situación competitiva en cada mercado y en cada momento condiciona fuertemente la fijación tanto de los precios base como de todo el mercado de precios de un establecimiento. Es cada vez más cierto que la competencia es la que, por delante de los costes internos y la demanda, acaba cuestionando más claramente la fijación de los precios. (VALLS, 2000) (CALLE, 2003). Para establecer los precios se tomaron algunas medidas como:

- **Fijación de Precios:** El precio está calculado en función de los costos fijos y variables de PLAYA BAMBÛ, ganancia esperada del inversionista, precios premium, del mismo modo también intervinieron la situación política y económica de Playas adicionando las temporadas altas y bajas del negocio.
- **Descuentos:** Se realizara el 10% de descuento sobre el valor de las habitaciones a los grupos que lleguen a utilizar mínimo 5 cabañas.
- **Período de pago:** Los futuros clientes tendrán la opción de pagar en efectivo o también con tarjeta de crédito. Se le adjudicará un crédito de 30 días sin intereses, si lo hace por ésta última opción.

A continuación se detalla los precios de los servicios hoteleros que se brindarán en nuestra hostería ecológica:

#### **Precios Nominativos:**

##### **Cabañas:**

- Simples 65 dólares
- Dobles 85 dólares
- Familiares 105 dólares

**Restaurante:** Comidas típicas ecuatorianas

**Cafetería:** Continental \$ 4.00

Americano \$ 5.00

**Restaurante:** Platos fuertes desde \$ 6 hasta \$8

### **5.2.6.3 Plaza**

La plaza se define como el lugar en el cual se va a ofrecer el servicio, para que éste sea asequible al consumidor. PLAYA BAMBÚ estará ubicada en el Cantón Villamil Playas, ya que este sitio es muy visitado por personas de nivel socio-económico medio, medio-alto y alto y turistas extranjeros y nacionales. Se comercializará los servicios ya antes mencionados mediante operadoras turísticas, las cuales serán una herramienta indispensable para dar a conocer la hostería a todos los futuros consumidores potenciales.

### **5.2.6.4 Promoción**

Por la Apertura de Playa Bambú, a fin de dar a conocer al público la Hostería Ecológica, se otorgará un determinado precio para nuestra futura clientela, es por esto, que durante los tres primeros de meses de inauguración de la hostería, se realizará un descuento del 20% en las tarifas de las habitaciones. Como oferta especial, al hospedarse una familia de cinco personas, recibirán de manera gratuita su desayuno continental durante la primera noche. Ofreceremos planes de fidelización a los clientes potenciales, los cuales se basan en la entrega de una tarjeta que acumula puntos de acuerdo a cada estadía realizada. La empresa puede modificar y educar o modelar esta variable del comportamiento reforzando los criterios de elección, a través de una diferenciación mayor respecto a la competencia, el asesoramiento en el proceso de decisión y la implicación del cliente en este proceso, y a través de una estrategia que fomente la continuidad en la relación cliente-empresa. (VALLS, 2000)

Debido al gran dominio que ejerce la comunicación en las ventas. Es esencial que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer a PLAYA BAMBÚ a sus clientes potenciales. Es por esto, que para la mezcla promocional, se utilizarán los siguientes medios:

- Publicidad
- Merchandising visual: folletos
- Marketing por correo directo
- Marketing en línea
- Marketing telefónico

Para distribuir el servicio, se contará principalmente con las operadoras de turismo para darnos a conocer como destino turístico, éstas serán una de las principales herramientas para poder llegar a los consumidores potenciales. Se le otorgará el 10% de comisión a dichas operadoras por cada reserva realizada a la hostería ecológica. Las operadoras son:

- Platinal International
- HDP Representaciones
- Mayortur
- Recordmundo
- Sky Travel

De igual forma, se pensó en la posibilidad de llegar a participar en varias actividades de promoción turística planificadas nacionalmente como por ejemplo las ferias, conferencias, seminarios, exposiciones, entre otros. Consecuentemente, se publicará una página de Internet del Hostal Ecológico PLAYA BAMBÚ, cuya dirección será [www.hosteriaplayabambú.com](http://www.hosteriaplayabambú.com) y en la cual estará descrito todos los servicios que se ofrece como hostería y además todas las facilidades necesarias que se brindarán; de modo que las posibles clientes puedan realizar las reservaciones mediante esta vía, cotizar precios de las habitaciones, actividades y servicios que disponemos. Así mismo se utilizará las redes sociales como Facebook (Hostería Playa Bambú) y Twitter (@playa\_bambú) para darnos a conocer de una manera más directa. Se realizarán cuñas radiales y anuncios publicitarios con Diario El Universo y a su vez con La Revista, cuya publicación sería el domingo, además del Diario La Hora que circula en la región Sierra con el fin de incrementar la demanda, contrarrestar las competencias indirectas o sustitutas y posicionarnos en el mercado. A partir del segundo año, se utilizará vallas publicitarias y spots televisivos. La elección de los medios de comunicación a utilizar en la campaña, se hará en base a la cobertura, costos y preferencias del mercado objetivo.

## **5.3 Investigación de Mercado**

### **5.3.1 Detalles de la Investigación**

Para saber los que nuestros clientes quieren realmente realizaremos una investigación cualitativa basada en la observación directa y a su vez cuantitativamente usaremos las encuestas.

## **INVESTIGACIÓN CUALITATIVA**

### **Observación Directa**

La técnica de observación se realizó en todo el cantón Playas, tanto en el centro como en sus playas aledañas, con el único objetivo de evaluar cual es el comportamiento de los clientes potenciales. Esta investigación fue llevada a cabo en lugares estratégicos, de donde se pudo obtener información más valiosa para el estudio, obteniendo como resultado que la mayoría de las personas asisten a la playa en compañía de al menos 4 personas, saliendo desde muy temprano de sus hostales o casas para disfrutar el sol, la playa, practicar algún deporte o simplemente caminar, etc.

Para la mayoría de los turistas, el único propósito de estar en Villamil-Playas es la diversión, presentándonos una gran oportunidad de implementar el proyecto, ofreciendo un novedoso servicio con el cual las personas tendrán más opciones para divertirse. Para el proyecto en la investigación cualitativa se empleó la observación directa, debido a que es por medio de ésta donde se tiene un contacto más cercano con los clientes o plaza en la cual se presentan los problemas ya mencionados previamente que se pretenden investigar, y los resultados obtenidos se considerarán datos estadísticos originales.

Al emplear éste método en la investigación se podrá tener en cuenta las necesidades, sugerencias y requerimientos que hoy en día nos solicita el mercado tanto objetivo como potencial. Además aporta grandes ventajas como por ejemplo al reducir o eliminar la tendencia potencial que provoca el entrevistador o el proceso de la entrevista al entrevistado, de tal manera se puede observar el comportamiento tal como se presenta normalmente en el medio ambiente, y gracias a esto refleje con mayor precisión los patrones reales de comportamiento e indique lo que ha ocurrido, y cierto tipo de datos solo pueden recopilarse por

medio de la observación (cuando el participante no está consciente o no puede comunicarse)

## **INVESTIGACION CUANTITATIVA**

### **Encuesta**

Las encuestas serán utilizadas como técnica de investigación sobre una muestra de personas, pudiendo así ejecutar procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población. Gracias a las encuestas se puede obtener información valiosa, así como también una gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico. Se empleo el muestreo de juicio, es decir, se escogió según el buen criterio a un seleccionado grupo de personas aptas para realizar la encuesta requerida. La encuesta representa un muestreo no probabilístico ya que no todos serán objeto de la misma. Se utilizó encuestadores.

Para esto es necesario vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes. En mercadeo, la escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del producto y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos. Los procedimientos para la medición de actitudes dependen de los datos de los encuestados. Para esto es necesario vincular el comportamiento con escalas de medición. La fuente potencial de datos, obviamente son los turistas, los cuales proporcionarán la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos.

La encuesta fue realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente. Se realizaron 450 encuestas a los extranjeros que llegaron al aeropuerto y otros que fueron de visita en Playas, así mismo como a los locales que se hospeden en hostales de categoría media- alta durante los feriados. Las edades de los encuestados van desde los 25 hasta los 60 años. Al formular el cuestionario se focalizó en:

- No ser excesivamente largo, porque en cuestionarios largos se disminuye el porcentaje de respuestas.

- Tiene que ser preguntas sencillas y redactadas de forma abierta y clara que puedan comprenderse con facilidad (no utilizar términos técnicos).
- No deben incorporar términos morales (juicios de valor).
- Nunca sugerir la respuesta, incitando a contestar más en un sentido que en otra.
- Todas deben referirse a una sola idea, en este caso, el alojamiento en un hostel respetuoso con el medio ambiente.

Cada encuesta consta de diez preguntas, algunas son relacionadas con el medio ambiente y otras con el tipo de comodidades a la que está acostumbrado/a el encuestado. A continuación se incluye la posibilidad de anotar necesidades que el encuestado cree que debe satisfacer nuestro hostel ecológico. Una vez analizados los resultados se definirá qué es lo que quieren los encuestados como por ejemplo si les gusta la idea de la creación de un hostel ecológico, si les parece apropiada su ubicación y más que nada si estarían dispuestos a alojarse en un recinto turístico que respete el ecosistema y satisfaga las necesidades de los huéspedes. Con esto probaremos la concientización sobre el medio ambiente que tiene la gente.

### 5.3.2 Formato de la Encuesta

Fecha:

## UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### Facultad de Empresariales

#### Objetivo: “Creación de una Hostería Ecológica en General Villamil Playas”

1. Sexo:                    M                    F

2. Nacionalidad:

3. Edad:

4. Cuál es su principal motivo de viajar?

- a) Turismo
- b) Vacaciones
- c) Negocios
- d) Salud
- e) Otros

5. Cuando viaja como lo hace?

- f) Solo
- g) En pareja
- h) En familia
- i) En grupo
- j) Otros


6. Si tuviera que elegir entre dos tipos de servicio de alojamiento, cual elegiría?

MODERNO

ECOLOGICO

7. A la hora de elegir un lugar donde hospedarse, cuál es la importancia que le daría usted a cada uno de los siguientes aspectos?

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NADA IMPORTANTE
PRECIO				
DISEÑO				
COMODIDAD				
CALIDAD DE SERVICIO				

8. Ha visitado usted algún establecimiento de hospedaje ecológico?

SI

NO

9. Conoce usted el servicio hotelero que ofrece General Villamil Playas?

SI

NO

10. Para usted cuan interesante seria la creación de una Hostería Ecológica en Villamil Playas? (En una escala donde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”)

6 5 4 3 2 1

¿POR QUE?

---

11. Cuál de los siguientes aspectos le atraerían de una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

k) Porque es algo nuevo

l) Porque está de moda

m) Porque ayuda a la conservación del medio ambiente

n) Porque le gusta este tipo de establecimientos

o) Otros (especifique)

12. Cuál es la posibilidad de que visitara usted una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

p) Alta

q) Media

r) Baja

s) Ninguna

### 5.3.3 Cálculo de la muestra para la encuesta

**Z**= porcentaje de confianza

**FORMULA**

**P**= frecuencia esperada

$$N = \frac{Z(2)*P*Q}{B(2)}$$

**Q**= 1-P

**B**= margen de error

**DATOS:**

**Z**= 1.96      95%

**P**= 0.55

**Q**= 1-0.55= 0.45

**B**= 5%

$$N = \frac{(1.96*1.96)(0.55*0.45)}{(0.05*0.05)}$$

$$N = \frac{(3.84)(0.25)}{0.0025}$$

$$N = \frac{0.96}{0.0025}$$

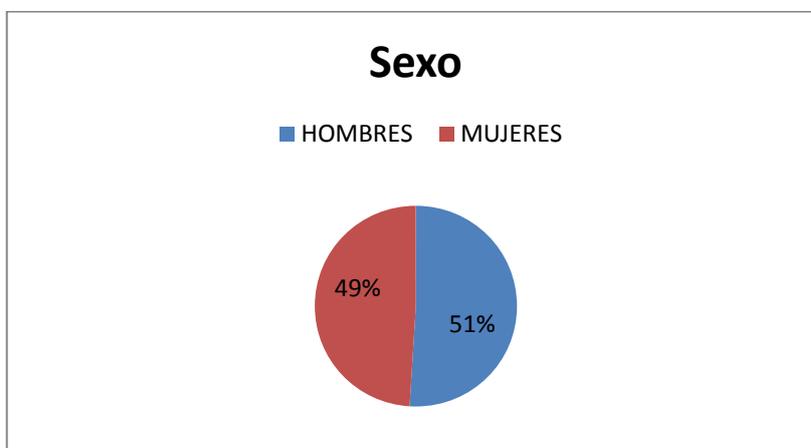
$$N = \quad \mathbf{384}$$

### 5.3.4 Presentación y Análisis de los Resultados de la Encuesta y entrevista

#### ENCUESTA

##### 1.- Sexo

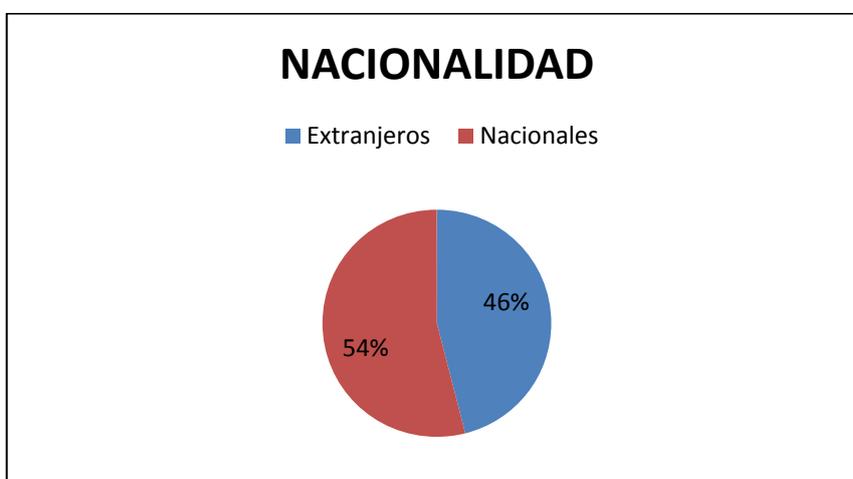
Género		Total	%
	hombres	204	51%
	mujeres	196	49%
		<hr/> 400	<hr/> 100%



**Gráfico no. 3**  
Elaborado por autoras

## 2.- Nacionalidad

	<b>total</b>	<b>%</b>
Extranjeros	183	46%
Nacionales	217	54%
	<hr/> 400	<hr/> 100%

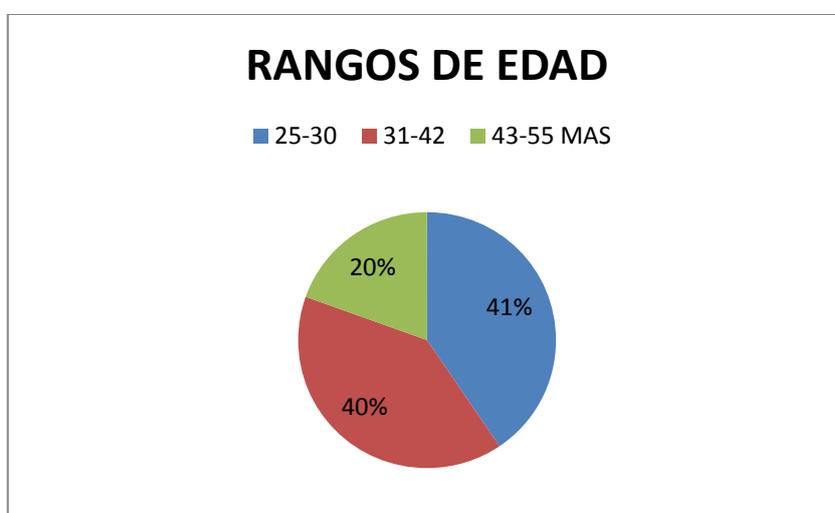


**Gráfico no. 4**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no. 4, del 100 % de los encuestados, el 46 % son extranjeros y el 54 % restante son nacionales, al contar con estos porcentajes tanto nacionales como extranjeros se puede tener en cuenta cual es la opinión de estos hacia el proyecto.

### 3.- Edad

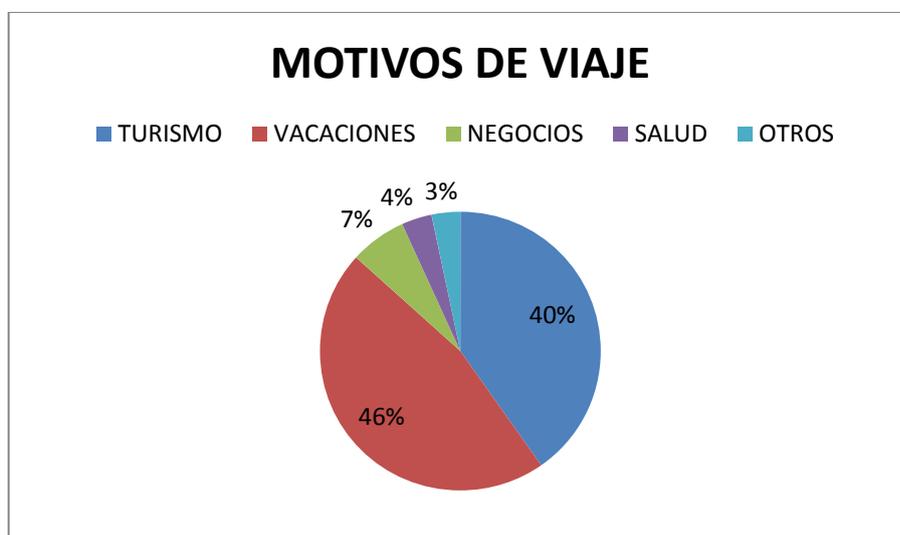
<b>RANGO</b>	<b>total</b>	<b>%</b>
25-30	162	40,5%
31-42	160	40,0%
43-55 mas	78	19,5%
	<hr/>	<hr/>
	400	100%



**Grafico no. 5**  
Elaborado por autoras

#### 4. Cuál es su principal motivo de viajar?

	Total	%
a) Turismo	161	40,3%
b) Vacaciones	186	46,5%
c) Negocios	26	6,5%
d) Salud	14	3,5%
e) Otros	13	3,3%
<hr/>		
	400	100%

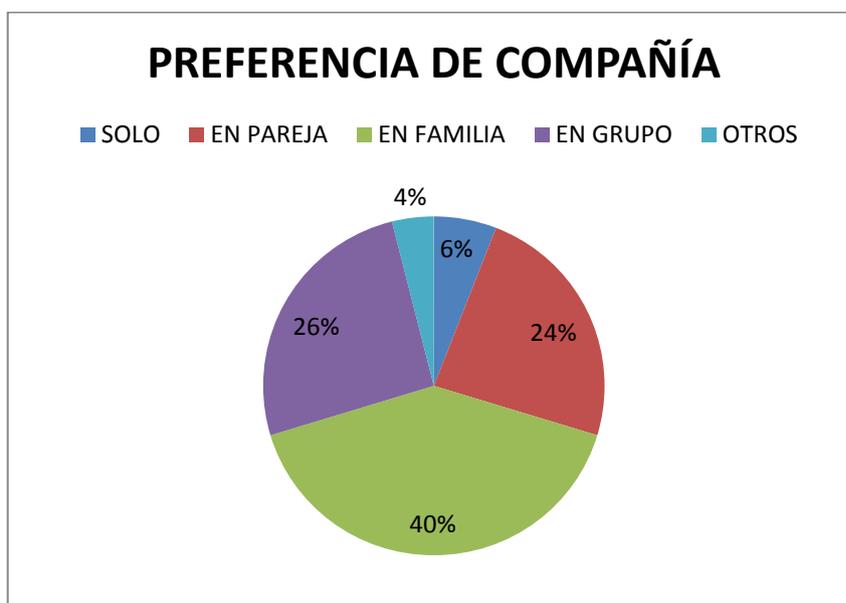


**Gráfico no. 6**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no. 6, del 100 % de los encuestados, el 46 % viaja por vacaciones, un 40% por turismo, un 7% por negocios, un 4% por salud y 3% por otros motivos de viaje.

5. Cuando viaja como lo hace?

	<b>Total</b>	<b>%</b>
a) Solo	24	6%
b) En pareja	95	24%
c) En familia	163	41%
d) En grupo de amigos	104	26%
e) Otros	15	4%
	<hr/> 400	<hr/> 100%

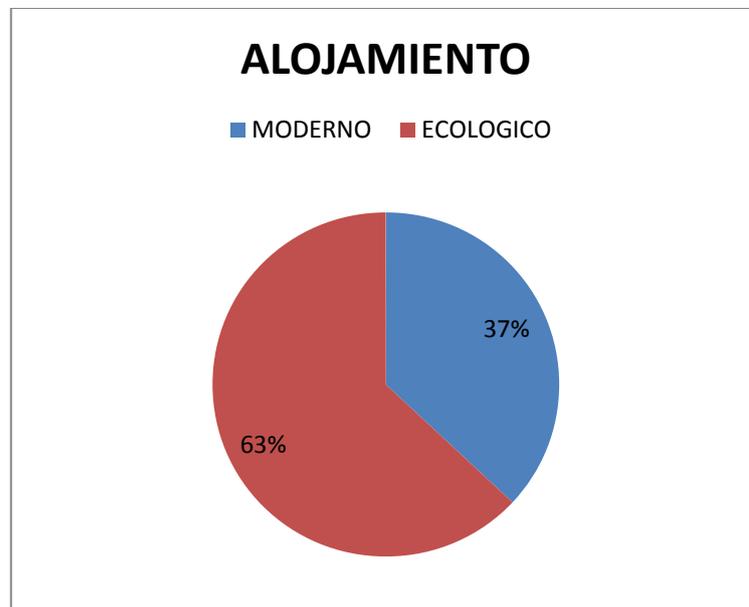


**Gráfico no. 7**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no. 7, del 100 % de los encuestados, el 40% viaja en familia , el 26% viaja en grupo de amigos, el 24% con su pareja, un 6% prefiere viajar solo y por último un 4% viaja acompañado de otras personas distintas a las mencionadas anteriormente.

6. Si tuviera que elegir entre estos dos tipos de servicio de alojamiento, cual elegiría?

	<b>Total</b>	<b>%</b>
MODERNO	148	37%
ECOLOGICO	253	63%
	400	100%



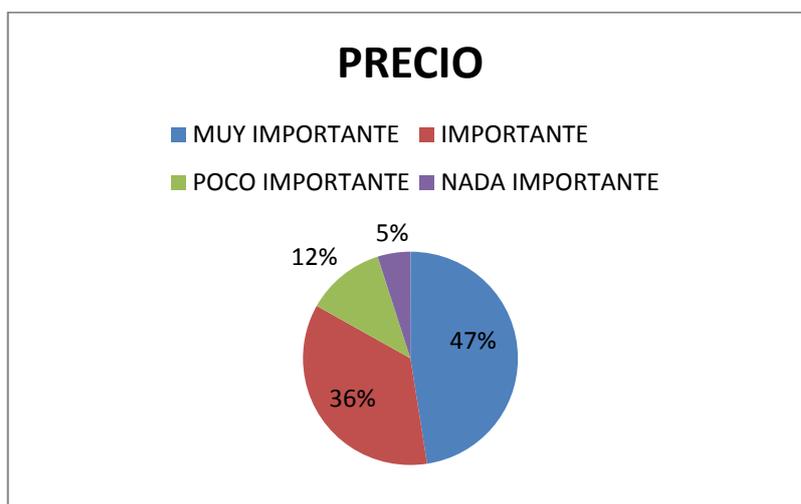
**Gráfico no. 8**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.8, del 100 % de los encuestados, el 63% prefiere un tipo de servicio ecológico mientras que un 37% opta por un servicio moderno.

7. A la hora de elegir un hotel, cuál es la importancia que le daría usted a cada uno de los siguientes aspectos?

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NADA IMPORTANTE
PRECIO	191 48%	142 36%	46 12%	21 5%
DISEÑO	107 27%	166 42%	106 27%	21 5%
COMODIDAD	209 52%	147 37%	38 10%	6 2%
CALIDAD DE SERVICIO	224 56%	122 31%	44 11%	10 3%

**Cuadro no. 15**  
Elaborado por autoras



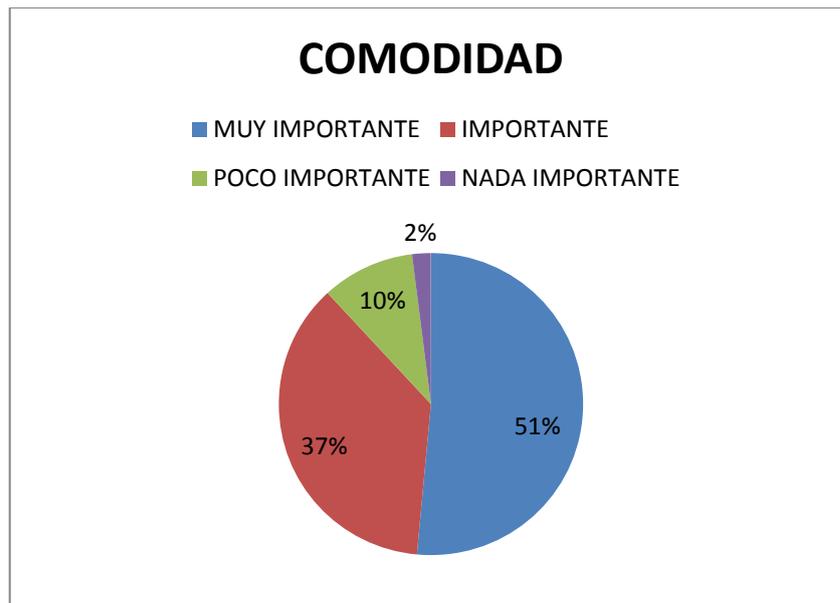
**Gráfico no. 9**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.9, del 100% un 47% opina que el precio es un factor muy importante, que es importante un 36%, un 12% considera que es poco importante y un 5% lo considera nada importante al momento de viajar.



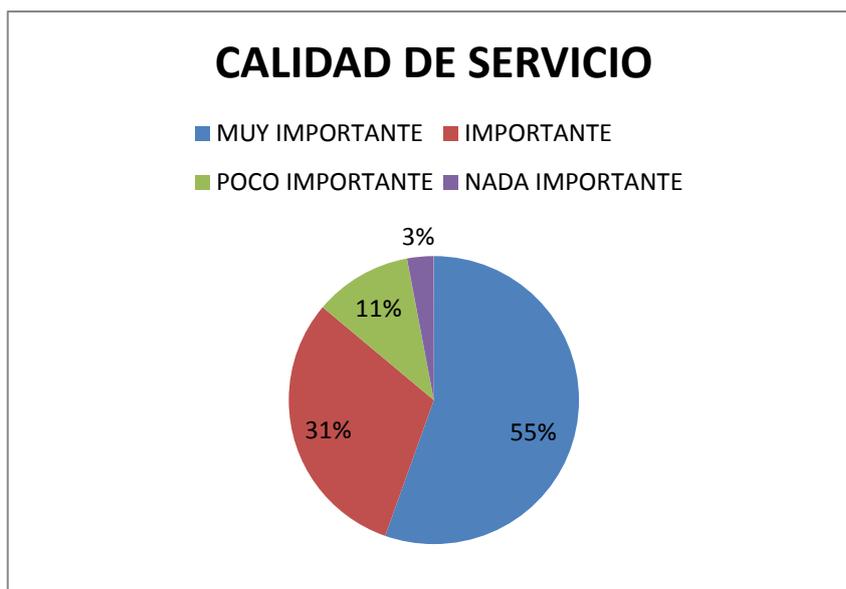
**Grafico no. 10**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.10, del 100% de los encuestados, un 41% opina que el diseño es un factor muy importante, que es importante un 27%, que es poco importante otro 27% y un 5% lo considera nada importante al momento de viajar.



**Grafico no. 11**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.11, del 100% de los encuestados, un 51% opina que la comodidad es un factor muy importante, que es importante un 37%, un 10% considera que es poco importante y un 2% lo considera nada importante al momento de viajar.

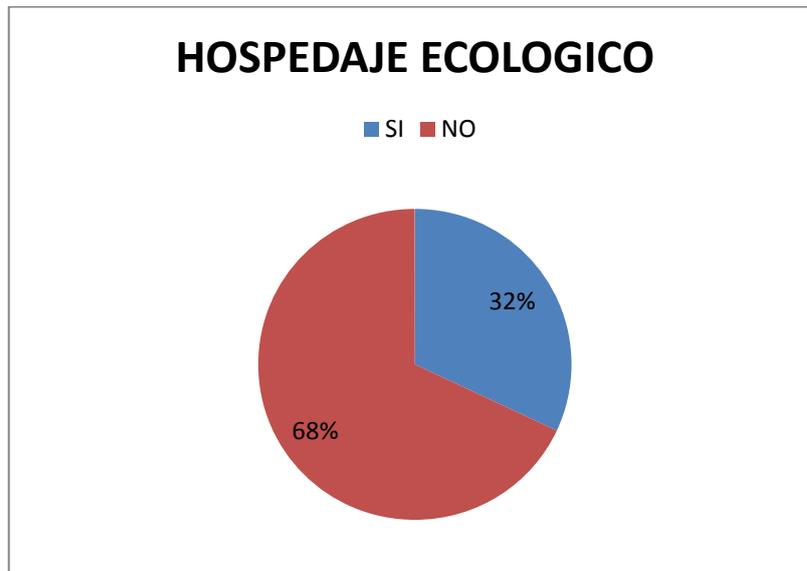


**Grafico no. 12**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.12, del 100% de los encuestados, un 55% opina que la calidad de servicio es un factor muy importante, que es importante un 31%, un 11% considera que es poco importante y un 3% lo considera nada importante al momento de viajar.

8. Ha visitado usted algún establecimiento de hospedaje ecológico?

	Total	%
SI	127	32%
NO	273	68%
	<hr/>	
	400	100%

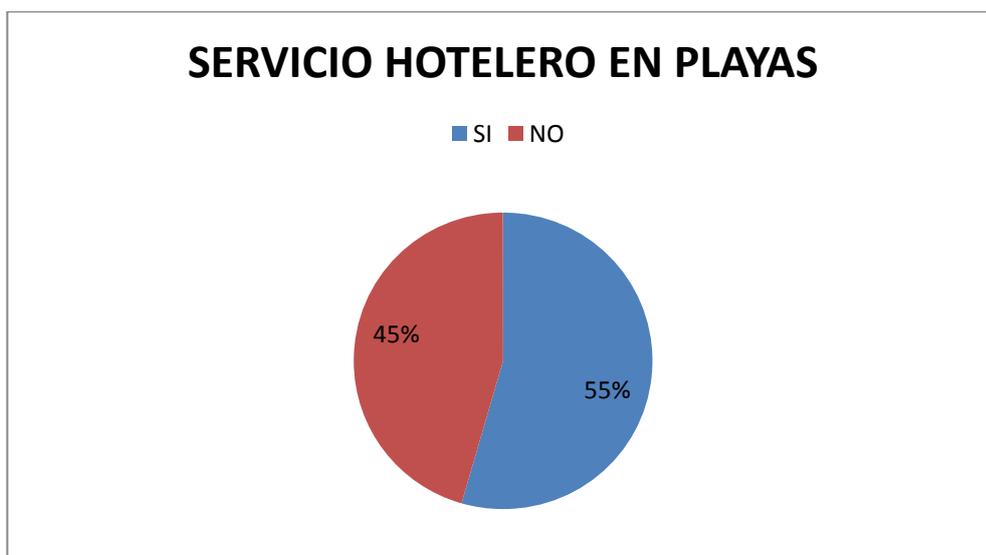


**Gráfico no. 13**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.13, del 100 % de los encuestados, el 68% ha visitado un establecimiento de hospedaje ecológico, mientras que un 32% no lo ha hecho.

9. Conoce usted el servicio hotelero que ofrece General Villamil Playas?

	<b>Total</b>	<b>%</b>
SI	182	45%
NO	218	55%
	<hr/>	
	400	100%

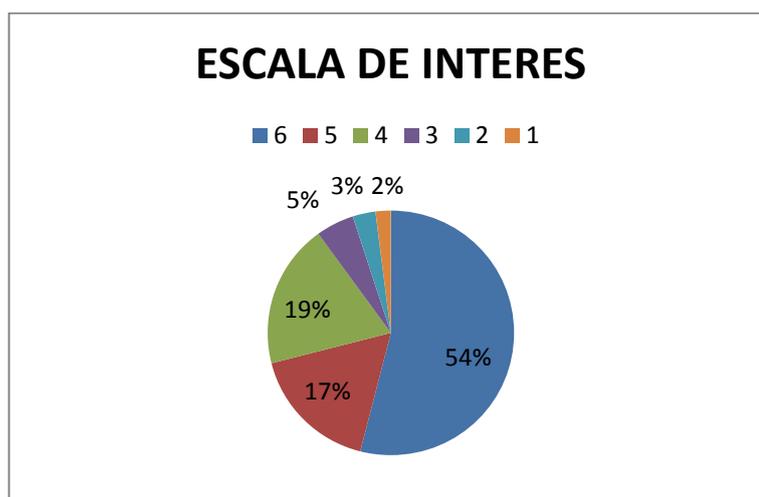


**Gráfico no. 14**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.14, del 100 % de los encuestados, el 55% no conoce acerca del servicio hotelero que existe en Villamil Playas, mientras que un 45% si conoce acerca de este.

**10.** Para usted cuan interesante seria la creación de una Hostería Ecológica en Villamil Playas? (En una escala donde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”)

	<b>Total</b>	<b>%</b>
6	216	54%
5	69	17%
4	76	19%
3	21	5%
2	10	3%
1	8	2%
	<b>400</b>	<b>100%</b>

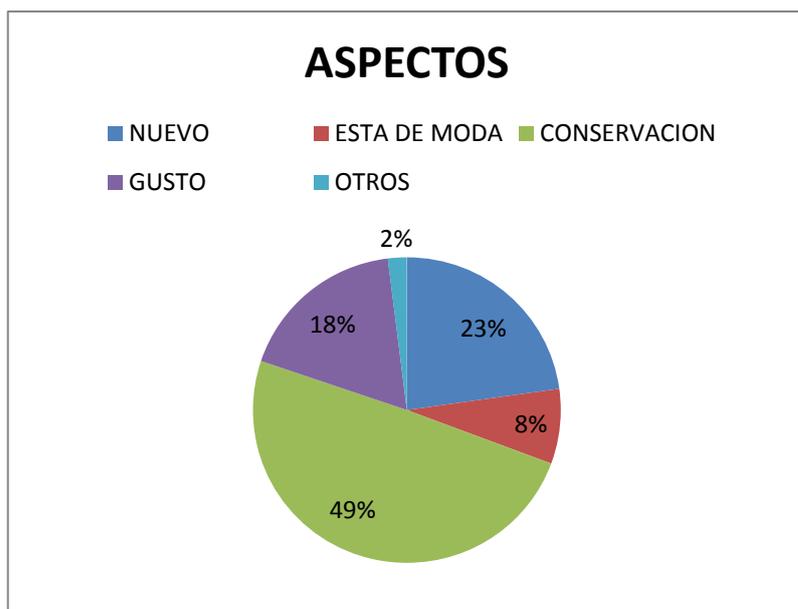


**Gráfico no. 15**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.15, del 100 % de los encuestados, en una escala del 1 al 6 donde 6 es “muy interesante” y 1 “nada interesante” un 54% lo califica con 6 un 19% con 4; un 17% con 5; un 5% con 3; un 3% con 2 y un 2% lo califica con 1.

**11. Cuál de los siguientes aspectos le atraerían de una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?**

	Total
	%
a) Porque es nuevo	91
23%	
b) Porque está de moda	33
8%	
c) Porque ayuda a la conservación del medio ambiente	198
50%	
d) Porque le gusta	70
18%	
e) Otros	8
2%	
	<hr/>
	400
	100%

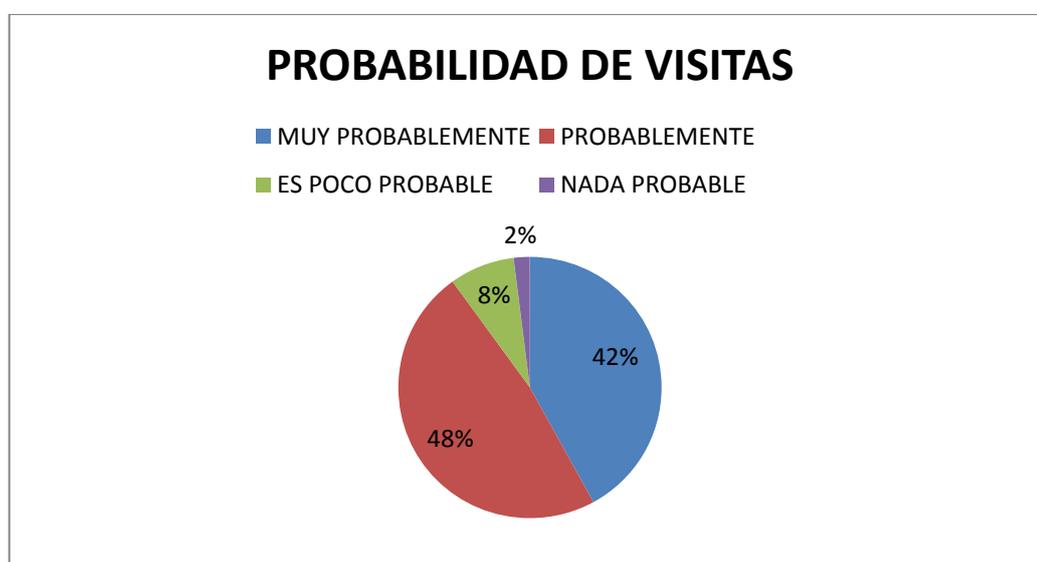


**Grafico no. 16**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.16, del 100 % de los encuestados, el 49% se encuentra atraído por la conservación del medio ambiente; un 23% porque es nuevo; un 18% porque les gusta; un 8% porque está de moda y un restante del 2% por otros motivos.

**12. Cuál es la posibilidad de que visitara usted una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?**

	Total	%
a) Alta	169	42%
b) Media	192	48%
c) Baja	30	8%
d) Ninguna	9	2%
	<hr/>	
	400	100%



**Gráfico no. 17**  
Elaborado por autoras

Como se puede apreciar en el gráfico no.17, del 100 % de los encuestados, el 48% probablemente visitará nuestra hostería ecológica; un 42% muy probablemente lo haga; un 8% considera poco probable una futura visita mientras que un 2% opina que es nada probable que lo haga.

### **Formato entrevista**

1. ¿Qué tan importante es nuestro país como destino turístico a nivel sudamericano?
2. ¿Qué estrategias recomendaría, se apliquen para promocionar al Ecuador como destino turístico internacional?
3. Ahora que Playas cuenta con una autopista que conecta con Guayaquil en una hora, ¿Qué cree Ud. que hace falta para potencializar el turismo nacional e internacional en dicho balneario?
4. ¿Qué opina sobre la cultura de desarrollo organizacional de los servicios de alojamiento en Playas comparado con los de Salinas o de otras zonas?
5. ¿Cree Ud. que mejorando la infraestructura hotelera en Gral. Villamil Playas, se podría aspirar a tener un movimiento turístico favorable durante el año?

Entrevista a Martha Alcocer  
Docente de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
**Carrera:** Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**1. ¿Qué tan importante es nuestro país como destino turístico a nivel sudamericano?**

El turismo para el Ecuador constituye una fuente importante de desarrollo económico, de gran atractivo no sólo a nivel sudamericano sino a nivel internacional por su riqueza natural, la variedad de flora y fauna, que dan la posibilidad de realizar un turismo completo (aventura, montañas, agroturismo, playas, etc)

Una de las ventajas que le dan esa importancia es sin duda, la mejor carta de presentación que tenemos: las Islas Galápagos.

**2. ¿Qué estrategias recomendaría, se apliquen para promocionar al Ecuador como destino turístico internacional?**

La distribución de información a través de oficinas representantes del país y obviamente la participación en ferias internacionales a través del mundo, utilizando material audiovisual, trípticos, etc que contribuyan a la apertura de inversión que darán como resultado la creación de nuevas actividades turísticas, estimular la creación de pequeñas empresas y por ende la generación de empleo.

A todo esto hay que agregarle el factor planificación, atendiendo prioritariamente asuntos emergentes como la falta de seguridad y salubridad.

**3. Ahora que Playas cuenta con una autopista que conecta con Guayaquil en una hora, ¿Qué cree Ud. que hace falta para potencializar el turismo nacional e internacional en dicho balneario?**

Una adecuada promoción que incite al turista visitar, conocer y disfrutar de este destino.

**4. ¿Qué opina sobre la cultura de desarrollo organizacional de los servicios de alojamiento en Playas comparado con los de Salinas o de otras zonas?**

Playas siempre ha estado abandonado, lo cual dio como resultado que otras zonas se desarrollaran de manera más efectiva. Es evidente que a Playas le falta mucho camino por recorrer para alcanzar el estándar de calidad que se mantiene en otros sectores.

**5. ¿Cree Ud. que mejorando la infraestructura hotelera en Gral. Villamil Playas, se podría aspirar a tener un movimiento turístico favorable durante el año?**

Definitivamente. La cercanía con la ciudad de Guayaquil da la oportunidad para integrar este destino como un lugar de visita tanto para el turista nacional como extranjero.

Es necesario que la infraestructura sea adecuada completamente, esto es, entre otras cosas, la facilidad de acceso y que los precios de los productos que se expenden sean razonables.

## 5.4 Proyecciones Financieras

INGRESOS POR SERVICIOS MENSUALES													
<b>VENTAS</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABRI</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>TOTAL</b>
HABITACIONES SIMPLES	3,775	4,153	3,398	3,398	2,643	1,888	1,888	2,265	2,643	3,398	3,775	4,530	37,752
HABITACIONES DOBLES	23,697	21,722	17,772	17,772	13,823	9,874	9,874	11,848	13,823	17,772	19,747	19,747	197,472
HABITACIONES TRIPLES	12,197	10,164	9,148	7,115	6,098	6,098	5,082	6,098	8,131	9,148	10,164	12,197	101,640
SERVICIO DE RESTAURANT	8,895	8,005	8,005	7,116	6,226	7,116	6,226	6,226	7,116	7,116	8,005	8,895	88,945

Cuadro No. 16  
Elaborado por autoras

## 5.5 Presupuesto de Marketing (Mensualizado)

<i>ACCION</i>	<i>VALOR</i>	<i>ENERO</i>	<i>FEBRERO</i>	<i>MARZO</i>	<i>ABRIL</i>	<i>MAYO</i>	<i>JUNIO</i>	<i>JULIO</i>	<i>AGOSTO</i>	<i>SEPTIEMBRE</i>	<i>OCTUBRE</i>	<i>NOVIEMBRE</i>	<i>DICIEMBRE</i>	
<i>RADIO</i>	\$ 500-\$ 1500	\$ 560.00	\$ 560.00	\$ 500.00	\$ 543.34	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 550.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
<i>MAILING</i>	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 170.00	\$ 130.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 170.00	\$ 170.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<i>EL UNIVERSO LA REVISTA</i>	\$ 120-\$ 1000	\$ 120.00	\$ 363.34	\$ 0.00	\$ 350.00	\$ 253.34	\$ 253.34	\$ 0.00	\$ 253.34	\$ 253.34	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 300.00	\$ 0.00
<i>FOLLETOS</i>	\$ 500-\$ 1500	\$ 543.34	\$ 0.00	\$ 483.34	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 483.34	\$ 483.34	\$ 483.34	\$ 0.00
<i>LA HORA PAGINA WEB</i>	\$ 140-\$ 1000	\$ 60.00	\$ 230.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 213.34	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<i>FACEBOOK</i>	\$ 140-\$ 1000	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 0.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<i>TWITTER</i>	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66	\$ 16.66
<i>FACEBOOK</i>	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<i>TWITTER</i>	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,430.00</b>	<b>\$ 1,300.00</b>	<b>\$ 1,170.00</b>	<b>\$ 1,040.00</b>	<b>\$ 910.00</b>	<b>\$ 910.00</b>	<b>\$ 780.00</b>	<b>\$ 910.00</b>	<b>\$ 910.00</b>	<b>\$ 1,170.00</b>	<b>\$ 1,170.00</b>	<b>\$ 1,300.00</b>	<b>\$ 13,000.00</b>

**Cuadro No. 17**  
Elaborado por autoras

## **5.6 Auditoría y Control de Resultados**

Realizar una auditoría permanentemente es una excelente herramienta de trabajo que permite analizar y evaluar las acciones y los programas que han sido puestos en marcha, es decir se desea evaluar la calidad y eficacia de los resultados obtenidos mediante el plan de Marketing. Según una definición, el control administrativo es el proceso que permite garantizar que las actividades reales se ajusten a las actividades proyectadas. De hecho, el control esta mucho más generalizado que la planificación. El control sirve a los gerentes para monitorear la eficacia de sus actividades de planificación, organización y dirección. (STONER, FREEMAN, & GILBERT, 1997)

A través de este proceso se examinan las áreas que afectan la eficacia de dicho plan para de este modo lograr determinar las oportunidades y los problemas en el futuro como base de los planes de mejora. Como resultado se obtendrá la recomendación o no de un plan de acciones que permitirán mejorar la rentabilidad de la empresa. Mediante el cuadro de acciones se realizara un seguimiento para saber si las acciones están siendo realizadas en el tiempo estimado y por las personas encargadas.

### 5.6.1 Implementación

<b>Publicidad</b>	Gerencia - Ing. Ornella Montalvo	
Radio El Universo  La Revista La Hora		Enero – Diciembre Enero - Febrero; Abril – Junio Agosto - Septiembre; diciembre Enero; Marzo; Octubre – Diciembre Mayo - Junio; Agosto – Septiembre
<b>Marketing Directo</b>	Administrador - Ing. Hugo Moncayo	
Folletos Mailing Pagina Web Marketing telefonico Twitter Facebook		Enero - Febrero; julio Enero - Abril; Octubre – Noviembre Enero – Diciembre Diciembre; Julio Enero – Diciembre Enero – Diciembre
<b>Promocion de Ventas</b>	Asesor de ventas - Ing. Alejandro Romero	
Planes de fidelización Ofertas especiales Descuentos		Enero – Diciembre Enero – Diciembre Esporadicamente

**Cuadro No. 18**

Elaborado por las autoras

### 5.6.2 Indicadores

Los indicadores primordiales que se tomaran en cuenta serán:

- Tasa del 30% de ocupación.
- 20% Porcentajes de ventas mediante página web
- 45% Porcentajes de ventas directas en la Hostería
- 35% Ventas directas por publicidad

### 5.6.3 Plan de Contingencia

Playa Bambú como empresa que se preocupa tanto del bienestar de los colaboradores como de los potenciales consumidores, contará con el debido plan de contingencia teniendo como prioridad la prevención de algún imprevisto en un futuro porvenir. El objetivo a través de este proceso, es cerciorarse cual es la capacidad de supervivencia de la hostería, ante eventos que pongan en peligro su existencia. También se pretenderá proteger y conservar los activos de la

compañía, de riesgos financieros o desastres naturales. Así como también lograr la reducción y la probabilidad de las pérdidas, a un mínimo de nivel aceptable, a un costo razonable y asegurar la adecuada recuperación. A continuación se detallará las posibles situaciones que se podrían generar y a su vez las debidas acciones a tomar en caso de que sucedieran.

- **Incendio:** Se realizan simulacros de incendio 2 veces al año, capacitando al personal en el uso de los extinguidores. También se contará con equipos adecuados como:
  - Sistemas de irrigación (con detectores de humo)
  - Extinguidores
- Se contratará un seguro contra todo riesgo

Tipo de extinguidores	Apto para...
A	Combustibles sólidos
B	Combustibles líquidos y gaseosos
C	Equipos eléctricos energizados
D	Metales combustibles

**Cuadro No. 19**  
Elaborado por autoras

- **Corte de energía eléctrica:** Se contará con una planta generadora eléctrica.
- **Robos:** Se contará con sistemas de alarmas y con vigilancia las 24 hs del día.

- **Virus informáticos:** Se cuenta con firewalls, antivirus, sistemas de monitoreo de entrada y salida de archivos, control de todas la terminales de las sucursales (bloqueo de archivos adjuntos en mails).
- **Caída temporal del sistema:** En caso de que suceda lo anteriormente mencionado se contará con el personal debidamente capacitado para realizar manualmente las respectivas reservas y pagos.
- **Perdida y formateo de datos del sistema:** Se realizaran copias de seguridad de la información mensualmente. Se ejecutarán procedimientos los cuales se emplearán para almacenar y recuperar los datos (backup) y por último se comprobará el correcto funcionamiento del disco extraíble donde se guarda la información y del software encargado de realizar dicho backup.
- **Disminución de utilidades o pérdidas:** Se realizará una campaña de publicidad masiva ofreciendo promociones, ofertas especiales, descuentos a grupos o familias y se incluirá más beneficios a los planes de fidelización para los futuros clientes potenciales.

Adicionalmente, se realizarán reuniones con los colaboradores donde se les entregará dicho plan de contingencia, en el cual se describirá detalladamente las medidas y acciones a tomar frente a cualquier situación que pudiese ocurrir. Además, se elaborará y otorgará una lista respectiva con los nombres, teléfonos y direcciones, de la policía, bomberos y hospitales. Si por algún motivo llegara a modificarse el plan de contingencia, se actualizarán dichos documentos entregados a cada uno de los empleados, y se procederá a la destrucción del anterior archivo, para así unificar la información con el fin de evitar futuras confusiones y mal entendidos.

## **6 PLAN OPERATIVO**

Es el encargado de planificar, organizar y supervisar todas las actividades que deberán realizar los distintos empleados que componen las áreas de atención al huésped o cliente; deberá coordinar tanto funciones, horarios, cantidad de personal y rotación de él, trabajo en equipo, entre otras. La comunicación es fundamental para una coordinación efectiva. La coordinación depende, directamente, de la adquisición, la transmisión y el procesamiento de información. Cuanto mayor sea la incertidumbre sobre las tareas que se coordinen, tanto mayor será la necesidad de información. Por Tanto es conveniente pensar que la coordinación es cuestión de procesamiento de información. (STONER, FREEMAN, & GILBERT, 1997)

El área operativa de Playa Bambú estará dividida en

- Front Desk
- Ama de llaves
- Alimentos y bebidas

### **6.1 Objetivos de las operaciones**

- Front Desk: mantener la perfecta organización de la estancia de clientes.
- Ama de llaves: Cuidar la buena imagen de limpieza, orden y presentación de las habitaciones y todas las áreas del hotel, incluyendo áreas internas y externas.
- Alimentos y bebidas: Satisfacer las necesidades de los clientes tanto de los que llegan sólo a consumir alimentos y bebidas, como de los que se hospedan en el hotel

### **6.2 Días y Horario de Funcionamiento**

Playa Bambú brinda sus servicios todos los días del año.

- Front Desk permanece abierto las 24 horas del día con 3 turnos rotativos:  
De: 6 am a 2:00 pm - 2:00 pm a 10:00 pm - 10:00 pm a 6:00 am

- Ama de llaves: Jornada variable en función de la ocupación de la hostería y del trabajo previsto.
- Alimentos y bebidas: De: 6:00 am a 3:00 pm - 3:00pm a 11:00pm

### **6.3 Alcance de las Operaciones**

#### **Front Desk**

- Asegurar que en los servicios de recepción se respeten las instrucciones previstas.
- Planificar organizar, dirigir, coordinar y supervisar el trabajo del personal de recepción.
- Participación y coordinación con el departamento de Ama de llaves.
- Colaborar en la formación del personal a su cargo.
- Asegurar que se alcanzan los niveles máximos de ocupación
- Proponer e implantar las acciones de mejora necesarias.
- Conseguir un buen ambiente de trabajo
- Asegurar que todos los empleados conozcan las normas, estándares y servicios a los que el hostel está sujeto.

#### **Ama de llaves**

- Distribución diaria de habitaciones en base al reporte del sistema
- Llenado diario de la lista de asistencia del personal a su cargo.
- Registro semanal de insumos y suministros en el sistema.
- Supervisión diaria de limpieza de habitaciones por cabaña.
- Supervisión diaria de pasillos y baños públicos.
- Vaciado diario del status de habitaciones en el sistema.
- Coordinación con meseros para la recolección de cristalería de servicios a habitaciones.
- Entrega del reporte de habitaciones a Recepción indicando las discrepancias.
- Solicitud semanal de productos y suministros al almacén.

### **Alimentos y bebidas:**

- Supervisar al personal que se presenta a laborar, esté debidamente uniformado.
- Verificar que el personal se sabe las manos correctamente
- Elaboración del calendario de platillos del buffet y menús del día.
- Controlar presentación, sazón y calidad de platillos
- Monitorear el cumplimiento de la receta estándar en la preparación de los alimentos.
- Vigilar la rapidez en la entrega de pedidos a la carta.
- Cuidar que se cumpla con la optimización de la materia prima en el proceso de producción de alimentos.
- Vigilar el uso apropiado de los utensilios y equipos de cocina.
- Revisar y autorizar las requisiciones de productos al almacén de cocina y las órdenes de compra.
- Supervisar y verificar la calidad de las entradas de materia prima al sub almacén.
- Supervisar la aplicación del PEPS en el almacén.
- Vigilar la rotación de insumos almacenados en cocina y la salida de alimentos procesados.
- Controlar el cumplimiento de las medidas de higiene.
- Instruir y capacitar al personal en cuanto a la preparación de platillos.
- Disponer al personal de cocina, según carga de trabajo diaria.
- Ordenar al personal para la limpieza del área de cocina y almacén.
- Reportar oportunamente las necesidades de mantenimiento preventivo y correctivo dentro de su área, al jefe de mantenimiento.
- Monitorear el gusto del cliente a través de los Meseros.
- Informar según existencias de alimentos, a los meseros de los platillos del día.
- Sugerir los platillos en eventos especiales.

Para el desarrollo diario, se necesita comprar a los proveedores los insumos necesarios, almacenarlos, convertir la materia prima en productos y entregar el producto terminado a los huéspedes o clientes. La requisición de materia prima,

provisiones y demás materiales estará dada en medida de la ocupabilidad y el plan de ventas que diseñe la hostería.

#### **6.4 Infraestructura**

- 18 Cabañas
  - Baño privado
  - Tv color / cable
  - Internet Inalámbrico
  - Utensilios reciclados (papel, cristal y plástico)
  - Ventanas aislantes
  - Colchones de 100% látex
  - Mobiliario hecho con materiales reciclados.
  - Luces fluorescentes
  - Paneles solares
- Estanque
  - Surtidor de agua
  - Proyectores
  - Sistema de filtración
- Piscina climatizada de manera natural
  - Colectores solares
  - Equipo de des humificación
- Tienda de souvenirs
  - Artesanías que serán fabricadas por los habitantes del Cantón Playas
  - Mobiliario hecho con materiales reciclados
  - Luces fluorescentes
- Potrero
  - Equipo adecuado para montar (montura, riendas, cabezada, etc.)
  - Herramientas para alimentarlo, asearlo, y tuser sus crines.
- Restaurante
  - Decoración en material de bambú
  - Sistema de Iluminación
  - Mobiliario hecho con materiales reciclados

- Lobby
  - Local climatizado
  - Computadoras (Servicio de Internet)
  - Internet Inalámbrico
  - Teléfonos
  - Mobiliario hecho con materiales reciclados
  - Luces fluorescentes
- Recepción:
  - GDS
  - Computadoras
  - Escáner – Copiadora - Impresoras
  - Teléfonos
  - Suministros de oficina
  - Mobiliario hecho con materiales reciclados
  - Local climatizado
  - Luces fluorescentes

## **6.5 Proceso Productivo o de Entrega del Servicio**

### **Gestión de reservas: organización, funciones e instrumentos de trabajo**

Organización del departamento de front desk en función de:

- Clientela
- Tamaño establecimiento
- Grado informatización

Funciones:

- Atención a clientes y proveedores
- Administración venta habitaciones
- Optimización venta habitaciones:
  - Conocimiento oferta cuantitativa y cualitativamente
  - Determinación tarifas y condiciones de aplicación

Optimización venta habitaciones

- Conocimiento de contratos con agencias
- Control efectivo de la disponibilidad
- Obtención de datos estadísticos
- Normalización del archivo de documentos
- Verificación toma correcta de datos

Criterios pre asignación habitaciones

- Procurar que la carga de trabajo de las camareras sea equilibrada en cuanto a número de habitaciones y salidas. (se definirán rangos)
- Priorizar reservas de clientes repetidores, con peticiones expresas o grupos.
- Agrupar habitaciones para evitar desplazamientos y posible ahorro energía.

### **Instrumentos de trabajo**

Reserva

- Para asegurarse una plaza en un establecimiento hotelero
- Soportes:
  - Hoja de reservas
  - Fax, e-mail

- Formato propio agencia (Rooming-List)
- Elementos de una reserva
- Gestión
  - Planning
  - Previsión entradas
  - Archivo por día entrada

### **Resumen de legislación**

- La duración de los servicios contratados se calcula conforme al número de pernoctaciones, entendiéndose que la jornada termina a las 12:00 h.
- HOSTERIA PLAYA BAMBU deberá tener a disposición de los clientes las habitaciones a partir de las 16:00 h.
- Las prolongaciones serán de mutuo acuerdo por lo que si un cliente no abandona la habitación el día previsto, el hotel podrá disponer de la unidad de alojamiento.
- Se pedirá un anticipo que no podrá pasar del 25% del servicio reservado.
- En caso de no-show el cliente pierde derecho a reserva y anticipo.

En caso de anulación de reserva por parte del cliente que no sea por causa de fuerza mayor demostrada, la empresa tiene derecho a una indemnización:

- 10% anticipo (antes de 30 días llegada)
- 50% anticipo (entre 7 y 30 días)
- 100 % anticipo (menos 7 días)
- También podrá exigirse gastos de gestión

Si el establecimiento no atiende una reserva confirmada dará opción al cliente entre:

- (a) ocupar otro establecimiento de igual o superior categoría.
- (b) una indemnización del doble del anticipo.

El cliente deberá pagar la factura en el momento que le sea presentada al cobro.

## **6.6 Perfiles y Manual de Funciones de Empleados**

### **Front desk**

En esta área se ejecutarán todas las actividades que apuntan a la atención permanente de las necesidades del huésped en cuanto a reserva y planificación de alojamiento, asigna habitación, concede atenciones especiales, atiende y soluciona requerimientos del huésped, completa el libro de entradas. Se reservan los transfer service, registro (check in), y salida (check out), maneja una caja en donde se llevarán a cabo aperturas y cobros de facturas. En el front desk también se lleva control de las cuentas por habitación y pasajero, y por los huéspedes que vienen por intermediario (agencias de viajes).

### **Perfil del Recepcionista**

- Género: indistinto
- Edad: 23 - 35 años
- Instrucción Superior: Administración hotelera o turística ( con título o egresado)
- Experiencia: indispensable en hostales o establecimiento de alojamiento, mínimo de 1 año en el cargo.
- Buena presencia
- Inglés fluido
- Memoria visual y auditivo
- Disponibilidad de tiempo para horarios rotativos
- Trabajo bajo presión (GARCIA, 2003)

### **Ama de llaves**

Entre las funciones del departamento de Ama de llaves tenemos: cuidado, limpieza y mantenimiento de áreas públicas, habitaciones, baños, pasillos, sillones, escaleras, entre otros. Se establecerá estándares de la calidad y limpieza. Realizará un cálculo aproximado de los insumos que cada mucama pueda necesitar para la limpieza del piso a su cargo, chequear las habitaciones libres a ocupar. Los camareros de turno tendrán que emitir un estado de habitaciones, reportar todos los suministros utilizados y a utilizar así como informar todos los desperfectos que encuentren en las habitaciones. Si llegaran a encontrar un objeto

o artículo olvidado deberán entregarlo a la jefa de ama de llaves, la mucama que este en el turno de la tarde se encargará de realizar la cobertura en las habitaciones.

### **Perfil de Mucamas**

- Género: femenino
- Edad: 20 - 38 años
- Buena Presencia
- Conocimiento en Limpieza y acabado de habitaciones, manejo de herramientas usadas para limpieza (equipo de limpieza de pisos, aspiradoras, entre otros).
- Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.
- Condición física para la ejecución de labores manuales y que implican permanecer la jornada laboral de pie.
- Ordenada, detallista y observadora.
- Habilidad manual para el manejo de herramientas de su área de competencia.
- Carácter y competencia
- Comprensión y empatía
- Discreción y prudencia en el manejo de la información
- Sentido común e iniciativa para la resolución de problema
- Trabajo bajo presión

### **Mantenimiento**

El objetivo de esta área será reducir las fallas en las máquinas, ya sea reparándolas cuando se presentan o anticipándolas antes de que ocurran, para mantener la capacidad operacional de la planta; permitiendo al personal de mantenimiento trabajar durante horas de trabajo predecibles y razonables, entre sus diferentes funciones el departamento se dedicara de la electricidad (instalaciones, iluminación, etc.), plomería (desagüe, cañerías, sistema agua caliente, etc), calefacción, refrigeración, aire acondicionado, mantenimiento general (pintura, carpintería, entre otras).

### **Perfil de Jefe de Mantenimiento**

- Edad: 35 a 50 años

- Género: Masculino
- Estado civil: Indistinto
- Escolaridad: Mínimo secundaria o carrera técnica industrial.
- Conocimientos en manejo de sistema eléctrico mantenimiento de albercas, carpintería, fontanería, potreros, aire acondicionado, refrigeración, pintura e impermeabilización.
- Poseer habilidades como: liderazgo, toma de decisiones
- Tener Disponibilidad, Actitud de servicio.
- Valores: responsabilidad, honestidad, disciplina, orden, ética, honradez.

### **Alimentos y Bebidas**

Este es uno de los departamentos que genera mayores ingresos en el campo hotelero, tendrá como prioridad: la calidad de los alimentos, preparación de los mismos, la presentación de los alimentos y el personal a cargo, precios, tiempo de elaboración y entrega, higiene y ambientación, así como también tendrá las obligaciones de elegir la materia prima, buscar el proveedor, cuidar del proceso de elaboración, regular la frecuencia de compra de materia prima, existencia y disponibilidad de los alimentos cuando sean solicitados.

#### **Perfil de Mesero.**

- Edad: 24 a 40 años
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto.
- Escolaridad: Mínimo secundaria.
- Conocimientos en: Elaboración de diferentes bebidas y básicos en matemáticas.
- Habilidades: trabajo en equipo, iniciativa, destreza.
- Actitudes: empatía, disponibilidad de servicio.
- Valores: honradez, responsabilidad, respeto, ética.

#### **Perfil del Auxiliar de Cocina**

- Edad: De 25 a 40 años
- Género: Indistinto
- Estado civil: Indistinto.
- Escolaridad: Mínimo primaria.

- Conocimientos: Elaboración de platillos.
- Habilidades: trabajo en equipo.
- Actitudes: entusiasta empatía, disponibilidad de servicio.
- Valores: honradez, ética, responsabilidad, orden, limpieza

### **Perfil del Cajero**

- Género: indistinto
- Edad: 22 - 35 años
- Estudiante o egresado de Administración Hotelera, Contaduría Pública, Administración de Empresas.
- Conocimientos básicos de Contabilidad, Auditoria, Contabilidad y Administración Hotelera.
- Experiencia: indispensable en hostales o establecimiento de alojamiento, mínimo de 1 año en el cargo como auxiliar de Contabilidad o Auditoria de Ingresos; o en la industria hotelera
- Dinámico, buena presencia, trato agradable, discreto, responsable, disponibilidad para trabajar en horario nocturno, habilidad analítica y de juicio, meticulouso.
- Trabajo bajo presión
- Disponibilidad de tiempo para horarios rotativos (GALLEGO, 2002)

## **6.7 Política de Calidad y Medio Ambiente**

### **"Porque la Calidad es nuestro compromiso"**

La integración de nuestros valores en la gestión de la HOSTERÍA ECOLÓGICA PLAYA BAMBU, se hace efectiva diariamente mediante el compromiso activo y dinámico de la Alta Dirección de la empresa incluyendo el de todo su personal. Este compromiso conlleva a toda la empresa a emprender un proceso inalterable de mejora continua y además de prevención de la contaminación en todas las acciones y servicios prestados. Es por esto, que PLAYA BAMBU manifiesta oficialmente la siguiente Política de Calidad y Medio Ambiente, la cual se propaga continuamente y a su vez es conocida por todo el personal, clientes, proveedores y colaboradores.

- Brindar a los clientes las más altas prestaciones posibles en cuanto al servicio y el producto; respetando y conservando el Medio Ambiente en la medida de las posibilidades, haciendo que éstos disfruten de las instalaciones, para lo cual el compromiso es de revisarlas, renovarlas y mantenerlas dentro de las condiciones de Tradición y Buen Gusto.
- Combinar el alojamiento y la restauración, innovar e incrementar los servicios con los futuros clientes para conseguir la más alta satisfacción, ofreciendo mejoras en los espacios de regocijo del cliente.
- Innovar además en las formas de presentación de la imagen en el mercado y de su comercialización, para lo que se tendrán en cuenta las nuevas tecnologías y también los novedosos sistemas de reciclaje de materias primas y de ahorro energético.
- Disponer de un equipo de expertos que tengan las competencias necesarias para cumplir con la Misión y Visión. Los Valores de la hostería ecológica están infundidos en el personal así como en los proveedores y se manifiestan a los clientes mediante del servicio.
- Involucrar a los proveedores en el proyecto de mejora continua y de respeto del Medio Ambiente, que el hostel está desarrollando, exigiéndoles e implicándoles a través de una alta calidad en su producto y en su servicio.

HOSTERÍA ECOLÓGICA PLAYA BAMBU tiene el compromiso de cumplir con los requisitos legales aplicables y a su vez con otros requisitos que la

organización suscriba relacionados con sus aspectos ambientales. La política tiene el objetivo de asegurar una gestión de calidad y ambiental eficaz, por lo que PLAYA BAMBU considera de extremo cumplimiento los siguientes conceptos:

**ASPECTO AMBIENTAL:** Disminución de los impactos ambientales que son consecuencia del consumo de energía, también el consumo de papel y de cartón de la misma manera que la generación de residuos etc.

**REGLAMENTACIÓN:** Compromiso de acatamiento de los requerimientos ambientales legales adaptables así como de otros que sistematicen nuestra actividad.

**MEJORA CONTINUA:** Mediante la implantación de los objetivos de calidad y medio ambiente, auditorías y además de las revisiones por la Dirección del Sistema de Gestión con el fin de implementar mejoras continuamente.

**PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN:** Compromiso establecido para conseguir un desarrollo más sostenible, a través de la minimización de generación de emisiones y derrames de residuos, así como del uso de recursos naturales y además la afección del suelo.

**FORMACIÓN, INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN:** Del personal sobre los aspectos de la calidad y del medio ambientales ligados a nuestra actividad, motivándoles para que su comportamiento en los puestos de trabajo refleje la concienciación con los sistemas de calidad y ambiental implantados.

Los objetivos principales del HOSTAL ECOLOGICO PLAYA BAMBU son los siguientes:

- Servicios de alojamiento de alta calidad.
- Cumplimiento juicioso de los principios y los estatutos en todas las actividades de alojamiento.
- La complacencia total de las necesidades expresas o implícitas de los clientes potenciales.
- La mejora continua de la calidad de las comidas y bebidas del hotel así como de sus actividades.

Para lograr lo mencionado anteriormente, la administración de la HOSTERÍA ECOLÓGICA PLAYA BAMBU aplicará varios procesos para identificar las necesidades de los futuros huéspedes así como también los requisitos reglamentarios relativos; lo cual logrará establecer metas objetivas

capaces de medirse y realizar las acciones necesarias para alcanzar las mismas. INESBA S.A, la empresa propietaria de la HOSTERÍA ECOLÓGICA PLAYA BAMBU, garantizará el suministro de todos los recursos necesarios para lograr sus metas. De igual manera el mejoramiento continuo del Sistema de Control de Calidad a través del desarrollo de actividades que apoyan un proceso objetivo de seguimiento del logro de metas y la eliminación de cualquier motivo pueda impedir este propósito. (GALLEGO, 2002)

### **6.8 Proceso de Control de Calidad**

Entre las tareas operativas está la ejecución de un seguimiento y control de calidad sistematizado de los servicios ofertados a los efectos de instaurar las nuevas necesidades de consumo, las debilidades a que se expone el hostel ecológico, conformidad o disconformidad con los servicios prestados, tendiente a corregir errores, aprovechar oportunidades y para flexibilizar las acciones operativas comerciales. Es esencial que cada individuo que ocupe una determinada área, persiga siempre sus metas sin descuidarse y que sus diligencias no se pospongan o se minimicen las confrontaciones. De este modo se logrará consolidar la organización. El proceso de control de calidad de los servicios que se ofertan debe ser supervisado e inspeccionado, es por esto, que se utilizará el sistema de buzón de sugerencias al ingreso de la recepción del hostel ecológico, y cuyos datos se agruparán en forma sistematizada a través de un programa de computación. De esta manera se obtendrán informaciones que determinarán los pasos a seguir para lograr la conformidad de los clientes con los servicios brindados.

### **Análisis de resultados**

- Se evaluará la eficiencia del trabajo cumplido y a su vez permite tomar las medidas correctivas que precise.
- Para esto, se debe contar con todos los datos objetivos; los cuales se consiguen con un análisis de costes que mostrará la contabilidad y también otras informaciones que se hallan en los registros históricos y posteriormente las quejas de los huéspedes.
- Todo ello permitirá tener unas conclusiones que establecerán las medidas respectivas a adoptar para corregir el alcance de la gestión del mantenimiento.

## 7 PLAN DE DESARROLLO

Cuadro No. 18 Elaborado por autoras

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>ACTIVIDADES</b>												
Compra del terreno	■											
Elaboración de Planos			■									
Permisos de Construcción			■									
Elaboración de Maqueta				■								
Preparación del Terreno				■								
Compra de materiales de construcción				■								
Compra de muebles y equipos de oficina				■	■							
Costrucción Hostal				■	■	■	■	■				
Adecuación Hostal									■	■		
Costrucción Cabañas						■	■	■	■			
Adecuación Cabañas									■	■		
Construcción Restaurante					■	■	■	■				
Adecuación Restaurante									■	■		
Instalación y adecuación Piscina									■	■		
Construcción y adecuación Caballerizas									■	■		
Creación y adecuación Huerto						■	■	■				
Construcción y adecuación Tienda Souvenirs						■	■	■				
Costrucción y adecuación Laguna									■	■		
Construcción Parqueo									■	■		
Instalación Eléctrica											■	■
Instalación Sanitaria											■	■
Sistema de Bombeo											■	■
Capacitación de empleados										■	■	■
Busca y contratación de proveedores												■
Publicidad y promoción									■	■	■	■

## 8 PLAN FINANCIERO

### 8.1 Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión

El presente proyecto requiere una inversión total de: \$393.689, desglosados de la siguiente forma: Inversión fija bordea la cantidad de \$375.056, y el capital de operación con \$18.633; tal como se visualiza en el cuadro No. 21.

La empresa contará con recursos propios que representan el 38,10% del total de la inversión y el saldo con un financiamiento bancario. La empresa realizará las inversiones en los dos primeros años: Cero y uno, en el que se invertirá en la adquisición de Terrenos, Obras Civiles, Equipos y Accesorios; y Otros Activos.

**CUADRO No. 21  
RESUMEN DE INVERSIONES**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR (en US \$)</b>	<b>PARTICIPACION (%)</b>
I.- INVERSION FIJA (Anexo A)	375.056	95,27
II.- CAPITAL DE OPERACION (Anexo B)	18.633	4,73
<b>TOTAL</b>	<b>393.689</b>	<b>100,00</b>
III.- FINANCIAMIENTO		
RECURSOS PROPIOS	150.000	38,10
PRESTAMOS	243.689	61,90
<b>TOTAL</b>	<b>393.689</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: ANEXOS A, B

ELABORACIÓN: Autoras

## **8.2 Fuentes de financiamiento**

En cuanto al financiamiento dividido en requerimiento del capital (patrimonio), este estará compuesto por 5 accionistas, por un monto de \$ 30.000, cada uno, lo cual da un total de capital social por \$ 150.000. La diferencia será financiado con un préstamo de \$ 243.689, con una tasa de interés del 13.5%, a 7 años plazo.

## **8.3 Estados Financieros proyectados**

### **8.3.1 Estado de Resultados**

En el Estado de Resultados se puede apreciar las utilidades que arrojan el presente proyecto durante su vida útil. Es así como el primer año la utilidad bruta alcanza los \$ 227.063, mientras que después de los gastos administrativos y mercadeo se obtendrá una utilidad operacional de \$149.019. Luego de los gastos financieros, se obtendrá una utilidad antes de impuestos de \$ 116.864; una vez repartidos lo que por ley les pertenece a los trabajadores, se obtiene una utilidad neta de \$ 75.501, monto que se irá incrementando en los años siguientes hasta alcanzar en el quinto año la suma de \$ 145.531. (Ver cuadro No. 22)

**CUADRO No. 22**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**(Valor en US \$)**

<b>RUBRO/AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
INGRESOS POR SERVICIOS	425.809	489.680	538.648	592.513	622.139	653.246	685.908	720.204	756.214	794.024
COSTOS DE OPERACIÓN	198.746	208.545	218.301	251.046	271.130	292.820	316.246	341.546	368.869	398.379
MARGEN BRUTO	227.063	281.136	320.347	341.467	351.009	360.426	369.662	378.658	387.344	395.646
GASTOS ADMINT.Y.VTAS	78.043	84.287	91.030	98.312	106.177	114.671	123.845	133.752	144.452	156.009
UTILIDAD OPERACIONAL	149.019	196.849	229.318	243.155	244.832	245.755	245.818	244.906	242.892	239.637
GASTOS FINANCIEROS	32.156	28.982	25.365	21.244	16.548	11.196	5.097	0	0	0
UTILIDAD LIQUIDA	116.864	167.867	203.953	221.911	228.285	234.559	240.721	244.906	242.892	239.637
UTILIDAD 15% TRABAJ.	17.530	25.180	30.593	33.287	34.243	35.184	36.108	36.736	36.434	35.946
UTILIDAD ANTES IMP.	99.334	142.687	173.360	188.624	194.042	199.375	204.612	208.170	206.458	203.691
IMP. A LA RENTA 25%	24.834	35.672	43.340	47.156	48.510	49.844	51.153	52.042	51.615	50.923
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>74.501</b>	<b>107.015</b>	<b>130.020</b>	<b>141.468</b>	<b>145.531</b>	<b>149.531</b>	<b>153.459</b>	<b>156.127</b>	<b>154.844</b>	<b>152.769</b>

**RENTABILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A**

**LA RENTA:**

<b>SOBRE LA INVERSION</b>	<b>25,23</b>	<b>36,24</b>	<b>44,03</b>	<b>47,91</b>
<b>TOTAL (%) SOBRE LAS VENTAS (%) SOBRE EL CAPITAL SOCIAL (%)</b>	<b>23,33</b>	<b>29,14</b>	<b>32,18</b>	<b>31,83</b>
	<b>66,22</b>	<b>95,12</b>	<b>115,57</b>	<b>125,75</b>

**FUENTE: ANEXOS B, C, D, E Y F**

**ELABORACIÓN: Autoras**

**CUADRO No. 23**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS MENSUALIZADO**  
**(Valor en US \$)**

RUBRO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>INGRESOS POR SERVICIOS</b>													
HABITACIONES SIMPLES	3.775	4.153	3.398	3.398	2.643	1.888	1.888	2.265	2.643	3.398	3.775	4.530	37.752
HABITACIONES DOBLES	23.697	21.722	17.772	17.772	13.823	9.874	9.874	11.848	13.823	17.772	19.747	19.747	197.472
HABITACIONES TRIPLES	12.197	10.164	9.148	7.115	6.098	6.098	5.082	6.098	8.131	9.148	10.164	12.197	101.640
SERVICIO DE RESTAURANT	8.895	8.005	8.005	7.116	6.226	7.116	6.226	6.226	7.116	7.116	8.005	8.895	88.945
<b>SUMAN</b>	<b>48.563</b>	<b>44.044</b>	<b>38.323</b>	<b>35.401</b>	<b>28.790</b>	<b>24.975</b>	<b>23.069</b>	<b>26.438</b>	<b>31.712</b>	<b>37.433</b>	<b>41.691</b>	<b>45.369</b>	<b>425.809</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>													
MATERIA PRIMA DIRECTA	6.867	6.867	6.867	6.104	5.341	5.341	5.341	6.104	6.867	6.867	6.867	6.867	76.295
MANO DE OBRA DIRECTA	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	4.486	53.829
CARGA OPERACIONAL	6.862	6.176	5.490	5.490	4.804	4.804	4.804	5.490	5.490	6.176	6.176	6.862	68.622
<b>SUMAN</b>	<b>18.215</b>	<b>17.528</b>	<b>16.842</b>	<b>16.079</b>	<b>14.630</b>	<b>14.630</b>	<b>14.630</b>	<b>16.079</b>	<b>16.842</b>	<b>17.528</b>	<b>17.528</b>	<b>18.215</b>	<b>198.746</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>30.349</b>	<b>26.515</b>	<b>21.481</b>	<b>19.321</b>	<b>14.160</b>	<b>10.345</b>	<b>8.439</b>	<b>10.359</b>	<b>14.870</b>	<b>19.905</b>	<b>24.163</b>	<b>27.154</b>	
<b>GASTOS ADMINSITRATIVOS</b>													
PERSONAL ADMINISTRATIVO	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	2.799	33.585
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278	3.340
GASTOS DE OFICINA	293	293	293	293	293	293	293	293	293	293	293	293	3.519
IMPREVISTOS	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	1.213
<b>SUMAN</b>	<b>3.471</b>	<b>41.658</b>											
<b>GASTOS DE VENTAS</b>													
PERSONAL	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	18.068

GASTOS DE PUBLICIDAD	1.430	1.300	1.170	1.040	910	910	780	910	910	1.170	1.170	1.300	13.000
GASTOS DE COMERCIALIZACION (TARJETAS)	355	355	355	355	355	355	355	355	355	355	355	355	4.258
IMPREVISTOS	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	1.060
<b>SUMAN</b>	<b>3.379</b>	<b>3.249</b>	<b>3.119</b>	<b>2.989</b>	<b>2.859</b>	<b>2.859</b>	<b>2.729</b>	<b>2.859</b>	<b>2.859</b>	<b>3.119</b>	<b>3.119</b>	<b>3.249</b>	<b>36.386</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>23.498</b>	<b>19.795</b>	<b>14.890</b>	<b>12.861</b>	<b>7.830</b>	<b>4.015</b>	<b>2.239</b>	<b>4.029</b>	<b>8.540</b>	<b>13.315</b>	<b>17.573</b>	<b>20.434</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>2.680</b>	<b>32.156</b>
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>20.819</b>	<b>17.115</b>	<b>12.211</b>	<b>10.182</b>	<b>5.150</b>	<b>1.335</b>	<b>-441</b>	<b>1.349</b>	<b>5.860</b>	<b>10.635</b>	<b>14.893</b>	<b>17.754</b>	<b>116.864</b>
<b>UTILIDAD 15% TRABAJ.</b>													<b>17.530</b>
<b>UTILIDAD ANTES IMP.</b>													<b>99.334</b>
<b>IMP. A LA RENTA 25%</b>													<b>24.834</b>
<b>UTILIDAD O PERDIDA</b>													<b>74.501</b>

FUENTE: ANEXOS B, C, D,  
E Y F

ELABORACIÓN: Autoras

### 8.3.2 Balance

El balance general es una tabulación en términos monetarios de los recursos de una entidad determinada, a una fecha determinada, asociada por la tabulación de los orígenes de estos recursos. El punto para enlazar el balance general al flujo de fondos, era para señalar que un balance general cuadra como el resultado natural de la contabilización de los dos aspectos de un flujo de fondos de una empresa, principalmente, de dónde provinieron y a dónde se fueron.

Un balance general, a menudo se define simplemente como el estado de los activos de un negocio a sus reclamaciones contra ellos, incluyendo las reclamaciones de sus propietarios. Tal definición, usualmente está acompañada de las definiciones de activos, pasivos y capital. Es una práctica común, ilustrar la naturaleza de un balance general, por medio del uso de una ecuación, tal como  $ACTIVOS = PASIVOS + CAPITAL$  o,  $ACTIVOS - PASIVOS = CAPITAL$  CONTABLE.

El balance general inicial se presenta en el cuadro No. 3; donde se reflejan las cifras correspondientes a activo corriente, con un valor total de \$ 18.633 para el periodo pre-operacional del Hostal Playa Bambú. Entre los rubros que conforman el activo fijo están: Terrenos por \$60.000; Construcciones por \$164.660; Equipos e Instalaciones por la cantidad de \$40.076; Muebles de equipos de oficina por la cantidad \$12.400; Vehículo por la suma de \$14.000; Otros Activos por la suma de \$72.996; Imprevistos por \$10.924; lo que da un total de \$ 375.056 excluidas las depreciaciones por cada rubro. La suma de activo corriente y activo fijo de un gran total de \$393.689 para el rubro Activos.

El pasivo corriente del proyecto Hostal Playa Bambú tiene un valor total de \$10.993, para el primer año de puesta en marcha del negocio. El exigible a largo plazo tendrá un monto de \$232.690; rubros que totalizan un pasivo total de \$243.689. El patrimonio bordea la cantidad de \$150.000. La suma de pasivo más patrimonio totaliza la cantidad de \$393.689, tal como se demuestra en el cuadro No. 24

**CUADRO No. 24**  
**BALANCE GENERAL**  
**Al 31 de Diciembre del 2013**  
(Valores en dólares)

CONCEPTOS	PERIODO PRE - OP
<b>ACTIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	18.633
Caja y Banco	0
Cuentas por cobrar	0
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>18.633</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	
Terreno	60.000
Construcciones	164.660
Equipos e instalaciones	40.076
Muebles y Equipos de Oficina	12.400
Vehículos	14.000
Otros activos	72.996
Imprevistos	10.924
Menos depreciación	18.381
<b>Total activo fijo neto</b>	<b>375.056</b>
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>393.689</b>
<b>PASIVO Y CAPITAL</b>	
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Porción corriente del préstamo	10.999
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	
EXIGIBLE A LARGO PLAZO	232.690
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>243.689</b>
PATRIMONIO	150.000
<b>TOTAL PASIVO PATRIMONIO</b>	<b>393.689</b>

### **8.3.2 Flujo de Caja**

Con el fin de establecer la liquidez y riesgo que puede tener la empresa en marcha, de no cumplir con sus obligaciones financieras se elaboró el flujo de caja (Ver cuadro No. 25) que generaría a la empresa durante la vida útil, pudiendo observarse que a partir del segundo año los saldos son positivos. Para el primer año se tiene una utilidad bruta en producción de \$281.136; menos los gastos de administración y ventas representan la cantidad de \$84.287 y depreciación por \$18.381; da una utilidad neta en operación de \$178.468; para este año se toma en consideración el rubro de gastos financieros, por la cantidad de \$28.982; luego del pago de impuestos y repartición de utilidades a empleados, se logra un flujo neto para el segundo año la cantidad de \$113.678 hasta llegar al décimo año un flujo neto por alrededor de \$159.432.

Esta situación permite expresar que la empresa no tendrá problemas de liquidez para hacer frente a su compromiso con terceras personas, la solvencia de la empresa proyectada permitirá desde el primer año distribuir dividendos de utilidades a los socios o accionistas.

**CUADRO No. 25**  
**FLUJO DE CAJA**  
**(DÓLARES)**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS POR VENTAS		425.809	489.680	538.648	592.513	622.139	653.246	685.908	720.204	756.214	794.024
COSTO DE OPERACIÓN		198.746	208.545	218.301	251.046	271.130	292.820	316.246	341.546	368.869	398.379
UTILIDAD BRUTA EN PRODUCCIÓN		227.063	281.136	320.347	341.467	351.009	360.426	369.662	378.658	387.344	395.646
GASTOS DE ADMINIST. Y VENTAS		78.043	84.287	91.030	98.312	106.177	114.671	123.845	133.752	144.452	156.009
DEPRECIACIÓN		18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381
UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN		130.639	178.468	210.937	224.775	226.452	227.374	227.437	226.525	224.511	221.256
GASTOS FINANCIEROS (Interés)		32.156	28.982	25.365	21.244	16.548	11.196	5.097	-	-	-
U.N. ANTES DE IMPTOS Y PART.		98.483	149.486	185.572	203.530	209.904	216.178	222.340	226.525	224.511	221.256
15% UTILIDAD EMPLEADOS		14.772	22.423	27.836	30.530	31.486	32.427	33.351	33.979	33.677	33.188
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		83.711	127.064	157.736	173.001	178.418	183.751	188.989	192.546	190.835	188.068
25 % IMPUESTO A LA RENTA		20.928	31.766	39.434	43.250	44.605	45.938	47.247	48.137	47.709	47.017
UTILIDAD O PÉRDIDA NETA		62.783	95.298	118.302	129.751	133.814	137.814	141.742	144.410	143.126	141.051
DEPRECIACIÓN		18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381	18.381
<b>FLUJO NETO EFECTIVO</b>	<b>393.689</b>	<b>81.164</b>	<b>113.678</b>	<b>136.683</b>	<b>148.131</b>	<b>152.194</b>	<b>156.194</b>	<b>160.122</b>	<b>162.790</b>	<b>161.507</b>	<b>159.432</b>

**INFLACION ANUAL ACTUAL**

**4,40%**

**TIR**

**30%**

**TASA DE DESCUENTO**

**16,40%**

**VAN**

**241.028**

\*La inflación anual acumulada, es tomada de información del INEC del año 2010

ELABORACION: AUTORAS

**CUADRO No. 26**  
**FLUJO DE CAJA MENSUALIZADO**  
**(Valor en US \$)**

RUBRO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
<b>INGRESOS</b>												
<b>INGRESOS POR SERVICIOS</b>	48.563	44.044	38.323	35.401	28.790	24.975	23.069	26.438	31.712	37.433	41.691	45.369
<b>GASTOS</b>												
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	18.215	17.528	16.842	16.079	14.630	14.630	14.630	16.079	16.842	17.528	17.528	18.215
<b>UTILIDAD BRUTA EN PRODUCCION</b>	30.349	26.515	21.481	19.321	14.160	10.345	8.439	10.359	14.870	19.905	24.163	27.154
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	3.379	3.249	3.119	2.989	2.859	2.859	2.729	2.859	2.859	3.119	3.119	3.249
<b>DEPRECIACIÓN</b>	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278
<b>UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN</b>	23.777	20.073	15.169	13.139	8.108	4.293	2.517	4.307	8.818	13.593	17.851	20.712
<b>GASTOS FINANCIEROS (Interés)</b>	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680
<b>U.N. ANTES DE IMPTOS Y PART.</b>	21.097	17.394	12.489	10.460	5.429	1.614	-162	1.627	6.139	10.913	15.172	18.033
<b>15% UTILIDAD EMPLEADOS</b>	3.165	2.609	1.873	1.569	814	242	-24	244	921	1.637	2.276	2.705
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTOS</b>	17.932	14.785	10.616	8.891	4.614	1.372	-138	1.383	5.218	9.276	12.896	15.328
<b>25 % IMPUESTO A LA RENTA</b>	4.483	3.696	2.654	2.223	1.154	343	-34	346	1.305	2.319	3.224	3.832
<b>UTILIDAD O PÉRDIDA NETA</b>	<b>13.449</b>	<b>11.089</b>	<b>7.962</b>	<b>6.668</b>	<b>3.461</b>	<b>1.029</b>	<b>-103</b>	<b>1.037</b>	<b>3.914</b>	<b>6.957</b>	<b>9.672</b>	<b>11.496</b>
<b>DEPRECIACION</b>	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>13.728</b>	<b>11.367</b>	<b>8.240</b>	<b>6.946</b>	<b>3.739</b>	<b>1.307</b>	<b>175</b>	<b>1.316</b>	<b>4.192</b>	<b>7.236</b>	<b>9.950</b>	<b>11.774</b>

## **8.4 Cálculo de punto de equilibrio, VAN, IR, PayBack, TIR**

### **Punto de equilibrio**

Un análisis de punto de equilibrio le indica la cantidad de ingresos que necesitará para cubrir sus gastos antes de que pueda lograr una ganancia. Para llevarlo a cabo, necesita saber cuáles son sus costos y sus ingresos por ventas. En el anexo J se efectúa el cálculo del punto de equilibrio económico del proyecto Hostal Playa Bambú, donde se toma en cuenta los rubros de: Ventas por \$425.809, menos los costos de variables que suman la cantidad de \$125.343, los costos fijos bordean la cantidad de \$141.446, da un punto de equilibrio porcentual para el primer año del 50,40%.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

El buscar una base para juzgar alternativas de inversión, es deseable utilizar que el dinero tiene valor en el tiempo. Con frecuencia las cantidades equivalentes calculadas a valor actual son las cantidades en las cuales se basa la comparación. La cantidad en valor presente de una alternativa de inversión representa el valor presente equivalente de sus ingresos, menos el valor de la inversión equivalente de sus gastos. En el caso del proyecto turístico, el VAN del flujo de caja con una tasa de descuento aleatoria del 16,4%, da \$ 241.028 como saldo positivo.

### **Payback**

El período de recuperación o payback, mide el número de años requeridos para recuperar los desembolsos ó capital invertido en el proyecto, así se tiene que por la inversión de \$393.689 que se realiza durante los diez años del proyecto es recuperado en el sexto año a un 200,17%. (Ver anexo K)

## Tasa Interna de Retorno (TIR)

Uno de los ratios de mayor importancia para la evaluación financiera de un proyecto, es la tasa interna de retorno, a la que hay que confrontarla con la tasa de mercado que se mueve en los comercios financieros ecuatorianos. De ahí se tiene que el TIR del proyecto se ha calculado en el 30%, razón satisfactoria, si se toma en consideración que la tasa de mercado (TMAR); que suma la inflación, la cual según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para el año 2010, promedió el 4,4% y la tasa activa corporativa de crédito del banco prestamista promedia el 13,5%, esto daría un total del 17,9%. No queda la menor duda que sería rentable ubicar nuestras inversiones dentro del proyecto de implementación de la empresa, ya que entre el TIR del proyecto y la tasa de mercado es 1,6 veces superior, por lo que se acepta de manera procedente las inversiones en la instalación, tal como queda demostrado en el cuadro No. 23.

## 8.5 Ratios Financieros

### Liquidez

Esta prueba, aplicada a un instante del tiempo, evalúa a la empresa desde el punto de vista del pago inmediato de sus acreencias corrientes, en caso excepcional.

$$\begin{array}{r} \text{Activo Corriente} \\ \text{Liquidez general} = \frac{\text{-----}}{\text{Pasivo Corriente}} \\ \\ 18.633 \\ \text{Liquidez general} = \frac{\text{-----}}{10.999} = 1.69 \end{array}$$

### Razón de endeudamiento

El apalancamiento del proyecto (deuda total sobre patrimonio) es de aproximadamente 1, esto indica que el capital social y el financiado van por partes iguales con iguales riesgos. En caso de tener un capital social mas alto las ganancias serán mayores si la economía marcha bien, pero los riesgos así mismos son absorbidos mayormente por los accionistas. La razón de endeudamiento es un poco alta:

$$\begin{array}{r} \text{Pasivo Total} \\ \text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \\ \\ \text{Razón de endeudamiento} = \frac{243.689}{393.689} = 0.62 \end{array}$$

**Rotación.**

La razón de ventas o activo fijo mide la rotación del activo fijo.

$$\text{Rotación del activo total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Act. totales}} = \frac{425.809}{393.689} = 1,08$$

Promedio de la industria = 5 veces

## 9 ANALISIS DE RIESGO

Una forma de fortalecer el equilibrio de un proyecto de inversión durante su vida útil, es comprobar su sensibilidad, con variables tanto positivas como negativas, al tiempo de efectuar sus costos, principalmente tomando en cuenta los altos índices de riesgo-país de los que padece el país, debido al desequilibrio gubernamental, cambios reiterados de presidentes de Estado y un insuficiente proteccionismo de las entidades privadas que congregan a los fragmentos institucionales.

Se hallan tres variables de cambio para precisar y salvaguardar al proyecto de estos incidentes micro y macroeconómicas, la primera es el precio del servicio ya ofrecido a la población, el segundo es el costo de los materiales e insumos que se utilizarían para el servicio hotelero y por último la variación entre el precio y costo de insumos. Para esto se han establecido márgenes de +10%, -10% del precio – costo; con las que se pueden observar a corto y mediano plazo como puede sostenerse el proyecto si es que existieran posteriores cambios a nivel país. De ahí se tiene que la tasa interna de retorno y la tasa externa de mercado, promedian, el primero valores entre el 24,63% y el 42%, mientras que el TER tienen ratios que promedian el 8,49% y el 9,08% respectivamente.

Sin embargo el valor económico que da la aceptabilidad a todos estos porcentajes o variables de cambio es el valor actual neto, que para el escenario del +10% en el precio del servicio registra la cantidad de \$579.180, mientras que para el escenario pesimista del -10% del precio y costo del servicio, da un saldo positivo con \$171.623,40, datos que se pueden observar en el anexo L.

**CUADRO 29**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO**

<b>Variables de Cambio</b>	<b>TIR (%)</b>	<b>TER (%)</b>	<b>VAN (USD)</b>	<b>Disposición analítica del proyecto</b>
0%	34,12	8,84	390.500,11	Aceptar
+10% PRECIO	42,00	9,08	579.180,00	Aceptar
-10% PRECIO	26,01	8,57	201.820,00	Aceptar
+10% COSTO	33,00	8,77	360.300,00	Aceptar
-10% COSTO	35,00	8,92	420.699,00	Aceptar
-10% PRECIO Y +10% COSTO	24,63	8,49	171.623,40	Aceptar

Elaborado por: Autoras

## **10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

El turismo es un producto que nunca se acaba y si se lo compara con el petróleo, productos agrícolas, minerales, etc., éstos tienen a extinguirse o sufrir daños que afectan directamente a la economía en forma considerable. A más de ser generador de divisas, el turismo también genera fuentes de trabajo. El turismo abrió nuevas posibilidades de trabajo a la que la población se integró sin capacitación. Existe escasa disponibilidad de personal calificado en todos los niveles, pero gracias a la empresa privada y pública, a través del SECAP, se está preparando en mejor forma y con los conocimientos máximos para el desarrollo del turismo. Así también en forma la conciencia turística la cual sirve para asegurar el éxito de cualquier programa de desarrollo turístico.

En el país, el turismo no ha llegado a todas las regiones, existen lugares que poseen una belleza incomparable, que por falta de una infraestructura adecuada no puede convertirse en un centro turístico más. El país cuenta con variados recursos, tanto de carácter natural como de orden cultural, histórico y monumental, pero no se ha logrado conseguir en el exterior una adecuada difusión y promoción de programas de atracción turística hacia nuestro país, y por lo tanto no se ha logrado formar una verdadera imagen turística en los principales mercados emisores de flujo turístico los cuales se encuentran en 2 ó 3 sitios que forman parte de principales paquetes turísticos que se venden.

Recientemente el Gobierno Nacional ha tomado cartas en el asunto y se ha hecho convenios con los Estados Unidos y varias líneas aéreas quienes se encargarán de promocionar al país a nivel internacional. Por esta razón y analizando primordialmente este trabajo se puede decir que habiendo hecho un estudio de mercado conveniente, en donde se pueden describir a cabalidad, las características del mercado, su situación actual, su demanda, su situación futura, etc.; se ha llegado a establecer y creer en una conveniente y favorable acogida a este proyecto.

En lo que tiene que ver a su inversión inicial del proyecto Hostal Playa Bambú es de \$393.559 con un capital propio de \$150.000 y un financiamiento con terceros por \$243.559; el trabajo está proyectado a 10 años. Se considera que la

empresa estará en condiciones de financiarse a través de préstamos a la C.F.N., el Banco del Estado u otro organismo que quisiera invertir en este proyecto, ya que su proyección es rentable, según los estudios realizados.

### **Recomendaciones**

Las recomendaciones que sugeriría son las siguientes:

- Considerar al turismo como una actividad motriz e integrarlo con el resto de las actividades, pues su promoción genera beneficios, costos y riesgos que es necesario tener en cuenta con el fin de optimizar en la economía del país.
- Hacer que los planes elaborados se sujeten a la realidad y sean a cabo en su totalidad.
- Realizar campañas de promoción turística en el exterior por parte del sector público (Ministerio de Turismo, Embajadas, etc.) y de la iniciativa privada (Agencia de Viajes, hotelorías, paradores turísticos, etc.)
- Realizar los estudios de factibilidad necesarios para llevar a cabo inversiones en la planta turística del país.
- Formar conciencia turística a través de los programas de capacitación turística.
- Hacer realidad el Bono Vacacional, lo cual permitirá que el turismo interno se lleve a efecto en forma total.

La rentabilidad contable o simple del proyecto determina que en el segundo año de operación se alcanzaría una rentabilidad sobre el patrimonio de 95,12 aumentando en los años siguientes para llegar al 125,75 en el cuarto año según se puede observar en el cuadro No. 20. Calculando la Tasa Interna de Retorno (TIR) para la vida útil del proyecto, para el presente estudio, indica un TIR del 30% que resulta ser mayor al costo de productividad del capital invertido, en el sistema financiero ecuatoriano, el cual está bordeando un nivel intercambiario del 13,5%; Por tanto se recomienda que se invierta en este proyecto, ya que se ha establecido técnica y financieramente que el estudio es viable en todas sus partes.

# Anexos



8. Ha visitado usted algún establecimiento de hospedaje ecológico?

SI

NO

9. Conoce usted el servicio hotelero que ofrece General Villamil Playas?

SI

NO

10. Para usted cuan interesante seria la creación de una Hostería Ecológica en Villamil Playas?  
(En una escala donde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”)

**6 5 4 3 2 1**

**¿POR QUE?** \_\_\_\_\_

11. Cuál de los siguientes aspectos le atraería de una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Porque es algo nuevo
- b) Porque está de moda
- c) Porque ayuda a la conservación del medio ambiente
- d) Porque le gusta esta tipo de establecimientos
- e) Otros (especifique)

12. Cuál es la posibilidad de que visitara usted una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja
- d) Ninguna



8. Ha visitado usted algún establecimiento de hospedaje ecológico?

SI

NO

9. Conoce usted el servicio hotelero que ofrece General Villamil Playas?

SI

NO

10. Para usted cuan interesante seria la creación de una Hostería Ecológica en Villamil Playas?  
(En una escala donde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”)

**6 5 4 3 2 1**

**¿POR QUE?** \_\_\_\_\_

11.Cuál de los siguientes aspectos le atraería de una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Porque es algo nuevo
- b) Porque está de moda
- c) Porque ayuda a la conservación del medio ambiente
- d) Porque le gusta esta tipo de establecimientos
- e) Otros (especifique)

12.Cuál es la posibilidad de que visitara usted una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja
- d) Ninguna



8. Ha visitado usted algún establecimiento de hospedaje ecológico?

SI

NO

9. Conoce usted el servicio hotelero que ofrece General Villamil Playas?

SI

NO

10. Para usted cuan interesante seria la creación de una Hostería Ecológica en Villamil Playas?  
(En una escala donde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”)

**6 5 4 3 2 1**

**¿POR QUE?** \_\_\_\_\_

11. Cuál de los siguientes aspectos le atraería de una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Porque es algo nuevo
- b) Porque está de moda
- c) Porque ayuda a la conservación del medio ambiente
- d) Porque le gusta esta tipo de establecimientos
- e) Otros (especifique)

12. Cuál es la posibilidad de que visitara usted una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja
- d) Ninguna



8. Ha visitado usted algún establecimiento de hospedaje ecológico?

SI

NO

9. Conoce usted el servicio hotelero que ofrece General Villamil Playas?

SI

NO

10. Para usted cuan interesante seria la creación de una Hostería Ecológica en Villamil Playas?  
(En una escala donde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”)

**6 5 4 3 2 1**

**¿POR QUE?** \_\_\_\_\_

11. Cuál de los siguientes aspectos le atraería de una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Porque es algo nuevo
- b) Porque está de moda
- c) Porque ayuda a la conservación del medio ambiente
- d) Porque le gusta esta tipo de establecimientos
- e) Otros (especifique)

12. Cuál es la posibilidad de que visitara usted una Hostería Ecológica en General Villamil Playas?

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja
- d) Ninguna

# María Gabriela Escobar Barrera

Dirección: Ceibos avenida principal # 115 y calle novena  
Teléfono domicilio: 04-2003183  
Celular: 093483115  
e-mail: gabyesco@hotmail.com o magabyec@yahoo.com

---



## IDENTIFICACIÓN PERSONAL

**LUGAR DE NACIMIENTO:** Guayaquil – Ecuador  
**FECHA DE NACIMIENTO:** 02 de Enero de 1988  
**EDAD:** 23 años  
**CEDULA DE CIUDADANIA:** 0926352543  
**ESTADO CIVIL:** Soltera

## FORMACIÓN ACADEMICA:

**SUPERIOR:** Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
Egresada Carrera “Ingeniería en  
Administración de Empresas Turísticas y  
Hoteleras”

**SECUNDARIA:** Unidad Educativa Experimental Bilingüe  
Santo Domingo de Guzmán

**TITULO OBTENIDO:** Bachiller en Químico Biólogo.

**PRIMARIA:** Unidad Educativa Experimental Bilingüe  
Santo Domingo de Guzmán

**CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO:**

- Curso de modelaje "CN Modelos" 2.004
- Curso de inglés "KOE" nivel intermedio 2.006 – 2.007.
- Curso de mandarín "Edificio Las Cámaras" nivel principiante 2.007
- Ciclo de conferencia y feria de soluciones empresariales "El Equipo Humano Dentro De La Organización" abril - 2.006
- Seminario "Marketing Político, Deportivo y Liderazgo Empresarial" agosto - 2.008 dictado por María Gloria Alarcón y Eduardo Maruri.

**IDIOMAS**

- Español
- Inglés (Nivel Intermedio)
- Mandarín (nivel principiantes)

## **EXPERIENCIA LABORAL:**

**Servimax Servicios Múltiples S.A.:** Marzo/2.009 a la actualidad

- Asistente Contable, facturación, cobros.

## **REFERENCIAS PERSONALES**

Sra. Johanna Tello Arévalo

**Produbanco**

**Teléfono:** 04-3702900 Ext. 1007 / 097272406

Q.F. María Soledad Macías Urdiales

**Química Farmacéutica – Laboratorio LABCLIN**

**Teléfono:** 089651797

Ing. Andrés Cruz Jacho

**Correos del Ecuador**

**Teléfono:** 093580323

***Gabriela Geraldine Fajardo Troya***

Cdla. Samanes 6 Mz. 958 V. 5

E-mail: [gaboo\\_fajardo@hotmail.com](mailto:gaboo_fajardo@hotmail.com)

Teléfonos: 042-217377 094846358

Edad: 22 años

C. Identidad: 092569941-5

Guayaquil - Ecuador



---

**ESTUDIOS REALIZADOS:**

**Superior:** Universidad Católica de Santiago de Guayaquil “Facultad de Especialidades Empresariales” Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

(Egresada)

**Título a obtener:** Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**Colegio:** Unidad Educativa De “La Providencia”

**Título obtenido:** Bachiller en “Químico Biólogo”

---

SEMINARIOS Y CURSOS DE ESPECIALIZACION:

- Estudios de Ingles en CEN (10mo nivel).
- Seminario de computación: Word, Excel, Power point (COPEI)
- Seminario de los sistemas Sabre y Kiu
- Seminario de liderazgo con Eduardo Maruri.

EXPERIENCIAS LABORALES:

AEROGAL.- Pasantias desde Febrero hasta Junio (2008).

HOTEL CONTINENTAL.- pasantías desde septiembre hasta noviembre (2009).

**HOTEL ORO VERDE.**- desde junio 2010 hasta la actualidad

CARGO: Operadora ( atención al cliente).

---

REFERENCIAS PERSONALES:

**Dra. Blanca Almeida**

Telef.: 098473629

Docente de post grado de la

Universidad de Guayaquil

(Facultad de Medicina)

**Dra. Tamara Arellano**

Telef.: 099860242

Doctora en Química y Farmacia

Coordinadora de ventas

GlaxoSmithKline

**Sra. Fanny Almeida**

Ejecutiva de Ventas

AEROGAL

Telef.: 091408847

# NARDELLA STEPHANIE MONTALVO VARGAS

5-7-1985

Soltera



Cdla. Los Esteros Mz. 14 A Villa 25  
099311515

nardis\_montalvo@hotmail.com

## FORMACIÓN ACADÉMICA

### Unidad Educativa María Auxiliadora

1997 – 2002 -. Secretariado Bilingüe

Título: Bachiller en Administración y Comercio especializado en Secretariado Bilingüe

### Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

2005 - 2010 Egresada en la carrera de Hotelería y Turismo

Título a obtener: Ing. en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (Duración de la carrera: VIII Semestres)

## CAPACITACION

Seminario de Marketing y Contabilidad

**DATACENTRO** (Agosto 2002)

Seminario de Campismo, Escultismo y Primeros Auxilios

**ASOCIACION DE SCOUTS DEL ECUADOR** (Agosto 2006)

Seminario de Cocteleria

**UCSG** (Julio 2008)

1er Seminario de Marketing Político, Deportivo y Liderazgo Empresarial

**CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL** (Agosto 2008)

Seminario de los sistemas Sabre, Kiu y Fidelio (**UCSG**)

Seminario de Tráfico Aéreo (Mayo 2010)

**DIRECCION DE AVIACION CIVIL (DAC)**

## IDIOMAS

Cursos de Ingles del 1er al 9no nivel  
**CENTRO ECUATORIANO NORTEAMERICANO (2001 - 2003)**

### **PASANTIAS**

Asistente de Nominas | **AGRIPAC S.A.**  
Febrero - Marzo 2002 (Practicas Empresariales)  
Protocolo | **MISS CONTINENTE AMERICANO**  
Junio 2007  
Expositora 2da feria internacional de turismo | **UCSG**  
Agosto 2007  
Asistente de Ventas | **AEROGAL**  
Febrero – Abril 2008  
Expositora Feria Gastronómica | **MUSEO PRESLEY**  
**NORTON**  
Agosto 2008  
Protocolo | **MISS CONTINENTE AMERICANO**  
Septiembre 2008  
Asistente en Acreditación a la Prensa | **FITE: 6TA EDICION**  
Septiembre 2008

### **EXPERIENCIA LABORAL**

Asistente de Promociones y Ventas | **DILLONTUR S.A.**  
Marzo 2008 a Octubre 2009

### **TRABAJOS VOLUNTARIOS**

Labor Social | **ALBERGUE PERPETUO SOCORRO**  
2001 – 2002

### **REFERENCIAS**

Ing. Colombia Dillon  
Gerente General  
**DILLONTUR S.A.**  
Telf.: 2531141 – 2326127

Ing. Fanny Almeida  
Ejecutiva de Ventas  
**AEROGAL**  
Telf.: 091408847

Ing. Elizabeth Rodríguez  
Analista de Operaciones

**S.G.S.**

Telf. 094838305

Ab. Ingrid Dávila Carrión

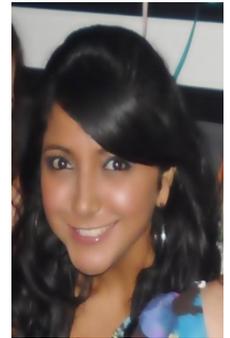
**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE  
GUAYAQUIL**

Telf. 2368120 - 087171860

**5-7-1985**

# Ingrid Lorena Torres Enríquez

Cdla La fae mz 35 v 18  
Teléfono: 2287245  
Móvil: 084738608 091905938  
Correo: ingye\_te20@hotmail.com



## Datos Personales

Fecha de\_Nacimiento: Abril 9 de 1988

Lugar de Nacimiento: Guayaquil

Estado Civil: Soltera

Cédula de Ciudadanía 0918166968

Licencia tipo: B

## Estudios Realizados

Superior: "Universidad Católica Santiago de Guayaquil" -  
Facultad de Especialidades Empresariales Carrera de  
Hotelería y Turismo Duración de la carrera: VIII  
Semestres. Egresada

Título a obtener: Ing. en Administración de Empresas Hoteleras y  
Turísticas

Colegio: Unidad Educativa de La Providencia

Título obtenido: Bachiller en Ciencias Básicas. Especialización: Físico

## Matemático—Químico Biólogo

### Cursos y Seminarios

- COPEI: 10mo nivel
- Tráfico Aéreo Internacional (INDERH).2005
- Counter - Amadeus (INDERH).2005
- Seminario Internacional Cultura y Turismo.2006
- Programa Básico sobre Campismo Escultismo y Primeros Auxilios.2006

### Experiencia laboral

- Pasantías en la 4ta Edición de la Feria Internacional de Turismo en Ecuador (FITE) Lugares: Palacio de Cristal (Atención al cliente stand Galápagos) y Hotel Howard Johnson (asistencia a participantes extranjeros de la FITE) 2006
- Pasantías en Agencia de Viajes Unique Ecuador - Galápagos (Cargo: Asistente de Counter) Marzo — Mayo 2007
- Pasantías en Agencia de Viajes Green Horizons (Cargo: Counter) Mayo 2007 – Nov 2007

### Referencias:

- Lic. Ivonne Torres Tello  
Directora de Desarrollo Sustentable Sta. Cruz – Galápagos  
052526614 ext.22 - 052527093
- Sra. Narda Vargas  
Dilon Tour - Agente de Counter – 2326127 - 2531141
- Dra. Dolores García  
Laboratorio Clínico El Paraíso – 2201066



# MARIA JOSE VINCÉS MARTINEZ

San Felipe Mz 151 V 8 - Guayaquil

099905239

Majo14\_07@hotmail.com

14 de Julio de 1988

0704270388

Soltera

## Formación Académica

**Nivel de Educación:** Superior

**Nombre/Institución:** Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Carrera:** Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

**Facultad:** Empresariales      **Grado:** Egresada

**Otros Estudios:**

**Nombre/Institución:** Unein del Pacífico

**Lugar:** El Oro - Machala

**Bachiller de la República del Ecuador con título especializado en Físico Matemático**

## **Capacitación**

- Seminario de Campismo, Escultismo y Primeros Auxilios  
**ASOCIACION DE SCOUTS DEL ECUADOR** (Agosto 2006)
- Seminario de Cocteleria  
**UCSG** (Junio 2008)
- Seminario de Marketing Político, Deportivo y Liderazgo Empresarial  
**UCSG** (Julio 2008)

## **Experiencia laboral**

- Protocolo | **MISS CONTINENTE AMERICANO**  
Junio 2008 (Pasantías)
- Expositora 2da feria internacional de turismo | **UCSG**  
Agosto 2007 (Pasantías)
- Expositora Feria Gastronómica | **MUSEO PRESLEY NORTON**  
Agosto 2008 (Pasantías)
- Asistente de Ventas | **DILLONTUR S.A.**

Septiembre 2008- Enero 2009 (Practicas Empresariales)

## **Idiomas**

**Tecnología:** Manejo de programas utilitarios e Internet.

**Idioma Español:** Como lengua nativa

**Idioma Ingles:** Intermedio **COPEI** (2006-2007)

**Actualmente:** 9no Nivel **CEN**

## Referencias

- **Ab. Ingrid Dávila Carrión**  
Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
  
042368120 - 087171860
- **Ing. Narda Montalvo**  
Dillontur S. A.  
  
099053602 - 2321474
- **Ing. Alexandra Benalcázar Martínez**  
Profesional de la Dirección Provincial de Salud de El oro  
  
084911502 - 2961104

PLANO HOSTERIA ECOLOGICA PLAYA BAMBU



**ANEXO A  
INVERSION FIJA**

DESCRIPCION	VALOR (US \$)	PORCENTAJE (%)
TERRENOS Y CONSTRUCCIONES (Anexo A-1)	224,660	59.90
MAQUINARIAS Y EQUIPOS (Anexo A-2)	40,076	10.69
OTROS ACTIVOS (Anexo A-3)	99,396	26.50
SUMAN	364,132	
IMPREVISTOS DE INV. FIJA (Aprox. 3% de rubros anteriores)	10,924	2.91
<b>TOTAL</b>	<b>375,056</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: ANEXOS A1, A2, A3

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO A-1**  
**TERRENOS Y CONSTRUCCIONES**

CONCEPTO	CANTIDAD (m2)	V.UNIT (US \$)	VALOR TOTAL (US \$)
<u>Terrenos</u>	2,000	30.0	60,000
<u>Construcciones</u>			
* Habitaciones (18) = 2+8+8 2(6*8) + 8(6*4) + 8(3,5*4)	400	135	54,000
* Oficinas administrativas (10 x 5)	50	110	5,500
* Recepción (2,5 x 4) (3,5*3)	11	84	882
* Potrero	40	110	4,400
* Estanque – Huerto	80	70	5,600
* Restaurant-bodega-cocina (12 x 20,6) 12x18	216	140	30,240
* Baños-vestidores 2 (8 x 4)	64	120	7,680
* Piscina (6x12)=72	71	240	17,153
* Tienda de Souvenirs (3x6) mt2	18	60	1,080
* Calles y Parqueaderos	835	35	29,216
* Cisterna para agua potable	18	47	852
* Areas verdes (Jardines)	75	75	5,606
* Caminos peatonales	123	20	2,451
		<b>TOTAL</b>	<b>224,660</b>

FUENTE: Cámara de la Construcción de Guayaquil

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO A-2**  
**EQUIPOS E INSTALACIONES**  
**(Valor en US \$)**

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (US \$)	V. Total (US \$)
<b><u>EQUIPOS DE COCINA</u></b>			
-			
Cocina industrial	1	3,000	3,000
Freidora industrial de doble canal	1	370	370
Sanduchera industrial	1	530	530
Horno microonda	1	250	250
Lavadora de platos motor 9.5 HP	1	640	640
Tanques	2	95	190
Bombas 3 HP, 2.5 Centrifuga	1	1,850	1,850
Recipientes de acero inoxidable	2	970	1,940
Ventiladores	18	75	1,350
Extintores de polvo químico de 20 lb.	4	92	368
Refrigerador 15 pies	1	1,100	1,100
Congelador de 15 pies	1	540	540
Refrigeradora de 9 pies	10	320	3,200
Licuadaora	2	135	270
Batidora	1	90	90
Extrator	2	125	250
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COCINA</b>			<b>15,938</b>
<b><u>EQUIPO DE ENERGÍA</u></b>			
Paneles solares	1	13,000	13,000
Flete 10%			1,300
Total CIF			14,300
Derechos arancelarios (5% AD Valorem)			715
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE ENERGÍA</b>			<b>15,015</b>
<b>INSTALACIONES</b>			
- Instalación de acometida con cable y para bomba			2,150
- Instalación eléctrica para piscina			2,350
- Instalación de agua potable			1,540
- Instalación de teléfono			435
- Instalación sanitaria			740
<b>TOTAL DE INSTALACIONES</b>			<b>7,215</b>
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COCINA, ENERGÍA E INSTALACION</b>			<b>38,168</b>
<b>5% de gastos de instalación y montaje de los rubros anteriores.</b>			<b>1,908</b>
<b>TOTAL</b>			<b>40,076</b>

FUENTE: CASAS COMERCIALIZADORAS DE EQUIPOS\*

ELABORACIÓN: Autoras

\* ELECTRO IMPORT CIA. LTDA., SERVI EQUIPOS CIA. LTDA, IMPROSER, CODEHOTEL S.A.

**ANEXO A-3  
OTROS ACTIVOS**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Muebles y Equipos de Oficina			12,400
Cañas bambú (unidades de 6 mts)*	540	5	2,700
Ventanas aislantes	18	75	1,350
Colchones de 100% látex	20	85	1,700
Mobiliario hecho con materiales reciclados	4	320	1,280
Luces fluorescentes	22	2.6	57
Camas matrimoniales	4	500	2,000
Camas literas	14	800	11,200
Sábanas	40	100	4,000
Lámparas	18	30	540
Armarios	18	150	2,700
Veladores	18	150	2,700
Sofas	18	800	14,400
Baños	18	1000	18,000
Tachos de basura	20	10	200
Secador de manos	18	100	1,800
Constitución de la Sociedad			1,200
Registros y permisos			1,800
Gastos de estudio del Proyecto			2,200
Gastos de puesta en marcha			1,908
(Aprox. 5% de Maquinarias y Equipos)			
Vehículo-Camión (Segundo uso)			14,000
Instalaciones Generales			900
Central telefónica			360
<b>TOTAL</b>			<b>99,396</b>

\* Se necesitan 30 cañas de 6 mts, para cada habitación

FUENTE: ANEXO G

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO A-4**  
**MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (US \$)	V. Total (US \$)
- Escritorio tipo ejecutivo con sillón	2	320	640
- Escritorio tipo secretaria	5	280	1,400
- Archivador Metálico 4 cajones	1	120	120
- Maquina calculadora	4	80	320
- Teléfonos	18	25	450
- Teléfono - Fax	1	160	160
- Televisores	18	250	4,500
- Equipo de computación	4	850	3,400
- Cajas registradoras	2	320	640
- Caja fuerte (Marca AYA modelo M3)	1	290	290
- Tinta impresora	4	120	480
		<b>TOTAL</b>	<b>12,400</b>

FUENTE: Empresas Comercializadoras de Equipos de Oficina

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO B**  
**CAPITAL DE OPERACION**  
**(1er. año de operación)**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>TIEMPO (Meses)</b>	<b>Valor (US \$)</b>
Materia prima directa	1/2	3.179
Mano de obra Directa	1	4.486
Carga Operacional *	1	4.465
Gastos de Administración Generales	1	3.471
Gastos de ventas	1	3.032
	<b>TOTAL</b>	<b>18.633</b>

\* Sin depreciación ni amortización

FUENTE: ANEXOS D1, D2, D3, E Y F

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO C**  
**INGRESOS POR SERVICIOS**

DESCRIPCION	CANTIDAD (en unidades)	V.Unitario (US \$)	V. Total (US \$)
<b>SERVICIO DE HABITACIONES*</b>			
HABITACIONES SIMPLES	581	65	37,752
HABITACIONES DOBLES	2,323	85	197,472
HABITACIONES TRIPLES	968	105	101,640
	<b>3,872</b>		<b>336,864</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURANT</b>			
<b>CEVICHE</b>			
Camarón, pescado, mixto, concha, marinero	1,200	6.00	7,200
<b>SOPAS</b>			
Marinero	1,000	6.00	6,000
Locro de camarón	300	4.00	1,200
Chupe de pescado	300	3.00	900
Chupe de camarón	480	4.00	1,920
<b>PICADA MARINERA</b>			
Camarón, pescado, calamar, patacones	900	7.00	6,300
<b>DESAYUNOS</b>			
<i>AMERICANO</i>			
Jugo natural, porción de fruta, huevos revueltos, pan, mantequilla, mermelada, chocolate, cafe con leche o en agua	500	5.00	2,500
<i>CONTINENTAL</i>			
Jugo natural, huevos revueltos, pan, mantequilla, mermelada chocolate, cafe con leche o en agua	1,000	4.00	4,000
<i>EXTRAS</i>			
Bolon de verde con queso, Porción de fruta , Porción de Pan	1,000	1.50	1,500
<b>PLATOS FUERTES</b>			
<i>ARROZ</i>			
marinero	800	6.50	5,200
con concha	800	6.00	4,800
con camaron	800	5.50	4,400
o con pollo	700	5.00	3,500
<i>LANGOSTINOS</i>			
Al ajillo con arroz, patacones y vegetales	850	8.00	6,800
<i>CAMARONES</i>			
Al ajillo o apanado o apanado con coco, con arroz, papas fritas, ensalada	800	6.00	4,800
<i>FILETE DE PESCADO AL GRILL</i>			
Con arroz, patacones y ensalada	750	5.00	3,750
<i>PESCADO EN SALSA</i>			
En salsa de camarones o mariscos con arroz, patacones y ensalada	950	6.50	6,175
<i>FILETE DE POLLO A LA PLANCHA</i>			
Con arroz, papas fritas y ensalada	800	5.00	4,000
<b>BEBIDAS</b>			
colas	5,000	0.60	3,000
agua	6,000	0.50	3,000
cerveza	4,000	1.50	6,000

jugos naturales	2,000	1.00	2,000
			<b>88,945</b>
<b>TOTAL</b>			<b>425,809</b>

\* Se tiene 18 habitaciones, las cuales se alquilan todo el año, a un promedio de dos días por semana

PAGO CON TARJETA DE CREDITO

(10% del total de ingreso)

42,581

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO D**  
**COSTOS DE OPERACIÓN**

<b>RUBRO</b>	<b>1ER AÑO</b> <b>(US \$)</b>	<b>2DO AÑO</b> <b>(US \$)</b>	<b>3ER AÑO</b> <b>(US \$)</b>
MATERIA PRIMA DIRECTA	76.295	79.347	82.521
MANO DE OBRA DIRECTA	53.829	58.135	62.786
CARGA OPERACIONAL			
a) Mano de obra indirecta	15.196	16.411	17.068
b) Materiales indirectos	13.858	14.412	14.989
c) Depreciación y amortización	15.041	15.041	15.041
d) Suministros	12.670	13.177	13.704
e) Reparación y Mantenimiento	4.057	4.057	4.057
f) Seguros	4.533	4.533	4.533
g) Imprevistos	3.268	3.431	3.603
<b>TOTALES</b>	<b>198.746</b>	<b>208.545</b>	<b>218.301</b>

FUENTE: ANEXOS D1, D2, D3

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO D-1**  
**MATERIA PRIMA DIRECTA**

DENOMINACION	CANTIDAD	V.Unitario (US \$)	V. Total (US \$)
<b><u>COMIDAS</u></b>			
Arroz (en qq)	150	32.00	4,800
Azúcar (en libras)	600	0.35	210
Sal (libras)	600	0.30	180
Aceite (litros)	2,000	2.50	5,000
Ajo (libras)	150	2.40	360
Papas (en libras)	900	0.40	360
Cebollas (en libras)	1,200	0.30	360
Tomates (libras)	1,900	0.60	1,140
Pimientos (Unidades)	3,000	0.40	1,200
Legumbres (Unidades)	4,000	2.00	8,000
Limonas (en qq)	30	18.00	540
Mariscos (libras)	6,000	3.50	21,000
Pescado (libras)	5,000	3.00	15,000
Pollo (libras)	5,000	1.50	7,500
Huevos (Unidades)	3,000	0.10	300
Embutidos - Salchichas (en libras)	350	1.00	350
Café (Frascos de 250g.)	120	3.00	360
Chocolate (Frascos de 250g.)	120	3.00	360
Mermelada (Frascos de 250g.)	120	2.30	276
Mantequilla (en libras)	400	2.00	800
Harinas (qq)	3	6.00	18
Achiote (qq)	0.5	2.00	1
Verde (cabezas)	56	0.80	45
Pan (Molde)	350	1.50	525
Quesos (libras)	100	2.50	250
Lacteos (litros)	200	1.00	200
Aliños (en qq)	0.6	0.80	0.5
<b><u>BEBIDAS</u></b>			
Colas (jabas)	700	4.80	3,360
Frutas (en qq)	100	6.00	600
Cervezas (jabas)	400	8.00	3,200
<b>TOTAL</b>			<b>76,295</b>

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO D-2**  
**MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>DENOMINACION</b>	<b>No.</b>	<b>SUELDO INDIVIDUAL (dólares)</b>	<b>13ro</b>	<b>14to</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>Vacación</b>	<b>Patronal 9.35%</b>	<b>Total</b>
Ama de llaves	1	300	300	240	3,600	150	337	4,627
Mucamas	4	264	1,056	960	12,672	528	1,185	16,401
Personal de limpieza	3	264	792	720	9,504	396	889	12,301
Ayudantes de cocina	2	264	528	480	6,336	264	592	8,200
Meseros	3	264	792	720	9,504	396	889	12,301
<b>SUMAN</b>								<b>53,829</b>

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO D-3**  
**PRIMER AÑO 60%**  
**CARGA OPERACIONAL**

**A. MANO DE OBRA INDIRECTA**

DENOMINACION	No.	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,35%	Total
JEFE DE COCINA (CHEFS)	1	350	350	240	4.200	175	393	5.358
CAJERA-RESTAURANTE	2	320	640	480	7.680	320	718	9.838
SUMAN								15.196

**B. MATERIALES INDIRECTOS**

DENOMINACION	CANTIDAD (Unidad)	COSTO UNITARIO (US \$)	Total
JUEGOS DE MESA Y SILLAS	18	200,00	3.600
JUEGOS DE OLLAS	5	130,00	650
JUEGOS DE VAJILLAS	35	15,00	525
JUEGOS DE CUBIERTOS	80	12,00	960
VASOS	100	0,60	60
COPAS	100	0,70	70
MANTELES PLASTICOS	18	10,00	180
MANTELES DE TELA	18	12,00	216
SERVILLETAS (Paquetes)	3.600	1,25	4.500
PAQUETES DE PAPEL ALUMINIO	360	2,20	792
TOALLAS	50	1,00	50
PAQUETES DE PAPEL HIGIENICO	100	0,75	75
DECORACION	-	-	950
UTENSILLOS DE COCINA	-	-	580
UTENSILLOS DE LIMPIEZA	-	-	650
SUMAN			13.858

**C. DEPRECIACION Y AMORTIZACION**

DENOMINACION	COSTOS (US \$)	VIDA UTIL (Años)	Total
CONSTRUCCIONES	164.660	20	8.233
MAQ. Y EQUIPOS	38.168	10	3.817
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	1.908	10	191
VEHICULOS	14.000	5	2.800
SUMAN			15.041

<u>D. SUMINISTRO ANUAL</u>			
DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (US \$)	
ENERGIA ELECT. (Kw)	24.000	0,12	2.880
AGUA POTABLE(m3)	1.450	0,20	290
COMBUSTIBLE	5.000	1,90	9.500
SUMAN			12.670
<u>E. REPARACION Y MANT.</u>			
DENOMINACION	VALOR	%	
EDIF.Y.CONSTRUCC.	164.660	2	3.293
MAQ. Y EQUIPOS	38.168	2	763
SUMAN			4.057
<u>F. SEGUROS</u>			
DENOMINACION	VALOR	%	
EDIF.Y.CONSTRUCC.	164.660	1,5	2.470
MAQ. Y EQUIPOS	38.168	1,5	573
Muebles y Equipos de Oficina	12.400	1,5	186
Vehículos	14.000	1,5	210
Otros activos	72.996	1,5	1.095
SUMAN			4.533
TOTAL PARCIAL			65.354
IMPREV. CARGA OPERACIONAL (3% Rubros anteriores)			3.268
<b>TOTAL</b>			<b>68.622</b>

FUENTE: E.E.E Y  
EPAP-G

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO E**  
**GASTOS DE ADMINISTRACION GENERALES**

**A.PERSONAL ADMINISTRATIVO**

DENOMINACION	No.	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9.35%	Total
GERENTE GENERAL	1	450	450	240	5,400	225	505	6,820
CONTADOR	1	340	340	240	4,080	170	381	5,211
AUXILIAR DE COMPRAS	1	320	320	240	3,840	160	359	4,919
RECEPCIONISTA - SECRETARIA	1	280	280	240	3,360	140	314	4,334
CONSERJE	1	264	264	240	3,168	132	296	4,100
GUARDIAN	1	264	264	240	3,168	132	296	4,100
JARDINERO	1	264	264	240	3,168	132	296	4,100
SUMAN								33,585
<b><u>B.DEPRECIACION Y AMORTIZACION</u></b>								
DENOMINACION		COSTOS (US \$)		VIDA UTIL (Años)				
MUEBLES Y EQUIP.OFICINA		12,400		5				2,480
CONSTITUCION DE LA SOC.		1,200		5				240
COSTO DE ESTUDIO		2,200		5				440
INSTALACIONES GENERALES		900		5				180
SUMAN								3,340
<b><u>C. GASTOS DE OFICINA</u></b>								
								3,519
<b>SUBTOTAL</b>								<b>40,444</b>
<b><u>IMPREV.</u></b> (3% Rubros anteriores)								1,213
<b>TOTAL</b>								<b>41,658</b>

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO F**  
**GASTOS DE MERCADEO DEL SERVICIO TURISTICO**

**A. PERSONAL**

DENOMINACION	No.	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9.35%	Total	
JEFE DE MARKETING	1	330	330	240	3,960	165	370	5,065	
VENEDORES	3	280	840	720	10,080	420	942	13,002	
<b>SUMAN</b>								<b>18,068</b>	
<b>B. GASTOS DE</b>									
<b>COMERCIALIZACION</b>									
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA									
13,000									
TARJETAS DE CREDITO	8%	42,581							4,258
<b>SUBTOTAL</b>								<b>35,326</b>	
IMPREV.									
(3% Rubros anteriores)									
<b>TOTAL</b>								<b>36,386</b>	

ELABORACIÓN: Autoras

30116

**ANEXO G**  
**GASTOS FINANCIEROS**  
**(Cifras en US \$)**

<b>AÑOS OPERACION</b>	<b>CARGA ANUAL</b>
1	32.156
2	28.982
3	25.365
4	21.244
5	16.548
6	11.196
7	5.097

FUENTE: ANEXO H

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO H**  
**TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO PROPUESTO**  
**(Cifras en US \$)**

**PRINCIPAL 243.689 INTERES: 13,5 % ANUAL PLAZO: 7 AÑOS**

AÑOS	SEMESTRES	PRINCIPAL AL INICIO SEMESTRE	INTERES	AMORTIZACION	INTERES Y AMORTIZACION	PRINCIPAL AL FINAL SEMESTRE
	1	243.689	16.449	10.999	27.448	232.690
1	2	232.690	15.707	11.742	27.448	220.948
	3	220.948	14.914	12.534	27.448	208.414
2	4	208.414	14.068	13.380	27.448	195.033
	5	195.033	13.165	14.284	27.448	180.750
3	6	180.750	12.201	15.248	27.448	165.502
	7	165.502	11.171	16.277	27.448	149.225
4	8	149.225	10.073	17.376	27.448	131.849
	9	131.849	8.900	18.548	27.448	113.301
5	10	113.301	7.648	19.801	27.448	93.500
	11	93.500	6.311	21.137	27.448	72.363
6	12	72.363	4.885	22.564	27.448	49.800
	13	49.800	3.361	24.087	27.448	25.713
7	14	25.713	1.736	25.713	27.448	- 0

**ANUALIDAD = 27.448**

**ANEXO I**  
**COSTO FINAL DEL SERVICIO**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>Valor en US \$</b>
COSTO DE OPERACIÓN (Anexo D)	198.746
GASTOS DE VENTAS (Anexo F)	36.386
GASTOS DE ADM.GENERALES (Anexo E)	41.658
GASTOS FINANCIEROS (Anexo G)	32.156
<b>TOTAL</b>	<b>308.945</b>

FUENTE: ANEXOS D, E, F, G

ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO J**  
**CALCULO DEL PUNTO EQUILIBRIO**  
**Primer año**  
**(Valores en US \$)**

DESCRIPCION	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
MATERIALES DIRECTOS		76.295	76.295
MANO DE OBRA DIRECTA	53.829		53.829
CARGA OPERACIONAL			
MANO DE OBRA INDIRECTA		15.196	15.196
MATERIALES INDIRECTOS		13.858	13.858
DEPRECIACION	15.041		15.041
SUMINISTROS		12.670	12.670
REPAR. Y MANTENIMIENTO		4.057	4.057
SEGUROS	4.533		4.533
IMPREVISTOS		3.268	3.268
GASTOS DE VENTAS Y ADM.	78.043		78.043
<b>SUMAN</b>	<b>151.446</b>	<b>125.343</b>	<b>276.790</b>

COSTO FIJO

PUNTO DE EQUILIBRIO = -----  
--- x 100%

VENTAS - COSTO

VARIABLE

151.446

PUNTO DE EQUILIBRIO = -----  
x 100%

322.560 - 125.343

**PUNTO DE EQUILIBRIO = 50,40 %**

**COSTO FIJO**

**PUNTO DE EQUILIBRIO = -----**

**1 -  $\frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS TOTALES}}$**

151.446 1

**PUNTO DE EQUILIBRIO = -----**

**1 -  $\frac{125.343}{425.809}$**

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES = 214.624,08**

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES = 17.542**

FUENTE: ANEXOS D1, D2, D3, E, F, G  
ELABORACIÓN: Autoras

**ANEXO K**  
**PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PAYBACK)**  
**(Valor en US \$)**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FLUJO NETO ACUMULADO</b>	<b>INVERSION GENERAL</b>	<b>% DE RECUPERACION</b>
1	81.164	81.164	393.689	20,62
2	113.678	194.842		49,49
3	136.683	331.525		84,21
4	148.131	479.656		121,84
5	152.194	631.850		160,49
6	156.194	788.045		200,17
7	160.122	948.167		
8	162.790	1.110.957		
9	161.507	1.272.464		
10	159.432	1.431.896		

FUENTE: ANEXO K

ELABORACIÓN: Autoras

## **Bibliografía**

BALANZÁ, I. M., & NADAL, M. C. (2004). *COMERCIALIZACION DE HOTELES Y SERVICIOS TURISTICOS*. BARCELONA: PARAINFO.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2009). Obtenido de [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

BOWEN, J., KOTLER, P., & MAKENS, J. (1997). *MERCADOTECNIA PARA HOTELERIA Y TURISMO*. MEXICO: PRENTICE- HALL HISPANOAMERICANA S.A.

CALLE, E. J. (2003). *MANUAL PRACTICO DE CRITERIOS PARA LA FIJACION DE TARIFAS HOTELERAS*. QUITO: JUMANDI.

GALLEGO, J. F. (2002). ESPAÑA: THOMSON EDITORES SPAIN PARAINFO S.A.

GALLEGO, J. F. (2002). ESPAÑA: THOMSON EDITORES SPAIN PARAINFO S.A.

GARCIA, S. L. (2003). *HOTELERIA Y TURISMO- RECEPCION Y ATENCION AL CLIENTE*. MADRID.

GUILDING, C. (2002). *FINANCIAL MANAGEMENT FOR HOSPITALITY DECISION MAKERS*. EEUU: BUTTERWORTH- HEINEMANN.

MINISTERIO DE FINANZAS DEL ECUADOR. (2009). Obtenido de [www.finanzas.gob.ec](http://www.finanzas.gob.ec)

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2010). *PLANDETUR 2020*. GUAYAQUIL: PRENTICE HALL.

MOLINA, S. (1997). *TURISMO- METODOLOGIA PARA SU PLANIFICACION*. MEXICO: TRILLA.

STONER, J. A., FREEMAN, R., & GILBERT, J. (1997). *ADMINISTRACION*. MEXICO: PRENTICE- HALL HISPANOAMERICANA S.A.

VALLS, J. F. (2000). *GESTION DE EMPRESAS DE TURISMO Y OCIO*. ESPAÑA: GESTION 2000.