# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
# SEDE QUITO

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA EL REFUGIO EN CRUCITA, PROVINCIA DE MANABÍ”**

**AUTORA:**

**KARINA DE LOS ÁNGELES CASTILLO ESMERALDA**

**DIRECTORA:**

**MGS. GILVA CEVALLOS**

**Quito, Enero del 2012**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Toda la investigación realizada, así como los conceptos desarrollados, la elaboración, análisis y las conclusiones para el Estudio de Factibilidad para la Creación de la Hostería El Refugio en Crucita, Provincia de Manabí expuesta en la presente tesis, son de exclusiva responsabilidad de la autora Karina de los Ángeles Castillo Esmeralda.

Quito, enero del 2012

F._____

## DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico con todo cariño a la memoria de mi Nena que en paz descanse, quien con su compañía, en silencio y con alegría durante 13 años de mi vida me enseño el verdadero significado de la amistad incondicional, del amor y de la fidelidad; me inspiro cada noche a trabajar con pasión y determinación por mis ideales; me motivo en los momentos más duros con su sola dulce presencia; pero sobretodo con su partida y en medio de un sacrifico de amor me enseño a amar la vida y a buscar incansablemente en mi día a día la felicidad.

A Dios por su infinito amor, porque siempre me ha demostrado que soy una hija consentida ante sus ojos, por la valiosa fe inamovible que me ha heredado, por mis capacidades y por la perseverancia que tengo para hacer realidad mis sueños.

A mi familia Oscar, Elizabeth, José, Dayra, Liz y Oso, porque son el motor de mi vida, por su apoyo incondicional, por su fortaleza y por la valiosa sabiduría que tienen para guiarme e inspirarme a conquistar el éxito, la felicidad y mi paz espiritual.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por el regalo de la vida, por los buenos y malos momentos que me enriquecieron de sabiduría, por mi invalorable familia y por la oportunidad de ser la mujer que hoy soy. Gracias Santo Dios sin ti nada sería posible.

A mi novio Oscar por su apoyo absoluto, por tener siempre oportunos consejos, por toda su paciencia y amor que han sido sin duda fuente de energía e impulso, por creer en mí y los sueños que con perseverancia y esfuerzo se hacen en el camino realidad.

A mi familia por las mil aventuras que me hacen vivir día a día, que me mantienen alerta y me han hecho crecer como ser humano, porque también es remanso de paz, amor y refugio, porque sentí durante este proceso de la realización de mi tesis su total colaboración y compromiso conmigo.

A la Ingeniera Gilma Cevallos por la confianza, cariño y asesoramiento entregado a lo largo de la tesis, por su generosa y oportuna predisposición al satisfacer mis dudas con su valiosa experiencia.

A Jeanneth Hernández y Cristina Mogollón, amigas y cómplices de las grandes aventuras, de las penas y alegrías; por su amistad que con los años se ha hecho más comprometida y por la incondicional ayuda, asesoría y motivación entregada. Para todos los amigos, quienes me han brindado su cariño y han aportado indirectamente para la realización de mi tesis; para todos ustedes mil gracias angelitos de la guarda valoro mucho su ayuda.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

**CARÁTULA**
**CARTA DEL DIRECTOR**
**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD……** i
**DEDICATORIA……** ii
**AGRADECIMIENTO……..** iii
**INDICE DE CONTENIDOS……** iv
**INDICE DE CUADROS……...** x
**INDICE DE GRÁFICOS……..** xiv
**INTRODUCCIÓN…….** xvii
**RESUMEN EJECUTIVO…….....** xx

**CAPÍTULO 1**
**1. ANÁLISIS SITUACIONAL** 1
1.1 Características principales del Cantón Crucita, Provincia de Manabí como destino turístico…… 1
1.1.1 Antecedentes Históricos……..... 1
1.1.2 Antecedentes Geográficos……... 4
1.1.3 Clima y Temperatura……..... 7
1.1.4 Suelo…… 8
1.1.5 Hidrología…… 8
1.1.6 Flora y Fauna……..... 10
1.1.7 Descripción de los Atractivos Turísticos……. 16
1.1.8 Medios de Comunicación y Transporte……... 28
1.2 Aspectos Generales de la Hostería y Análisis del Entorno..... 29
1.2.1 Antecedentes……..... 29
1.2.2 Breve Descripción del Proyecto.. …….. 30
1.2.3 Justificación del Proyecto…… 31
1.2.4 Objetivos del Proyecto…….……... 33
1.2.4.1 Objetivo General……..... 33
1.2.4.2 Objetivos Específicos……. 34
1.2.5 Análisis del Entorno…… 34
1.2.5.1 Macroentorno……. 34

1.2.5.1.1 Factores Económicos…….. 35
1.2.5.1.2 Fuerzas Tecnológicas……..... 45
1.2.5.1.3 Fuerzas Políticas y Legales……. 46
1.2.5.1.4 Fuerzas Sociales y Ambientales…….. 48
1.2.5.1.5 Factores Demográficos…… 49
1.2.5.1.6 Ventaja Global…… 50
1.2.5.1.7 Las Fuerzas de Competencia…….. 51
1.2.5.2 Microentorno……. 52
1.2.5.2.1 Clientes Externos……. 52
1.2.5.2.2 Clientes Internos……..... 53

**CAPÍTULO II**

**2 ESTUDIO DE MERCADOS** 55
2.1 Perspectiva de la Investigación…… 56
2.2 Planteamiento del Problema……. 57
2.3 Objetivos de la Investigación de Merca……..... 57
2.3.1 Objetivos Generales…….. 57
2.3.2 Objetivos Específicos……..... 58
2.3.3 Mecanismos y Procesos de Investigación……. 58
2.4 Perfil del Turista……..... 61
2.4.1 Descripción del Perfil del Turista…….. 63
2.4.2 Análisis de la Demanda……. 65
2.4.3 Segmentación de Clientes..……... 66
2.4.4 Proyección de la Demanda…… 67
2.4.5 Análisis de la Oferta…….. 71
2.4.6 Proyección de la Oferta……. 72
2.4.7 Análisis de la Oferta en relación a la Demanda……..... 74
2.5 Plan de Muestreo……..…… 75
2.5.1 Definición de la Muestra……... 76
2.5.1.1 Cálculo del Tamaño de la Muestra……..... 77
2.6 Diseño de la Encuesta……..... 77
2.6.1 Diseño del Procedimiento de Recolección de Datos……. 79
2.7 Resultados de la Investigación…….…… 81

2.7.1 Presentación de Resultados…… 81
2.8 Determinación de la Demanda Potencial Insatisfecha.…… 100
2.9 Conclusiones de la Investigación de Mercado……. 102

**CAPÍTULO III**

**3 PLAN DE MARKETING** 107
3.1 Objetivos…….. 108
3.1.1 Objetivo General……... 108
3.1.2 Objetivos Específicos……..... 108
3.2 Análisis Estratégico…….. 108
3.2.1 Análisis FODA…….. 109
3.2.1.1 Fortalezas……... 109
3.2.1.2 Oportunidades…… 114
3.2.1.3 Debilidades……..... 118
3.2.1.4 Amenazas……... 119
3.2.2 Análisis de la Situación Externa……..... 121
3.3 Mercado Objetivo del Proyecto…… 126
3.4 Segmento de Mercado…….. 126
3.4.1 Macro Segmentación……. 127
3.4.2 Micro Segmentación……. 128
3.5 Posicionamiento……..... 128
3.6 Análisis de la Fuerzas Competitivas de Porter……. 130
3.6.1 Poder de Negociación de los Proveedores……..... 130
3.6.2 Poder de Negociación de los Clientes……... 131
3.6.3 Competencia Actual…….. 132
3.6.4 Competidores Potenciales……. 132
3.6.5 Productos Sustitutos…….. 132
3.7 Estrategias de Mercado…… 133
3.7.1 Estrategias Genéricas……..... 134
3.7.1.1 Estrategias Básica de Desarrollo…… 134
3.7.1.2 Estrategias Competitivas…… 134
3.8 Estrategias de Gerencia…… 135
3.9 Estrategias de Marketing Mix…….. 137
3.9.1 Producto……..... 138

3.9.2 Precio……. 139
3.9.3 Plaza – Canales de Distribución……..... 147
3.9.4 Promoción – Comunicación……..... 148
3.9.4.1 Publicidad Pagada y No Pagada…….. 148
3.9.4.2 Merchandising…… 150
3.9.4.3 Relaciones Públicas…… 151
3.9.5 Presupuesto para el Marketing Mix…….. 151
3.9.6 Cronograma y Calendario de Acciones……. 152
3.9.7 Medidas de Evaluación y Control……. 152

**CAPÍTULO IV**

**4 ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL** 154
4.1. Estudio Técnico……... 154
4.1.1 Localización del Proyecto……..... 154
4.1.1.1 Macro Localización…… 154
4.1.1.2 Micro Localización……..... 156
4.1.2. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto……... 157
4.1.2.1 Factores Determinantes del Tamaño del Proyecto……..... 158
4.1.3 Datos Generales de la Obra……... 161
4.1.3.1 Infraestructura…… 161
4.1.3.2 Breve Descripción del Proyecto……..... 161
4.1.3.3 Instalaciones……... 164
4.1.3.4 El Servicio como Fortaleza…… 166
4.1.4 Distribución y Descripción de Áreas……..... 169
4.1.4.1 Descripción del Área de Hospedaje……... 170
4.1.4.2 Descripción Área de Restaurante y Salón de Eventos……... 174
4.1.4.3 Descripción Área Recepción y Exteriores…….. 176
4.1.5 Presupuesto de las Obras a Realizarse……..... 181
4.1.6 Cronograma de Obras a Realizarse……... 187
4.1.7 Equipamiento…… 188
4.1.7.1 Cuantificación sobre Infraestructura y Mobiliario necesario para la Implementación de Hostería “El Refugio”…….. 190
4.2 Propuesta Administrativa……. 194
4.2.1 Nombre de la Empresa…….. 195

4.2.1.1 La Marca……...……. 195
4.2.1.2 El logotipo…….. 196
4.2.1.3 El Eslogan……..... 197
4.2.2 Objetivos……... 198
4.2.3 Misión……..... 199
4.2.4 Visión……..... 199
4.2.5 Principios y Valores…….. 199
4.2.6 Organigrama Estructural……... 200
4.2.7 Manual de Funciones……..... 201
4.2.8 Perfil Profesional……... 214
4.2.9 Disponibilidad del Recurso Humano y Escalas Salariales..... 215
4.2.9.1 Obligaciones Empresariales en Seguridad y Salud Ocupacional 217
4.2.9.1.1 Política Empresarial de Salud Ocupacional…… 218
4.2.9.1.2 Marco Conceptual……... 218
4.3 Propuesta Legal……...……. 220
4.3.1 Constitución de la Compañía……..... 220
4.3.2 Permisos de Funcionamiento……..... 222
4.3.2.1 Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC)……. 223
4.4 Solicitud de Matrícula de Comercio……. 228
4.4.1 Afiliación a la Cámara de Comercio de Manabí……... 229
4.4.2 Regulaciones Ambientales…… 230
4.4.3 Afiliación a Entes Reguladores……. 232

**CAPÍTULO V**

**5 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA** 234
5.1 Objetivos Financieros……... 234
5.2 Presupuesto de Inversión……..... 235
5.2.1 Inversión Inicial……..... 235
5.2.2 Rubros Correspondientes a la Inversión Total Inicial……..... 237
5.2.3 Inversiones Fijas…… 238
5.2.4 Capital de Trabajo……. 240
5.2.5 Préstamo para la Instalación de “Hostería el Refugio”……. 242
5.2.6 Amortización de Activos y Depreciación……. 246
5.2.7. Gastos Anuales de Personal……. 249

5.3 Balance de Situación Inicial……. 251
5.4 Detalle de Ingresos del Proyecto…….. 252
5.5 Estado de Resultados Proyectado……. 254
5.5.1 Costo de Ventas: Fijos, Variables y Total……..... 257
5.6 Cálculo del Punto de Equilibrio……... 259
5.6.1 Método Algebraico - Margen de Contribución……. 259
5.6.2 Método Algebraico - Margen de Utilidad Bruta……..... 260
5.6.3 Método Gráfico……..... 260
5.7 Flujo Neto de Caja Proyectado……..... 261
5.8 Flujo Neto de Caja Proyectado sin Financiamiento……... 263
5.9 Métodos de Evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo……..... 264
5.9.1. Valor Actual Neto VAN…….. 264
5.9.2. Tasa Interna de Retorno TIR…….. 268
5.9.3. Balance General Proyectado……... 269
5.9.4. Relación Costo Beneficio……... 271
5.10. Métodos de Evaluación que no toman en cuenta el Valor del Dinero a través del tiempo…….. 272
5.10.1. Medidas de Rentabilidad……. 272
5.10.2. Razones de Solvencia a Largo Plazo o Apalancamiento……. 275
5.10.3. Razón de Solidez……. 276

**CAPÍTULO VI**
**6. ESTUDIO DE IMPACTO** 277
6.1 Impacto Ambiental……..... 278
6.2 Impacto Social…….. 282
6.3 Impacto Económico…….. 285

**CONCLUSIONES……** 288
**RECOMENDACIONES……...** 292
**BIBLIOGRAFÍA……...** 294
**ANEXOS……** 298

## ÍNDICE DE CUADROS

**CAPÍTULO I**

**1 ANÁLISIS SITUACIONAL**

CUADRO 1 Indicadores Monetarios en los meses de febrero y marzo 2011…..... 41
CUADRO 2 Inflación Mensual 2010/2011……... 44

**CAPÍTULO II**

**2 ESTUDIO DE MERCADOS**

CUADRO 3 Población Histórica de Quito…….. 65
CUADRO 4 Cálculo del Universo……..... 67
CUADRO 5 Cálculo de Habitantes por Nivel Socioeconómico……. 68
CUADRO 6 Cálculo de la Demanda para los años 2011-2015……... 69
CUADRO 7 Cálculo de la Proyección Demanda para los años 2011-2015……. 70
CUADRO 8 Oferta Histórica Hotelera en Crucita…….. 72
CUADRO 9 Cálculo de la Oferta para los años 2011-2015…… 73
CUADRO 10 Cálculo de la Proyección Oferta para los años 2011-2015……. 74
CUADRO 11 Edad de los Encuestados…… 82
CUADRO 12 Nacionalidad…….. 83
CUADRO 13 Conoce el Cantón Crucita…….. 84
CUADRO 14 Con quién visita la playa de Crucita…….. 85
CUADRO 15 Con qué frecuencia visita la playa de Crucita……... 86
CUADRO 16 Qué medio de transporte utiliza para llegar a Crucita… 87
CUADRO 17 Por qué le gusta este lugar……. 88
CUADRO 18 Motivo de visita al Cantón Crucita…… 89
CUADRO 19 Cuando visita Crucita donde se hospeda…….. 90
CUADRO 20 Servicios básicos que valora para el servicio de hospedaje……. 91
CUADRO 21 Servicios complementarios que valora…….. 93
CUADRO 22 Preferencia de hospedaje con todos los Servicios……. 95
CUADRO 23 Actividades Extra que debe ofrecer la Hostería…… 96

CUADRO 24 Medios que prefiere para publicitar la Hostería…… 98
CUADRO 25 Aspectos esenciales para servicio…….. 99
CUADRO 26 Porcentaje Captación de Oferta……. 101
CUADRO 27 Cálculo de la Demanda Insatisfecha Proyectada……... 101

**CAPÍTULO III**

**3 PLAN DE MARKETING**

CUADRO 28 Resumen de la Planta Turística del Cantón Crucita….. 116
CUADRO 29 Entradas y Salidas de extranjeros, por principal país de procedencia o destino año 2010…….. 122
CUADRO 30 Entradas y Salidas de ecuatorianos y extranjeros PERÍODO 2005 – 2010……... 123
CUADRO 31 Análisis de la Fuerzas Competitivas de Porter…….. 130
CUADRO 32 Presupuesto Anual de Comunicación (AÑO 2012)….. 152

**CAPÍTULO IV**

**4 ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL**

CUADRO 33 Capacidad de Habitaciones en Hostería “El Refugio”.. 169
CUADRO 34 Área de Construcción, 613m Presupuesto Referencial Obra Civil……..... 182
CUADRO 35 Costos de la Instalación de la Hostería "El Refugio"…….. 190
CUADRO 36 Costos adecuación edificio, habitaciones e instalaciones administrativas…….…….. 190
CUADRO 37 Maquinaria y equipo requerido para el funcionamiento 192
CUADRO 38 Suministros de oficina requeridos para el funcionamiento…… 192
CUADRO 39 Artículos de limpieza y mantenimiento de oficina…… 193
CUADRO 40 Gastos varios previstos en las operaciones…… 194
CUADRO 41 Comisión Sectorial Salarial No. 16 Turismo y Alimentación……... 216

**CAPÍTULO V**

**5 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

CUADRO 42 Cálculo del Universo……...…….. 235
CUADRO 43 Porcentaje Captación de Oferta……...…….. 236
CUADRO 44 Porcentaje Captación de Demanda……...……. 236
CUADRO 45 Hostería "El Refugio" Inversión Total…….. 237
CUADRO 46 Inversiones Fijas…… 238
CUADRO 47 Capital de Trabajo…….. 241
CUADRO 48 Financiamiento de Inversión Fuente “Banco Nacional de Fomento”…… 243
CUADRO 49 Tabla Anual de Amortización del Préstamo “Banco Nacional de Fomento”……. 244
CUADRO 50 Amortización Activos Diferidos…… 246
CUADRO 51 Porcentajes de Depreciación de Activos Fijos……..... 247
CUADRO 52 Depreciación de Activos Fijos……... 248
CUADRO 53 Valor de Salvamento…….. 248
CUADRO 54 Costo del personal por mes……... 249
CUADRO 55 Costo del personal primer año……... 250
CUADRO 56 Gastos y provisiones anuales de personal…….. 250
CUADRO 57 Estado de Situación Inicial Hostería "El Refugio" Pacífica Hostería de Crucita S.A……..……... 251
CUADRO 58 Proyección de volumen de ventas, cantidad y precio… 252
CUADRO 59 Demanda Proyectada para paquetes turísticos…… 254
CUADRO 60 Estado de Resultados Proyectado…… 255
CUADRO 61 Costos Fijos……... 257
CUADRO 62 Costos Variables…… 258
CUADRO 63 Flujo de Caja Proyectado a 5 años…… 261
CUADRO 64 Flujo de Caja Proyectado a 5 años sin Financiamiento 263
CUADRO 65 Cálculo Tasa de Descuento…… 266
CUADRO 66 Cálculo del VAN……... 267
CUADRO 67 Cálculo de la TIR……... 268
CUADRO 68 Balance General Proyectado……. 269
CUADRO 69 Cálculo del Van Beneficios……... 271

**CAPÍTULO VI**

**6. ESTUDIO DE IMPACTO**

CUADRO 70 Impacto Ambiental…… 279

CUADRO 71 Impacto Social……... 282

CUADRO 72 Impacto Económico……... 285

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**CAPÍTULO I**

**1 ANÁLISIS SITUACIONAL**


GRÁFICO 1 Deporte…….. 3

GRÁFICO 2 Mapa ubicación del cantón en relación al país y la Provincia de Manabí…….. 5

GRÁFICO 3 Ubicación Geográfica de Crucita con respecto al Cantón Portoviejo…… 6

GRÁFICO 4 Estuario la Boca, desembocadura del Río Portoviejo en el Océano Pacífico…….. 10

GRÁFICO 5 Pelícanos…… 11

GRÁFICO 6 Alcatraces…….. 12

GRÁFICO 7 Gaviota……... 13

GRÁFICO 8 Fragata……... 13

GRÁFICO 9 Albatros……. 14

GRÁFICO 10 Espátula Rosada……. 15

GRÁFICO 11 Alas Delta…….. 17

GRÁFICO 12 Parapente…… 18

GRÁFICO 13 Avistamiento de Ballenas…….. 19

GRÁFICO 14 Estuario Río Portoviejo…….. 21

GRÁFICO 15 Mirador La Loma…….. 22

GRÁFICO 16 Playa Crucita……. 23

GRÁFICO 17 La pesca en Crucita…… 24

GRÁFICO 18 Esquí Acuático en Crucita……. 26

GRÁFICO 19 Platos típicos en Crucita…… 27

GRÁFICO 20 Ubicación de Crucita en la franja costera ecuatoriana... 30

GRÁFICO 21 Playas por preferencia de los Ecuatorianos……... 36

GRÁFICO 22 Playas de uso tradicional y ocasional…… 37

GRÁFICO 23 Edad de los Encuestados por Playa……... 38

GRÁFICO 24 Evolución de la Inflación en Ecuador 1991 – 2000….. 42

GRÁFICO 25 Evolución de la Inflación en Ecuador 1999 – 2009….. 43


**CAPÍTULO II**

**2 ESTUDIO DE MERCADOS**

GRÁFICO 26 Llegadas de Turistas Internacional…… 61
GRÁFICO 27 Caracterización Internacional…… 62
GRÁFICO 28 Turistas Extranjeros……... 64
GRÁFICO 29 Edad de las personas encuestadas……. 82
GRÁFICO 30 Nacionalidad de encuestados…… 83
GRÁFICO 31 Conoce el Cantón Crucita…….. 84
GRÁFICO 32 Con quién visitan la playa. Los encuestados que Conocen Crucita…….. 85
GRÁFICO 33 Con qué frecuencia visita Crucita…….. 86
GRÁFICO 34 Qué medio de transporte utilizan los que conocen Crucita para llegar……... 87
GRÁFICO 35 Razones por que les gusta Crucita …… 88
GRÁFICO 36 Motivos de visita al Cantón de Crucita…….. 89
GRÁFICO 37 Cuando visita Crucita en dónde se hospeda…….. 90
GRÁFICO 38 Servicios básicos que valora el momento de elegir Hospedaje…… 92
GRÁFICO 39 Preferencia de Servicios Complementarios……... 94
GRÁFICO 40 Si existiera una Hostería con los servicios mencionados la Preferiría…… 95
GRÁFICO 41 Actividades extras que debe ofrecer la hostería…… 97
GRÁFICO 42 Medios que prefiere para publicitar la hostería…… 98
GRÁFICO 43 Aspectos esenciales para un servicio al cliente efectivo…… 99

**CAPÍTULO III**

**3 PLAN DE MARKETING**

GRÁFICO 44 Entradas y salidas de extranjeros, por principal país de procedencia o destino año 2010…….. 122
GRÁFICO 45 Entradas y salidas de ecuatorianos y extranjeros PERÍODO 2005 – 2010……... 124
GRÁFICO 46 Modelo de Servucción……... 136

**CAPÍTULO IV**

**4 ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL**


GRÁFICO 47 Ecuador Cuatro Mundos en Uno……... 155
GRÁFICO 48 El atardecer en Crucita…….. 156
GRÁFICO 49 Terreno para el Proyecto…… 157
GRÁFICO 50 Terreno para el Proyecto…… 161
GRÁFICO 51 Fachada…….. 162
GRÁFICO 52 Delimitación y ubicación del terreno……. 163
GRÁFICO 53 Preparación del Terreno……. 163
GRÁFICO 54 Planta Baja……. 165
GRÁFICO 55 Planta Alta……. 165
GRÁFICO 56 Planta Cubierta……... 166
GRÁFICO 57 Suite Matrimonial: Área 24.72 m2…… 170
GRÁFICO 58 Habitación Doble: Área: 16.56 $m^2$……. 171
GRÁFICO 59 Habitación Triple: Área: 16.56 $m^2$……. 172
GRÁFICO 60 Habitación Cuádruple: Área: 16.56 $m^2$…….. 173
GRÁFICO 61 Restaurante “Sabor a Mar”: Área: 37.69 $m^2$…….. 174
GRÁFICO 62 Salón de Eventos: Área: 64.24 $m^2$……. 175
GRÁFICO 63 Cancha: Área: 22.50m x 14.50m…….. 176
GRÁFICO 64 Piscina y Jacuzzi: Área: 17m x 9m…… 177
GRÁFICO 65 Bar: Área: 16.56 $m^2$……... 178
GRÁFICO 66 Recepción: Área: 20.69 $m^2$..... 179
GRÁFICO 67 Parqueaderos…….. 179
GRÁFICO 68 Bodegas…….. 180
GRÁFICO 69 Corte Fachada y Vista Aérea…… 181
GRÁFICO 70 Logotipo de Hostería “El Refugio”……... 196
GRÁFICO 71 El Eslogan de Hostería “El Refugio”……. 198
GRÁFICO 72 Organigrama Estructural…… 201


**CAPÍTULO V**

**5 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA**


GRÁFICO 73 Punto de Equilibrio “Método Gráfico”…..... 261

# INTRODUCCIÓN

En los últimos años el turismo en Ecuador está constituido en una de las bases más importantes dentro de la economía nacional, sin embargo por la escasa infraestructura hotelera sobre todo en nuestras costas ecuatorianas ha ocasionado que no se explore las bellezas turísticas existentes, provocando que se visiten países aledaños los cuales se mercadean en una forma más agresiva.

Un ejemplo es el mercado hotelero en la región de Manabí es escaso y limitado, un 70% de los turistas se interesan por pasar sus vacaciones visitando las playas manabitas, pero en su gran mayoría prefieren hospedarse en Manta como ejemplo, por la infraestructura que posee.

Esta tesis muestra como objetivo fundamental, mejorar el posicionamiento del Cantón Crucita dentro de la industria turística costera manabita; con la construcción de Hostería “El Refugio” se asegura el desarrollo económico del sector, la creación de nuevas fuentes de trabajo, el desarrollo de la competitividad y lo más importante el ingreso de nueva inversión.

La propuesta de Hostería “El Refugio” es convertirse en uno de los lugares preferidos de Manabí para hacer turismo; la idea surge de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros una infraestructura hotelera sobria con servicios distintivos y con la posibilidad de recrear el espíritu y el alma en total armonía para los viajeros apacibles y para los viajeros sagaces el disfrute de mil aventuras con los deportes extremos que ofrece Crucita.

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

hostería. Se evaluará la factibilidad de invertir en este proyecto y los medios que emplearemos para financiarlo.

Para realizar este estudio se conto con el apoyo, colaboración y asesoría de entidades públicas como el Ministerio de Turismo, Banco Nacional de Fomento, INEC, Cámara de Turismo de Manabí, Municipio de Portoviejo; entidades privadas como CEDATOS, Hotel Akros, la competencia; expertos en temas financieros, legales, arquitectura y técnicos, quienes proporcionaron la información necesaria y abrieron sus puertas para responder las dudas que surgieron en el proceso del desarrollo.

El estudio de factibilidad abarca varios aspectos importantes, que se encuentran interrelacionados y que posee además necesidades individuales por lo tanto se establecieron los siguientes objetivos:

1. Realizar un Estudio de Mercado el cual se fundamentó en conocer la oferta y la demanda existente, así como la demanda futura y demanda insatisfecha, además un análisis de precios y planificación del servicio a ofertarse.

2. Generar estrategias de marketing efectivas para la introducción del proyecto al mercado hotelero. Desarrollo de paquetes turísticos planificados de acuerdo a la pronunciación de la demanda en la investigación de mercado realizada.

3. Crear una infraestructura de lujo en medio de un escenario mágico de mar, arena y sol; con habitaciones confortables, área húmeda y servicio personalizado; con el menor costo y determinar los equipos necesarios y aspectos legales.

4. Realizar un Estudio Organizacional o Administrativo y de Impactos para Hostería “El Refugio”

5. Realizar el Estudio Financiero para concluir si el proyecto se justifica en su aspecto económico y financiero.

Para cumplir con estos objetivos se recurrió a un estudio descriptivo que hizo uso de encuestas y entrevistas como herramientas principales para determinar datos más exactos y fuentes secundarias como datos estadísticos, libros e información de instituciones que complementaban la investigación.

## RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad financiera para la creación de Hostería “El Refugio” en el Cantón Crucita, se realizó con el objetivo de poder determinar la viabilidad de construir este proyecto.

Inicialmente se realizó una investigación del lugar escogido, para localizar el proyecto que será en el Cantón de Crucita, en la región costera manabita, se estableció el inventario de los principales lugares turísticos y deportes a realizar, características, fauna y flora, cultura, historia, clima, temperatura, suelo y las oportunidades que tiene el sector.

También se elaboró un análisis detallado de los aspectos de la empresa, del servicio, complementándolo con el análisis del micro y macro entorno.

Más adelante se efectuó una investigación de mercado para establecer las necesidades y preferencias de nuestros futuros clientes potenciales y adicionalmente determinar nuestro mercado objetivo. Dentro de esto se ejecuto a la vez la proyección de la demanda y de la oferta para estipular la demanda insatisfecha.

La herramienta para fundar con éxito la investigación de mercados fue la aplicación de una encuesta cuyo resultado nos ayudo para determinar las estrategias del plan de marketing.

Una vez identificado el mercado objetivo se procedió a preparar el plan de marketing y se determinó las estrategias que serán aplicadas para el proyecto. Se realizó el análisis FODA, se creó los paquetes turísticos que se van a ofrecer y el presupuesto para el Marketing Mix.

Posteriormente se ejecutó el estudio técnico del proyecto en el que se describió la ubicación de la hostería, los datos generales de la obra, las distribuciones y descripción de las áreas, el presupuesto de las obras a ejecutarse, el estudio de la estructura organizacional que tendrá el proyecto para su puesta en marcha y su organización legal.

Finalmente se analizó la viabilidad financiera para emprender este proyecto. Este estudio proporciona el montó de la inversión para la creación de la hostería y su puesta en marcha, la estructura de financiamiento, el presupuesto de costos y gastos, la demanda proyectada en base al porcentaje de ocupación, flujo de caja proyectado con el que se pudo establecer los parámetros de rentabilidad, como la tasa interna de retorno y se complementó este estudio con el análisis del impacto ambiental.

Así se observa que la implementación de este proyecto se considera viable ya que generará efectos positivos puesto que reactivará la actividad económica en la región costa manabita del país, generando un positivo impacto social, económico y ambiental.

# CAPÍTULO I

# 1 ANÁLISIS SITUACIONAL

## 1.1. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL CANTÓN CRUCITA, PROVINCIA DE MANABÍ COMO DESTINO TURÍSTICO

### 1.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Hace poco más de un siglo Crucita era un pueblecito de pescadores hospitalarios. Las familias que vivían allí eran los Panta, Delgado, Macay, Ampuero, Saldarriaga, Franco y Zambrano, que tomaron por costumbre reunirse en la casa de Don José Ampuero para celebrar, en mayo, las fiestas de la Virgen María y la Santa Cruz.

La devoción por la Cruz dio origen al nombre. Después, en 1884, el obispo Pedro Schumacher, confirmó dicho nombre en una visita en la que ubicó una Cruz donde hoy se levanta el templo parroquial.

Por ese entonces, el recinto Crucita pertenecía a Charapotó y ésta a Montecristi. Después de la Revolución Liberal, Crucita pasó a formar parte del Cantón Sucre. En 1970 los 13 Km. de playas del Recinto Balneario Crucita, despiertan el interés turístico y luego el 12 de junio de 1978 se publica el Registro Oficial Nº 605 donde se la eleva a categoría de Parroquia Rural y se la anexa al cantón Portoviejo.

El desarrollo de Crucita empezó en 1995. Era un balneario pequeño y descuidado pero tras la creación del Ministerio de Turismo paso a convertirse en un potencial atractivo turístico.

Se destacó la idoneidad para la práctica de deportes de vuelo libre, hoy es el mejor escenario del país para esta actividad.

La apertura económica de Crucita y su articulación a la economía cantonal, regional y nacional se opera a partir de 1970, con la construcción de la vía de comunicación que aún une a Portoviejo con dicho balneario, la que se presentaba en aquella época como una oportunidad válida para el desarrollo y que en futuro se integraría a la red vial hoy conocida como la Marginal del Pacífico, lo que entre otras cosas permite conectar a la zona norte con la zona sur (El Carmen - Manta) y éstas a su vez con el resto del país.

*"Cuando no existía esta vía, Crucita era conocida como Caleta de Pescadores, que brindaban sus servicios a los barcos sardineros y más bien, lo que tenía real importancia era el sitio Las Gilces (1930-1960) cuya producción de sal natural o "Sal Gema" se constituía en un significativo aporte a la economía regional de la época.*

*Sin embargo su importancia económica histórica radica en la actividad pesquera artesanal, que siempre tuvo como mercado natural las poblaciones vecinas de Rocafuerte, Higuerón, Picoazá y Portoviejo, así como también la agricultura y la ganadería en menor grado."* [1]

Dentro de las fiestas populares que tiene Crucita están: El 24 de julio Fiestas Parroquiales; Mes de la Cruz y Santa María en mayo; y, La Fiesta de la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre.

[1] Del sitio web: http://www.ramirezlinzan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=45:conozca-portoviejo&catid=3:newsflash

Sus habitantes descubrieron privilegiadas fortalezas y oportunidades turísticas para la zona que hoy en día las aprovechan exitosamente, entre ellas se encuentran: el clima y los vientos, que le favorecen a Crucita para realizar los vuelos de parapente y alas delta a 96 metros de altura sobre el nivel del mar en el sureste de la playa.

**GRÁFICO 1**

**Deporte Parapente**

**Fuente: Estudio de Campo - Municipio de Portoviejo**

**Elaborado: La Autora**

Crucita, hoy en día es un lugar turístico tradicional y transcendental en Ecuador, imposible de dejar de visitar, tiene el mejor escenario para realizar este tipo de deportes extremos.

Desde hace 10 años los apasionados por la altura realizan campeonatos nacionales. El tiempo estupendo para volar está entre los meses de septiembre y octubre, más aún el 90% del año se puede practicar vuelos del parapente y alas delta con seguridad.

Crucita para su impulso económico desarrolla objetos y artesanías, que actualmente se los encuentra en un sitio llamado El Sosote, allí hay varios talleres de tagua[2], que son semillas que una vez recogidas, se lavan, secan y se cortan en tajadas, de allí se elabora una gran variedad de objetos como bisutería, llaveros, adornos, botones, entre otros.

Por otro lado Crucita, un pueblo de pescadores desarrolló fortalezas económicas y nuevas fuentes de empleo entorno a los vuelos del parapente y alas delta.

Se considera a Crucita como destino turístico tradicional en Ecuador y es uno de los tres mejores lugares de Norte y Sur América, por su clima y vientos favorables para este deporte.

### 1.1.2. ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS

*"Crucita se encuentra ubicada a 80 grados, 33 minutos, 27 segundos de longitud occidental y a 0 grados, 15 minutos, 7 segundos de latitud sur, limita la norte con San Jacinto y San Clemente, al sur con el cantón Jaramijó, al este con Charapotó, El Pueblito, Cañitas y al oeste con el Océano Pacífico".*[3]

Crucita se encuentra ubicada a 30 Km. de Portoviejo. El balneario de Crucita además tiene 13 km. de playa; y sus límites son el cantón Jaramijó hasta la desembocadura del Río Portoviejo en el Estuario la Boca.

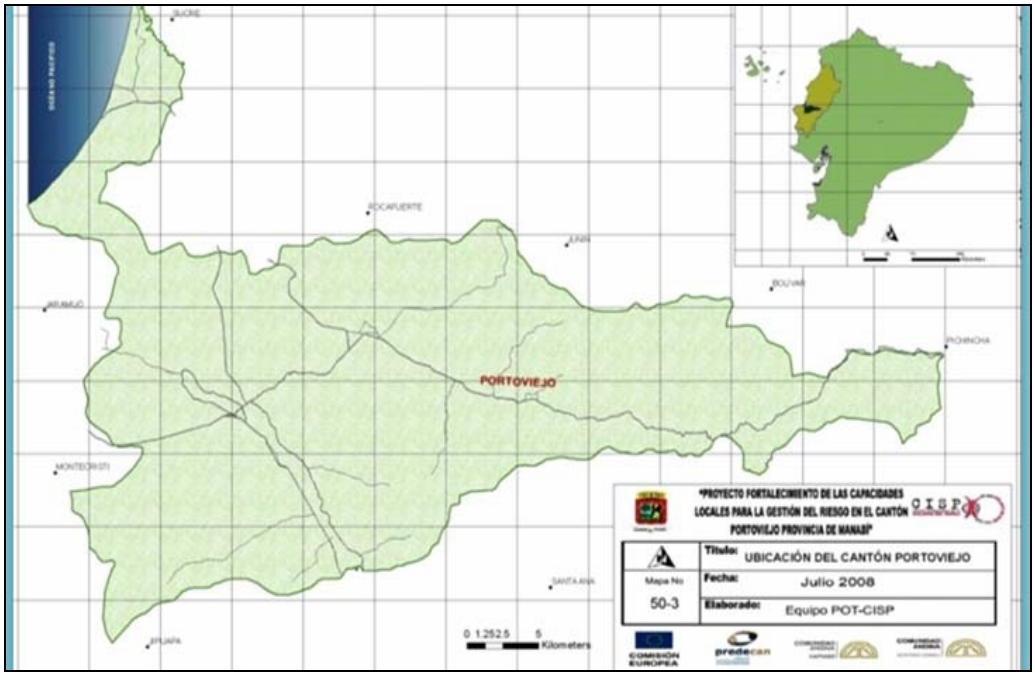
---

2 Es una semilla que se la obtiene de la palma conocida como la tagua o marfil vegetal, este fruto es traído de la zona rural de Portoviejo.

3 Del sitio web: http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=180&codi_seccion=0&cod_seccion=1&codigo=CfX9VJFU

**GRÁFICO 2**

**Mapa ubicación del cantón en relación al país y la Provincia de Manabí**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Proyecto Predecan "Fortalecimiento de las capacidades locales para la gestión integral del riesgo en el Cantón Portoviejo"**

*"Crucita es parroquia urbana de Portoviejo desde el 25 de Mayo de 1978, se localiza a 28 km de la línea costera y tiene una superficie de 954,9 km$^2$. Su población actualmente tiene 12 mil habitantes y se dedica al turismo, pesca artesanal y la agricultura".*[4]

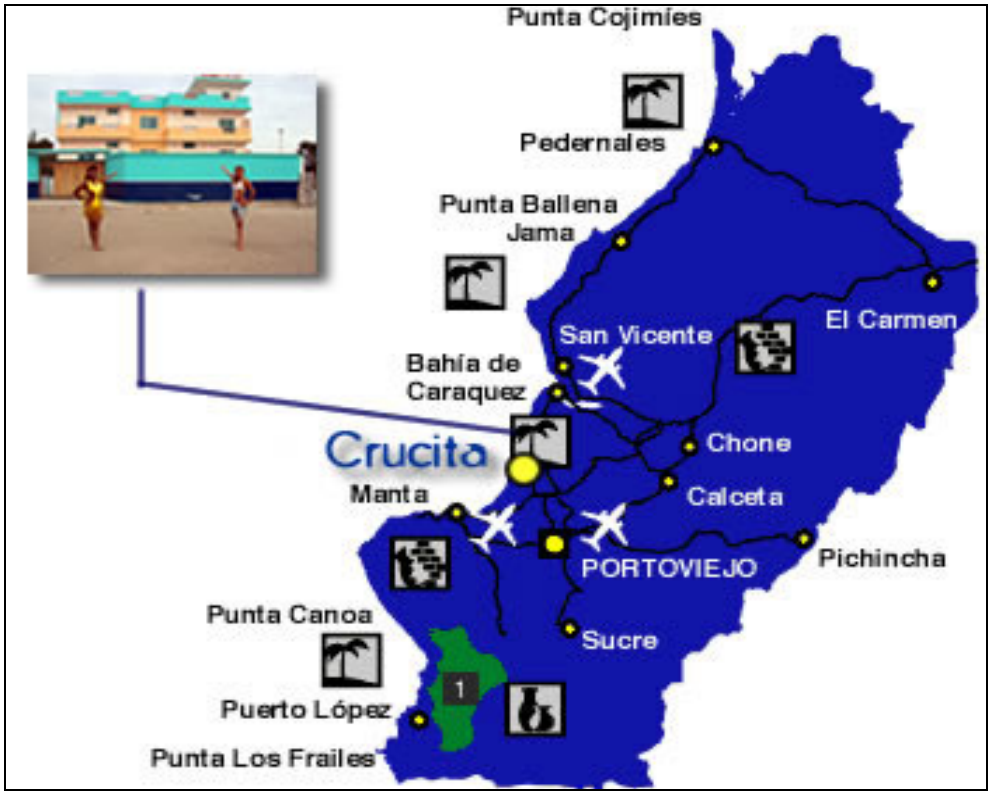
El área de Crucita está situada en el valle del Río Portoviejo, presentando características topográficas regulares; no obstante cabe anotar que la ciudad actualmente se está desarrollando inclusive sobre las estribaciones de algunas colinas en los flancos oriental y occidental.

[4] Del sitio web: http://aulavirtualinformatica.com/historia.html

El mayor porcentaje de la ciudad se localiza en sectores con niveles altimétricos comprendidos en un rango aproximado de 40 a 80 metros sobre el nivel del mar. Crucita tiene salida al mar y su entorno es afectado con mayores procesos erosivos.

**GRÁFICO 3**

**Ubicación Geográfica de Crucita con respecto al Cantón Portoviejo**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

La estructura de la zona rural de Crucita se presenta diferente, pues son zonas exclusivamente para las actividades agropecuarias, con cabeceras parroquiales asentadas en las vías principales de conectividad interprovincial; los centros poblados tienen la influencia de los ríos y se ven afectados en épocas invernales por las crecientes y los deslizamientos de las elevaciones de los mismos, especialmente en la parte baja.

### 1.1.3. CLIMA Y TEMPERATURA

Crucita está ubicada en el sector occidental del valle del Río Portoviejo y suroccidental de la provincia de Manabí; situado en un valle muy cálido, con temperaturas que en ciertas épocas del año alcanzan hasta los 29 grados centígrados, llegando a 32 grados con la influencia del Fenómeno de El Niño.

En los meses de lluvia, es decir, de enero hasta mayo la humedad aumenta con la elevación de la temperatura, en la época seca de junio hasta diciembre la temperatura disminuye hasta los 17 grados centígrados generando que las tardes y las noches sean bastante frescas.

"*En el área la temperatura media anual es de 25 grados centígrados; su clima está clasificado como subtropical semi-seco por la influencia de la corriente de Humboldt*".[5]

Las variaciones de temperatura que se presentan en Crucita son las siguientes:

Periodo de Verano, desde junio hasta diciembre:

- ✓ Temperatura máxima: 32 grados centígrados
- ✓ Temperatura media: 25 grados centígrados
- ✓ Temperatura mínima: 17 grados centígrados

[5] Proyecto Predecan "Fortalecimiento de las capacidades locales para la gestión integral del riesgo en el Cantón Portoviejo" Municipio de Portoviejo. 2008. Pág. 21

Periodo de Invierno, desde enero hasta mayo:

- ✓ Temperatura máxima: 35 grados centígrados
- ✓ Temperatura media: 24 a 28 grados centígrados
- ✓ La humedad relativa en los meses de invierno es de 20 al 30 %

### 1.1.4. SUELO

En los últimos años Crucita ha sufrido diversidad de construcciones, así como el mal uso del suelo. El Municipio y la Junta Parroquial para subsanar los presentes problemas del suelo, están por emprender un emergente plan de reforestación buscando mejorar el inestable suelo de El Mirador La Loma, debido a que en este lugar, se han advertido graves deslizamientos de tierra especialmente en la estación invernal.

La gran parte de suelo está utilizado para construcciones familiares y en un porcentaje menor en construcciones dedicadas al desarrollo turístico, el terreno cuenta con los servicios básicos de alcantarillado sanitario y pluvial.

En esta parte del Cantón, en la zona rural se trabaja en la actividad agrícola, sin embargo no existe aprovechamiento en esta actividad, por lo que su suelo no se encuentra desarrollado en ese ámbito.

### 1.1.5. HIDROLOGÍA

El cantón Portoviejo está atravesado por dos ríos que convierten al cantón en un centro productivo de hortalizas, granos, frutas, etc.

Los ríos que atraviesan la zona son: El Río Portoviejo, que constituye el principal curso hídrico de la cuenca, inicia desde las montañas del cantón Santa Ana, teniendo como afluentes la unión de los ríos el Mineral y Pata de Pájaro. El segundo es el Río Chico, formado por el Río Chamotete y el Estero Mancha Grande.

*"El Río Portoviejo drena un área de 2.076,8 Km$^2$. La cuenca está constituida por 48 sub cuencas, en el rango desde 338 hasta los 3.5 Km$^2$. La cuenca de Poza Honda (A =157,5 Km$^2$) representa apenas el 7,6% del total y el 15% de la cuenca hasta Portoviejo, por lo cual la capacidad de regulación de las crecidas del río Portoviejo es pequeña. Por el contrario afluentes como el Río Chico (A= 585 Km$^2$), el Estero Lodana (A= 293,2 Km$^2$) y el Bachillero en la cuenca baja (A=176.1Km$^2$), todos ellos sin regulación, son los principales responsables de los problemas de inundaciones, sedimentación y palizadas que se presentan en el valle aguas abajo".*[6]

La cuenca del Río Portoviejo está comprendida por los cantones Portoviejo (48% del área de la cuenca), Santa Ana (23%), Rocafuerte (12.5%), 24 de Mayo (6.3%), Jipijapa (4.9%) y el resto entre los cantones Pichincha, Montecristi y Junín.

La cuenca alta nace en el Embalse Poza Honda hasta la parroquia Lodana, la cuenca media comprende Lodana hasta la parroquia Mejía del cantón Portoviejo y la cuenca baja va desde Mejía hasta la desembocadura del Río Portoviejo en el océano Pacífico.

Existen diferentes actividades que impactan sobre la calidad del agua y que hacen peligroso el uso de este recurso, como es el uso de agua para consumo humano.

[6] Proyecto Predecan "Fortalecimiento de las capacidades locales para la gestión integral del riesgo en el Cantón Portoviejo". Municipio de Portoviejo. 2008. Pág. 39

**GRÁFICO 4**

**Estuario la Boca, desembocadura del Río Portoviejo en el Océano Pacífico**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 1.1.6. FLORA Y FAUNA

Crucita por su ubicación geográfica tiene como fortaleza una vasta gama de flora y fauna para visitar, conocer y admirar, condiciones especiales que también se dan por la combinación del agua dulce del río en el Estuario La Boca con la salada del mar Océano Pacifico.

En cada uno de los atractivos turísticos que tiene Crucita, se puede encontrar flora y fauna distintiva y abundante, como un ejemplo de esto tenemos en el manglar Estuario La Boca, donde habitan muchos mariscos, moluscos, microorganismos, cangrejos, camarones, conchas, entre otras especies, así mismo una gran variedad de aves.

Entre las principales aves tenemos:

- **Pelícanos**

**GRÁFICO 5**

**Pelícanos**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Los pelícanos son muy conocidos por la inmensa bolsa que tienen en la parte inferior de su largo pico. En esta bolsa no mantienen los peces que atrapan y tampoco retienen agua dentro de ella, la usan como si fuera una red para pescar que no tiene aberturas y esperando que tengan suerte atrapan por lo menos un pez con un gran buche de agua. Después instantáneamente expulsan toda el agua y se tragan su presa, de esa manera pueden continuar pescando.

La familia de los pelícanos está compuesta de ocho miembros o especies. En seis de estas especies predomina el color blanco o gris claro en el plumaje. En las otras dos la mayor parte del cuerpo está cubierto por plumas grises oscuras.

❖ **Alcatraces**

**GRÁFICO 6**

**Alcatraces**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

La familia de los alcatraces está compuesta de nueve miembros o especies, son parientes de los pelícanos aunque de tamaño menor, el tamaño de los alcatraces es como de una gallina. Estas aves tienen en las patas una membrana interdigital que les une los cuatros dedos. Se alimentan de peces, que los consiguen desde el aire en picada. A estas aves también se les llaman piqueros y pájaro bobos.

❖ **Gaviota**

Las gaviotas son aves que no solo tienen destreza y práctica para el vuelo, más bien tienen una gran maestría y técnica. Entre las características esta que tienen las alas puntiagudas, terminando en plumas relativamente rígidas.

**GRÁFICO 7**

**Gaviota**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

- **Fragata**

Las fragatas se caracterizan porque tienen la garganta de color carmín vivo y desplumado, durante el cortejo de los machos hacia la hembra inflan la garganta para llamar la atención de la hembra. Las plumas de los adultos son de color oscuro y la cola es ahorquillada.

**GRÁFICO 8**

**Fragata**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Las fragatas están emparentadas con los alcatraces y pelicanos, en las islas cercanas a los continentes se anidan, su forma habitual de volar es cerca de estas islas porque les gusta estar rodeadas de tierra firme pero muy rara vez penetran tierra adentro o se alejan mar afuera. En el aire son muy acrobáticas y suelen robarles la comida a los alcatraces y pelícanos.

- **Albatros**

**GRÁFICO 9**

**Albatros**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Los Albatros se caracterizan porque tienen las alas estrechas y sumamente largas, algunos llegan a exceder los 3 metros de extensión. Adaptación que les permite planear sin ningún esfuerzo, despegar con sólo abrir las alas y en contra del viento.

Sin embargo entre sus debilidades esta que por la característica de las alas son torpes al momento de aterrizar. Es por esta razón las maniobras que realizan en las fuertes corrientes de las costas marinas son un despliegue de acrobacias como lo es en Crucita.

El color predominante del plumaje de todos los albatros es blanco y negro, con ciertas tonalidades de gris oscuro, tienen el pico formado por planchas óseas, la nariz es en forma de dos tubos, visibles en ambos lados en la parte superior del pico.

- **Espátula Rosada**

**GRÁFICO 10**

**Espátula Rosada**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Los Albatros se alimentan básicamente de calamares, realizan su pesca en horas de la noche y atrapan los calamares en la superficie del mar, sin embargo también aprovechan los desperdicios que botan de los barcos por lo que los persiguen hasta obtener su objetivo.

Las aves Espátulas Rosadas cuando son adultas tiene el plumaje rosado con ciertas sombras amarillas. No se puede diferenciar los machos de las hembras por el color del plumaje a simple vista, en promedio se sabe que los machos son ligeramente más grandes y tienen el pico más grande también.

Cuando las Espátulas Rosadas son las jóvenes del año, el color blanco predomina, gradualmente durante los tres primeros años de vida y van obteniendo los distintivos y magníficos colores que los caracteriza.

### 1.1.7. DESCRIPCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Crucita es una joya poco explotada y que está oculta entre las playas del Ecuador, con el pasar de los años los turistas que la visitan han ido descubriendo sus encantos convirtiéndose en un excepcional lugar turístico; sin embargo la bella Crucita sigue siendo un pueblo de pescadores que aún mantiene una atmósfera solitaria y un ambiente amistoso y relajado, el mismo que se vuelve una fiesta los fines de semana, más aun en los feriados y vacaciones, gracias a que los turistas la visitan seguido.

Entre los atractivos que Crucita muestra están: la majestuosa franja costera de arenas negras, el malecón con muchas marisquerías, enormes acantilados, un estuario y un espléndido mirador, llamado La Loma, en donde existen los mejores vientos de Norte y Sur América, los que le permiten realizar deportes extremos aéreos atrayentes para los turistas.

Se puede considerar entonces que Crucita lo tiene todo, desde hermosas playas, hasta excitantes aventuras y deliciosas comidas. Siendo las principales atracciones turísticas los siguientes:

- **Alas Delta**

Este deporte extremo satisface el deseo imperioso de volar, además permite experimentar una de las sensaciones de libertad más intensas al hombre, con un riesgo controlado si se hace en condiciones adecuadas.

**GRÁFICO 11**

**Alas Delta**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

"*Aunque volar en alas delta es un deporte relativamente nuevo en el Ecuador, en Manabí ha logrado "volar alto" y desarrollarse durante los últimos años gracias a las condiciones que ofrecen escenarios como Crucita y Canoa.*

*Entre los pioneros del deporte en la provincia está el club Pelícanos de Portoviejo, que desafió hace casi veinte años el cielo y los vientos de Crucita. Desde entonces hasta la fecha, La Loma resulta un atractivo ineludible para los voladores, que han hecho "nido" en este balneario portovejense".*[7]

El aparato de alas delta, en sí consta de un ala de tela en forma de triángulo, la misma que esta reforzada con una estructura de aluminio de la que cuelga otra pequeña estructura metálica a la que se sujeta el piloto mediante un arnés y que sirve asimismo para dirigir el aparato. El equipo necesario para practicarlo es: Ala Delta, mono, traje especial, casco, gafas y guantes.

[7] Del sitio web: http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/25946-el-alas-delta-vuela-alto/

Existen Ala Deltas de dos o más plazas, para que los arriesgados puedan si así lo deciden probar primero con un instructor antes de lanzarse solos. La técnica es fundamental, hay que practicar todos los pasos hasta dominarlos antes de emprender el vuelo. No es peligroso pero la confianza y la seguridad juegan un papel fundamental para el éxito de la experiencia.

- **Parapente**

**GRÁFICO 12**

**Parapente**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

En Crucita se desarrolla el deporte aéreo del Parapente, gracias a la playa larguísima de 13 km; también por los altos y pintorescos acantilados y *dunas*[8], por las corrientes de viento ascendentes que hay junto a los cerros. Del mismo modo Crucita es un sitio ideal para realizar este deporte que rápidamente se ha convertido en una de las actividades preferidas para los turistas.

[8] Colina de arena que se forma en los desiertos y playas por la acción del viento.

También se realizan vuelos llamados Tándem, denominados de ésta manera para la los principiantes. Estos despegues se realizan alrededor del mediodía y dependen de las condiciones climáticas, con una duración de entre 10 a 15 minutos.

Se ha realizado 7 campeonatos nacionales e internacionales de vuelo libre en Crucita, ya que se considera, como uno de los mejores lugares en el mundo para la práctica de los deportes de vuelo, dentro de Sudamérica es el lugar favorito por la constancia y duración del viento que permite a los pilotos mantener más horas de vuelo seguro.

*"La experiencia cuesta $35 por persona, se la realiza de 12:00 a 19:00, pero es necesario que la velocidad del viento oscile entre los 15 y 35 kilómetros por hora, explica Raúl Tobar, parapentista que ofrece el servicio en la zona".*[9]

- **Avistamiento de ballenas**

**GRÁFICO 13**

**Avistamiento de Ballenas**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

[9] Del sitio web: http://www.eluniverso.com/2011/03/01/1/1447/un-vuelo-parapente-hermosas-playas-promocionan-manabitas.html

Otro atractivo turístico es el avistamiento de ballenas jorobadas y la temporada para realizar esta actividad es aproximadamente de junio a septiembre, donde se les puede ver con frecuencia en las costas, viajando solas, en parejas o en grupos a veces de hasta ocho ejemplares.

Por la Corriente de Humboldt las ballenas migran desde la Antártida hacia el norte y es la oportunidad propicia para que los turistas de Crucita puedan vivir esta fascinante experiencia, sobre todo durante el pico de la estación de ballenas, en estos meses también es posible observar delfines jugando cerca de la orilla.

El objetivo de esta migración es de agruparse en las cálidas y poco profundas aguas de la costa ecuatoriana para aparearse. Aquí también paren a sus crías y las alimentan hasta que alcanzan suficientes reservas de grasa corporal para el viaje de regreso, que tiene lugar entre los meses de septiembre y octubre.

Las ballenas adultas realizan un ritual impresionante en su periodo de cortejo para aparearse, entre ellos saltos y golpes de cola, convirtiéndose en un verdadero espectáculo para quienes las observan. Los tours de avistamientos de ballenas por lo general duran de entre 2 a 4 horas y salen alrededor del mediodía.

- **Estuario Río Portoviejo**

En Crucita se lo conoce al estuario también como Manglar La Boca, está ubicado en la desembocadura del Río Portoviejo hacia el Océano Pacífico, propicia un lugar turístico único dentro de nuestra franja costera, ya que posee una gran diversidad de fauna y flora que complementan la belleza de este lugar. La Boca tiene 50 hectáreas de manglar y el Estuario Rio Portoviejo es utilizado como balneario gracias a su privilegiada naturaleza.

**GRÁFICO 14**

**Estuario Río Portoviejo**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Aquí viven muchas especies que enriquecen el ecosistema, como las aves propias de la región y las migratorias, entre las que se destacan los pelícanos y las fragatas. Ahí también habitan mariscos, moluscos, microorganismos, cangrejos, camarones, conchas, entre otras especies.

La Boca es un balneario muy seguro y el paisaje que ofrece es excepcional, es un lugar tranquilo y apacible para disfrutar en familia y con amigos. La mezcla del río (agua dulce), con el mar (agua salada), genera efectos curativos por las propiedades de sus aguas.

- **Mirador La Loma**

Crucita presenta la alternativa del turismo de aventura y ecológico en El Mirador La Loma, en donde además existe un sendero que invita a los excursionistas a disfrutar de una preciosa vista hacia el océano.

**GRÁFICO 15**

**Mirador La Loma**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Los más arriesgados deportistas estipulan lanzarse desde una explanada en parapente o alas delta, lugar donde reciben clases y practican como hacerlo primero. A cargo de esta aventura están cinco asociaciones y siempre se consideran inicialmente al turista, determinando si son novatos para que vayan acompañados de un instructor.

Para realizar con total seguridad este deporte extremo en El Mirador La Loma se debe considerar las siguientes características:

- Que la velocidad del viento oscile entre los 15 y 35 kilómetros por hora,
- El costo aproximado de este servicio es de $35,
- El horario propicio para los lanzamientos es de entre las 12:00pm a 19:00pm.

- **Playa de Crucita y el Malecón**

Crucita es uno de los destinos turísticos playeros preferidos en Ecuador por varias razones, entre ellas las siguientes: su agradable clima durante todos los días del año, se pueden realizar paseos en lancha y pesca deportiva, cuatrimotos, natación, la banana y el voleibol.

*"Sus aguas son de color azul verdoso y la arena es de grano fino. En los alrededores de la Playa de Crucita se puede encontrar palapas, restaurantes, andadores, hoteles, embarcadero, cafetería y discotecas en las que se puede disfrutar de un rato agradable en compañía de familiares o amigos".*[10]

**GRÁFICO 16**

**Playa Crucita**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

[10] Del sitio web: http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/142726-la-farra-y-diversion-se-toman-la-playa-de-crucita/

En el Malecón de Crucita la diversión es imprescindible, ya que existen varias discotecas y bares que hay en la capital manabita, cuyo objetivo es promocionarse y generar nuevas opciones turísticas para la temporada playera, y que conquiste la fidelidad de los viajeros.

A la brisa nocturna del mar y a la playa de Crucita, la acompañan bares y discotecas que cobran vida con música, baile y alegría, así como también restaurantes de comida rápida. Los bares sirven una amplia variedad de cocteles a base de frutas frescas y exóticas, cuya degustación se la puede realizar observando la puesta del sol sobre el Océano Pacífico.

- **La Pesca**

Crucita es un pueblo que en el pasado basó su desarrollo económico en la pesca, más tarde generó otras potencialidades mezclando el turismo con la pesca, sin embargo su historia se fundó en esta actividad económica artesanal.

**GRÁFICO 17**

**La pesca en Crucita**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

*"Pero a pesar de la afectación del entorno turístico, la vida rutinaria de los habitantes ancestrales de Crucita ha continuado. La pesca artesanal es su signo característico, referente primordial de miles de sus habitantes e inicio de una cadena económica popular que llega a mercados y tiendas de diferentes poblaciones. Para los moradores de esta parroquia la pesca ha sido sustento e identidad".*[11]

Actualmente el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) ha planificado y promocionado la construcción de varios muelles pesqueros artesanales en el país, algunos en Manabí, dejando fuera a Crucita, siendo esta una resolución injusta frente al pueblo, que limita a la pesca como una labor de mera subsistencia.

Caminando a filo de playa o por el Malecón con dirección al Manglar la Boca se encuentra el mercado pesquero de Crucita, lugar artesanal, privado de infraestructura básica para la comercialización del producto, en donde el pueblo se abastece para preparar los alimentos típicos de la región.

- **Esquí Acuático**

*"El esquí es una especie de patín alargado que permite deslizarse con gracia sobre el agua. El esquí acuático es muy divertido y no se requiere de una destreza especial. Quienes lo practican afirman que es muy reconfortante la sensación de ir "volando" sobre el mar, por eso recomiendan su práctica".*[12]

[11] Del sitio web: http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/86440-crucita-marginada/

[12] Del sitio web: http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=180&codi_seccion=0&cod_seccion=4&codigo=aCvSZ84t

**GRÁFICO 18**

**Esquí Acuático en Crucita**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Para los amantes del agua, la velocidad y la diversión, el esquí acuático que se practica en la playa de Crucita es su mejor elección, donde se encuentran cuatro sus especialidades: Slalom, saltos de rampa, acrobacias y sólo con los pies; este deporte se lo puede practicar una persona para concursos, torneos, o figuras y equilibrio en grupo.

Este deporte siempre debe ir acompañado de un chaleco salvavidas, nadar no es suficiente, se debe tomar todas las precauciones necesarias para evitar accidentes; una vez en el agua, debe descender de la lancha que realiza el "arrastre", no debe perder el equilibrio y tener la fuerza suficiente para sostenerse, porque estará sujeto a una cuerda conectada mientras la lancha se desliza a gran velocidad.

- **La Gastronomía**

Se podría considerar que la mayor fortaleza turística que tiene Crucita es la gastronomía, especialmente con los deliciosos y frescos platos de mariscos tradicionales que preparan, éstos se ofrecen en todos los restaurantes que se encuentran ubicados a lo largo de la franja del malecón.

**GRÁFICO 19**

**Platos típicos en Crucita**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Un plato típico de langosta cuesta entre $12 y $18 dólares, un ceviche $5 dólares, un almuerzo regular entre $2 y $3 dólares, siendo estos precios inclusive menores en comparación a otras playas ecuatorianas.

La gastronomía de Crucita se basa habitualmente en mariscos, plátanos y maní para la elaboración de los platos tradicionales de la región, exquisitos para degustar, entre ellos tenemos: el arroz con concha, el arroz con pescado, las empanadas de verde, el pargo, el biche de pescado, el ceviche de camarón, el bolón de verde, entre los principales.

### 1.1.8. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPORTE

Entre los principales medios de comunicación que Crucita ofrece a sus visitantes encontramos los siguientes:

- ✓ Sitios públicos con acceso a internet: C@fé.com, Café Net, Cafeacute web, It@café
- ✓ Compañías Telefónicas Públicas: Andinatel, Pacifictel
- ✓ Compañías Telefónicas Móvil: Movistar, Claro
- ✓ Correos: Correos del Ecuador
- ✓ Courier: DHL

Los medios de transporte utilizados con mayor frecuencia por los turistas son: el terrestre y el aéreo; arribando primero a los aeropuertos de Manta y Portoviejo, por medio de Aerogal, Icaro, Lacsa o Tame; una vez en tierra firme se debe trasladar vía terrestre hacia Crucita en un recorrido de entre 30 ó 40 minutos aproximadamente.

Para llegar a Crucita vía terrestre tenemos una gama amplia de compañías de transporte que prestan este servicio, no todas llegan exactamente al destino de Crucita, sin embargo la mayoría se acercan lo suficientemente como para tomar una unidad más pequeña y que en cuestión de poco tiempo llegar al destino.

Las compañías terrestres son: Velotaxi, Pullman Carchi, San Cristóbal, Flota Imbabura, San Gabriel, Los Lagos, Aerotaxi, Otavalo, Transportes Loja, Turismo Oriental, Transportes Ecuador, Panamericana, Occidental, Santa, Reina del Camino, Trans Esmeraldas. Las compañías de alquiler de vehículos que operan en Crucita son: Ecuacars Renta Car y Budget Renta Car.

## 1.2. ASPECTOS GENERALES DE LA HOSTERÍA Y ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 1.2.1. ANTECEDENTES

El proyecto comienza con un sueño de la infancia, cuando en las vacaciones escolares se visitaba la playa de Crucita, en donde maravillosas escenas de una naturaleza en todo su esplendor se repetían, permitiendo visionar la creación de una empresa de hospedaje y alimentación que tenga práctica en: ecoturismo, turismo cultural, aventura, sol y playa.

Actualmente y después de haber ganado años de experiencia hotelera, es el momento oportuno para poner al servicio los conocimientos adquiridos con la creación de la Hostería El Refugio", buscando satisfacer las expectativas y exigencias del turista en que actualmente visita la región.

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su gran variedad cultural y de biodiversidad, pero lamentablemente algunos de los balnearios de la costa Ecuatoriana no se han aprovechado ni explotado correctamente, es por esta razón la creación de este proyecto, pues va dirigido a un sector en desarrollo y poco explotado como lo es Crucita.

En las costas manabitas ecuatorianas del Océano Pacifico, y junto a las hermosas playas de Crucita**,** balneario que se encuentra a 30 minutos de Portoviejo, con 13 Km. de playa, se encuentra nuestra Hostería El Refugio ubicada exactamente en el sector Recinto Los Arenales La Boca – Crucita un lugar de privilegiado descanso, desde este punto estratégico se encuentra a 5 minutos el Malecón y la playa a una cuadra.

**GRÁFICO 20**

**Ubicación de Crucita en la franja costera ecuatoriana**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 1.2.2. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto está encaminado a la Construcción de la Hostería El Refugio, el mismo que se edificará en un área de terreno de 1015 metros cuadrados, en el sector los Arenales – Crucita, a 5 minutos del Malecón y a una cuadra de la playa.

La Hostería además contempla cuatro áreas bien definidas: Área de hospedaje con (18) habitaciones de 4x4 metros cuadrados, con baño privado divididas así: Habitación Simple Matrimonial (3), Habitación Doble (5), Habitación Triple (5), Habitaciones Cuádruple (5); Área de restaurante con capacidad para 60 personas; Área húmeda con piscina y Área de eventos con capacidad de 60 personas. En cuanto a la alimentación el restaurante permitirá cubrir las necesidades de 60 personas simultáneas.

Ésta infraestructura permitirá albergar a 51 personas por noche en capacidad full, con un promedio esperado del 70% de ocupación promedio mensual en función de los periodos de temporada alta y temporada baja.

Entre los servicios se pondrá a disposición: acceso directo a larga distancia, correo de voz, transporte, centro de negocios, salas de juntas, prensa gratuita, restaurante, internet, WiFi, bar, área húmeda, servicio habitaciones 24h (Room Services), parking, caja fuerte en recepción, lavandería, habitaciones de fumadores / no fumadores.

### 1.2.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En los últimos años el turismo en el Ecuador se ha constituido en una de las fuentes más importantes dentro de la economía nacional, sin embargo por la escasa infraestructura hotelera y desarrollo vial, sobre todo en nuestras costas ecuatorianas se ha ocasionado que no se explore las bellezas turísticas existentes, provocando así que se visiten países aledaños, los cuales se mercadean en una forma más agresiva.

Un ejemplo muy claro de esto se ve reflejado en el mercado hotelero en la región de Manabita, el mismo que es escaso y limitado.

El 70% de los turistas sean nacionales o extranjeros, se interesan por pasar sus vacaciones visitando las playas manabitas, pero en su gran mayoría prefieren hospedarse en Manta como ejemplo por la infraestructura desarrollada en aquella ciudad.

La población de Crucita brinda la satisfacción necesaria para que exista el esparcimiento y recreación de sus turistas, con este proyecto se busca incrementar la infraestructura turística en la zona con todos los beneficios que esta conlleva.

Existen además diferentes programas en marcha para el desarrollo de este sector productivo, entre los cuales tenemos:

- El gobierno ecuatoriano está comprometido con la mejora permanente de las vías para fortalecer las potencialidades del turismo, de manera que los tiempos serán acortados para que los turistas puedan llegar con mayor comodidad y rapidez a Crucita incrementando así el comercio en todo el sector.

- El Plan del Buen Vivir, proyecto de vivienda del gobierno ecuatoriano que se está desarrollando para el progreso de los habitantes de Crucita.

- El Ministerio de Turismo, el IESS y el Gobierno Central están en conversaciones para explotar a corto plazo los diversos mercados de turismo como son los de: congresos, encuentros, negocios, descanso; sin dejar de considerar también el turismo de retiro dedicado a la tercera edad.

- Se espera que el crecimiento de la demanda aumente en los próximos años, debido a que las autoridades de Manabí conjuntamente con el Ministerio de Turismo trabajan arduamente desde algunos años en el programa de producción turística “VEN A MANABI PRIMERO”, con el objetivo de posicionar a la provincia en el tercer lugar de visita de turistas extranjeros al país, generando nuevas plazas de empleo directas e indirectas para los habitantes de la región.

- El Ministerio de Turismo ha desarrollado un programa de créditos para el sector turístico privado y comunitario, para emprendedores(as) en operación o por instalarse, a través del Banco Nacional de Fomento y con el respaldo del Gobierno Central para hacer realidad exitosos proyectos turísticos, los que promuevan una oferta de calidad basada en estándares y diversificación de alternativas en servicios que aseguren satisfacer las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros.

La creación de la Hostería El Refugio se fundamenta en que existe un repunte en la actividad turística, y eso se debe a algunos aspectos: el número de fuentes de empleo generados en el sector se duplicó en los últimos 10 años; además ha empezado a concretarse la práctica del ecoturismo, y sigue en franco crecimiento. Ésta potencialidad se ve fortalecida en el desarrollo de medios relacionados con la ecología, tales como turismo cultural (museos, arqueología, fiestas, exhibiciones), turismo de aventura (excursiones), deportivos (caminatas, parapente, surf, veleros, etc.), turismo de sol y playa.

Este proyecto surge en la necesidad de cubrir las expectativas del viajero dentro de éste destino turístico, a través de una propuesta clara y concreta para el mejoramiento continuo en el servicio de hospedaje en la región, encaminando ello el incremento del nivel de la oferta turística brindada dentro de este destino tan prometedor como lo es la zona costera del Cantón Crucita.

### 1.2.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

#### 1.2.4.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la factibilidad de crear la Hostería El Refugio en el Cantón Crucita, Provincia de Manabí.

#### 1.2.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear una obra arquitectónica que refuerce la imagen turística de Crucita en Manabí.

- Fijar las estructuras de la organización tanto legales, constitucionales, administrativas y de impacto ambiental, para su normal funcionamiento.

- Conocer el mercado objetivo al cual la Hostería El Refugio enfocaría su promoción turística.

- Establecer las estrategias a emplearse para lograr posicionar a La Hostería El Refugio, como la mejor opción para el turista en Crucita.

- Explotar la gama de aventuras deportivas y experiencias ecológicas que la región brinda para los turistas.

### 1.2.5. ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### 1.2.5.1. MACROENTORNO

Entre los factores que afectan la estructura competitiva de la empresa se encuentran: los factores económicos, los factores tecnológicos, los factores legales y políticos, los factores sociales y los factores demográficos.

#### 1.2.5.1.1. FACTORES ECONÓMICOS

Los tres elementos más importantes en este macro ambiente son: la tasa de crecimiento de la economía, las tasas de interés y las tasas de inflación.

**a. Tasa de Crecimiento de la Economía**

En el informe a la nación del Ecuador para el 2009, se destacó como un logro un crecimiento económico del 0,36%, la inflación fue del 4,31% y el desempleo se ubicó en 7,9%.

En el 2010 la tasa de crecimiento que se registró fue la mejor desde fines del 2008 cuando se inició la gran recesión económica a nivel mundial, siendo esta del 3,6**%** y que además es un porcentaje cercano a la meta oficial que se estima para el 2011.

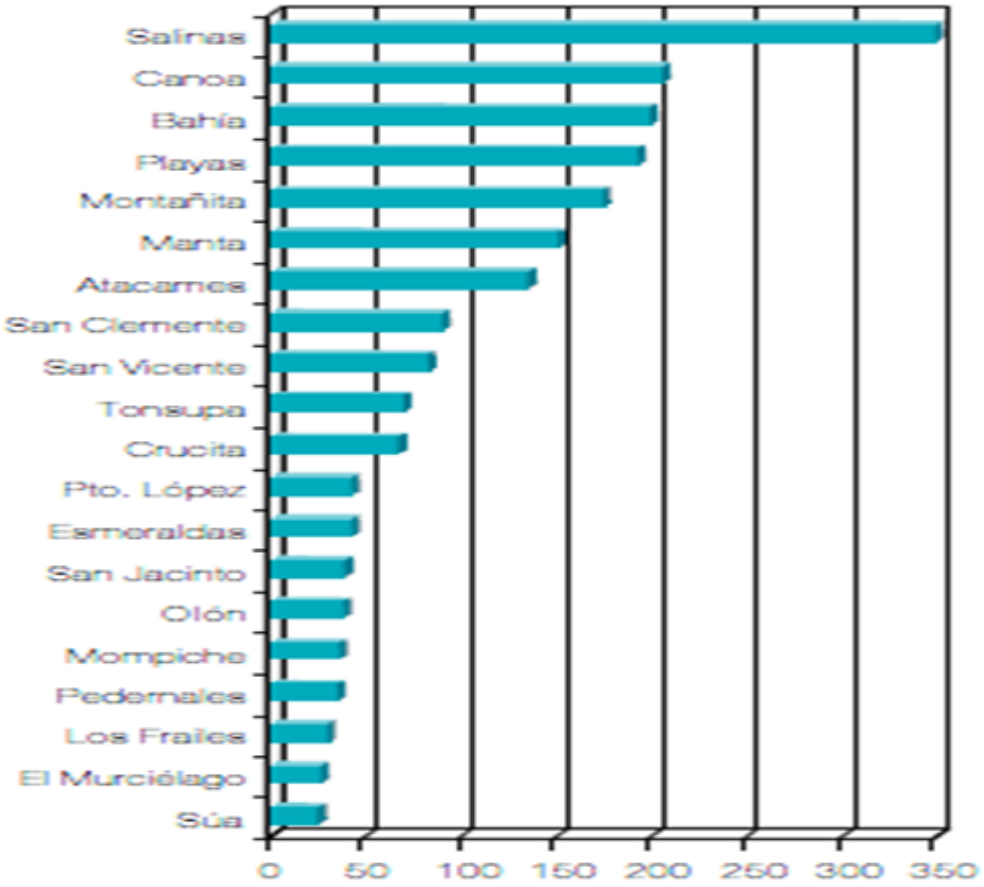
En cuanto al crecimiento económico de la industria turística en el Ecuador los vientos soplan a favor por la combinación de elementos internos y externos, hoy en día existe una tendencia marcada para dar respuestas y ofertas a las nuevas tendencias del turismo que son de aventura y el de la experiencia.

Una iniciativa para el crecimiento económico en la industria turística del Ecuador está dada por la Ruta del Spondylus auspiciada por el Ministerio de Turismo y las provincias de Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas, El Oro y Loja, dentro del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020, este proyecto incluye el apadrinamiento de carreteras, con el que se mejorará la red vial del país.

Se puede observar cuales has sido las tendencias de los turistas en los últimos años y así evaluar el giro económico en cada una de estas áreas.

**GRÁFICO 21**

**Playas por preferencia de los Ecuatorianos**




**Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador. Guayaquil, 2010**

**Elaborado: Manuel Burgos**

En el GRÁFICO 21, se observa que la playa más visitada es Salinas por tener una eficiente infraestructura hotelera. Si consideramos que 350 encuestados tienen preferencia por ésta playa y Crucita un aproximado de 52 encuestados, la relación entre las dos, muestra que un 14,8% de turistas prefieren visitar Crucita con relación a la playa más concurrida del país.

Bajando la escala encontramos a San Clemente, San Vicente, Tonsupa y Crucita, playas de ensueño que tienen deficiente infraestructura hotelera a excepción de Tonsupa, sin embargo estas playas poseen las posiciones medias en donde se denota que la gente no prefiere ir pero no dejan de ir tampoco, es decir, estos son los puntos medios de visitas para los turistas y Crucita ocupa la posición onceava en el estudio realizado por el Ministerio de Turismo.

**GRÁFICO 22**

**Playas de uso tradicional y ocasional**

Tabla 4: Playas de uso tradicional y ocasional en la zona marino costera

| Provincia | Tradicional | Ocasional | Provincia | Tradicional | Ocasional |
|---|---|---|---|---|---|
| Esmeraldas | Las Peñas | Olmedo | Manabí | | Salango |
| | Las Palmas | Camarones | | | Ayampe |
| | Atacames | Río Verde | | | Las Tunas |
| | Tonsupa | Playa Escondida | Santa Elena | Olón | Las Núñez |
| | Súa | Tonchigüe | | Montañita | San José |
| | Same | | | Ayangue | Curia |
| | Muisne | | | Punta Blanca | Manglaralto |
| | Mompiche | | | Ballenita | Cadeate |
| Manabí | Pedernales | Cojimies | | San Lorenzo | Playa Bruja |
| | Canoa | El Matal | | Chipipe | Playa Rosada |
| | San Vicente | Tasaste | | Mar Bravo | Palmar |
| | B. Caráquez | Don Juan | | | San Pablo |
| | San Jacinto | Punta Bellaca | | | La Libertad |
| | San Clemente | Punta Blanca | | | Chanduy |
| | Crucita | Pajonal | Guayas | Playas | Engabao |
| | Tarqui | Briceno | | Bellavista | El Pelado |
| | El Murciélago | Charapotó | | | El Arenal |
| | Sta. Marianita | Jaramijó | | | Data de Villamil |
| | San Lorenzo | Salaite | | | El Varadero |
| | Pto. Cayo | Machalilla | | | Cauchiche |
| | Los Frailes | Tortuga | El Oro | Jambelí | Bellavista |
| | Pto. López | Negra | | | Santa Rosa |
| | | Playita | | | |

**Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador. Guayaquil, 2010**

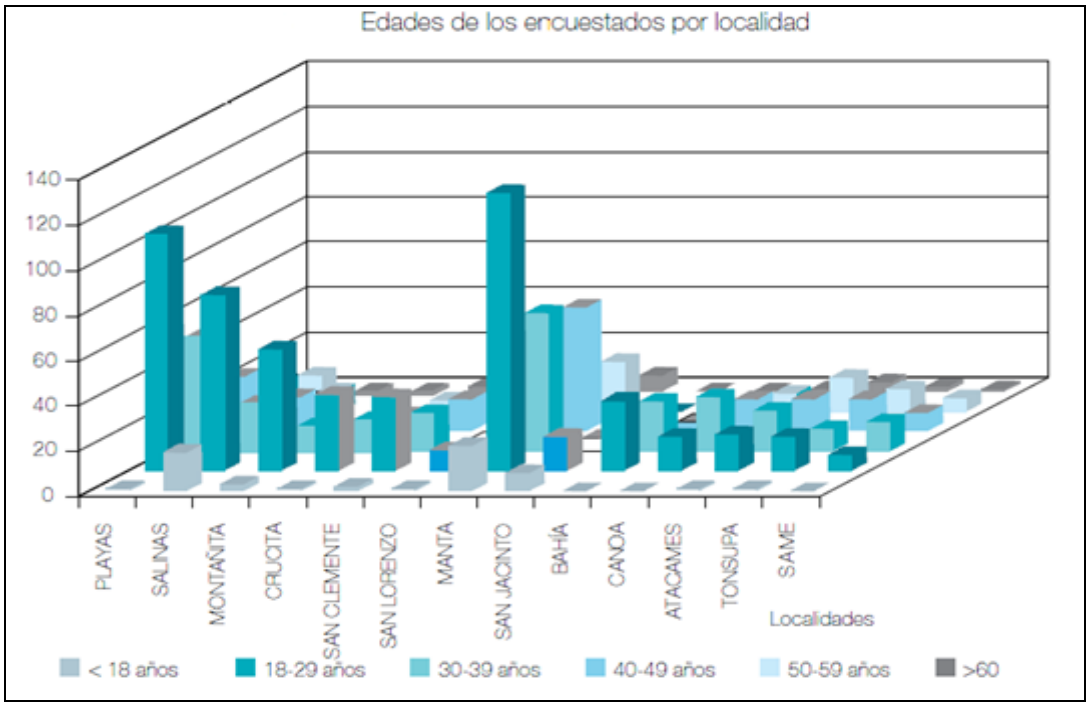
**Elaborado: Manuel Burgos**

Se determina en el GRÁFICO 22, que la visita turistica hacia Crucita es cuestión de tradición, siendo esta una de las playas que la familia por generaciones ha visitado y que esta localizada estratégicamente dentro del circuito marino costero, cerca de todo incluso de otras playas, además tiene atractivos naturales inigualables y la combinación de estas razones la han convertido en un punto de visita irrefutable en la ruta de los viajeros.

Por otro lado el Ministerio de Turismo cuenta para este año con 30 millones para inversiones, que se convertirán posiblemente en 40, por lo tanto la relación de la tasa de crecimiento de la economía con respecto a la demanda del servicio  a ofrecerse es positiva. Los clientes de la Hostería "El Refugio" tendrán no solo la capacidad sino la necesidad por salud y equilibrio mental al ampliar su gasto para este tipo de servicios.

**GRÁFICO 23**

**Edad de los Encuestados por Playa**




**Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador. Guayaquil, 2010**

**Elaborado: Weiming Bajaña y Estefanía Granja**

El GRÁFICO 23 evidentemente muestra que los adolescentes y jóvenes son los que más visitan las hermosas playas ecuatorianas, sobre todo en Playas, Salinas, Montañita, Crucita, San Lorenzo, Canoa y Manta; estos lugares exóticos se complementan con el sol, la arena, el mar, y las denominadas farras que son sin duda su mayor motivación, sea en parejas, en grupos o con amigos, estos viajes se convierten en una descarga de adrenalina, aventura y muchas veces en un peligro constante para los adolecentes y jóvenes por el abuso indiscriminado de alcohol y droga que propician complicaciones aún mayores.

Más aún en las edades sobre los 45 años siendo que son los que tienen el poder adquisitivo, en su mayoría, se observa un limitado interés por explotar estos sitios turísticos, si se considera que la playa es también un sinónimo de paz, tranquilidad, de aire puro, con el canto de sus aves y la danza de sus olas, entonces se resuelve que este escenario también puede ser aprovechado para aquellos que necesitan edificar el espíritu o para aquellos que buscan la unión familiar y su armonía.

El consumo o gasto turístico que efectúan los viajeros residentes en el país en los feriados o en los fines de semana, se distribuye principalmente así: Al transporte de pasajeros por vía terrestre (49,9%), seguido por los servicios prestados por las agencias de viajes (16,8%), los hoteles (8,0%), los restaurantes (7,8%) y no especificados 7,3% (Ejemplo artesanías)

**b. Tasas de Interés**

Desde hace tres años el Gobierno Central he generado leyes y políticas que respalden la estabilidad de las tasas de interés en el país, por esta razón se considera que la tasa de interés activa referencial de los últimos años refleja constancia y esto permite que el negocio sea menos riesgoso, ya que el costo de capital es estable.

Las tasas de interés influyen en el costo de capital para el proyecto y, en consecuencia en la capacidad de reunir fondos e invertir en activos nuevos, es decir, si aumenta, el costo de incurrir en un préstamo bancario a largo plazo será más alto y esto disminuirá el flujo de efectivo y por lo tanto también el periodo de recuperación de la inversión se extiende, por este motivo es importante negociar adecuadamente con la banca, una tasa de interés que sea conveniente para este tipo de proyecto.

Varios son los ejemplos que respaldan la estabilidad de la tasa de interés entre los cuales tenemos: En el 2009 se estableció a través de la Superintendencia de Bancos que las entidades bancarias manejaran un mínimo capital rotativo dentro del país.

Más tarde El Estado en el segundo semestre del 2009 transfirió seiscientos millones de dólares al Ecuador, fondos del país que estaban en cuentas extranjeras ganando intereses bajos. La inversión de estos fondos en el país fue así:

- Doscientos millones de dólares al MIDUVI (Bonos de la Vivienda),

- Doscientos millones de dólares para el Banco de Fomento (Créditos Hipotecarios); reforzando así el motor de la industria de la construcción, importante estrategia para tener estabilidad en los tiempos de la recesión económica que se generó a nivel mundial, y

- Doscientos millones de dólares al Banco del Pacifico (Créditos Hipotecarios).

Además en el primer semestre del 2010 el estado paga deuda al IESS, obligándolo con la nueva inyección de capital a bajar sus tasas de interés para el sector.

**CUADRO 1**

**Indicadores Monetarios en los meses de febrero y marzo 2011**

| TASAS DE INTERES | feb-11 | mar-11 |
|---|---|---|
| | (%) | |
| Activa referencial productivo corporativo | 8.25 | 8.65 |
| Activa referencial productivo empresarial (a) | 9.71 | 9.66 |
| Activa referencial productivo PYMES | 11.24 | 11.31 |
| Activa referencial consumo | 15.90 | 15.96 |
| Activa referencial vivienda | 10.47 | 10.55 |
| Activa referencial micro ac ampliada | 23.00 | 23.09 |
| Activa referencial micro ac simple | 25.20 | 25.66 |
| Activa referencial micro minorista | 28.28 | 28.94 |

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado: La Autora**

Como se puede observar en los meses de febrero y marzo 2011, las tasas de interés en varios campos como son: Activa referencial para el sector productivo corporativo, empresarial, PYMES, consumo, vivienda, se mantienen sin mayores fluctuaciones entre los dos meses. Por otro lado la tasa de Activa referencial para micro ac ampliada, simple y minorista tienen valores más altos por el riesgo financiero de cada uno de ellos, pero de un mes a otro, tampoco tiene fluctuaciones severas.

### *c.* Tasa de inflación

*"La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares".*[13]

[13] Del sitio web: http://www.tesis.ufm.edu.gt/50918/tesis.htm

La inflación puede desequilibrar la economía e inducir a un crecimiento económico tardío, generando mayores tasas de interés y movimientos volátiles en el circulante.

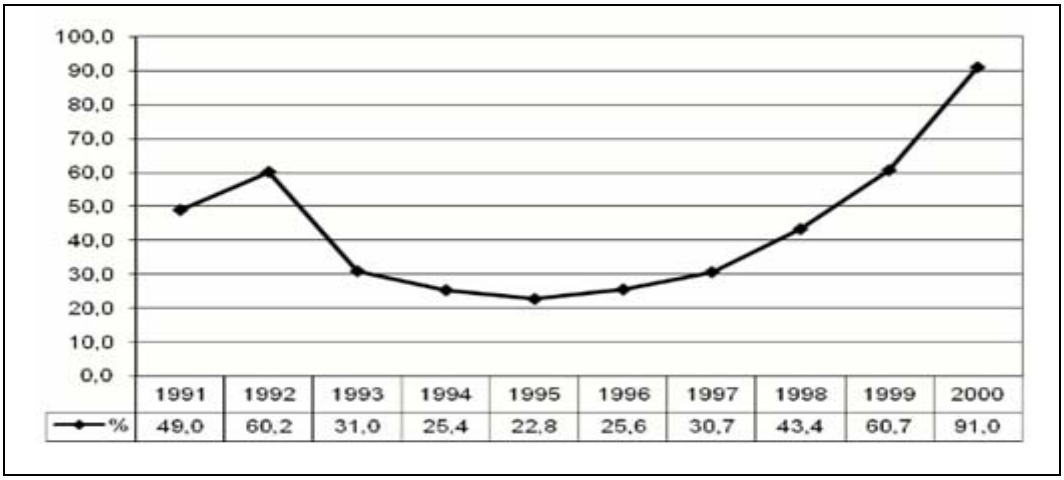
"Definición de Tasa de inflación (precios al consumidor): Esta variable suministra el cambio porcentual anual de los precios al consumidor comparados con los precios al consumidor del año anterior".[14]

El Ecuador ha sufrido un proceso inflacionario desde muchos años atrás, se la puede analizar en tres etapas. La primera, experimentada en la década de los 80' hasta finalizar el Gobierno del socialdemócrata Dr. Rodrigo Borja Cevallos, la segunda, en base a la política económica aplicada a partir del Régimen del Arq. Sixto Duran Bailen hasta llegar a la gran crisis de 1998-99, y la tercera etapa del proceso inflacionario corresponde a la aplicación del sistema de dolarización en la economía ecuatoriana en el periodo 2000-2009.

**GRÁFICO 24**

**Evolución de la Inflación en Ecuador**

**1991 – 2000**




| | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| % | 49,0 | 60,2 | 31,0 | 25,4 | 22,8 | 25,6 | 30,7 | 43,4 | 60,7 | 91,0 |

**Fuente: INEN**

**Elaboración: La Autora**

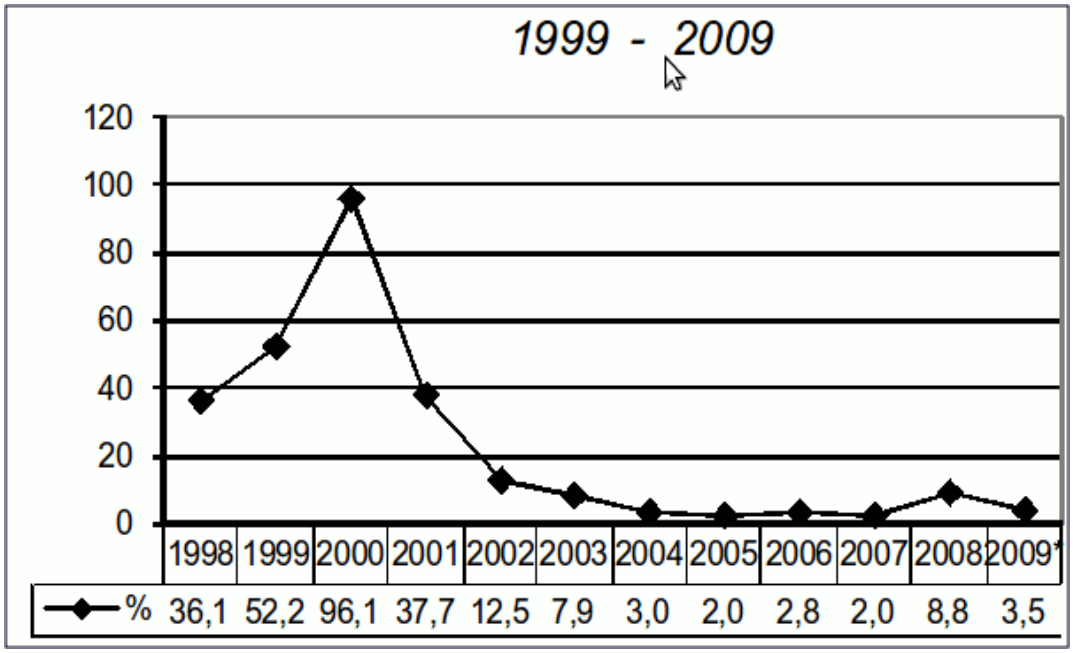
[14] Del sitio web: http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=71&l=es

En la tabla se observa que a partir del año 95 se sufre un descontrol la tasa de inflación generándose un incremento progresivo al pasar del 22,8% al 91% en el año 2000 con un claro peligro de entrar un una hiperinflación, entonces inevitablemente se debió aplicar un nuevo modelo económico dolarizado que permitió frenar el caos financiero que sufría el país.

**GRÁFICO 25**

**Evolución de la Inflación en Ecuador**

**1999 – 2009**




**Fuente: INEN**

**Elaboración: La Autora**

Los índices del GRÁFICO 26, muestran a la dolarización como un instrumento que logró en el mediano plazo reducir a un dígito el incremento sustancial y sostenido de los precios. Sin embargo, se tuvo que esperar hasta finales del año 2002 para alcanzar una inflación de un dígito y es a partir de allí cuando empieza una desaceleración significativa hasta llegar a niveles del 2 por ciento.

Además se determina que el 2005, 2006, 2007 el porcentaje de inflación fue estable entre el 2% al 2.8%, en el 2008 se dispara al 8.8% y en los últimos tres años 2009, 2010, 2011 vuelve a bajar, manteniéndose con tendencia de inflación del 3.5%, gracias a la política económica del Gobierno de turno.

**CUADRO 2**

**Inflación Mensual 2010/2011**

| | |
|---|---|
| Abril-30-2011 | 3.88 % |
| Marzo-31-2011 | 3.57 % |
| Febrero-28-2011 | 3.39 % |
| Enero-31-2011 | 3.17 % |
| Diciembre-31-2010 | 3.33 % |
| Noviembre-30-2010 | 3.39 % |
| Octubre-31-2010 | 3.46 % |
| Septiembre-30-2010 | 3.44 % |
| Agosto-31-2010 | 3.82 % |
| Julio-31-2010 | 3.40 % |
| Junio-30-2010 | 3.30 % |
| Mayo-31-2010 | 3.24 % |
| Abril-30-2010 | 3.21 % |
| Marzo-31-2010 | 3.35 % |
| Febrero-28-2010 | 4.31 % |
| Enero-31-2010 | 4.44 % |

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaboración: La Autora**

Según los porcentajes del CUADRO 2, para los dos últimos años la tasa de inflación en el país ha ido a la baja siendo el porcentaje para el 2010 del 3.56% y para el primer trimestre del 2011 del 3.50%, además en este trimestre se generó una tasa inflacionaria alta con relación a lo esperado, esto puede haberse producido por la Consulta Popular propuesta.

Sin embargo la tendencia indica que los índices mensuales serán menores en los siguientes meses; a pesar de esto, y con este ambiente inflacionario de los últimos tres años estable y sin tendencia a variar es factible poder predecir el valor real de los ingresos que se pueden ganar de un proyecto a cinco años.

#### 1.2.5.1.2. FUERZAS TECNOLÓGICAS

La Hostería “El Refugio” garantizará desde su construcción un buen manejo de las fuerzas tecnológicas, con el objetivo de optimizar recursos, tiempo y ajustar el presupuesto a las necesidades de la hostería como son: la calidad, la reducción de costos de mantenimiento, diseño, decoración, imagen, estilo único y personalidad, añadiéndole de esta manera valor agregado.

Entre el equipamiento hotelero necesario para el funcionamiento de Hostería esta: la iluminación, cerraduras electrónicas, licencias para hoteles, consultores de auditoria, equipo de cocina y restaurant, cámaras frías, equipo de lavado e higiene, mobiliario de acero inoxidable y grifería, mobiliario para restaurante, bar, salones, habitaciones, área húmeda y equipos de karaoke.

Entre las nuevas tecnologías se propone crear la página web, así como su espacio en las redes sociales para aliarse con agencias y mayoristas, para establecer la reserva online que ahorra un 80% de los gastos administrativos.

#### 1.2.5.1.3. FUERZAS POLÍTICAS Y LEGALES

El marco legal vigente tiene un gran aporte como facilitador del desarrollo turístico en el Ecuador. Entre los elementos que han facilitado el desarrollo turístico en la Costa se encuentra:

- La adecuada aplicación de la legislación ha facilitado el desarrollo de procesos asociados al turismo como el Otorgamiento de permisos de funcionamiento, entre otros.

- La descentralización de competencias, ha dinamizado los procesos a nivel local.

- La existencia de ordenanzas regionales han estimulado la inversión en los cantones que las han desarrollado.

- La aplicación de leyes y regulaciones para el control ambiental ha permitido un mejor control de los impactos del turismo sobre el ambiente.

El organismo regulador del turismo en el Ecuador es el Ministerio de Turismo, más aún existen cámaras y asociaciones del sector, entre las principales tenemos:

- Federación Nacional de Cámaras de Turismo (FENACAPTUR).

- Asociación Hotelera del Ecuador (AHOTEC).

- Asociación de Operadores de Turismo (OPTUR).

- Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC).

- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).

PLANDETUR 2020, es un reto político inspirador que busca posicionar al Ecuador como líder en turismo sostenible, responsable en lo social, ambiental y económico. Un diseño integral que constituye en el desarrollo de marcas de productos y destinos de excelencia, solidaridad y cultura ecuatoriana a lo largo de la travesía de la costa de ecuatoriana.

Estos derechos como las obligaciones de los prestadores y los usuarios del sector turístico son los que regirán para la promoción, el desarrollo, la regulación, con el objetivo de fomentar la actividad turística tanto interna como externa, además de ofrecer un producto competitivo, garantizando así el uso racional de los recursos naturales y la protección del viajero.

Sin embargo también en el marco legal vigente existen limitantes del desarrollo turístico como son:

- Poca claridad en las leyes y regulaciones en las competencias de las autoridades.

- Poca capacidad de las autoridades para controlar y hacer cumplir las leyes.

- Falta de reglamentos y debilidad en la aplicación de sanciones por parte de la función judicial.

- No se ha respetado las regulaciones sobre el respecto al uso y aprovechamiento de los recursos naturales, siendo el ejemplo más notable el mal uso e irrespeto por el manglar.

- Falta de regulaciones apropiadas para una óptima gestión turística incluyendo regulaciones que incentiven la inversión.

- Poco cumplimiento a las medidas o planes para el ordenamiento urbanístico y de playas, como es el Programa de Ordenamiento de Playas.

#### 1.2.5.1.4. FUERZAS SOCIALES Y AMBIENTALES

En la actualidad a nivel mundial tenemos un problema social grave que afecta a nuestra salud mental y física, que va en incremento del cual lamentablemente todos estamos en la capacidad de adquirirlo y que deteriora nuestra vida, este es el stress.

El estrés es una enfermedad que ya no afecta solo a países desarrollados, donde la vida se volvió una lucha constante, apurada y cotidiana, sino que también hoy por hoy en países como el Ecuador igualmente se sufre de sus síntomas y reacciones, que con el paso de los años tiene la capacidad de concebir otras enfermedades mas graves como: el cáncer, el parquinson, el alzaimer. Contra esto la sociedad busca incansablemente soluciones que mejoren y estabilicen su estilo de vida, siendo esta una fuerza social que a través de las costumbres de las personas afecta a nuestra industria.

Es por esta razón que hoy la demanda de lugares como los spa, los hoteles, hosterías de turismo, entre otros lugares de ejercicio físico y esparcimiento, son clave a la hora de invertir en un negocio.

Otra fuerza social que mueve al mundo es la unión familiar, siendo pocos los hogares que le prestan atención a esta fortaleza por nuestra vida agitada, la tecnología, el factor tiempo, las profesiones, la mala asignación de cargos, etc., los mismos que no permiten fomentar la unión y comunicación familiar, mostrándose como un factor imprescindible para crear vínculos de identidad, seguridad, pertenecía, que aseguren una sociedad de padres e hijos con valores y principios.

Es allí cuando el servicio de hospedaje cumple la misión de armonía, unión familiar, deporte y aventura, Hostería El Refugio juega un papel importante para este nicho de mercado, se convierte en una de las mejores opciones al momento de escapar del stress.

La Hostería esta diseñada con servicios adicionales, donde se involucren a los miembros de la familia, para transformar sus viajes en: recreación, diversión, descanso, y en nuevas aventuras a escoger; brindando a los turistas un ambiente de relajación fuera de la ciudad.

#### 1.2.5.1.5. FACTORES DEMOGRÁFICOS

La población de Manabí es mayoritariamente joven, pues el número de habitantes de más de 45 años representa el 13% de la población total, la tasa de natalidad de la provincia es elevada y a pesar del crecimiento acelerado de la población urbana, la de carácter rural es mayoritaria.

Crucita tiene actualmente 12 mil habitantes y su población se dedica principalmente al turismo, la pesca artesanal, la agricultura y se están explotando atractivos turísticos como son los deportes extremos entre los cuales tenemos: vuelos del parapente, alas delta, el avistamiento de ballenas, entre otros.

El poblado de Crucita cuenta con una extensión territorial de 13 km. de playa, los mismos que se extienden desde el límite del cantón Jaramijó hasta la desembocadura del Río Portoviejo, conocido también como “la Boca”.

A la playa de Crucita se la considera como un destino principal turístico en el Ecuador y uno de los tres mejores lugares de América, por lo que, la Hostería “El Refugio” estaría en un lugar preferencial, con la oportunidad de experimentar deportes aéreos únicos, rodeada de majestuosos lugares turísticos para visitar; además este proyecto permitirá crear nuevas plazas de empleo para los habitantes de la región.

#### 1.2.5.1.6. VENTAJA GLOBAL

Realizar un efectivo análisis del entorno nos permite evaluar y descubrir información valiosa para generar estrategias e implantar un modelo de negocios capaz de lograr una ventaja competitiva sostenida, una ventaja comparativa y una promesa única de venta.

Hostería “El Refugio” tiene como ventaja competitiva a la experiencia adquirida por sus fundadores a lo largo de la carrera hotelera, las relaciones públicas y la concientización de la necesidad que tiene el ser humano de contar con un lugar saludable para disipar el stress.

Éste proyecto se perfila con una ventaja comparativa, basada en una diferenciación evidente, puesto que el plan estará encaminado a la construcción de la Hostería “El Refugio” en un lugar de descanso y armonía, en resguardo del ruido, del smoke y de lo cotidiano y que además brinde la posibilidad permanente de explotar nuevas oportunidades de aventura.

En estos lugares de extremada belleza se realizará una variedad de retiros, con la aplicación de inteligencia emocional, música de meditación de fondo, mensajes para el alma al contacto con la naturaleza misma y con el mejor de los paisajes, que les permita a nuestros huéspedes experimentar un reencuentro con el regocijo, apreciar un auténtico perdón, sentir un agradecimiento sincero por lo que tiene, por lo que es y valorar la unión familiar.

Además cada mañana en la Hostería se podrá contar con actividades de competencia y gimnasia para fortalecer los lazos familiares, como también del cuerpo físico; más tarde la diversión continuará con talleres de riso terapia, para fortalecer, que junto con los servicios adicionales de piscina e hidromasaje se complementará la restauración y renovación de energías.

El proyecto tiene como promesa única de venta: **“Armoniosa hostería que restaura el cuerpo y el alma”**. Con la aplicación de la ventaja competitiva distintiva y comparativa mencionados, la Hostería “El Refugio” tendrá una ventaja competitiva global capaz de generar fidelidad en los turistas y por tanto un rendimiento superior al esperado.

### 1.2.5.1.7. LAS FUERZAS DE COMPETENCIA

Al no existir una Hostería en el Cantón Crucita equipada con los servicios adicionales ya expuestos, con una filosofía de vacacionar en armonía y salud entre el

cuerpo y el alma y con la oportunidad de experimentar nuevas y fraternales experiencias, se determina que Hostería “El Refugio” no cuenta con competencia directa en la zona.

La competencia indirecta serían los hoteles que existen en Crucita y en sus alrededores como: San Jacinto, San Clemente, San Vicente, Canoa y Bahía de Caráquez entre los principales están: Hotel La Piedra, Hotel Casa Ceibo, Casa Grande Boutique, Hotel Ocean Blue, Hotel Venecia, Hotel Vista al Mar, etc.

#### 1.2.5.2. MICROENTORNO

##### 1.2.5.2.1. CLIENTES EXTERNOS

Hostería “El Refugio” está dirigida al mercado nacional y para aquellos turistas que les gusta visitar las playas ecuatorianas en vacaciones, feriados, fechas especiales, fin de año, etc. Los clientes potenciales dentro de este mercado serán aquellos que buscan otras alternativas de recreación, un descanso natural, la restauración del cuerpo y del espíritu, familias ecuatorianas que buscan la unión, la comunicación y la armonía.

La empresa quiere llegar al mercado de profesionales económicamente activos, responsables de hogar que requieran de un fin de semana o feriado de sosiego, unión familiar, reflexión, buscando obtener una experiencia inolvidable al reencontrarse con su yo interior y estar en armonía con todo lo que le rodea.

Los clientes externos de la hostería serán todas aquellas personas que deseen cambiar su actual ritmo de vida, teniendo como base la ventaja global anteriormente mencionada con la combinación de las actividades planificadas, garantizándose

llegar a cumplir las expectativas de los turistas el momento de elegir un destino nuevo al cual acudir.

#### 1.2.5.2.2. CLIENTES INTERNOS

La Hostería el Refugio se preocupará también de los clientes internos teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

- Crucita no posee un lugar comercial eficiente para abastecerse de todos los alimentos y bebidas necesarios con precios bajos, por esta razón, para estoquear la despensa de Hostería “El Refugio” será estrictamente necesario que los Alimentos y bebidas se los compre en la Corporación La Favorita de la ciudad de Portoviejo, basados en la calidad de los productos con costos razonables y que por estar a tan solo 28 Km en la ciudad de Portoviejo, a 30 minutos exactamente.

- Suministros para las habitaciones como: hamacas, espejos, sabanas, almohadas, colchones, toallas, etc. Serán proporcionados por Supermercado del Colchón, Menéndez Zamora Washington Bienvenido, almacén ubicado en la dirección Mariscal de Ayacucho entre 7° y 8° en el centro de la cuidad de Portoviejo.

- Los muebles, enseres, menaje de cocina, restaurant y habitaciones, lencería, cristalería, vajilla, cubertería, y equipos también serán proporcionados por Supermercado del Colchón.

- Reparaciones y mantenimiento del edificio, serán efectuada por el personal técnico contratado que realizará los servicios de conserjería.

- Materiales indirectos como son: detergente, limpiones, antideslizantes, cloro, desinfectante, pisos, jabón, escobas, etc. Serán adquiridos en la Corporación La Favorita de la ciudad de Portoviejo.

- El personal de servicio será contratado del cantón Crucita y serán previamente entrenados para su desempeño en la calidad del servicio y atención al cliente en el Ministerio de Turismo de Manabí en la cuidad de Portoviejo, aprovechando este beneficio que otorga la entidad para desarrollar un servicio de hospedaje competitivo.

- Las distracciones deportivas serán provistas por la hostería en el caso de las caminatas, excursiones, gimnasia y competencias; en el caso de la práctica de Parapente, Alas Delta, la pesca deportiva, jet-sky y el avistamiento de ballenas será concesionadas a otros empresarios.

- El equipo de cómputo luego de un análisis de costos, será adquirido en Compu Laser, Macías Freddy, almacén ubicado en la Av. Manabí entre Alajuela y P. Moreira en el centro de la ciudad de Portoviejo.

- Para la obra civil, en donde consta: Preliminares, hormigón, acero, alivianamiento, mampostería, enlucidos, carpintería metal madera, instalaciones, pisos, revestimiento, closets y varios estará a cargo el Arq. Ramiro Medina

# CAPÍTULO II

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

*"El concepto de mercadotecnia sostiene que la clave para alcanzar las metas organizacionales consiste en determinar las necesidades y deseos de los mercados meta, y entregar los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores."*[15]

El objetivo de realizar éste estudio es sin duda verificar que Hostería "El Refugio" tenga un mercado viable (demanda), y, la oportunidad real de ingresar al campo hotelero (oferta), siendo necesario además de advertir el riesgo o la posibilidad de éxito del proyecto para su creación.

La Hostería El Refugio se edificará en el sector los Arenales – Crucita, a 5 minutos del Malecón y a una cuadra de la playa, es estratégica su ubicación puesto que es esquinera, pasa por allí la vía principal para ir hacia el malecón de la playa de Crucita, así como la vía para ir hacia al Estuario La Boca, por esta razón el lugar tiene buena actividad económica, además repercutirá en la instalación a su alrededor diferentes tipos de comercios.

En la hotelería como en cualquier otro negocio o industria se deben adoptar estrategias para el logro de una mayor competitividad, se deben analizar muchos elementos del mercado tales como los económicos, políticos, culturales, y medioambientales del destino donde operará el establecimiento y su interrelación.

[15]KOTLER, Philip, Dirección de Mercadotecnia, Análisis, Planeación, Implementación y Control, Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 1996, Pág. 18.

Así también para hacerle tentativo al turista su visita, la parroquia cuenta con los servicios de Policía Nacional y Naval, Tenencia Política, Crucitur, Pacifictel, iglesia, estacionamientos, parque central, cementerio, Centro de Salud, gasolineras, entre otros; de esta manera se presenta Crucita al turista como una región privilegiada y que además está en crecimiento y desarrollo.

La mejora permanente de las vías fortalecen las potencialidades del turismo, aumentando las facilidades de acceso a las playas en desarrollo como Crucita y especialmente luego de la entrega del puente que une bahía con San Vicente los tiempos serán acortados para que los visitantes puedan llegar con mayor comodidad y rapidez, permitiéndoles recorrer mayor cantidad de lugares incrementando así el comercio en todo el sector.

Se puede explotar una doble posibilidad de aprovechamiento a esta fortaleza: como fuente de visitantes nacionales, y como portal turístico para extranjeros, al contar con vías de primer orden para realizar viajes placenteros y seguros.

Se desarrolla así, una apreciable comodidad para los viajeros de todas las ciudades incluso costeras si hablamos del mercado nacional, en especial para la ciudad de Quito, que son turistas vacacionales por tradición, amantes de las costas ecuatorianas en su mayoría y el mercado meta al que está enfocado el proyecto.

## 2.1. PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de mercado especifica si el proyecto es la solución a la necesidad, deseo o demanda del mercado. Tomando en consideración que la necesidad de un mercado se refiere a la privación de factores básicos; el deseo de un mercado está dado por satisfacciones e ilusiones específicas y la demanda son deseos definidos respaldados por la capacidad y voluntad para adquirirlos.

El método a utilizar para recolectar la información resultará también de esta investigación, así se conocerá mayores datos de los clientes potenciales y del mercado en general como son: características del cliente, el ambiente actual, identificar problemas y oportunidades, evaluar y desarrollar alternativas de acción de la mercadotecnia.

Mediante el análisis e interpretación de los resultados se determinará aspectos relevantes para el proyecto y se espera con toda esta información influir en los deseos de la demanda al presentar los servicio de la Hostería “El Refugio” como una nueva alternativa de liberación para el estrés y el enriquecimiento para el alma, atractivo proyecto, accesible y disponible para el mercado al que va dirigido.

## 2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Determinar las necesidades y preferencias de los clientes potenciales e identificar las variables relevantes al momento de escoger Hostería “El Refugio”, como destino turístico.

## 2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

### 2.3.1. OBJETIVOS GENERALES

Verificar que Hostería “El Refugio” tenga un mercado viable y la oportunidad real de ingresar al campo hotelero, determinando y cuantificando la demanda y la oferta a través de la recolección de información que permita establecer la segmentación de mercado, producto, precio, comunicación y distribución.

### 2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las características de los turistas quiteños que visitan el Cantón de Crucita.

- Identificar las motivaciones de los turistas quiteños para decidir visitar la Playa de Crucita como destino turístico en la Provincia de Manabí.

- Establecer el tiempo y fechas de hospedaje de los viajeros.

- Definir las tendencias y preferencias de los turistas para permanecer en un lugar determinado.

- Establecer los clientes potenciales que tiene Hostería “El Refugio”.

- Realizar la segmentación de mercado y definir nuestro mercado meta.

- Determinar las variables que influyen en la demanda del proyecto y su grado de importancia.

### 2.3.3. MECANISMOS Y PROCESOS DE INVESTIGACIÓN

Dentro de estos mecanismos y procesos de investigación se encuentran:

- Investigación Exploratoria o Cualitativa

- Investigación Cuantitativa o Descriptiva

*"La investigación exploratoria consulta las ideas básicas para preparar un enfoque de investigación. Los procedimientos se limitan a la consulta de información secundaria, o a la ejecución de un sondeo, utilizando una pequeña encuesta piloto o al manejo de un modelo de simulación."*[16]

La investigación exploratoria o cualitativa, indaga el conocimiento profundo de los problemas, las muestras son de tamaño pequeño pero la representatividad es condición inobjetable; ésta investigación busca exclusivamente tener una idea concreta sobre las cualidades del servicio de hospedaje al que se desea incursionar.

Es muy dinámica esta investigación y se la puede realizar por medio de entrevistas de profundidad, utilizando comunicación verbal directa e indirecta que suministra datos e ideas profundas actuales sobre el comportamiento, percepciones y actitudes de los clientes potenciales.

*"En la investigación cuantitativa el propósito es medir un parámetro de una población para llegar a un resultado concluyente que soporte una decisión bajo un riesgo previsto. Requiere utilizar muestras de gran tamaño que garanticen el rigor estadístico necesario para hacer inferencias."*[17]

[16] OROZCO J. Arturo, Investigación de Mercados, Concepto y Práctica, Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia, 1999, Pág. 44.
[17] OROZCO J. Arturo, Investigación de Mercados, Concepto y Práctica, Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia, 1999, Pág. 45.

La investigación cuantitativa o descriptiva precisa el peso de cada estado en términos absolutos o relativos, describe las características de una población: hábitos de compra, tamaño del mercado, acciones de competidores, etc. Además la investigación cuantitativa determina las respuestas a las preguntas quién, qué, dónde, cómo y cuándo y tiene tres estudios como propósitos que son:

**Estudio Descriptivo**.- Es usado para ampliar los conocimientos de los sectores analizados en la investigación, siendo el instrumento utilizado para este estudio a la encuesta.

**Estudio de Control o Monitoreo**.- Éste estudio provee datos informativos de la misma especie de forma constante y regular de un evento en particular, determinando al panel como el medio más efectivo para el monitoreo.

**Estudio Explicativo o Causal**.- El estudio determina un análisis o explicación de las causas que son variables independientes y los efectos como variables dependientes, donde las hipótesis son los medios más adecuados para su desarrollo.

Por lo tanto se determina, utilizar la investigación cuantitativa como mecanismo de indagación, específicamente orientado al estudio descriptivo a través de la encuesta ya que la medición es lo fundamental en esta técnica, la encuesta puede indagar simultáneamente, siendo un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación.

Los datos se obtienen a partir de un conjunto de preguntas ordenadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, para conocer preferencias, tendencias, opiniones, características o hechos específicos. Se seleccionará preguntas convenientes y apegadas a la naturaleza de la investigación.

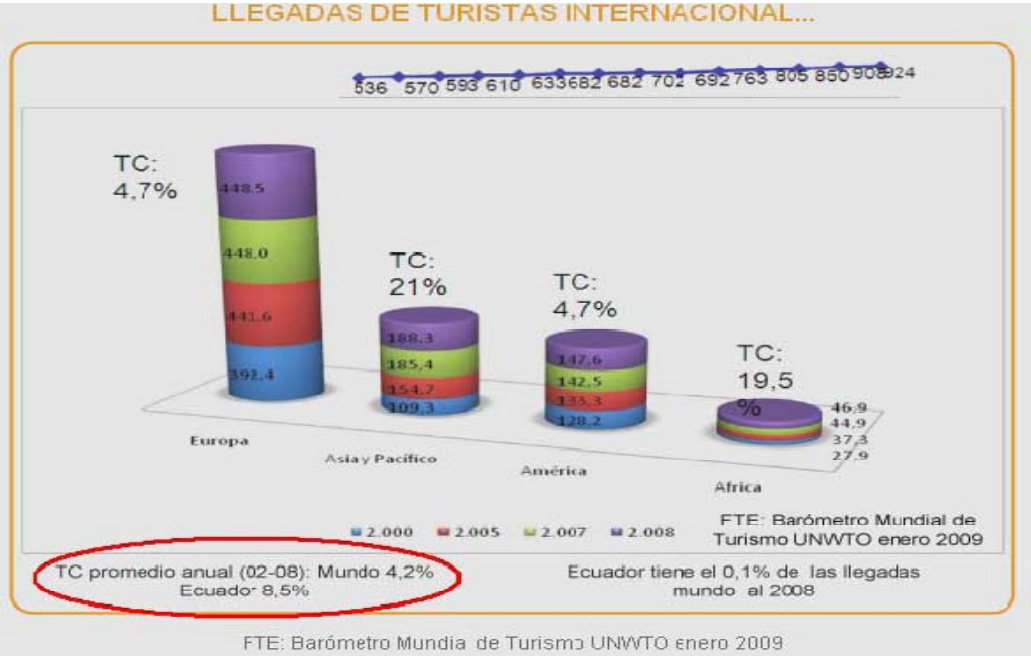
## 2.4. PERFIL DEL TURISTA

En general el perfil turístico responden a un colectivo de variables que señalan los aspectos más relevantes en el trazado de los rasgos distintivos de aquellas personas que eligen un lugar como destino para sus vacaciones, en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deportes y cultura.

Dentro del análisis de la demanda mundial según la O.M.T. (Organización Mundial del Turismo), el crecimiento medio previsto a largo plazo es del 4% anual en este sector, esto significa que 25 millones de turistas se incrementan anualmente en el mundo. Para el año 2008, el crecimiento mundial fue superior al promedio previsto, pues se incrementó en un 5%. En América del Sur el crecimiento promedio fue de un 10 % durante el año anterior, mientras que en nuestro país, el crecimiento fue de alrededor de un 8 %.

**GRÁFICO 26**

**Llegadas de Turistas Internacional**



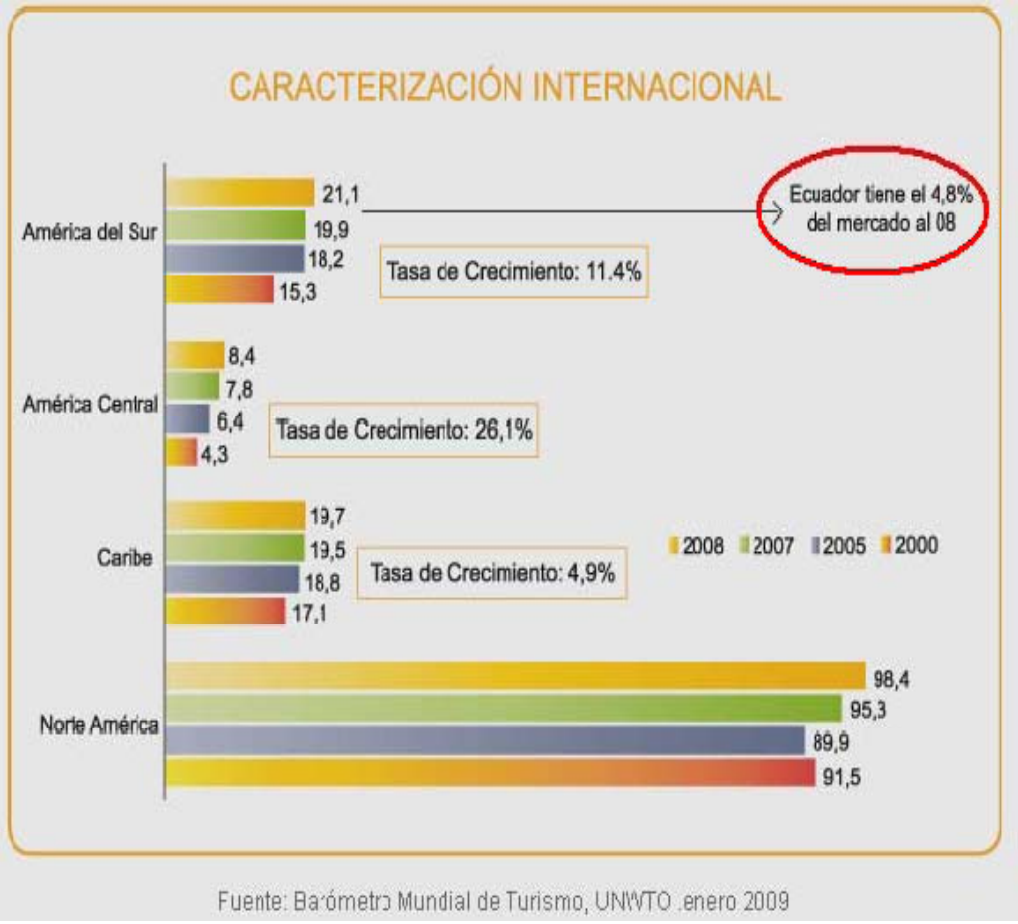

**Fuente: Barómetro Mundial de Turismo UNWTO enero 2009**

**Elaborado: Organización Mundial de Turismo**

Según el GRÁFICO 26, la tendencia anual de crecimiento mundial del 2000 al 2008 fue del 4,2%, mientras que en los mismos años en el Ecuador fue del 8.5%, también se puede distinguir que tanto en Europa como en América tienen el 4,7%.

En el GRÁFICO 27 analizamos la tasa de crecimiento en el turismo mundial específicamente de América, lo que nos dice que América Central tiene un 26.1%, y le sigue América del Sur con el 11.4%, quedando Ecuador con el 4.8% del mercado al 2008; el Caribe por su parte sorprendentemente a pesar de su mágico escenario natural posee apenas una tasa de crecimiento del 4.9% y América del Norte ésta avante en su crecimiento turístico pues cuenta con innumerables atractivos turísticos.

**GRÁFICO 27**




**Fuente: Barómetro Mundial de Turismo UNWTO enero 2009**

**Elaborado: Organización Mundial de Turismo**

Sin embargo la actual tendencia mundial es la de una creciente demanda del turismo ligado a la armonía con la naturaleza, a los deportes extremos que combinado con el turismo tradicional de sol y playa son el complemento ideal para los viajeros.

Crucita posee todas estas posibles aventuras, el proyecto busca este grupo objetivo, este tipo de turista, según estudios de su perfil, las personas que visitan lugares con la capacidad de ofrecer las actividades mencionadas gastan alrededor de 100 dólares diarios en dichos viajes, una cantidad superior a los que realizan únicamente el turismo de sol y playa.

Hostería “El Refugio” planea ofrecer un conjunto de actividades y servicios para la sociedad quiteña como primera instancia, en un lugar privilegiado fuera de su residencia habitual; para ello necesita estudiar el perfil del turista playero quiteño para conocer con exactitud los desplazamiento que realiza, además de los fenómenos socio económicos, políticos, culturales y jurídicos que genera.

### 2.4.1. DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA

Hostería “El Refugio” está dirigida al mercado socio económico medio alto a alto, turistas que les gusta visitar las playas ecuatorianas en vacaciones, feriados, fechas especiales, fin de año, etc. Y nuestros clientes potenciales dentro de este mercado serán aquellas personas proclives al stress de la vida cotidiana y que requiere experimentar reencuentros con el regocijo, con el perdón, con el agradecimiento por lo que tiene, por lo que es, y valorar sobre todo la unión familiar y el regalo de la naturaleza que lo rodea.

El Proyecto está diseñado para un mercado profesionalmente y económicamente activo, que puede visitarla y pagar por sus servicios; personas responsables de hogar y maduras que requieren de un feriado o fin de semana de sosiego, unión familiar,

reflexión, una experiencia inolvidable al reencontrarse con su yo interior y estar en armonía con todo lo que le rodea.

Por otro lado hoy en día el Ecuador es el destino turístico de los viajeros extranjeros de la tercera edad, fortaleza que se ha desarrollado y que hay que aplicarla en nuestro país también, explotando el turismo interno de la tercera edad ecuatoriana y este será otro mercados meta para el proyecto pero específicamente para el presente al mercado quiteño de la tercera edad.

**GRÁFICO 28**

**Turistas Extranjeros**

**Fuente: Diario "Ultima La Hora"**

**Elaborado: La Autora**

"Según un estudio realizado por la encuestadora turística Travel-in, la mayoría de turistas que visitan Ecuador son de la tercera edad: 60% sobrepasa los 65 años, mientras que tan solo un 10% son jóvenes. El turismo de la tercera edad, además, sería una fuente de mayores ingresos para el país, ya que según Travel-in este segmento gasta más que las personas jóvenes".[18]

[18] Del sitio web: http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/perfil-del-turista-que-visita-ecuador-es-de-tercera-edad-456430.html

En el mundo muchas personas identifican a la vejez con la inactividad, pero la realidad está cambiando, este segmento de la población tiene mayores oportunidades para viajar y este dato es importante para promover la visión del presente proyecto.

El Ecuador muestra iniciativas promovidas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), Ministerio de Turismo, Ministerio de Industrias y la Secretaría Nacional de Aduanas que busca incentivar el turismo mediante la devolución del 50% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la compra de bienes y alojamiento para todos los turistas.

### 2.4.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para la creación de Hostería "El Refugio" se planificó considerar como demanda objetiva a la población económicamente activa de la ciudad de Quito y para el análisis de ésta, se realizó una investigación de la población histórica de esta ciudad, la cual se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO 3**

**Población Histórica de Quito**

| AÑOS | HABITANTES |
|---|---|
| 2004 | 1876704 |
| 2005 | 1918554 |
| 2006 | 1961338 |
| 2007 | 2005076 |
| 2008 | 2049789 |
| 2009 | 2095499 |
| 2010 | 2239191 |

**Fuente: INEC**

**Elaborado: La Autora**

Se puede observar que la población quiteña tuvo un crecimiento anual del 2.23% aproximadamente, según el Presidente de la Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos (OLACCHI), Eco. Fernando Carrión desde el 2004.

### 2.4.3. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

La población que se considera para este proyecto son todas las personas de la ciudad de Quito de clase media alta, alta económicamente activas con ingresos mensuales superiores a $1.500,00, que estén interesados en disfrutar de unas vacaciones para restaurar el cuerpo y el espíritu, solos o en unión familiar y de las alternativas de recreación que ofrece el Cantón de Crucita.

- Parejas jóvenes o grupos de amigos que les apasione practicar deportes extremos y de aventura, así como actividades de ecoturismo.

- Grupos de amigos o familias del mercado, que les gusta visitar las playas manabitas en vacaciones, feriados, fechas especiales, fin de año, etc.

- Familias sometidas al estrés y a la vida cotidiana que buscan unión, comunicación y armonía familiar.

- Empresas que necesiten practicar nuevos modelos de turismo como son: de congresos y encuentros, de negocio, de descanso y de retiros.

- Personas mayores, solas o en matrimonios, de la tercera edad, que desean salir para descansar y disfrutar de la naturaleza en total equilibrio y armonía.

El universo para este proyecto se la obtiene del análisis realizado por una de las encuestadoras del país, ADVANCE, donde se determina que la población económicamente activa de la ciudad de Quito que mantiene un ingreso superior a los $1.500,00 es del 22% de la población indicada por el INEC y que están dentro de la definición de la población ya determinada para este plan.

Los datos que serán utilizados para este trabajo son los investigados por el INEC, en el Censo realizado para el 2010 y que sus resultados fueron presentados en Agosto del 2011, donde se indica que la población quiteña es de 2´239.191 habitantes, divididos en 1´150.380 mujeres y 1´088.811 hombres.

**CUADRO 4**

**Cálculo del Universo**

| | |
|---|---|
| POBLACIÓN QUITEÑA – INEC AGOSTO 2011 | 2´239.191 |
| CONSIDERACIONES DE UNIVERSO | 22% |
| **UNIVERSO OBJETIVO** | **492.622** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Como consta en el CUADRO 4, el universo objetivo del cual se realizarán los análisis para el desarrollo de las encuestas será de 492.622 habitantes de la ciudad de Quito que tienen ingresos superiores a los $1.500,00

### 2.4.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se utilizará el método de la Extrapolación de la Tendencia Histórica: “este método consiste en establecer una línea de ajuste entre las cantidades consumidas durante un cierto número de años (de preferencia 10 a 15 años) y estimar la demanda futura de acuerdo a la tendencia mostrada por esa línea.

El consumo por habitante es usado en muchos estudios que desean detalles, pero el consumo total puede ser suficiente para proyecciones rápidas. Si la ecuación de la línea de ajuste es conocida, es posible extrapolar y dibujar sobre un gráfico los puntos, indicando la demanda en los próximos años."[19]

El método se basa en el supuesto de que la tendencia observada en el pasado se mantendrá en el futuro. Una recta esta representada por la expresión: $Y = a + bX$

En la que: Y = Variable que se está analizando (consumo)
X = Variable cronológica (tiempo)
a, b = parámetros que definen la recta

El método lineal de ajuste nos proporciona dos ecuaciones normales para encontrar los valores de los parámetros a y b y se obtiene el cuadro adjunto:

**CUADRO 5**

**Cálculo de Habitantes por Nivel Socioeconómico**

| AÑOS | HABITANTES | 22% |
|---|---|---|
| 2004 | 1876704 | 412875 |
| 2005 | 1918554 | 422082 |
| 2006 | 1961338 | 431494 |
| 2007 | 2005076 | 441117 |
| 2008 | 2049789 | 450954 |
| 2009 | 2095499 | 461010 |
| 2010 | 2239191 | 492622 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

[19] CALDAS M. Jairo, Marco, Preparación y evaluación de proyectos, Pág. 50.

**CUADRO 6**

**Cálculo de la Demanda para los años 2011-2015**

| n | AÑO | Y | X | X2 | XY |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2004 | 412875 | -3 | 9 | (1.238.625) |
| 2 | 2005 | 422082 | -2 | 4 | (844.164) |
| 3 | 2006 | 431494 | -1 | 1 | (431.494) |
| 4 | 2007 | 441117 | 0 | 0 | - |
| 5 | 2008 | 450954 | 1 | 1 | 450.954 |
| 6 | 2009 | 461010 | 2 | 4 | 922.020 |
| 7 | 2010 | 492622 | 3 | 9 | 1.477.866 |
| | **TOTAL** | **3112153** | **0** | **28** | **336.556** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

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

**3112153** = 7a + 0 b

a = **3112153** / 7

**a = 444593**

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

**336.556** = 0 a + 28b

b = **336.556** / 28

**b = 12020**

$$y=a+bx$$

y = **444593** + **12020** x

Cálculo de la demanda para el año 8 ( 2011 )

y (4) = **444593** + **12020** (4)

**y (4) = 492673**

**CUADRO 7**

**Cálculo de la Proyección Demanda para los años 2011-2015**

| AÑO | X | Y (PROYECCIÓN) |
|---|---|---|
| 2011 | 4 | 492673 |
| 2012 | 5 | 504693 |
| 2013 | 6 | 516713 |
| 2014 | 7 | 528733 |
| 2015 | 8 | 540753 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Esto representa la proyección de la demanda para los años 2011 al 2015, que serán utilizados por la Hostería "El Refugio" y así determinar la tasa de retorno de la inversión y el nivel de rentabilidad.

### 2.4.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La planificación del proyecto contempla ofrecer servicios básicos oportunos y de alta calidad para el viajero, además de servicios complementarios que conquistan el entusiasmo del turista, actividades interesantes como son la práctica de deportes extremos, experiencias nuevas que fortalecen la unión familiar, el ecoturismo, el turismo de aventura, de encuentros y de retiros.

Gracias a estos adicionales se puede determinar que la oferta de la Hostería "El Refugio" sería la mejor alternativa en esta región.

"Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado"[20]

Esta nueva alternativa será atractiva en comparación a las ofertas de la competencia existentes en Crucita y en sus alrededores como: San Jacinto, San Clemente, San Vicente, Canoa y Bahía de Caráquez. Entre los principales están: Hotel La Piedra, Hotel Casa Ceibo, Casa Grande Boutique, Hotel Ocean Blue, Hotel Venecia, Hotel Vista al Mar, etc.

Según una investigación de campo se determinó que estos hoteles no han explotado los beneficios de la zona, entre unos pocos tienen dentro de su edificación el área de piscina como parte de la recreación para el huésped; en su mayoría están dotados de cómodos y nuevos edificios pero su servicio llega hasta brindar el hospedaje; sin embargo el turista no desea solo un lugar para descansar, sino un efectivo servicio que le organice la oportunidad de conocer y disfrutar más allá de sus expectativas turísticas.

[20] URBINA, Baca (2001). Evaluación de proyectos, Pág. 43

Así se determina que las hosterías, hoteles y demás que existen en Crucita y en sus alrededores les falta explotar las oportunidades que Manabí ofrece, el turismo actual exige actividades que son necesarias hoy en día para lograr la satisfacción del turista, la creación de Hostería "El Refugio" motivará sin duda a ampliar las visiones en el mercado hotelero, a forjar mayor competitividad, a incrementar las fuentes de empleo y por ende a generar mayor movimientos de capitales en la región. **(VER ANEXO 1)**

### 2.4.6. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

**CUADRO 8**

**Oferta Histórica Hotelera en Crucita**

| AÑOS | ESTABLECIMIENTOS MANABI | ESTABLECIMIENTOS CRUCITA | MANABI VS CRUCITA (%) |
|---|---|---|---|
| 2004 | 126 | 18 | 14,29 |
| 2005 | 151 | 18 | 11,92 |
| 2006 | 181 | 19 | 10,50 |
| 2007 | 217 | 19 | 8,76 |
| 2008 | 260 | 20 | 7,69 |
| 2009 | 312 | 21 | 6,73 |
| 2010 | 374 | 22 | 5,88 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El CUADRO 8 muestra que el porcentaje de crecimiento hotelero desde el 2004 hasta el 2010 en el número de establecimientos en Crucita ha ido disminuyendo en relación al incremento notorio que se ha dado según las cifras de la Provincia de Manabí, siendo evidente la poca inversión de la infraestructura hotelera del Cantón Crucita por parte no solo de las autoridades gubernamentales sino también de los entes privados.

**CUADRO 9**

**Cálculo de la Oferta para los años 2011-2015**

| n | AÑO | Y | X | X2 | XY |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | 2004 | 18 | -3 | 9 | (54) |
| **2** | 2005 | 18 | -2 | 4 | (36) |
| **3** | 2006 | 19 | -1 | 1 | (19) |
| **4** | 2007 | 19 | 0 | 0 | - |
| **5** | 2008 | 20 | 1 | 1 | 20 |
| **6** | 2009 | 21 | 2 | 4 | 42 |
| **7** | 2010 | 22 | 3 | 9 | 66 |
| | **TOTAL** | **137** | **0** | **28** | **19** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

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

a = 137 / 7

| **a** | **=** | **20** |
|---|---|---|

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

19 = 0 a + 28 b

b = 19 / 28

| **b** | **=** | **0.68** |
|---|---|---|

$$y = a + bx$$

y = **20** + **0.68** x

Cálculo de la demanda para el año 8 ( 2011 )

y (4) = **20** + **3** (4)

**y (4) = 23**

**CUADRO 10**

**Cálculo de la Proyección Oferta para los años 2011-2015**

| AÑO | X | Y (PROYECCIÓN) |
|---|---|---|
| 2011 | 4 | 23 |
| 2012 | 5 | 23 |
| 2013 | 6 | 24 |
| 2014 | 7 | 25 |
| 2015 | 8 | 25 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El CUADRO 10 muestra la proyección de la oferta para los años 2011 al 2015, la Hostería "El Refugio" utilizará estos datos para conocer la competencia futura que tendrá el proyecto y desarrollar nuevas estrategias de posicionamiento.

### 2.4.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN RELACIÓN A LA DEMANDA

Determinar los servicios dentro de la actividad turística como el alojamiento, recreación, relax, seguridad, economía, entre otros establece la posición frente a la demanda del mercado turístico.

No se puede olvidar que de la satisfacción y buena experiencia que obtengan nuestros clientes dependen la estabilidad de la empresa y el bienestar de los involucrados en el sistema de prestación de servicios.

En el Cantón Crucita no existe una hostería con una filosofía de vacacionar en armonía y equipada con un sistema de servicios como los antes mencionados, por lo que se asegura Hostería “El Refugio” tendrá alta demanda.

El proyecto realizará un circuito turístico a través de alianzas con los diferentes representantes de las actividades, deportes, aventuras que se desarrollan en el Cantón Crucita; ampliará nuevos dinamismos con el objetivo de permitir que el turista tenga la oportunidad vacacionar con una hostería turísticamente integral.

Además su ocupación estaría asegurada si se realiza profesionales relaciones comerciales con el mercado hotelero que ya se conoce por la experiencia adquirida en estos años de trabajo con el medio.

De esta manera el proyecto puede tener una demanda interesante frente a la oferta que se planifica.

## 2.5. PLAN DE MUESTREO

La función del muestreo es determinar que parte representativa de la población o universo debe examinarse con la finalidad de hacer deducciones sobre dicha población, existe un error que se comete debido a que se obtienen conclusiones de la observación de sólo una parte y a esto se denomina error de muestreo.

### 2.5.1. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

En los resultados obtenidos en la segmentación de clientes, el mercado objetivo para el proyecto es de 492.622 habitantes, siendo esta cifra superior a 100.000 se determina el uso de la fórmula para el cálculo de una muestra infinita. Para el proceso de muestreo se debe considerar los siguientes pasos:

- La población es el conjunto de elementos que representan una característica común.
- La muestra es una parte del conjunto de elementos que pertenecen a la población.
- El marco muestral es la lista de todas las unidades del cual se selecciona la muestra.
- La unidad muestral es la unidad básica que contiene uno a más elementos de la población que va a ser encuestada.
- El elemento es de quien se busca información en la investigación.
- La zona de investigación es la ubicación geográfica donde se realizará la misma.
- El tiempo es período que se utiliza para realizar la investigación

Para realizar la medición de la muestra de este proyecto, N es el universo infinito, a P se le da un valor máximo que es de 0,5, lo mismo que a Q que son los literales empleados para determinar ocurrencia o no ocurrencia de un evento.

Se determina el error máximo que puede aceptarse en los resultados, que es el 7%, ya que variaciones mayores hacen dudar de la validez de la información.

### 2.5.1.1. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Nomenclatura:

n = Número de elementos de la muestra
N = Número de elementos de la población o universo
P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.
Z2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor zeta 2, luego Z = 2.
E = Margen de error permitido (7%).

$$N = \frac{4\ PQ}{e^2}$$

$$N = \frac{((4) *(0.5)*(0.5))}{(0.07)^2}$$

**N = 204**

## 2.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA

La fuente de datos potencial de este proyecto serán los turistas quiteños que les guste visitar las playas manabitas del Ecuador, mayores de 24 años, ellos proporcionarán la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos.

Esta Información además nos permitirá determinar necesidades, gustos, tendencias y preferencias de nuestros clientes potenciales para lograr que la estadía en Hostería "El Refugio" sea una experiencia inolvidable.

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa se planteó una encuesta que consta de 14 preguntas, todas ellas cerradas para la comodidad de las personas a encuestar.

Las características de las encuestas son las siguientes:

- Perfil Social (Género, edad).
- Tipo de estancia (frecuencia, motivo de viaje, alojamiento).
- Conocimiento, visita, frecuencia, gusto y preferencia por el Cantón de Crucita.
- Medio de transporte para llegar a la playa de Crucita
- Le gustaría conocer una nueva y mejor alternativa de hospedaje
- Servicios básicos, complementarios y modernas actividades que ofrecerá la hostería
- Preferencias de los medio de publicidad
- Aspectos esenciales para conquistar el servicio al cliente

Para esta investigación vamos a vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes.

En mercadeo *"La medida de actitudes está relacionada con el análisis del comportamiento del consumidor y se refiere a los estados internos de los individuos con relación a una variable de marketing. Los datos recolectados son inherentes cualitativos, de tipo psicológico, y la única información de tipo paramétrica que se puede obtener corresponde a tablas de frecuencia sobre juicios de valores".*[21]

La escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del servicio o producto y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos.

Así se conoce el estado interno del individuo frente a un estímulo externo y son cuatro componentes que influyen en el desarrollo de una actitud; el conocimiento o racionalidad, la opinión o juicio, la motivación o disposición y la decisión o determinación.

La encuesta fue realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente porque se reúne tanto al encuestador y encuestado en una dimensión espacio–tiempo, además es altamente fiable al tener la certeza de quien es el individuo que responde a la encuesta, además de conocer de primera mano quién brinda mayor número de respuestas efectivas. **(VER ANEXO 2)**

### 2.6.1. DISEÑO DEL PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

"La recolección, que es la etapa más larga y costosa del proceso de investigación, consta de actividades para seleccionar e identificar la fuente de información, el acceso a la misma y el registro de los datos solicitados."[22]

[21] OROZCO J. Arturo, Investigación de Mercados, Concepto y Práctica, Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia, 1999, Pág. 155.
[22] IBID. Pág. 29.

Para la investigación de este proyecto se ha utilizado datos primarios obtenidos directamente en el trabajo de campo con las personas de los alrededores de Crucita y de la observación directa del movimiento que tiene el Cantón, tanto del turismo, del hospedaje, de la competencia, los proveedores, la flora y fauna; datos que permitieron conocer a Crucita para desarrollar este plan.

Dentro de los datos secundarios utilizados tenemos los sistemas informáticos del Ministerio de Turismo, del Municipio de Portoviejo, CEDATOS, el INEC en cuanto a instituciones públicas; también las Universidades con su experiencia en el tema hotelero han aportado, entre las instituciones privadas tenemos las agencias de viajes, hosterías de la competencia, proveedores de la zona entre otros.

Estos procesos de investigación fueron necesarios para establecer datos y elegir elementos para el diseño del proyecto.

Sin embargo la investigación de mercado de este proyecto se basa de manera principal por encuestas, siendo un trabajo de campo, que genera un conjunto de operaciones de logística y movilización de recursos, la recolección de información y la determinación de la muestra a usar, son las claves para reducir el margen de error que se puede producir en la investigación.

La planificación de tareas realizadas para recopilar la información fue la siguiente:

- Designar y adiestrar a los entrevistadores que interviene en la investigación para asegurar el procedimiento.

- Programar y realizar las entrevistas con los posibles encuestados a través de diferentes medios.

- Las encuestas se las realizó en la cuidad de Quito, confirmándose el nivel de ingresos para cumplir con la muestra requerida por el proyecto.

- El periodo en que se realizó las encuestas fue del 14 julio al 07 de agosto del presente año.

- Procesar los datos para la interpretación y análisis, la elección de los recursos, equipos y medios para la tabulación de información y presentar la información

## 2.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados de las encuestas fueron realizadas, observando y analizando con precaución los aspectos relevantes que necesita el proyecto para su creación.

Así queda establecido que el universo para la aplicación de las encuestas fue de 204 personas que corresponde al 100% del tamaño de la muestra.

### 2.7.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

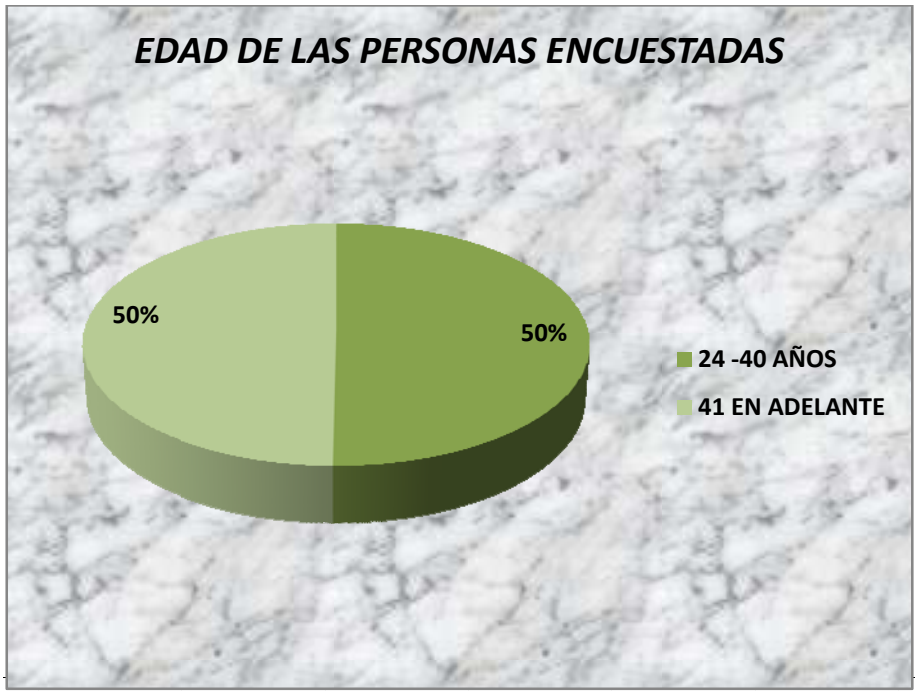
A continuación se muestra los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta a los potenciales clientes de la Hostería “El Refugio”:

**CUADRO 11**

**Edad de los Encuestados**

| EDADES | # PERSONAS | % PORCENTAJE |
|---|---|---|
| 24-40 años | 102 | 50% |
| 41 en adelante | 102 | 50% |
| **TOTAL** | **204** | **100%** |

**GRÁFICO 29**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Se consideró dos segmentos objetivos para aplicar la encuesta: Los jóvenes desde los 24 años hasta los adultos de 40 años, 102 encuestados que corresponde al 50% del tamaño de la muestra; y los adultos de 41 años en adelante hasta la tercera edad, siendo 102 encuestados que corresponde al otro 50% del tamaño de la muestra.

**1.- ¿Cuál es su nacionalidad?**

**CUADRO 12**

**Nacionalidad**

| NACIONALIDAD | # PERSONAS | % PORCENTAJE |
|---|---|---|
| EXTRANJEROS | 16 | 8% |
| ECUATORIANOS | 188 | 92% |
| **TOTAL** | **204** | **100%** |

**GRÁFICO 30**

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Mediante la investigación del historial de huéspedes del Hotel Akros se establece que el 8% de los encuestados son extranjeros equivalentes a 16 personas que viven y residen en la ciudad de Quito y el 92% del tamaño de la muestra son ecuatorianos, es decir 188 personas.

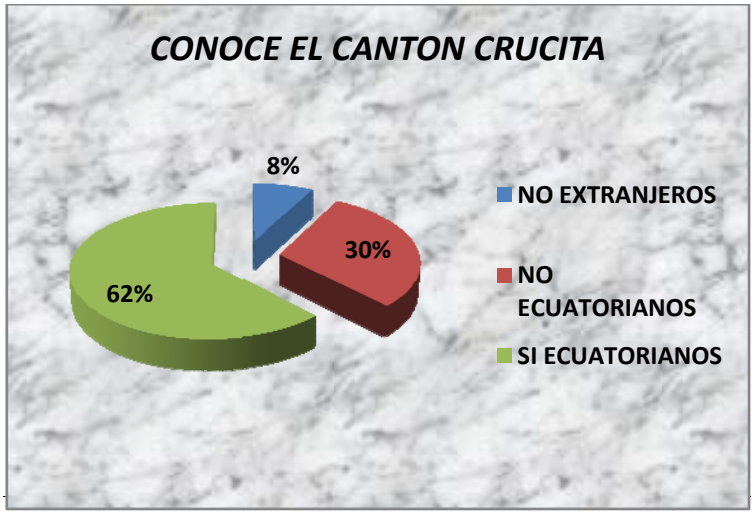
**2.- ¿Conoce el Cantón de Crucita?**

**CUADRO 13**

**Conoce el Cantón Crucita**

| NACIONALIDAD | # PERSONAS |
|---|---|
| NO - EXTRANJEROS | 16 |
| NO - ECUATORIANOS | 61 |
| SI ECUATORIANOS | 127 |
| **TOTAL** | **204** |

**GRÁFICO 31**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Esta pregunta revela que el 30% de ecuatorianos no conocen Crucita, al igual que el 8% de extranjeros, estos suman el 38% (77 encuestados) que no conocen la región, por lo que se debe dirigir recursos para promocionar tanto el cantón como a la hostería para ganar a estos clientes. Por otro lado se debe considerar que la playa al ser tradicional y parte de la franja costera manabita, es imposible dejarla de visitar, por tal razón el 62% de los encuestados ya la conocen.

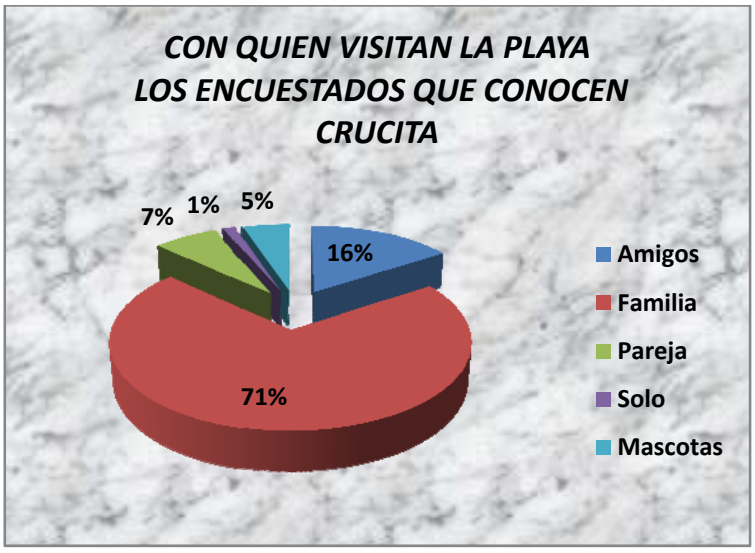
**3.- ¿Con quién visita la Playa de Crucita?**

**CUADRO 14**

**Con quién visita la playa de crucita**

| DETALLE | # PERSONAS |
|---|---|
| Amigos | 20 |
| Familia | 90 |
| Pareja | 9 |
| Solo | 1 |
| Mascotas | 7 |
| **TOTAL** | **127** |

**GRÁFICO 32**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

La pregunta fue dirigida al 62% de encuestados que conocen y visitan Crucita, mostrando que la visitan; el 16% con amigos, el 71% con la familia, el 1% solos, el 7% con la pareja y el 5% con su mascota. Confirmando que los turistas la visitan más con su familia y con amigos, de acuerdo al porcentaje mencionado.

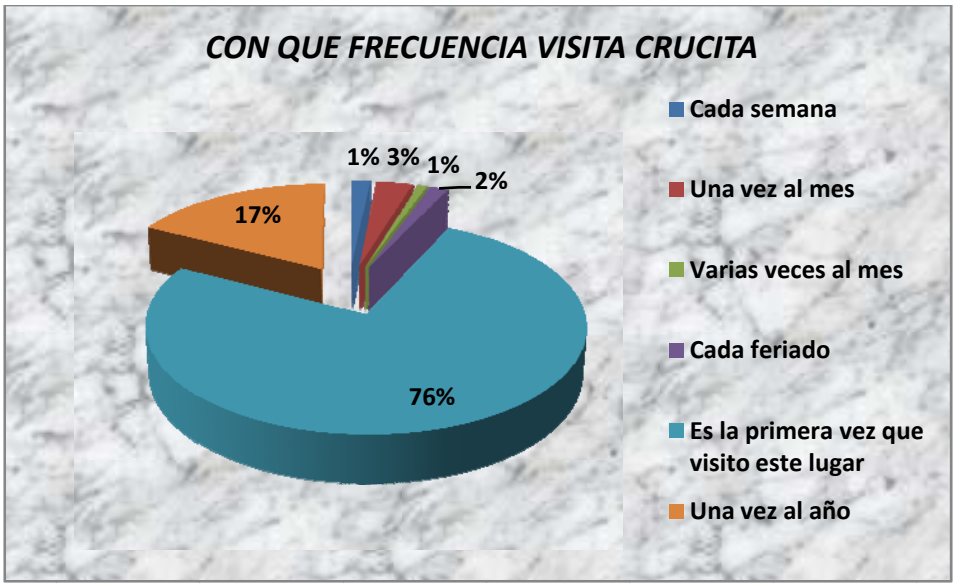
**4.- ¿Con qué frecuencia ha visitado la playa de Crucita?**

**CUADRO 15**

**Con que frecuencia visita la playa de crucita**

| DETALLE | # PERSONAS |
|---|---|
| Cada semana | 2 |
| Una vez al mes | 4 |
| Varias veces al mes | 1 |
| Cada feriado | 2 |
| Es la primera vez que visito este lugar | 96 |
| Una vez al año | 22 |
| **TOTAL** | **127** |

**GRÁFICO 33**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Esta pregunta establece que la mayoría de personas visitan por primera vez Crucita, siendo otro porcentaje significativo el 17% que son las personas que visitan la playa por lo menos una vez al año.

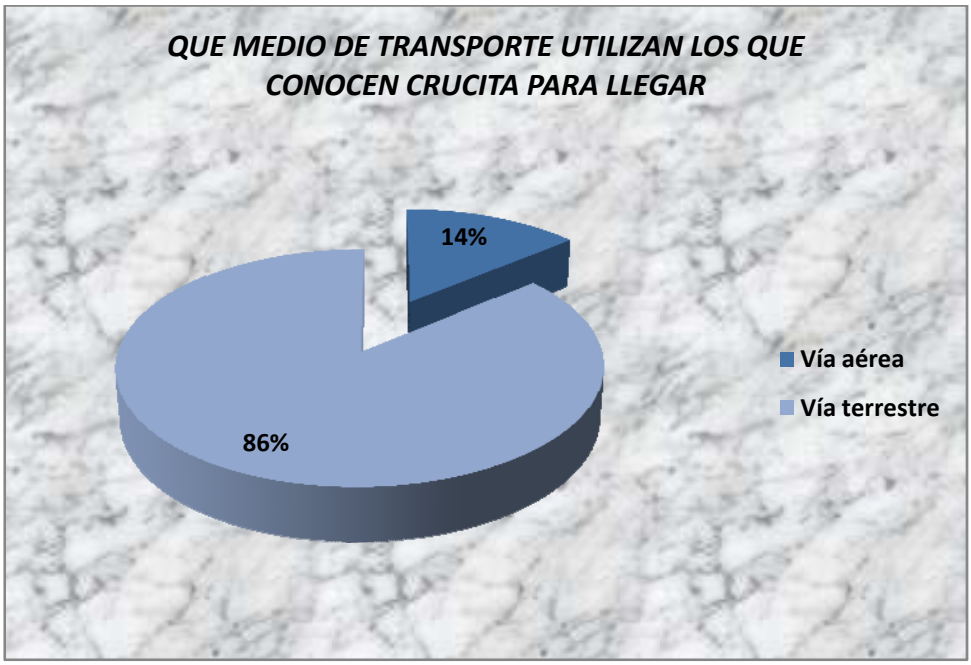
**5.- ¿Qué medio de transporte utiliza usted para llegar a Crucita?**

**CUADRO 16**

**Qué medio de transporte utiliza para llegar a crucita**

| DETALLE | # PERSONAS |
|---|---|
| Vía aérea | 18 |
| Vía terrestre | 109 |
| **TOTAL** | **127** |

**GRÁFICO 34**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Esta pregunta indica que el 62% (127 encuestados que conocen Crucita) dicen que el 14% (18 encuestados) llegan por vía aérea y el 86% (109 encuestados) llegan por vía terrestre. Entonces el servicio de transfer no es primordial para la inauguración y arranque del negocio.

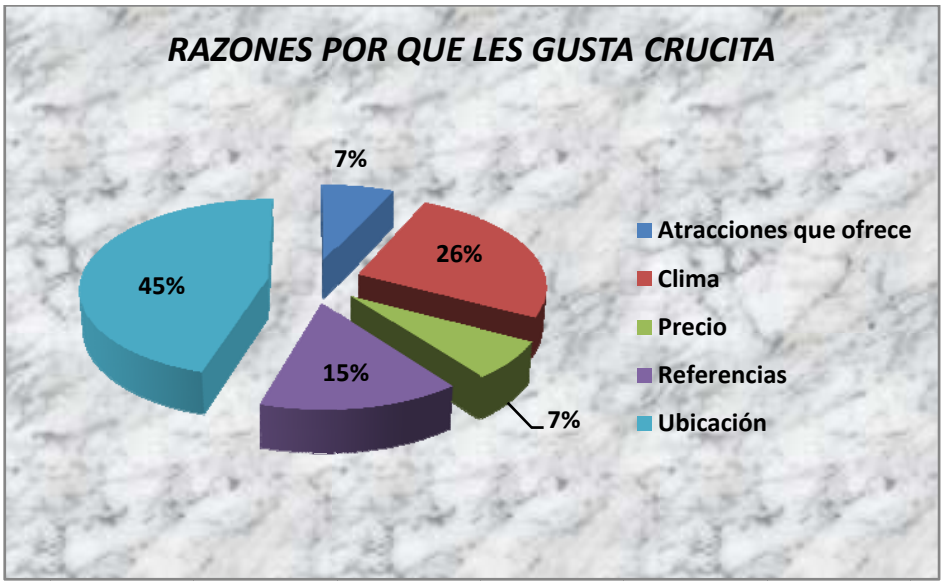
**6.- ¿Por qué le gusta este lugar?**

**CUADRO 17**

**Por qué le gusta este lugar**

| DETALLE | # PERSONAS |
|---|---|
| Atracciones que ofrece | 9 |
| Clima | 33 |
| Precio | 9 |
| Referencias | 19 |
| Ubicación | 57 |
| **TOTAL** | **127** |

**GRÁFICO 35**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Esta pregunta refleja que la gente viaja hacia Crucita por la ubicación, el clima y referencias, y con un porcentaje bajo tenemos que el 7% por las atracciones que ofrece; siendo esta una oportunidad para el Cantón que aún no ha sido explotada.

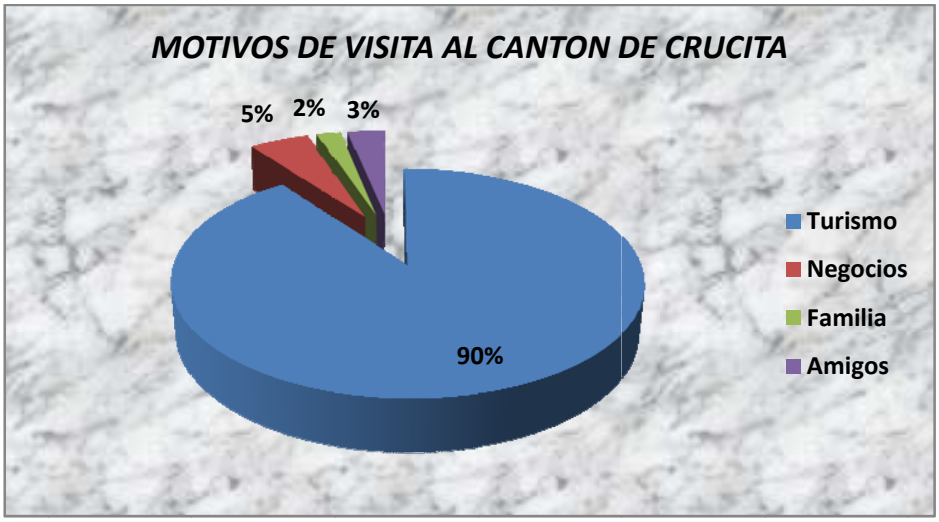
**7.- ¿Cuál es el motivo de su visita al Cantón de Crucita?**

**CUADRO 18**

**Motivo de visita al cantón Crucita**

| DETALLE | # PERSONAS |
|---|---|
| Turismo | 115 |
| Negocios | 6 |
| Familia | 2 |
| Amigos | 4 |
| **TOTAL** | **127** |

**GRÁFICO 36**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

La pregunta indica la mayoría de encuestados viajan a Crucita por turismo, también se confirma que existen minoría por negocios, amigos y familia, es decir, hay que aprovechar que Crucita es netamente turística, impulsándola a realizar publicidad y motivar a la inversión para convertirla en una zona de turismo competitivo y sostenible.

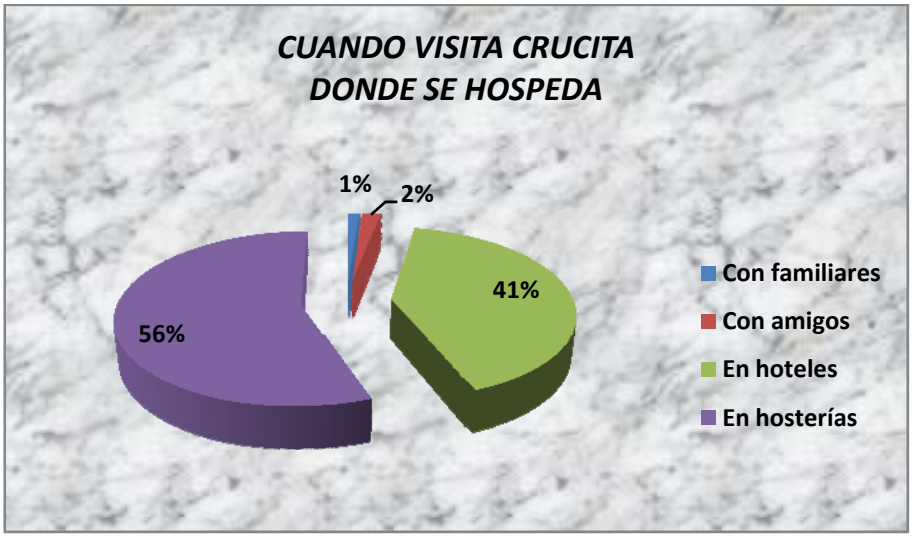
**8.- ¿Si usted visita Crucita, dónde se hospedaría?**

**CUADRO 19**

**Cuando visita Crucita donde se hospeda**

| DETALLE | # PERSONAS |
|---|---|
| Con familiares | 2 |
| Con amigos | 4 |
| En hoteles | 84 |
| En hosterías | 114 |
| **TOTAL** | **204** |

**GRÁFICO 37**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

En esta pregunta intervienen todos los encuestados y se observa que la tendencia de los turistas por el hospedaje en las costas ecuatorianas sobresalen las hosterías con un 56% de preferencia, y el siguiente hoteles con un 41%, siendo este proyecto la creación de una hostería pero con el servicio integral como una ventaja distintiva.

**9.- ¿Qué servicios básicos valora o busca al momento de tomar la decisión de hospedaje?**

**CUADRO 20**

**Servicios básicos que valora para el servicio de hospedaje**

| SERVICIO BÁSICO | PREFERENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Alojamiento | 55 | 16% |
| Alimentos y bebidas | 12 | 4% |
| Desayuno incluido | 18 | 5% |
| Bar | 12 | 4% |
| Parqueadero | 37 | 11% |
| Seguridad | 25 | 7% |
| Internet | 0 | 0% |
| Áreas Verdes | 12 | 4% |
| Calidad en el servicio | 18 | 5% |
| Todas las anteriores | 149 | 44% |
| **TOTAL** | | 100% |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

**GRÁFICO 38**

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Los resultados en esta pregunta muestran que del 100% de encuestados, el 44% prefieren que todos los servicios básicos presentados en la encuesta son estrictamente necesarios para experimentar una estadía cómoda y agradable. Además se destaca que 16% escogieron el alojamiento y el 11% al parqueadero como elementos importantes para su hospedaje. El internet no fue catalogado como elección para nadie, lo que quiere decir que la gente busca experimentar todo menos actividades que tengan relación con el trabajo.

**10.- ¿Qué servicios complementarios valora o busca al momento de tomar la decisión de hospedaje?**

**CUADRO 21**

**Servicios complementarios que valora**

| SERVICIO COMPLEMENTARIO | PREFERENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Tarifas competitivas | 63 | 17% |
| Infraestructura | 57 | 15% |
| Área Húmeda (Piscina e hidromasaje) | 39 | 10% |
| Lavandería | 0 | 0% |
| Televisión por cable | 39 | 10% |
| Room service | 0 | 0% |
| Salón de eventos | 6 | 2% |
| Transfer | 24 | 6% |
| Prensa gratuita | 6 | 2% |
| Todas las anteriores | 142 | 38% |
| **TOTAL** | | **100%** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

**GRÁFICO 39**

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Se revela el 38% de encuestados, prefieren el uso de todos los servicios complementarios expuestos son atractivos y halagadores, esto otorga un valor agregado a la elección de hospedarse en Hostería "El Refugio". El 17% muestra su interés por tarifas competitivas y un 10% de los encuestados, televisión por cable.

**11.- ¿De existir una hostería con todos estos servicios mencionados usted se hospedaría en ella?**

**CUADRO 22**

**Preferencia de hospedaje con todos los Servicios**

| PREFERENCIA DE HOSPEDAJE | # PERSONAS |
|---|---|
| ENCUESTADOS SI | 204 |
| ENCUESTADOS NO | 0 |

**GRÁFICO 40**

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

En esta pregunta intervienen todos los participantes de la muestra (204 encuestados), en donde su respuesta del 100% si demuestra que el mercado aceptaría y está en espera de una hostería integral como la que ofrece este proyecto.

**12.- ¿En sus vacaciones qué actividades le gustaría que ofrezca esta hostería?**

**CUADRO 23**

**Actividades Extra que debe ofrecer la Hostería**

| ACTIVIDADES | PREFERENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Práctica de deportes extremos (Alas delta, esquí acuático, parapente) | 47 | 7% |
| Actividades de ecoturismo (Naturaleza en equilibrio y armonía) | 110 | 15% |
| Actividades de encuentros, relajación y retiros espirituales | 98 | 14% |
| Actividades de competencia, comunicación y trabajo en equipo | 81 | 11% |
| Desarrollo de actividades emocionales y espirituales (Inteligencia emocional) | 98 | 14% |
| Avistamiento de Ballenas | 47 | 7% |
| Entretenimiento (Fogata, danza artística, anécdotas y cuentos tradicionales) | 98 | 14% |
| Diversión (Karaoke, música, guitara, baile) | 82 | 11% |
| Todas las anteriores | 59 | 8% |
| **TOTAL** | | 100% |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

**GRÁFICO 41**

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Se revela que el 8% de encuestados, responden que todas las actividades planteadas son atrayentes Los jóvenes en su mayoría y adultos escogieron ejercitar el físico con deportes extremos, actividades de ecoturismo, actividades de competencia, avistamiento de ballenas, diversión.

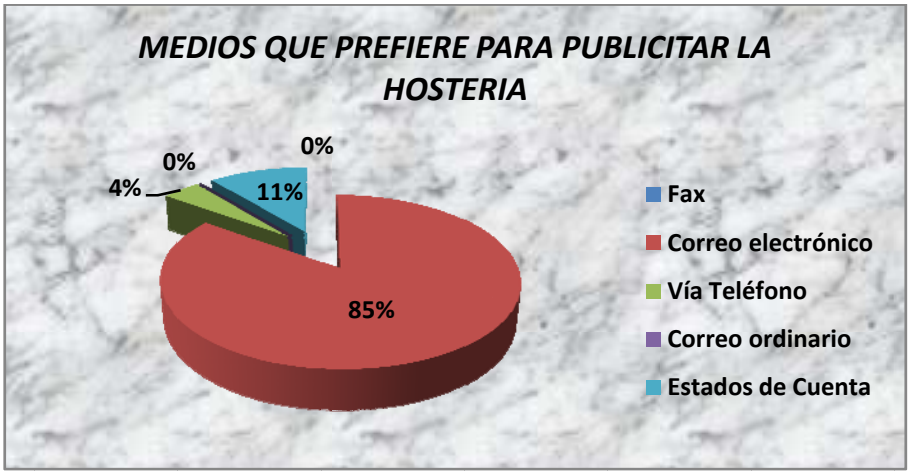
**13.- ¿Por qué medios preferiría que le envíen la publicidad de esta Hostería?**

**CUADRO 24**

**Medios que prefiere para publicitar la Hostería**

| MEDIO DE COMUNICACIÓN | PREFERENCIA |
|---|---|
| Fax | 0 |
| Correo electrónico | 174 |
| Vía Teléfono | 8 |
| Correo ordinario | 0 |
| Estados de Cuenta | 22 |
| **TOTAL** | **204** |

**GRÁFICO 42**




**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

En esta pregunta intervienen todos los participantes de la muestra (204 encuestados), en donde el 85% de encuestados demuestra que el mercado desea que le envíen publicidad de la nueva hostería por correo electrónico y el 11% de encuestados por medio de los estados de cuenta, evidentemente estas preferencias se debe a la comodidad y seguridad para que llegue la información en el tiempo oportuno.

**14.- ¿Qué aspectos considera usted que son esenciales para brindar un mejor servicio al cliente?**

**CUADRO 25**

**Aspectos esenciales para servicio**

| SERVICIOS DIFERENCIADORES | PREFERENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Cumplimiento | 27 | 10% |
| Calidad | 27 | 10% |
| Efectividad | 0 | 0% |
| Compromiso y Seriedad | 21 | 8% |
| Puntualidad | 10 | 4% |
| Todas las anteriores | 177 | 68% |
| **TOTAL** | | 100% |

**GRÁFICO 43**

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Los resultados muestran que el 68% de encuestados consideran que todos los aspectos anteriormente mencionados son esenciales para calificar como optima la atención del servicio al cliente.

## 2.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

En este proyecto de factibilidad se afirma que la demanda anual para el 2011 es de 492.673 personas de la clase media alta - alta, de los cuales el 14.80% que son 72.916 turistas optan por viajar preferentemente a Crucita, en relación a la playa ecuatoriana más visitada.

Cabe explicar tres términos necesarios para comprender mejor esta investigación:

- **Potenciales Usuarios.** Conformados por todos los habitantes de Quito que tienen ingresos superiores a $1500.00 dólares mensuales, los mismos que comprenden el 22% de la población quiteña.

- **Demanda Insatisfecha.** La constituyen todos los habitantes de Quito que tienen ingresos superiores a $1500.00 dólares mensuales y que además tienen preferencia de viajar hacia Crucita reflejados en un 14.80% según encuestas.

- **Demanda real.** Son 18.615 turistas de la ciudad de Quito (51 huéspedes*365 días), que corresponden al 100% de la capacidad de hospedaje que tiene este proyecto.

Se demuestra la demanda insatisfecha en el siguiente cuadro:

## CUADRO 26

### Porcentaje Captación de Oferta

| AÑO | HOSPEDAJE OFERTA ANUAL COMPETENCIA | OFERTA ANUAL HUÉSPEDES | OFERTA 100% ANUAL TOTAL | SEGÚN TEMPORADAS ALTAS Y BAJAS LA OFERTA (28% AFLUENCIA) |
|---|---|---|---|---|
| **2011** | 23 | 5475 | 125925 | 35259 |
| **2012** | 23 | 5475 | 125925 | 35259 |
| **2013** | 24 | 5475 | 131400 | 36792 |
| **2014** | 25 | 5475 | 136875 | 38325 |
| **2015** | 25 | 5475 | 136875 | 38325 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

## CUADRO 27

### Cálculo de la Demanda Insatisfecha Proyectada

| 100% DEMANDA QUITEÑA ANUAL CLASE MEDIA-ALTA A ALTA | EL 14,8% PREFIERE VISITAR CRUCITA | DEMANDA INSATISFECHA | HOSTERÍA CAPACIDAD DE INSTALACIÓN 100% (51*365) | DEMANDA X CALENDARIO TEMPORADAS ALTAS Y BAJAS (28% AFLUENCIA) | POSICIONAMIENTO HOSTERÍA CON EL PEOR ESCENARIO (DEMANDA 24% AFLUENCIA) |
|---|---|---|---|---|---|
| 492673 | 72916 | 37657 | 18615 | 5212 | 4468 |
| 504693 | 74695 | 39436 | 18615 | 5212 | 4654 |
| 516713 | 76474 | 39682 | 18615 | 5212 | 4840 |
| 528733 | 78252 | 39927 | 18615 | 5212 | 5026 |
| 540753 | 80031 | 41706 | 18615 | 5212 | 5212 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

Con una proyección a 5 años calculamos la demanda anual insatisfecha, datos que provienen del número de establecimientos multiplicados por el número de huéspedes diarios que tiene la oferta del Cantón Crucita y esto a su vez multiplicados por 365 días del año, este resultado menos el 14.80 % de la demanda quiteña anual de la clase media alta – alta, que prefieren visitar esta playa.

Actualmente los establecimientos tienen una afluencia de demanda del 28% según el calendario turístico de temporadas altas y bajas investigado, pero se ha planificado iniciar con el peor escenario por ser una hostería nueva y que va a posicionarse en el mercado turístico costero manabita, se proyecta arrancar con un 24% de la capacidad instalada, reflejada en 4468 turistas quiteños; irá aumentando un punto adicional cada año hasta llegar al 28% que operan los establecimientos ya posicionados.

## 2.9. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Al finalizar el estudio de mercado realizado podemos concluir lo siguiente, que se consideró un universo infinito para el cálculo del tamaño de la muestra, porque supera las 100000 personas y como resultado de la aplicación de la formula para el cálculo de universo infinito, se obtuvo 204 personas para encuestar.

La encuesta fue realizada a turistas quiteños, clientes potenciales que les gusta visitar las costas ecuatorianas para vacacionar y ha extranjeros que residen y trabajan en Quito, para conocer tendencias y preferencias. Para comodidad de los participantes la encuesta consto de 14 preguntas cerradas.

Para recopilar la información las tareas fueron: Investigar bases de datos para aplicar la encuesta a posibles clientes potenciales, designar y adiestrar las personas que van a realizarlas, programar las entrevistas; el periodo en que se realizó las encuestas fue de 14 de julio del 2011 al 07 de agosto del mismo año, y finalmente se realizó el proceso de datos para la interpretación y análisis.

Dentro del tamaño de la muestra se consideró dos mercados objetivos para realizar la encuesta:

- ✓ **Personas jóvenes desde los 24 años hasta adultos de 40 años:**

Personas intuitivas y sagaces que buscan nuevas experiencias y aventuras para ejercitar y explotar físicamente el cuerpo y el espíritu como son:

Los deportes extremos (Parapente, alas delta, sky acuático), actividades de competencia, avistamiento de ballenas, música, guitara, baile y actividades de eco-turismo. Cuyos intereses van acorde a los servicios que el proyecto tiene planificado ofrecer para recrearse gracias al ambiente natural que brinda Crucita, lugar privilegiado que permite desarrollar una extensa gama de actividades insuperables para satisfacer los gustos más exigentes y extremos.

- ✓ **Personas adultas de 40 años en adelante hasta la tercera edad:**

Personas que desean disfrutar con sus seres queridos, de la calma y la paz, de unos días agradables y relajados en compañía de la hermosa naturaleza que caracteriza a Crucita.

Turistas que buscan más allá de la diversión física y de las actividades aventureras, el esparcimiento mental, espiritual y emocional, actividades relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo, encuentros, relajación.

Así también tienen interés por las actividades recreativas como: la fogata alrededor de la piscina con danza artística de fondo para luego dar paso al relato de las anécdotas y cuentos tradicionales del sector. Todo esto lejos del estrés de la cuidad.

La primera pregunta fue dirigida para conocer la nacionalidad de los encuestados, dando como resultado que 16 de ellos son extranjeros que viven y laboran en Quito, y los restantes 188 son ecuatorianos que cumplen el parámetro de ser quiteños que ganan más de $1500 como ingreso mensual.

La segunda pregunta fue dirigida a los 188 participantes nacionales, planteada a quienes conocen Crucita, como un lugar para realizar el tradicional turismo de playa y sol, pero no lo identifican como un lugar en donde se pueda realizar actividades de ecoturismo, deportes extremos, actividades de relajación mental y espiritual.

Por esta razón debemos emplear todos los recursos necesarios para dar a conocer este privilegiado lugar, sus ventajas y características, por medio de la promoción y publicidad de los diferentes medios que permita posicionar a Crucita como un lugar preferido para vacacionar y así generar turismo sostenible y competitivo en la zona.

La tercera pregunta avala el posicionamiento que tiene en la actualidad Crucita, es una playa tradicional que es visitada en familia; este análisis genera una oportunidad al ver que podemos atacar otros mercados y persuadir a los turistas para visitar el Cantón también con amigos asegurando su diversión con actividades afines a ellos; con la pareja porque Crucita también brinda escenarios románticos e inolvidables para esos sensibles momentos.

Además se pudo observar que la cultura de hacer turismo con las mascotas va en aumento, este puede ser una fortaleza para la hostería si se brinda el servicio de hospedaje con mascotas; cada vez se hace más necesario facilitar esta comodidad para los turistas amantes de sus mascotas que viajan con ellos.

En la siguiente pregunta queda claro que la mayoría de encuestados han visitado Crucita una sola vez, continuamente por negocios y comercio.

Sin embargo Ecuador tiene en el año varios feriados establecidos que generan la salida de los viajeros de la sierra hacia la costa, generando movimientos de capitales significativos, entonces la estrategia será promocionar el servicio integral que brindará Hostería “El Refugio” y las ventajas que tiene Crucita con respecto a otros lugares turísticos así como las diferentes festividades, cultura y tradiciones del Cantón para generar interés y fidelidad en los turistas.

Cabe resaltar que el porcentaje para la proyección de la demanda insatisfecha fue del 14.80% y en la pregunta 4 se obtiene que la preferencia de los encuestados por visitar Crucita es del 17%, por lo tanto queda respaldada el análisis de demanda.

También se resaltó la información sobre los viajeros que llegan a Crucita más por vía terrestre que por aérea y gracias a una investigación realizada en el aeropuerto de Portoviejo por ser el más cercano a Crucita (30 minutos), se comprobó que su operación es irregular ya que continuamente lo cierran por mantenimiento. Así el único aeropuerto que opera al 100% es el de Manta y este dato es una amenaza para el proyecto que debe ser tomado en cuenta ya que los turistas que llegan allá por lo general se hospedan en Manta.

Se observó la tendencia marcada de los turistas por hospedarse en hosterías, la publicidad que se desarrolle para dar a conocer la creación de este proyecto será la clave para garantizar su despegue.

Hostería “El Refugio” de acuerdo a los resultados se inaugurará con los servicios básicos planteados en la encuesta para ingresar al mercado con las mismas oportunidades de una hostería seria y comprometida.

Dentro de la pregunta de los servicios complementarios se rebeló que la mayoría de encuestados prefieren todos los servicios complementarios expuestos.

Sin embargo en elección individual el mayor voto fue para las tarifas complementarias, infraestructura, calidad en el servicio y el área húmeda; con esta información se podrá planificar paquetes turísticos de acuerdo a las necesidades de los turistas, generando así una ventaja competitiva en el mercado.

En cuanto a las actividades, el proyecto instituirá paquetes turísticos de acuerdo a la edad, afición y la tendencia en los turistas; tuvimos marcados los gustos en esta pregunta, los jóvenes se inclinan por realizar ejercitación física y los adultos y tercera edad por ejercitar el espíritu y acrecentar la unión familiar, sin embargo surgió un tercer grupo que vamos a explotar de los empresarios que consideran importante las actividades de encuentros, relajación, competencia (trabajo en equipo), entretenimiento y diversión.

También los resultados indican que hay preferencia para que la publicidad sea enviada por correo electrónico, demás se realizará como se estipulo anteriormente alianzas estratégicas con las tarjetas de crédito que operan en el país para generar promociones, premios, bonos, comisiones y lazos comerciales que propicien el ganar- ganar entre empresas y así enviar en los estados de cuenta la publicidad de Hostería “El Refugio” que es otro pedido de los encuestados.

Se concluye que los turistas necesitan y está en espera de la creación de un proyecto con estas condiciones, es decir, Hostería “El Refugio” tendrá excelente aceptación en el mercado turístico.

# CAPÍTULO III

## 3. PLAN DE MARKETING

El marketing tiene como objetivo satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes, es una herramienta fundamental para obtener el mayor beneficio y el máximo rendimiento empresarial; desempeña una función primordial que debe estar perfectamente coordinada con las otras funciones empresariales.

El marketing es aquella combinación de conocimientos y de técnicas orientadas a comprender el mercado y a influir en él.

"El plan de marketing es un instrumento de comunicación plasmado en un documento escrito que describe con claridad lo siguiente:

1) La situación de mercadotecnia actual,

2) Los resultados que se esperan conseguir en un determinado periodo de tiempo,

3) El cómo se los va a lograr mediante la estrategia y los programas de mercadotecnia,

4) Los recursos de la compañía que se van a emplear y

5) Las medidas de monitoreo y control que se van a utilizar."[23]

[23] Del sitio web: http://www.marketing-free.com/articulos/plan-marketing.html

## 3.1. OBJETIVOS

### 3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar en qué consiste el Plan de Marketing, su estructura y finalidad para conocer las tendencias de los clientes potenciales e incentivar las ventas.

### 3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio sobre las necesidades de los turistas potenciales
- Determinar los diferentes servicios que se ofrecerá en la hostería.
- Analizar el FODA de la Hostería "El Refugio" para lograr maximizar las fortalezas, oportunidades y minimizar las debilidades, amenazas.
- Establecer precio, promoción, publicidad y comunicación del servicio, de acuerdo a los resultados de la investigación del proyecto y de los recursos económicos que posea.

## 3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Una definición dice que "La estrategia es el arte y la ciencia de crear el futuro, gestionar el presente, y olvidar selectivamente el pasado". Fácil de decir, difícil de hacer, como todo negocio competitivo.[24]

[24] Del sitio web: http://www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html

El plan estratégico que se utilizará para este proyecto implicará en reunir información, analizarla y sacar conclusiones de los aspectos externos e internos; establecerá además la forma en que se utilizarán las fortalezas de la hostería para aprovechar las oportunidades atractivas que ofrezca el entorno.

### 3.2.1. ANÁLISIS FODA

#### 3.2.1.1. FORTALEZAS

- **Excelente ubicación:** El Cantón de Crucita**,** más conocido como la Playa de Crucita en Manabí, es uno de los destinos turísticos playeros preferidos de Ecuador. Ubicada a 40 km de Manta, a 45 km de Bahía de Caráquez y a solo 28 km de la capital de la provincia de Manabí que es Portoviejo.

Su ubicación es estratégica en la franja costera manabita, propicia que sea un lugar noble por su agradable clima durante todos los días del año, también los vientos son privilegiados en esta zona y el agua es cálida; esta hermosa playa esta ubicada además entre Manta y Jaramijó al sur y San Jacinto, San Clemente al norte, es decir, es parte del perfil turístico costero manabita, imposible dejar de visitar y conocer pero que por su escasa infraestructura hotelera se ha convertido en un punto turístico de paso que no ha sido explotado aún.

Luego Hostería El Refugio se edificará en un terreno esquinero en el sector los Arenales – Crucita, a 5 minutos del Malecón y a una cuadra de la playa. Está situada en la calle principal: Av. 25 de Diciembre que direcciona hacia El Estuario La Boca que es la desembocadura del Río Portoviejo en el mar, un lugar de incalculable belleza y en el Pasaje S/N que se dirige directamente hacia la playa. Esta fortaleza de la ubicación del Cantón Crucita como de la hostería hacen de éste el lugar el indicado para desarrollar un proyecto de este tipo.

- **Actividades recreativas:** El Cantón Crucita ostenta una naturaleza incomparable a la de cualquier zona del Ecuador, esta región posee escenarios únicos que son la mezcla perfecta para realizar turismo de aventura, deportes extremos, desarrollo y protección del ecosistema y la cultura, las tradiciones son sin duda más encantos que existen en la zona.

En Crucita tradicionalmente se practica el turismo de sol y playa, pero además tiene lugares naturales privilegiados, en donde se puede realizar nuevas e interesantes actividades como:

- Caminatas deportivas hacia el Mirador La Loma, donde se practica Parapente y Alas Delta
- Caminatas hacia Los Arenales “La Boca”, santuario de agua nutritiva y curativa
- Pesca Deportiva
- Avistamiento de Ballenas
- Práctica de esquí acuático
- Mucha comunicación y trabajo en equipo para fortalecer la unión familiar
- Retiros espirituales hacia lugares imaginados y propios para esta actividad
- Prácticas de inteligencia emocional, música de fondo y mensajes directos para el alma.
- Desarrollo de reencuentro con el yo personal
- Desarrollo de la virtud del perdón auténtico y del agradecimiento genuino

- Actividades físicas para fortalecer el cuerpo

- Charlas de riso terapia para fortalecer la inteligencia emocional.

- Área húmeda (piscina e hidromasaje)

- Karaoke y noches de fogata para compartir música, guitarra, bailes, anécdotas y cuentos tradicionales de la región.

- Para las ocasiones especiales grupos de música y de danza artística.

La práctica de estas actividades recreativas permite dejar a un lado el estrés de la vida cotidiana, el ruido y el smoke de la ciudad.

- **Precios accesibles:** El Cantón de Crucita tiene la capacidad para combinar precios medios con alta calidad en los servicios, es una zona en desarrollo aún y esto genera el mayor esfuerzo y compromiso de su gente a bajo costo para obtener el reconocimiento turístico de los viajeros.

Por esta razón Crucita a pesar de sus encantos es un Cantón económico aún para vacacionar, los costos de abastecimiento para la producción, suministros, proveedores, construcción y demás son bajos para los empresarios que quieren invertir, además se puede crear un circuito turístico entre todos los ofertantes de servicios para efectuar buenas negociaciones, que aseguren óptimos costos para los viajeros y generen tarifas verdaderamente competitivas.

También se desarrollará paquetes turísticos accesibles, para que el viajero seleccione entre las opciones la que más le convenga.

- **Capital humano capacitado constantemente:** Crucita cuenta con capital humano comprometido, que ha aprendido de las bondades de hacer turismo gracias a su pro actividad, más aún en la actualidad el gobierno central exige que sus ministerios planifiquen capacitaciones constantes para las diferentes áreas que dirigen y supervisan; así el Ministerio de Turismo del Ecuador capacita al personal para el desarrollo efectivo de un turismo sostenible, por esta razón se asegura contar con personal calificado para el desarrollo de la hostería.

El personal de servicio será contratado del cantón Crucita y serán previamente entrenados para su desempeño en la calidad del servicio y atención al cliente en el Ministerio de Turismo de Manabí en el Cantón de Portoviejo, aprovechando este beneficio que otorga la entidad para desarrollar un servicio de hospedaje competitivo.

- **Arquitectura acorde con el entorno y a la necesidad turística**: La Infraestructura hotelera de Hostería "El Refugio" diseñada es integral y la primera en el sector, está equipada con área húmeda (piscina e hidromasaje), cancha de básquet y de futbol, tiene alta calidad en el servicio de sus instalaciones, habitaciones confortables, áreas públicas eficientes, senderos acogedores para caminar y áreas verdes recreativas.

- **Salud:** En el mercado turístico Crucita y la ubicación de Hostería "El Refugio" genera una ventaja distintiva para los viajeros que es la salud física, mental y espiritual que brinda el contacto con la naturaleza, con el mar, con la playa, con el Mirador La Loma y sus vientos privilegiados, con el Estuario La Boca y sus aguas nutritivas.

Vivir estas nuevas experiencias aparta al ser humano de su vida cotidiana, del estrés, y los problemas, le permiten llegar al deleite del alma y del espíritu, práctica elemental para obtener resultados saludables en el cuerpo humano.

- **Clima y Temperatura:** Crucita está ubicada en el sector occidental del valle del Río Portoviejo y suroccidental de la provincia de Manabí; ubicado en un valle muy cálido, con temperaturas que en ciertas épocas del año alcanzan hasta los 29 grados centígrados, llegando a 32 grados en el Fenómeno de El Niño.

En los meses de lluvia, es decir, de enero hasta mayo la humedad aumenta con la elevación de la temperatura, en la época seca de junio hasta diciembre la temperatura disminuye hasta los 17 grados centígrados generando tardes y noches frescas.

- **Servicios Complementarios y Distintivos:** Dentro de las características distintivas del servicio de Hostería "El Refugio" esta ser una hostería integral, la diferencia con la competencia que existen en la zona será sin duda el servicio personalizado, dinámico, planificado y efectivo que se realice.

El compromiso de Hostería "El Refugio" es llegar no solo a la satisfacción física, si no también ir más allá hasta el encuentro mismo de la armonía, restauración y renovación de energías.

- **Nivel de seguridad en el Cantón Crucita:** Crucita cuenta con un nivel de seguridad muy alto y un índice de delincuencia prácticamente nulo, cuenta con los servicios de Policía Nacional, Naval y Tenencia Política que se esfuerzan y están comprometidos por mantener el orden y la seguridad de la zona, sobre todo de los turistas para que su permanencia en el Cantón sea placentera y segura.

El Cantón es una zona en desarrollo y su población complace actualmente a la industria turística porque se la está considerando como el mayor portador económico de la región.

- **Hostería "El Refugio"**: es un proyecto con enfoque turístico sostenible y sustentable, con administración enfocada al crecimiento económico no solo de la empresa sino de todo el sector, que ofrecerá además diversidad, calidad y compromiso en los servicios planificados para posicionarla en el mercado turístico como la mejor alternativa exclusiva que exista en la franja costera manabita.

### 3.2.1.2. OPORTUNIDADES

- **El Cantón de Crucita es un atractivo turístico nacional y mundial**: Es un balneario tranquilo, posee dos tipos de playa, una pedrosa en su zona sur y central, en el norte completamente arenosa; calificada como el 2$^{do}$ escenario de América Latina para la práctica de parapente y alas delta por los vientos favorables que posee.

En los últimos 10 años ha alcanzado un desarrollo notable por el potencial de sus recursos naturales.

A Crucita llegan, en su gran mayoría, turistas nacionales de la Sierra y Costa, y pocos turistas extranjeros, mayormente de Europa.

- **Sector agrícola, pesquero y turístico:** La principal actividad económica en Crucita es la agricultura con un 55%, la pesca sólo tiene el 21.5%, el comercio el 10%, otras actividades el 5.7% (producción de harina de pescado, actividad camaronera y fábrica de hielo) y una actividad irrisoriamente explotada es el turismo con solo el 5.5%, siendo la actividad que debería generar más plazas de trabajo e ingresos per cápita por ser un Cantón privilegiado con atributos naturales.

Hacia allá van nuestros esfuerzos y visiblemente hay oportunidad de crecimiento en la actividad turística.

- **Crecimiento del sector hotelero:** Hoy en día, el turismo está en alza generando empleos directos, indirectos o inducidos en mayor cantidad; más significativamente en las fechas festivas como son: Carnaval, Semana Santa, Fin de Año, Fiestas Religiosas Culturales y temporada de la Sierra.

Crucita también esta experimentado este crecimiento turístico y los beneficios que esto conlleva, por ello la necesidad de invertir en nueva infraestructura hotelera en la región, para cubrir la demanda actual y crear un clima de mayor competitividad. Factor que favorece a esta propuesta por el interés de acrecentar el ingreso económico tanto de la empresa como del sector.

- **Programas en marcha para el desarrollo del turismo en Ecuador:** El Gobierno Central está desarrollando El Plan del Buen Vivir, proyecto para el desarrollo de los habitantes, que va desde la nueva distribución territorial hasta impulsar el progreso de los nuevos distritos.

Además está comprometido con la mejora permanente de las vías para fortalecer las potencialidades del turismo, los tiempos serán acortados para que los turistas puedan llegar con mayor comodidad y rapidez a Crucita incrementando así el comercio en todo el sector.

El Gobierno Central, Ministerio de Turismo y el IESS están planificando desarrollar diversos mercados de turismo, entre ellos: Turismo de congresos y encuentros, de negocio, de descanso, de retiro y el turismo dedicado a la tercera edad que tiene mayor apoyo del Gobierno Central y que se incrementa como cultura cada vez más.

Las autoridades de Manabí junto con el Ministerio de Turismo trabajan en el programa de producción turística VEN A MANABI PRIMERO, con el objetivo de posicionar a la provincia en el tercer lugar de visita de turistas extranjeros al país.

El Ministerio de Turismo ha desarrollando un programa de créditos para el sector turístico privado y comunitario, proyectos en operación o por instalarse, a través del Banco Nacional de Fomento y el apoyo del Gobierno Central para hacer realidad exitosos proyectos turísticos que promuevan oferta de calidad y satisfagan las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros.

- **No hay competencia que brinde la misma variedad:** respecto a la Planta Turística que ofrece la playa de Crucita, se puede decir que es muy básica, con poco equipamiento y sin ningún servicio que se pueda calificar de Primera, deja a un lado las verdaderas necesidades que incansablemente buscan los viajeros como recompensa a su esfuerzo, trabajo, responsabilidad y obligaciones que libran en su vida cotidiana.

**CUADRO 28**

**Resumen de la Planta Turística del Cantón Crucita.**

| **Número de Establecimientos** | **Habitaciones / Mesas** | **Plazas** |
|---|---|---|
| 15 Hoteles | 261 hab. | 728 |
| 10 Restaurantes de Hoteles | 76 mesas | 304 |
| 15 Fuentes de soda | 126 mesas | 504 |
| Salones de Recepciones y eventos | 0 | 0 |
| Bares (No registrados en Catastro) | 5 mesas | 30 |
| Pistas de Baile (No registrados en catastro) | 2 | 200 |

**Fuente: Plan estratégico para la Parroquia Crucita**

**Elaboración: Por la Autora**

Como se puede observar no existe en Crucita una vasta infraestructura hotelera ni una cultura en el servicio turístico para generar vacaciones en armonía y salud entre el cuerpo y el alma, con la oportunidad de vivir nuevas aventuras y experiencias, además casi en su totalidad los recursos humanos que trabajan en los establecimientos de servicios turísticos no tienen la preparación adecuada.

Así se determina que Hostería "El Refugio" no cuenta con competencia directa en la zona, punto a favor para la hostería porque a partir de la creación de este proyecto existirá en el mercado la primera opción de hospedaje integral que además impulsara la competitividad del sector.

- **Baja estacionalidad debido a la gran afluencia de turistas durante todo el año:** La demanda tiene baja estacionalidad, las temporadas son las siguientes:

- **Temporada Alta de la Costa**: Diciembre – Enero – Febrero – Marzo y Abril**,**
- **Temporada Alta de la Sierra**: Junio – Julio – Agosto y Diciembre,
- **Temporada Baja**: Mayo, Septiembre, Octubre y Noviembre.

Cabe recalcar que aún en Temporada Baja existe afluencia de visitantes portovejenses todos los fines de semana, ya que este es su lugar favorito de esparcimiento al aire libre. Esto nos da una población de visitantes a seguir:

- **Población Permanente**: Residentes de Crucita, residentes de parroquias aledañas y los residente de Portoviejo.
- **Población Flotante**: Turismo receptivo (ecuatorianos) y Turismo internacional (extranjeros).

### 3.2.1.3. DEBILIDADES

- **Falta de publicidad y promoción:** Con lo que respecta a Crucita, este cantón posee una hermosa naturaleza y sorprendentes atractivos turísticos, pero no es un lugar muy visitado por los turistas por la falta de infraestructura hotelera y porque no ha sido explotada ni posicionada su imagen como un lugar turístico del Ecuador imposible dejar de visitar.

- **Actual imagen de Crucita:** Se lo considera como un Cantón dedicado a la pesca artesanal, con una playa tradicional que queda cerca de otras poblaciones, posee infraestructura hotelera básica y con un equipamiento de playa limitado.

- **Temporada baja:** Con lo que respecta a los meses de mayo, septiembre, octubre y noviembre son meses de temporada baja para el negocio, no existe gran afluencia de visitantes por efecto de que en mayo y noviembre no existen vacaciones laborales, en septiembre y octubre se desarrollan matriculas y entradas a clases en la sierra; causando que se reduzca en general el nivel turístico en las costas ecuatorianas.

- **Poco capital para invertir:** Crucita es un cantón en desarrollo, sus ingresos son limitados y se deben principalmente a la agricultura y a la pesca artesanal; el turismo es una actividad poco explotada aún, razón por la que los inversionistas no están motivados para invertir en la zona, los habitantes constituyen un pueblo de pescadores humildes que tampoco poseen grandes capitales para invertir.

Las autoridades y programas que apoyan el desarrollo turístico sustentable de Manabí fijan su mayor esfuerzo en las ciudades como son: Manta, Portoviejo, Montecristi, quedando sin mayor beneficio los cantones, parroquias y demás.

Por otro lado existen excesivos impuestos y derechos que paga el sector turístico.

- **Financiación depende de entidades financieras:** El Ministerio de Turismo, Banco Nacional de Fomento como otras entidades financieras ha desarrollando programas de créditos para el sector turístico, proyectos en operación o por instalarse; pero bajo condiciones estrictas, recopilación de datos, presentación de documentos; se debe reunir al 100% estos requisitos para ser aprobados los créditos solicitados, caso contrario las solicitudes serán negadas sin excepción.

- **Proyecto nuevo, podría existir falta de aceptación:** Siempre existe un margen de error y de incertidumbre ante la creación de un nuevo proyecto, no existe total garantía que sea totalmente aceptado en el mercado, a pesar de las investigaciones realizadas existen cambios en el mercado que pueden ser determinantes a la hora de emprenderlo para otorgar el éxito o fracaso a un nuevo negocio.

#### 3.2.1.4. AMENAZAS

- **Estación invernal:** Crucita es parte de la red vial llamada: Carreteras del Anillo Centro-Sur que cuenta con 179 km. uniendo varias poblaciones entre sí. La estación invernal puede causar daños en ciertas vías para llegar a Crucita, sobre todo en el tramo llamado Flavio Alfaro.

- **Escasa cobertura de servicios básicos en Crucita:** La población no cuenta con servicios turísticos de apoyo como agencias bancarias, casas de cambios, oficinas de información turística, agencias de viajes o tour operadores. Además existe falta de alcantarillado en el sector.

Los servicios complementarios que podría necesitar Crucita para el turismo se los consigue desde Portoviejo; aunque este Municipio no se ha preocupado del todo por este Cantón lo que se observa en la falta de cobertura total de servicios básicos; sin embargo la Junta Parroquial de Crucita está siempre en gestión de mejoras de su sector.

- **Preservar la naturaleza:** Actualmente en el Ecuador no existe una firme cultura para la conservación de la naturaleza y en las costas ecuatorianas no es la excepción, las medidas preventivas están en desarrollo y no en funcionamiento como sería lo ideal, por esta razón se corre el riesgo cuando se crea un nuevo proyecto que exista ilegalidades en contra de nuestra flora y fauna.

Mientras no se apliquen severas sanciones para hacer cumplir las medidas preventivas, preexiste la amenaza constante de derrochar la privilegiada naturaleza que posee Crucita.

- **Disminución del flujo turístico hacia el Ecuador:** El turismo internacional exige viajar a lugares sin problemas de delincuencia, sin amenazas de desastres naturales; un lugar donde se le garantice su retorno feliz a su país de origen. Y la inseguridad que persiste actualmente en el Ecuador constituye una gran desventaja para atraer al turista extranjero.

- **Altas tasas de interés:** constituyen un limitante para realizar inversiones para este tipo de proyecto, en el que la deuda es a largo plazo, y debido a esto existe incertidumbre al momento de proyectar los flujos futuros, por lo que el riesgo de invertir en este sector es alto. Por otro lado existen excesivos impuestos y derechos que paga el sector turístico.

- **Competencia directa en alimentos y bebidas:** El proyecto tiene el área destinado para A&B sin embargo su principal competencia será el Restaurante "La Loma", ubicado en el mirador, lugar donde se realiza parapente y las alas delta, y que por su fantástica vista se considera de preferencia para los turistas.

- **Calles transversales al Malecón en su mayoría no asfaltadas:** Esto causa polvo en los alrededores, lodo en la temporada invernal e incomodidad para los turistas.

- **Falta señalización y no hay ordenamiento vehicular:** Genera caos, tráfico y accidentes múltiples sobre todo en temporada alta cuando existe mayor afluencia de peatones y vehículos de los turistas, que necesitan organización y control para que la circulación sea efectiva y segura.

### 3.2.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA

Al tratarse de un plan de marketing para el lanzamiento de una empresa como es el caso de Hostería "El Refugio", el análisis de la situación externa es fundamental para su éxito.

a) **Dimensión del Mercado**: Para estimar la dimensión del mercado turístico se lo debe considerar como un tema mundial; actualmente los países subdesarrollados también participan en esta industria y desarrollan un papel fundamental; antiguamente la cultura de turismo solo estaba en auge para los países desarrollados por su alta capacidad de inversión.

## CUADRO 29

**Entradas y salidas de extranjeros, por principal país de procedencia o destino año 2010**

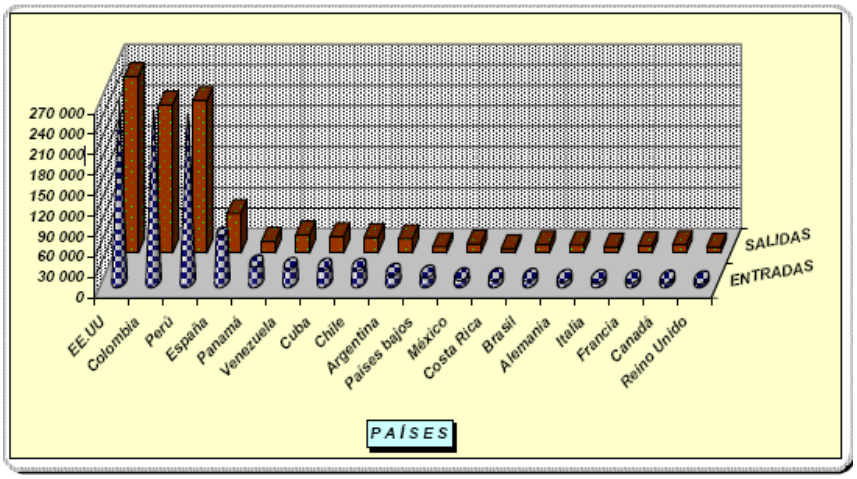
| No. | PAÍS DE PROCEDENCIA O DESTINO | EXTRANJEROS | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | ENTRADAS 1/ | | SALIDAS 2/ | |
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| 1 | ESTADOS UNIDOS | 262 244 | 25,0 | 258 371 | 25,7 |
| 2 | COLOMBIA | 248 365 | 23,7 | 216 610 | 21,5 |
| 3 | PERÚ | 242 407 | 23,2 | 223 086 | 22,2 |
| 4 | ESPAÑA | 71 242 | 6,8 | 57 997 | 5,8 |
| 5 | PANAMÁ | 29 109 | 2,8 | 17 012 | 1,7 |
| 6 | VENEZUELA | 25 122 | 2,4 | 26 492 | 2,6 |
| 7 | CUBA | 24 057 | 2,3 | 23 740 | 2,4 |
| 8 | CHILE | 23 602 | 2,3 | 22 601 | 2,2 |
| 9 | ARGENTINA | 16 250 | 1,6 | 20 787 | 2,1 |
| 10 | PAÍSES BAJOS | 13 355 | 1,3 | 9 293 | 0,9 |
| 11 | MÉXICO | 9 563 | 0,9 | 13 341 | 1,3 |
| 12 | COSTA RICA | 8 967 | 0,9 | 6 516 | 0,6 |
| 13 | BRASIL | 8 408 | 0,8 | 11 937 | 1,2 |
| 14 | ALEMANIA | 7 126 | 0,7 | 11 666 | 1,2 |
| 15 | ITALIA | 6 490 | 0,6 | 8 619 | 0,9 |
| 16 | FRANCIA | 5 935 | 0,6 | 10 220 | 1,0 |
| 17 | CANADÁ | 5 793 | 0,6 | 11 865 | 1,2 |
| 18 | REINO UNIDO | 4 828 | 0,5 | 8 611 | 0,9 |
| | */ TOTAL: | 1047 098 | | 1005 422 | |

**Fuente: Anuario de entradas y salidas internacionales INEC. 2010**

**Elaborado: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos**

## GRÁFICO 44

**Entradas y salidas de extranjeros, por principal país de procedencia o destino año 2010**




**Fuente: Anuario de entradas y salidas internacionales INEC. 2010**

**Elaborado: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos**

El mayor porcentaje de extranjeros que ingresan al Ecuador provienen de los siguientes países: Estados Unidos, Colombia, Perú y España (Con el 25,0; 23,7; 23,2 y 6,8 por ciento respectivamente).

Con respecto al país de destino de los extranjeros están: Estados Unidos, Colombia, Perú y España, es decir se observa una contracorriente.

Más aún gracias a los cambios en las tendencias por la naturaleza, los beneficios saludables que brinda el esparcimiento, entretenimiento y al impacto económico que genera a nivel mundial la industria del turismo, este ha crecido considerablemente junto con el interés de las personas por practicarlo, así podemos establecer que el turismo en el Ecuador también va en aumento.

**CUADRO 30**

**Entradas y salidas de ecuatorianos y extranjeros**

**PERÍODO 2005 – 2010**

| AÑOS | ECUATORIANOS | | AÑOS | EXTRANJEROS | |
|---|---|---|---|---|---|
| | ENTRADAS | SALIDAS | | ENTRADAS | SALIDAS |
| 2005 | 597 036 | 663 601 | 2005 | 659 666 | 703 555 |
| 2006 | 674 267 | 733 459 | 2006 | 840 555 | 779 365 |
| 2007 | 757 692 | 800 669 | 2007 | 937 467 | 898 012 |
| 2008 | 767 469 | 817 961 | 2008 | 989 766 | 949 116 |
| 2009 | 820 292 | 813 637 | 2009 | 966 499 | 926 974 |
| 2010 | 893 406 | 898 865 | 2010 | 1047 096 | 1005 422 |

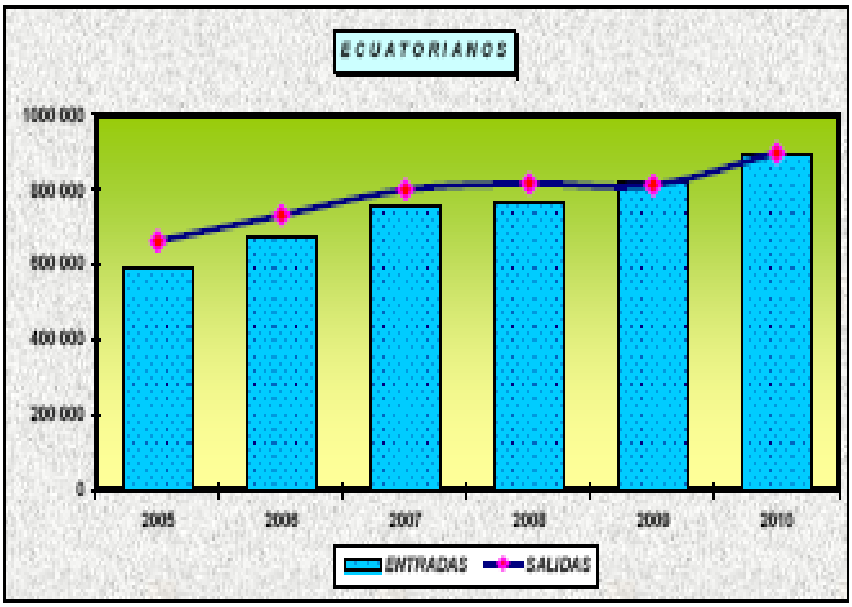
**Fuente: Anuario de entradas y salidas internacionales INEC. 2010**

**Elaborado: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos**

**GRÁFICO 45**

**Entradas y salidas de ecuatorianos y extranjeros**

**PERÍODO 2005 - 2010**




**Fuente: Anuario de entradas y salidas internacionales INEC. 2010**

**Elaborado: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos**

Durante el año 2010 salieron del país 898 885 ecuatorianos que al comparar con los 663 601 que salieron en el año 2005 se evidencia un incremento del 35,5 por ciento en el período 2005-2010.

Para el caso de los extranjeros que salieron significa un incremento del 42,9 por ciento. Los movimientos de entradas tanto de ecuatorianos como extranjeros en el período de análisis presentan un incremento relativo del 49,6 y 21,8 por ciento respectivamente.

Se debe notar que en este año, los movimientos de personas en valores absolutos tanto para entradas como salidas de ecuatorianos y extranjeros han aumentado significativamente en relación al 2009.

Para nuestro proyecto se ha pensado como mercado objetivo a la población de Quito donde se adquirió experiencia y existen los contactos para el desarrollo de la hostería.

b) **Estructura del Mercado**: La distribución del mercado turístico a nivel general es: Turismo de convenciones, congresos, jornadas, aventura, ecoturismo, sol y playa, esparcimiento, entretenimiento y de descanso.

En el Ecuador el turismo de sol y playa es el fuerte para los ciudadanos, sin embargo está creciendo los otros tipos de turismo sobre todo en las ciudades principales y va en aumento para el resto del país.

c) **Estacionalidad**: En el mercado internacional turístico no existe un período comprendido para realizar mayor o menor actividad turística, cada país tiene sus diferentes fechas destinadas para vacacionar por lo que de este mercado se puede tener afluencia en todas las épocas del año.

Del mercado nacional (jóvenes, adultos y tercera edad) está considerado que las épocas de mayor turismo sobre todo para la franja costera están comprendidas entre:

- **Temporada Alta de la Costa**: Diciembre – Enero – Febrero – Marzo y Abril**,**
- **Temporada Alta de la Sierra**: Junio – Julio – Agosto y Diciembre,
- **Temporada Baja**: Mayo, Septiembre, Octubre y Noviembre.

Las temporadas bajas pueden ser compensadas con la afluencia del turismo internacional.

## 3.3. MERCADO OBJETIVO DEL PROYECTO

El mercado objetivo o potencial, “es el conjunto de clientes que manifiesta un grado suficiente de interés en una determinada oferta del mercado.”[25]

**Mercado Potencial:** Conformado por grupo de personas quiteñas con domicilio en esta ciudad; jóvenes desde los 24 años hasta adultos de 40 años que son turistas perspicaces que buscan nuevas experiencias y aventuras para ejercitar y explotar físicamente el cuerpo con deportes extremos, actividades de competencias y de eco-turismo.

Otro grupo de clientes potenciales son personas quiteñas adultas de 41 años en adelante hasta la tercera edad, turistas que desean disfrutar más allá de la diversión física y de la aventura, del esparcimiento mental, espiritual y emocional, actividades relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo, los encuentros y la relajación.

El último y tercer grupo de clientes potenciales que surgió en las encuestas son los empresarios quiteños independientes que consideran importante para las capacitaciones de sus empleados las actividades de encuentros-comunicación, relajación, competencia (trabajo en equipo), entretenimiento y diversión.

## 3.4. SEGMENTO DE MERCADO

Para el proyecto el mercado de turismo se ha segmentado siguiendo los criterios y resultados de la investigación de mercados.

[25] Del sitio web: http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionClasificacionDeMercados

Características de los segmentos identificados:

- Mercado turístico quiteño de jóvenes y adultos hasta 40 años (aventura y riesgo),

- Mercado turístico quiteño de adultos desde 41 años y tercera edad (descanso y armonía),

- Mercado turístico quiteño de personas naturales o empresarios independientes (trabajo en equipo y comunicación).

Con objetivo de tener éxito en el sector turístico-hotelero, se ha segmentado el mercado en estos tres tipos de clientes potenciales, para garantizar la satisfacción de las necesidades de cada grupo, brindando un servicio personalizado que supere los estándares de los competidores potenciales.

### 3.4.1. MACRO SEGMENTACIÓN

Aprovechando la privilegiada naturaleza que posee el Cantón Crucita, el mercado al que se dirige el proyecto será para la aventura y deportes, para el esparcimiento mental y espiritual, para la comunicación y trabajo en equipo que se puede brindar en un negocio de hostelería, especialmente del tipo vacacional en el que se ofrezca además actividades de eco-turismo.

Nuestro servicio será dirigido a un grupo de personas, ya sean familias o amigos de la ciudad de Quito de clase media alta a alta económicamente activa.

### 3.4.2. MICRO SEGMENTACIÓN

Hostería “El Refugio” está orientada a satisfacer las necesidades más exigentes de personas con estrato medio-alto, alto; con personalidad proactiva y visionaria que buscan alternativas de aventura, deportes extremos, entretenimiento y esparcimiento mental, para mejorar la salud física, emocional y espiritual; personas precipitadas y sometidas por el stress y la vida cotidiana

Nuestro grupo objetivo busca principalmente disfrutar de unas vacaciones para restaurar el cuerpo y el espíritu, solos o en unión familiar y de las alternativas de recreación que ofrece el Cantón de Crucita; económicamente activas con ingresos mensuales mayores a $1.500,00.

## 3.5. POSICIONAMIENTO

El posicionamiento de Hostería “El Refugio” será vista como un proyecto integral, se centrará en la diferenciación del servicio, es decir, brindaremos servicios adicionales y diferentes a los que comúnmente brinda un hotel sobre todo en la franja costera, es decir, no sólo hospedaje con habitaciones confortables sino actividades de eco-turismo y de aventura relacionadas con la naturaleza, y todas las comodidades propias de un hostería como son: alimentación, área húmeda (piscina-jacuzzi), bar, canchas de futbol y básquet, área de eventos, áreas públicas eficientes y áreas verdes recreativas.

Para que la estadía sea perdurable e incomparable a la de otros hoteles, Hostería “El Refugio” aprovechará el manejo de los escenarios naturales, la flora y fauna de ensueño, brindará planificados paquetes turísticos con diversos itinerarios que avalan conocer y disfrutar de Crucita. Así convertirnos en la primera opción y elección al momento de tomar unos días de descanso fuera del ruido y del stress de la ciudad.

El sector donde se desarrollará el proyecto no tiene amplia infraestructura hotelera, cuenta con un hotel de primera categoría, el resto en su mayoría prestan servicio de hospedaje de segunda categoría según la clasificación asignada por el Ministerio de Turismo, así se concluye que la competencia no atiende al mercado objetivo que busca el proyecto. Esto nos da una ventaja para el posicionamiento en el mercado.

Sin embargo para asegurar el posicionamiento y el rendimiento económico de Hostería “El Refugio” se realizará alianzas estratégicas para mantener una ocupación estable, para ello se necesita la participación de intermediarios comerciales que son los que además promocionarán a la hostería publicidad y propaganda, para ganar mercado e implantar la imagen corporativa de Hostería “El Refugio” en el país.

Entre los cuales se puede mencionar los siguientes:

- Agencias de viajes, son las encargadas de promover la Hostería al turista. Su trabajo será sólo de informar y no de persuadir, pero es el mejor vínculo para llegar al viajero, mediante: catálogos, afiches, videos e información con tarifas y precios.

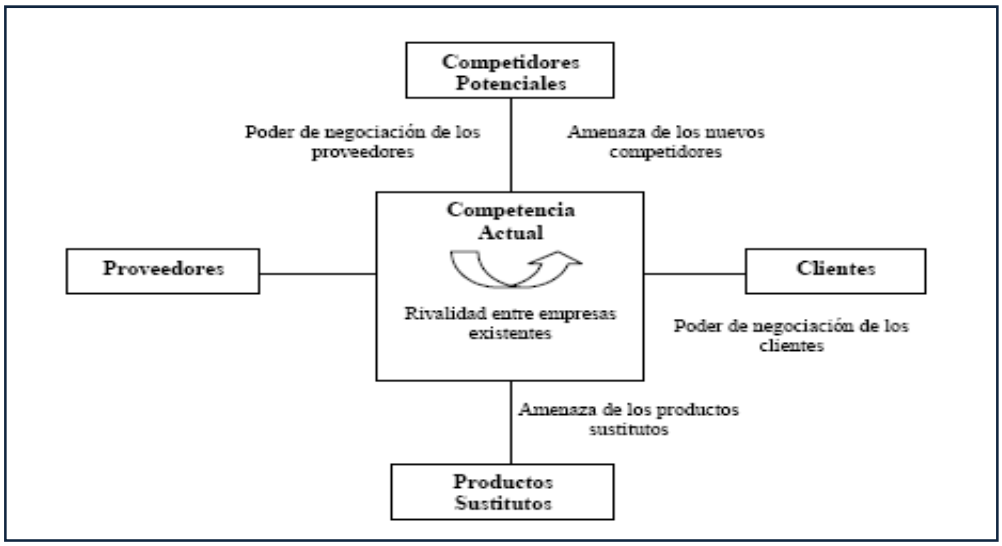
- Internet, se creará y publicará una página web, donde se dará avisos publicitarios así también permitirá el contacto con clientes que usan este medio. Más adelante a corto plazo se trabajara con un sistema de gestión de reservas para un mayor rendimiento.

- Revistas, se harán alianzas estratégicas con Diners Club, MasterCard, Visa, Cámaras, entre otras para que la promoción de Hostería “El Refugio” llegue a ese mercado potencial específico por este medio de comunicación.

## 3.6. ANÁLISIS DE LA FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

**CUADRO 31**

**Análisis de la Fuerzas Competitivas de Porter**




**Fuente: Trabajo de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 3.6.1. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Se tendrá un cierto poder de negociación con respecto a la mayoría de estos, pues en este mercado van a existir una cantidad de oferentes, por lo que puede resultar fácil obtener mejores precios. Se detalla a continuación los proveedores con los que arrancaremos.

- Para abastecerse los alimentos y bebidas necesarios para la producción, con calidad y precios razonables, se comprara en la Corporación La Favorita de la ciudad de Portoviejo.

- La luz se obtendrá de la Empresa Luz Eléctrica de Manabí y en caso de faltar esta, la hostería contará con un generador de luz.

- Los suministros para las habitaciones, muebles, enseres, menaje de cocina, restaurante y habitaciones, lencería, cristalería, vajilla, cubertería, y equipos que serán proporcionados por Supermercado del Colchón de la cuidad de Portoviejo.

- Las reparaciones y mantenimiento del edificio serán efectuada por el personal técnico contratado que realizará los servicios de conserjería a la vez.

- Materiales de limpieza también serán adquiridos en la Corporación La Favorita de la ciudad de Portoviejo.

- El personal de servicio será contratado del cantón Crucita y serán previamente entrenados por el Ministerio de Turismo de Manabí en la cuidad de Portoviejo.

- El equipo de cómputo luego de un análisis de costos, será adquirido en Compu Laser, Macías Freddy, almacén ubicado en la ciudad de Portoviejo.

- Para la obra civil, en donde consta: Preliminares, hormigón, acero, alivianamiento, mampostería, enlucidos, carpintería metal madera, instalaciones, pisos, revestimiento, closets y varios estará a cargo el Arq. Ramiro Medina.

### 3.6.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Es básicamente el grupo objetivo al que se está dirigiendo el proyecto. Tendrán cierto poder de negociación o podrán ejercer alguna presión sobre los precios del servicio por la ventaja de poder comparar precios y tarifas en otros hoteles locales, sin embargo estará asentado que el servicio de Hostería “El Refugio” es inigualable e insuperable.

### 3.6.3. COMPETENCIA ACTUAL

Al no existir una Hostería en el Cantón Crucita equipada con el perfil descrito anteriormente, con la filosofía de vacacionar en armonía y salud entre el cuerpo y el alma, con la oportunidad de experimentar nuevas y fraternales experiencias, se determina que el proyecto no cuenta con competencia directa y no hay amenaza para los clientes potenciales que provienen de la sierra, ya que por motivos de distancia y diferenciación en el servicio van a preferir llegar a Hostería “El Refugio”.

### 3.6.4. COMPETIDORES POTENCIALES

Serian aquellos hoteles de igual magnitud y que ofrecen el mismo tipo se servicios ubicados en la ruta costera de Manabí, pero el proyecto no tiene competidores potenciales y el mercado meta estudiado para el proyecto no van a ejercer ningún tipo de presión con respecto al precio gracias al juzgar la exclusividad y distinción del servicio.

La competencia indirecta serían los hoteles que existen en Crucita y en sus alrededores como: San Jacinto, San Clemente, San Vicente, Canoa y Bahía de Caráquez entre los principales están: Hotel La Piedra, Hotel Casa Ceibo, Casa Grande Boutique, Hotel Ocean Blue, Hotel Venecia, Hotel Vista al Mar, etc.

### 3.6.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Se tiene como servicio sustituto a los otros tipos de hospedaje que existen en la región, es decir, los hoteles con los que cuenta actualmente Crucita, que no poseen actividades recreativas y servicios complementarios pero brindan el servicio de hospedaje y alimentación.

También se puede realizar algunas actividades de eco-turismo independientemente y directamente con los prestadores del servicio de la región, sin que estén incluidas en los servicios del hotel, pero el costo es superior, no hay una ordenada planificación y se corre el riesgo de no explotar todas las bondades del Cantón.

Luego de una investigación también se reconoce como posibles servicios sustitutos a las hosterías que tienen un perfil similar a este proyecto, pero no son competencia directa, porque están ubicadas en San Miguel de los Bancos, Mindo, Nanegal, Nanegalito, etc.

Estas hosterías también realizan alianzas estratégicas con los prestadores de servicios del sector, generan paquetes turísticos bien planificados con verdaderas aventuras para los huéspedes, pues cuentan con naturaleza exuberante, montañas, cascadas y demás escenarios naturales indescriptibles.

## 3.7. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Las estrategias de mercado sobre todo en una empresa nueva es indispensable por varias razones:

- Permite guiar la acción de la empresa para concretar y ejecutar los objetivos planteados.
- Facilita la toma de decisiones.
- Su aplicación permite estar un paso adelante de los competidores
- Desarrolla creatividad para la solución de problemas

- Genera planes contingentes para las posibles fallas en la ejecución del proyecto

Hostería “El Refugio” utilizara para su ingreso: Estrategias Genéricas y Estrategias de Marketing.

### 3.7.1. ESTRATEGIAS GENÉRICAS

#### 3.7.1.1. ESTRATEGIAS BÁSICA DE DESARROLLO

Para utilizar este tipo de estrategias se debe identificar la competencia y la ventaja competitiva defendible que tiene el proyecto, esta información será la base para las acciones y tácticas posteriores. Dentro de esta tenemos:

**La estrategia de diferenciación:** El objetivo será entregar a los turistas un servicio con cualidades distintivas, importantes y únicas que no puedan ser superadas ni igualadas por la competencia.

#### 3.7.1.2. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Que nos permitirán demostrar que la empresa es mejor que el resto de los competidores en la categoría. Dentro de esta tenemos:

**La estrategia del Líder del Mercado:** se aplicara al proyecto para que Hostería “El Refugio” sea reconocida como líder en el mercado que visita el Cantón de Crucita y gane mayor participación en el; así esta empresa será la que determine e incentive los cambios de precios, desarrollo de nuevos servicios, publicidad y promoción.

Siempre estará en busca de extender la participación del mercado e incentivando a los turistas a un mayor interés por los nuevos servicios que oferta la hostería y promoviendo el Cantón de Crucita. Para beneficiarse del incremento de la rentabilidad y de la experiencia adquirida en el proceso.

## 3.8. ESTRATEGIAS DE GERENCIA

Una de las Estrategias de Gerencia que se utilizará para el proyecto es el Modelo de Servucción, que nos servirá para ilustrar los factores que influyen en la experiencia del servicio, Hostería "El Refugio" genera prestación de servicios hoteleros, es decir, la servucción se producirá en el momento mismo del consumo.

**El Modelo de Servucción** es la "diferencia entre la fabricación de un servicio y la fabricación de un producto".[26]

Cuando se genera un servicio cual quiera que sea el cliente participa del proceso de elaboración del mismo, es decir, el cliente es a la vez consumidor y productor del servicio. Lo hace interactuando con la parte visible del prestador de servicio.

Este modelo comprende tres secciones: el contexto inanimado, los prestadores del servicio, el personal y el contacto con los clientes se denomina cliente B.

El componente invisible del modelo está compuesto por la organización y los sistemas invisibles.

[26] Del sitio web: http://www.elprisma.com/apuntes/curso.asp?id=10524

El contexto inanimado serán todas las características inertes que están presentes durante el encuentro del servicio de la hostería, los servicios son intangibles pero están llenos de pistas tangibles como son los muebles, el piso, la iluminación, la música, los olores, la decoración y la fachada que deben estar acorde con el servicio y con el ambiente preferencial y de excelencia que Hostería “El Refugio” promete brindar a los huéspedes.

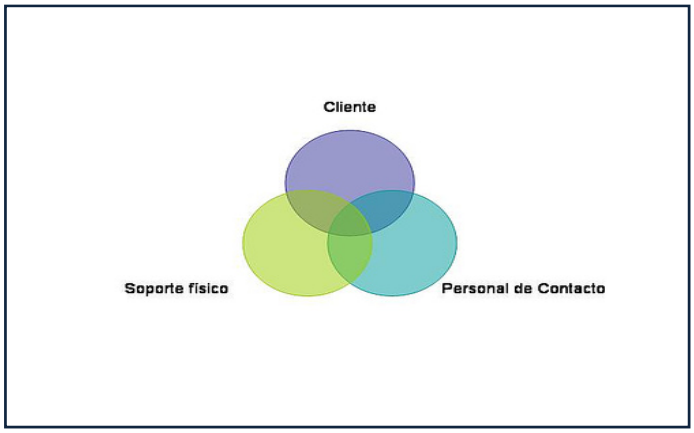
El personal de contacto en Hostería “El Refugio” serán los empleados que interactuaran en forma personalizada con el huésped con amabilidad, cordialidad, competentemente.

Esto no quiere decir que serán los prestadores primarios del servicio, pero si pueden llegar a ser la carta de presentación del negocio, por ejemplo el guardia de seguridad que estacionará los autos.

Los siguientes tres elementos del GRÁFICO 46 (Cliente, Soporte físico y Personal de contacto) interactuarán entre sí generando el servicio hotelero en la hostería.

**GRÁFICO 46**

**MODELO DE SERVUCCION**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Para el servicio exclusivamente central, Hostería “El Refugio” tendrá como prestadores de servicios primarios a las camareras, terapistas, recepcionista y la administración misma que será el planificador, desarrollador, ejecutor y controlador del éxito para la estadía de cada huésped y así asegurar la satisfacción integral de los turistas.

La idea de este concepto es que analizando todas las posibles interacciones que se producen entre estos elementos se pueden optimizar los procesos para lograr mejorar la experiencia del cliente, en consecuencia la satisfacción de sus necesidades y la fidelidad se los mismos.

Existen también en este tipo de negocios relaciones complicadas, cuando hay clientes que han pagado distintas tarifas por un mismo servicio, clientes que comparten espacios comunes como saunas o piscinas, clientes que reciben algún servicio adicional o tratos preferenciales respecto de otros.

Todos estos casos conviene estudiarlos, analizarlos y tenerlos previstos una vez puesto en marcha el negocio, para esto la estrategia será capacitar al personal de contacto para que desarrollen efectivos grados de libertad que son necesarios para tomar medidas correctivas en función de los requerimientos especiales que existirá de los diferentes huéspedes que alojará Hostería “El Refugio”.

## 3.9. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

“Los especialistas en marketing utilizamos una serie de herramientas para alcanzar las metas que nos hayamos fijado a través de su combinación o mezcla (mix). Por ello, podemos definirlo como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales.

Fue McCarthy quien a mediados del siglo XX, lo denominó la teoría de las «cuatro pes», ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por «p»: *Product* (Producto), *Place* (Distribución – Venta), *Promotion* (Promoción), *Price* (Precio)."[27]

### 3.9.1. PRODUCTO

"El producto es todo bien o servicio cuya misión principal es la de satisfacer las necesidades de las personas."[28]

El producto que ofrece Hostería "El Refugio" es intangible, puesto que es una gama amplia de servicios, como son el hospedaje, la alimentación, la aventura, el relajamiento, las actividades físicas, actividades de ecoturismo, caminatas, retiros, actividades de competencia, comunicación y trabajo de equipo.

La oferta de servicios de Hostería "El Refugio" brinda alta calidad, competitividad e innovación, así se diferencia de la competencia, y esto se logrará en base a nuestras instalaciones físicas, personal altamente capacitado y material de comunicación y promoción. Es un proyecto que se ajusta a las actuales necesidades y exigencias de los turistas, atiende las preferencias de cada uno brindando un servicio integral y personalizado.

Dentro de la franja costera ecuatoriana esta idea aún no han sido explotada a pesar que posee todos los escenarios y oportunidades para su desplegué; en países vecinos como Colombia aprovechan su experiencia y fortalezas para desarrollar gigantescas cadenas turísticas dando lugar a una industria de turismo sostenible que genera réditos económicos importantes para el desarrollo de la región y de su población.

[27] Del sitio web: http://www.marketing-xxi.com/marketing-mix-9.htm
[28] LOCAWEB, El Marketing Mix.

Esta es la idea del proyecto entregar a los turistas nacionales la oportunidad de experimentar una cadena de servicios turísticos placenteros en un solo lugar. Hostería “El Refugio” también ofrecerá confort, buen gusto, descanso, relajación, al contacto con la naturaleza y convivencia familiar junto a una cultura Xdiferente. En cuanto a las instalaciones físicas de la hostería, se ha planificado diferentes áreas de confort para los huéspedes, estas incluyen:

- Bar y Área Húmeda
- Restaurant y Salón de Eventos:
- Karaoke y Discoteca
- Actividades recreativas
- Atracciones locales
- Área de Hospedaje

En lo que respecta al servicio todo será dirigido por personal capacitado para las diferentes áreas de atención en la hostería, su capacitación será promovida en el Ministerio de Turismo en Portoviejo, aprovechando las oportunidades que ofrece la entidad para garantizar que el servicio turístico sea cortés, personalizado y efectivo.

### 3.9.2. PRECIO

El precio debe basarse en función de la rentabilidad de la empresa y debe ofrecer en este caso a los turistas tarifas relativamente competitivas en el mercado, es decir, tarifas que se encuentren en los rangos de adquisición.

Para determinar el precio de los servicios que Hostería “El Refugio” ofrece se consideró la estrategia enfocada en la diferenciación, se debe establecer precios que cubran los costos para poder cumplir con servicios de calidad, originalidad y distinción, así satisfacer las necesidades y expectativas del turista más exigente y nuestros clientes meta tiene el poder adquisitivo suficiente para acceder los servicios competitivos que la hostería promete.

- **Parámetros utilizados para establecer los precios:** Se realizó una investigación minuciosa de las hosterías que tienen un perfil similar a este proyecto pero no son competencia directa porque están ubicadas en San Miguel de los Bancos, Mindo, Nanegal, Nanegalito, etc. Estas hosterías también realizan alianzas estratégicas con los prestadores de servicios del sector, para generar paquetes turísticos bien planificados en donde el turista puede de una manera organizada disfrutar y explotar de todas las aventuras que ofrece el sector.

Hosterías como: La Cascada Azul en Mindo tiene un costo promedio de $125.00 por paquete turístico, La Hostería Agustín Delgado en el Chota cuesta $90.00, Hostería Tandayapa Bird Lodge en San Miguel de los Bancos cuesta $145.00, Hostería Arashá en Mindo cuesta $205.00 con un deporte extremo.

Sin embargo hay que recalcar no todos los proyectos mencionados ofrecen diversidad de actividades enfocadas a la aventura o al regocijo del alma, más aún si nos sirven de base los precios de los
turísticos que ofrece este tipo de competencia indirecta para establecer los precios de Hostería “El Refugio”.

- **Forma de determinarlo**: El precio está calculado en función de los costos fijos y variables del proyecto, rendimiento esperado del inversionista, precios de la competencia nacional, influencia de la situación política y económica del destino turístico, temporadas altas y bajas del negocio.

- **Descuentos:** Se ofrecerán descuentos por grupos, para aquellos que utilicen mínimo 9 habitaciones, es decir, el 50% de las instalaciones de la hostería, el descuento será del 10% sobre el precio de las habitaciones.

- **Periodo de pago:** Los clientes podrán pagar en efectivo o mediante las transferencias bancarias, la presentación de la impresión de esta avalara el pago respectivo, siendo la forma más eficaz de pago por los servicios de la hostería.

También se lo podrá realizar a través de tarjetas de crédito obteniendo un crédito de 30 días sin intereses. Se realizara los convenios y contratos con las tarjetas de crédito más relevantes y de mayor rotación para la comodidad del viajero.

A continuación se detallan los precios de los servicios hoteleros que brindará la hostería, para ello se realizó una investigación de campo de los precios de la competencia, pero tan solo como referencia porque para determinar los precios nominativos de la hostería se consideró los gastos y costos que generan los servicios integrales y exclusivos que ofrece el proyecto, y así asegurar una óptima atención al turista.

**Precios Nominativos:**

**Habitaciones:** Simples Matrimonial 50 dólares

Dobles, triples y cuádruples 30 dólares por persona

**Restaurante:** Comidas típicas costeñas manabitas.

| | | |
|---|---|---|
| **Cafetería:** | Continental | $2.50 |
| | Americano | $3,50 |
| | Tradicional<br>(Bolón, tortilla o empanada con café y majado) | $3.00 |
| | Criollo<br>(Seco de carne o pollo con jugo o café) | $3.50 |
| **Restaurante:** | Menú de Almuerzo | $4,00 |
| | Menú de merienda | $4,00 |
| | Platos a la carta | $6,00 en adelante |

**Paquetes:** Se ofrecen paquetes turísticos ya sea para grupos familiares o de amigos. El proyecto instituirá paquetes turísticos de acuerdo a la edad, afición y la tendencia en los turistas.

## PAQUETE INTRÉPIDOS Y AVENTUREROS

**Una alternativa que Hostería "El Refugio" ofrece para los jóvenes de 24 años a 40 que tengan afición para experimentar deportes extremos y preferencia por vivir nuevas aventuras, en donde pongan a prueba el estado físico en medio de un ambiente lleno de belleza natural, seguridad y algarabía.**

**El precio de este paquete por persona es de $125,00 dólares**

**INCLUYE:**

- Servicio de Hospedaje y Alimentación
- Práctica de deportes extremos, uno por día (Alas delta, esquí acuático, parapente)
- Actividades de ecoturismo (Naturaleza en equilibrio y armonía)
- Actividades de encuentros, relajación y retiros espirituales
- Actividades de competencia, comunicación y trabajo en equipo
- Desarrollo de actividades emocionales y espirituales (Inteligencia emocional y riso terapia)
- Avistamiento de Ballenas
- Entretenimiento (Fogata, danza artística, anécdotas y cuentos tradicionales)
- Diversión (Karaoke, música, guitara, baile)
- Desarrollo de actividad física (aeróbicos, bailo terapia)
- No incluye bebidas gaseosas ni alcohólicas

**Además....**

Área húmeda, piscina temperada e hidromasaje
Servicio de restaurante menú para desayuno, almuerzo y merienda (platos a la carta costo adicional).
Servicio bar alrededor de la piscina
Uso de parqueadero con seguridad las 24 horas
Atención las 24 horas en recepción o por cualquier eventual emergencia
Uso de vestidores y lockers junto a la piscina
Disponibilidad completa de medicamentos de uso común
Kit de útiles de tocador en su baño privado
Disponibilidad de toallas en su habitación para uso en la piscina
Disponibilidad de secadoras de cabello (solicitar en recepción)
Entrega de agua embotellada purificada y sachet protector solar para tours
Servicio personalizado y de calidad

Infraestructura moderna con áreas verdes recreativas y senderos iluminados

Televisión por cable

Room Service (costo adicional)

Prensa gratuita

Caja fuerte en recepción

PARA TARIFAS, PROMOCIONES Y MAYOR INFORMACIÓN

CONTÁCTENOS

A LA PAGINA WEB: www.hosteríaelrefugio.com.ec

## PAQUETE RETAURACIÓN ESPÍRITU Y ALMA

**Para encontrar el equilibrio emocional Hostería "El Refugio" ofrece para los adultos de 41 años hasta tercera edad una experiencia para restaurar el espíritu y el alma en medio de maravillosos y diversos escenarios naturales. El precio de este paquete por persona es de $95,00 dólares.**

**INCLUYE:**

Servicio de Hospedaje y Alimentación

Actividades de ecoturismo (Naturaleza en equilibrio y armonía)

Actividades de encuentros, relajación y retiros espirituales

Actividades de competencia, comunicación y trabajo en equipo

Desarrollo de actividades emocionales y espirituales (Inteligencia emocional y riso terapia)

Avistamiento de Ballenas

Entretenimiento (Fogata, danza artística, anécdotas y cuentos tradicionales)

Diversión (Karaoke, música, guitara, baile)

Desarrollo de actividad física (aeróbicos, bailo terapia)

No incluye bebidas gaseosas ni alcohólicas

**ADEMAS:**

Área húmeda, piscina temperada e hidromasaje

Servicio de restaurante menú para desayuno, almuerzo y merienda (platos a la carta costo adicional).

Servicio bar alrededor de la piscina

Uso de parqueadero con seguridad las 24 horas

Atención las 24 horas en recepción o por cualquier eventual emergencia

Uso de vestidores y lockers junto a la piscina

Disponibilidad completa de medicamentos de uso común

Kit de útiles de tocador en su baño privado

Disponibilidad de toallas en su habitación para uso en la piscina

Disponibilidad de secadoras de cabello (solicitar en recepción)

Entrega de agua embotellada purificada y sachet protector solar para tours

Servicio personalizado y de calidad

Infraestructura moderna con áreas verdes recreativas y senderos iluminados

Televisión por cable

Room Service (costo adicional)

Prensa gratuita

Caja fuerte en recepción

PARA TARIFAS, PROMOCIONES Y MAYOR INFORMACIÓN CONTÁCTENOS A LA PAGINA WEB: www.hosteríaelrefugio.com.ec

## PAQUETE ESPÍRITUS COMPETITIVOS

**Hostería "El Refugio" ofrece para los empresarios que consideran importante las actividades de encuentros, relajación, competencia, entretenimiento y diversión para el desarrollo profesional de sus empleados, en donde se ponga a prueba y se desarrolle las destrezas, comunicación y el trabajo en equipo. El precio de este paquete por persona es de $95,00 dólares.**

### INCLUYE:

Servicio de Hospedaje y Alimentación

Actividades de ecoturismo (Naturaleza en equilibrio y armonía)

Actividades de encuentros, relajación y retiros espirituales

Actividades de competencia, comunicación y trabajo en equipo

Desarrollo de actividades emocionales y espirituales (Inteligencia emocional y riso terapia)

Avistamiento de Ballenas

Entretenimiento (Fogata, danza artística, anécdotas y cuentos tradicionales)

Diversión (Karaoke, música, guitara, baile)

Desarrollo de actividad física (aeróbicos, bailo terapia)

No incluye bebidas gaseosas ni alcohólicas

**ADEMAS:**

Área húmeda, piscina temperada e hidromasaje

Servicio de restaurante menú para desayuno, almuerzo y merienda (platos a la carta costo adicional).

Servicio bar alrededor de la piscina

Uso de parqueadero con seguridad las 24 horas

Atención las 24 horas en recepción o por cualquier eventual emergencia

Uso de vestidores y lockers junto a la piscina

Disponibilidad completa de medicamentos de uso común

Kit de útiles de tocador en su baño privado

Disponibilidad de toallas en su habitación para uso en la piscina

Disponibilidad de secadoras de cabello (solicitar en recepción)

Entrega de agua embotellada purificada y sachet protector solar para tours

Servicio personalizado y de calidad

Infraestructura moderna con áreas verdes recreativas y senderos iluminados

Televisión por cable

Room Service (costo adicional)

Prensa gratuita

Caja fuerte en recepción

PARA TARIFAS, PROMOCIONES Y MAYOR INFORMACIÓN

CONTÁCTENOS A LA PAGINA WEB: www.hosteríaelrefugio.com.ec

### 3.9.3. PLAZA – CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Una de nuestras principales herramientas para llegar a nuestros consumidores meta, será sin duda contar con la participación de intermediarios comerciales como son las agencias de viajes nacionales, es un medio no persuasivo pero si de información masiva que proporciona publicidad y dará a conocer el proyecto como nuevo lugar turístico.

También se consideró la posibilidad de participar de las actividades de promoción turística organizadas por el primer ente regulador de la industria turística que es el Ministerio de Turismo a nivel nacional y además a nivel regional La Cámara de Turismo de Manabí realiza ferias, exposiciones, conferencias entre otros eventos coordinados para promocionar a la provincia y los proyectos turísticos.

Adicionalmente se publicará una página de Internet de la Hostería "El Refugio" (www.hosteríaelrefugio.com.ec), en la cual se describa los antecedentes de la hostería, del Cantón, los servicios y actividades que ofrece el proyecto, las facilidades existentes para poder realizar las reservaciones por esta vía, cotización de los diferentes paquetes turísticos, actividades y servicios que incluye cada uno, temporadas, pagos y adicionales.

Se harán alianzas estratégicas con Diners Club, MasterCard, Visa, Cámaras, entre otras tarjetas para que la promoción de Hostería "El Refugio" llegue por medio de su publicidad al mercado potencial específico con el que ellos trabajan.

Se determina entonces que Hostería "El Refugio" utilizará canales de distribución tanto directo como indirecto.

### 3.9.4. PROMOCIÓN – COMUNICACIÓN

Es muy importante que se seleccione los medios adecuados que se van a utilizar para dar a conocer a Hostería "El Refugio" a sus clientes potenciales. La comunicación ejerce altísima influencia en las ventas necesarias para asegurar el retorno de la inversión, posicionamiento en el mercado y el crecimiento económico del proyecto.

La promoción y comunicación del proyecto se enfocara en una mezcla promocional, se considero las más óptimas en el mercado industrial turístico para comunicar los servicios de la hostería, entre ellos tenemos los siguientes:

#### 3.9.4.1. PUBLICIDAD PAGADA Y NO PAGADA

- **Hostería "El Refugio"** en su fase inicial en agosto 2012, arrancará su promoción a través de las **agencias de viajes nacionales**. Se entregará material publicitario que servirá de apoyo para una mayor difusión de los servicios y para la captación de nuestros clientes meta. También se les entregará material de video. Costo aproximado US$ 2200.00 anuales.

- Se realizará una **campaña publicitaria de lanzamiento**, orientada a comunicar: antecedentes, misión, visión, objetivos, valores, principios, ventajas competitivas, ubicación, precios, calidad en servicios complementarios y exclusivos del proyecto, diversidad de actividades recreativas y de eco-turismo.

La campaña publicitaria será organizada por la Administración de la Hostería, que se encargará de crear, planificar y ejecutar de una manera eficiente el lanzamiento del proyecto. Costo aproximado US$ 2800.00.

Entre las herramientas que se usarán están los medios impresos como:

- **Revistas especializadas en negocios, turismo y deportes:** Hostería "El Refugio" se suscribirá en diferentes medios para hacer publicaciones como en las revistas nacionales (PacifiCard, América Economía) con $50.00 mensuales, en revistas especializadas en turismo ($50.00 mensual), en revistas de deportes de aventura ($50.00 mensual). Costo aproximado US$ 1800.00 anuales.

- **Periódicos nacionales:** Adicionalmente se aprovechará los artículos en los periódicos nacionales de mayor circulación en el mercado que se refieran al turismo en el Ecuador para presentar al mercado una nueva opción para recrearse en compañía del sol y la playa Costo aproximado US$ 2000.00 por dos veces al año.

- **Internet:** Se utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico y el que mejor comunicación de la hostería puede prestar después de las agencias de viaje.

Por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de nuestros clientes potenciales, hacer reservaciones, descuentos y ofrecer toda información necesaria sobre la hostería y sus servicios. Costo aproximado US$ 1200,00 para la creación de la página web y US$ 40,00 anuales por mantenimiento de página web en el cibert espacio

- **Vallas Publicitarias:** Estarán ubicadas en los lugares estratégicos de gran afluencia turística como son la carretera, el aeropuerto, el ingreso al Cantón Crucita, en dimensiones de 3.20*2 metros cuadrados. Costo aproximado US$ 1250 anuales.

- **Publicidad no pagada:** Existe publicidad que no necesita invertir dinero y este enfoque publicitario debemos aprovechar, los encargados de esta promoción sin costo son los medios de comunicación, al realizar comentarios, avisos, anuncios, reportajes de la hostería. Se tratará de captar medios de comunicaciones nacionales e internacionales como el programa de "La Televisión" de Ecuavisa, ya que este programa se dedica a reportajes de turismo en el Ecuador.

Se les invitará a pasar una estadía de una noche y 2 días en la hostería, mientras realizan la grabación del reportaje. Costo aproximado de canje US$ 800,00 anuales.

- Además se explotará la propaganda en los Mapas gratuitos ofrecidos por el Ministerio de Turismo y en las páginas web especializadas en turismo.

Está planificación publicitaria tiene como objetivo conseguir el posicionamiento deseado en la mente de los turistas, mantener y mejorar la imagen del proyecto.

### 3.9.4.2. MERCHANDISING

Esta herramienta de la mezcla promocional, se encargará de todo el material útil y necesario para la comercialización de nuestros servicios en los puntos de venta, este incluirá:

- ✓ Folletos
- ✓ Videos ilustrativos
- ✓ Fotografías del proyecto

Todo este material será desarrollado por el departamento de publicidad, como apoyo de venta. Serán ubicados en las agencias de viajes, aeropuertos, ferias, exhibiciones y recepción del hotel.

El personal que brinde la atención en estos centros estará 100% capacitado para dar Información del proyecto.

#### 3.9.4.3. RELACIONES PÚBLICAS

Uno de los objetivos con la cristalización del proyecto es garantizar las Relaciones Públicas, entonces es primordial crear aceptación por parte de la comunidad en el Cantón Crucita.

Es importante establecer vínculos no sólo con los clientes, proveedores, empleados sino también con miembros de la comunidad, ya que juegan un papel importante en el proceso de adquirir y mantener la calidad sólida de los servicios del proyecto.

Por esto la administración de la hostería debe trabajar y ser solidaria en obras comunitarias y actividad relacionada con el medio ambiente y su preservación. Costo aproximado US$ 2500,00 anuales.

### 3.9.5. PRESUPUESTO PARA EL MARKETING MIX

A continuación se presenta un presupuesto para la comunicación, publicidad y propaganda de Hostería “El Refugio” para el año 2012, con sus respectivos rubros destinados.

**CUADRO 32**

**PRESUPUESTO ANUAL DE COMUNICACIÓN**

**(AÑO 2012)**

| DETALLE | PRECIO ANUAL US $ | PORCENTAJE (%) |
|---|---|---|
| AGENCIAS DE VIAJE | 2200 | 15% |
| CAMPAÑA PUBLICITARIA | 2800 | 19% |
| SUSCRIPCION (REVISTAS ESPECIALIZADAS) | 1800 | 12% |
| PRENSA ESCRITA | 2000 | 14% |
| MANT. PAG. WEB | 1240 | 9% |
| INVITACIONES Y ATENCIONES | 800 | 5% |
| RELACIONES PUBLICAS | 2500 | 17% |
| VALLAS PUBLICITARIAS | 1250 | 9% |
| **TOTAL INVERSION** | **14590** | **100.00%** |

**Fuente: Trabajo de Campo**

**Elaborado por: La Autora**

### 3.9.6. CRONOGRAMA Y CALENDARIO DE ACCIONES (VER ANEXO 3)

### 3.9.7. MEDIDAS DE EVALUACIÓN Y CONTROL

Hostería "El Refugio" realizará monitoreo y control continuo para medir el desempeño a la luz de las metas, objetivos y actividades planificadas en el **Plan de Marketing**.

La implementación de los programas debe verificarse a lo largo del tiempo, debiendo evaluarse antes, durante y después de cada ejecución.

- **Antes de la ejecución:** Los planes tendrán una definición clara de quién, qué y cuándo debe realizarse cada acción. En este punto es esencial la función del responsable de la acción, su capacitación y motivación.

- **Durante la ejecución:** Se comprobará la aplicación del Plan de Marketing planificado, se analizará las desviaciones y sus causas. En esta fase se realizará el control presupuestario por acciones del Plan de Marketing para detener posibles desviaciones en el presupuesto asignado.

Hostería "El Refugio" deberá trabajar siempre sobre el calendario y con responsables parciales, siendo el coordinador general del Plan de Marketing el Gerente General de la hostería.

- **Control:** Para asegurar el éxito de las estrategias formuladas Hostería "El Refugio" estará en constante control de la evolución del entorno, de la competencia, de la eficacia de la organización en la implantación del plan y la consecución de los objetivos impuestos.

# CAPITULO IV

# 4. ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

## 4.1. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

#### 4.1.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Ecuador país encantador ubicado en el hemisferio occidental al suroeste del continente americano y noreste de América del Sur, atravesado de este a oeste por el paralelo cero, ecuador o línea equinoccial, de costa a oriente, quedando la mayor parte del país en el hemisferio sur dejando la parte más pequeña al norte.

Y a pesar de ser uno de los países más pequeños de Sudamérica encierran grandes atractivos turísticos con una amplia gama de maravillas naturales y mágicos escenarios; convirtiéndolo en una de opción sin igual para el viajero interno y externo. A nivel mundial Ecuador es llamando ECUADOR CUATRO MUNDOS EN UNO.

En la Sierra, cumbres andinas llena de nevados, volcanes montes y montañas que dan colorido a su travesía; en la Amazonia, llena de verdor con reservas naturales y una fauna espectacular para poder disfrutar; Galápagos, las islas encantadas por sus paisajes fauna y flora única, tesoro natural que invita a soñar.

**GRÁFICO 47**

**Ecuador Cuatro Mundos en Uno**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Y es en la costa magistral en donde se ubicara el proyecto, una franja litoral de 640km de longitud formada por llanuras, colinas y pequeñas elevaciones, por donde corren ríos que vienen desde los altos de la sierra para desembocar en el majestuoso océano pacifico.

La costa ecuatoriana se encuentra dividida en seis provincias llenas de paisajes y playas por disfrutar, en el centro oeste del país bañada por aguas del Pacifico se encuentra la Provincia de Manabí una de las provincias más visitadas por turistas internos y de otras partes del mundo.

En Manabí estará localizada la edificación de Hostería “El Refugio”, esta región posee muy buena parte de la costa ecuatoriana y lugares insospechados por conocer con un contraste de naturaleza aún por descubrir, tiene variadas especies de flora y fauna que junto a la calidez de su gente hacen de esta provincia el lugar ideal para pasear y disfrutar.

**GRÁFICO 48**

**El atardecer en Crucita**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

La ubicación especifica del proyecto se encuentra en el poblado manabita con mayor crecimiento turístico en estos últimos años que es el Cantón de Crucita, llamada así por la singular belleza con hermosos atardeceres en su extensa playa y con un malecón provisto de locales que ofrecen comida típica, suvenires, bares y discotecas.

### 4.1.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Hostería “EL Refugio” está ubicada en la provincia de Manabí, Cantón Portoviejo Parroquia Crucita, Sector Los Arenales, calle 25 de Diciembre y pasaje s/n cuyas medidas y linderos son los siguientes:

**FRENTE:** Calle 25 de Diciembre (14mts de ancho) con 34.10 m.

**POSTERIOR:** Terreno Flia. Pisco con 32.50 m.

**LADO DERECHO:** Callejón s/n (7mts de ancho) con 30.50 m.

**LADO IZQUIEDO:** Callejón s/n (7mts de ancho) con 30.50 m.

A una cuadra del malecón, de la playa y a 10 minutos de los Arenales La Boca.

**GRÁFICO 49**

**Terreno para el Proyecto**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 4.1.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, valor o número de unidades en este caso número de turistas, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.

"La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto al tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas.[29]

En la determinación del tamaño del proyecto se consideraron aspectos importantes tales como:

- Tamaño del proyecto y la demanda
- Tamaño del proyecto y los suministros e insumos
- Tamaño del proyecto y la tecnología – equipos
- Tamaño del proyecto y el financiamiento
- Tamaño del proyecto y la organización.

#### 4.1.2.1. FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

**a. Tamaño del proyecto y la demanda**

Puesto que la demanda no satisfecha o por satisfacer, es uno de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto.

[29] SAPAG, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, Chile, 2000, p. 171

Deberán considerarse las variaciones de la demanda en función del precio (elasticidad-precio de la demanda), de los factores demográficos, de los cambios en la distribución geográfica del mercado (dimensión del mercado) y de la influencia del tamaño en los costos.

**b. Tamaño del proyecto y los suministros e insumos**

Los volúmenes y las características de los equipos que se van a adquirir, herramientas y materiales, así como la localización de sus áreas de producción, son los factores que se toman para ajustar el tamaño de la planta.

**c. Tamaño del proyecto y la tecnología – equipos**

La relación entre el tamaño y la tecnología influirá en las relaciones entre tamaño, inversiones y costo de producción los mismos que tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables.

**d. Tamaño del proyecto y el financiamiento**

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible.

Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, por esta razón se deberá escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital.

Se entiende que el tamaño del proyecto está directamente relacionado con el tamaño que la hostería necesitará para el servicio de hospedaje, el desarrollo de su trabajo y buen desempeño de sus funciones, tomando en cuenta aspectos importantes como: número de trabajadores, área administrativa y financiera.

**e. Tamaño del proyecto y la organización.**

Previo al estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa.

Para calcular el tamaño del proyecto es necesario determinar las siguientes variables:

**D1=492673 (Demanda actual del mercado)**

**R= 2.23% (Tasa de crecimiento de la demanda)**

**K= 5 años (Período Óptimo)**

$$T = 492673 \ (1 + 0.0223)^5$$

**T= 550.111**

Este resultado muestra un tamaño de acuerdo a la demanda que se determinó en el Capítulo II, es importante recalcar que el Estudio de Mercado no es la única herramienta para determinar el tamaño ya que el Estudio Técnico también determina el número de turistas quiteños a ser atendidos, por lo tanto a pesar que sea un número mayor de demandantes solo 550.111 son los turistas que podrán acceder al servicio.

### 4.1.3. DATOS GENERALES DE LA OBRA

#### 4.1.3.1. INFRAESTRUCTURA

La Hostería El Refugio se edificará en un área total de terreno de 1015.65 metros cuadrados, un lugar de calma, apacible y protegido del ruido, del stress. Además la Hostería tiene una superficie totalmente plana, actualmente está área está limpia, preparada para la construcción y se encuentra con cerramiento de caña guadua.

**GRÁFICO 50**

**Terreno para el Proyecto**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

#### 4.1.3.2. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

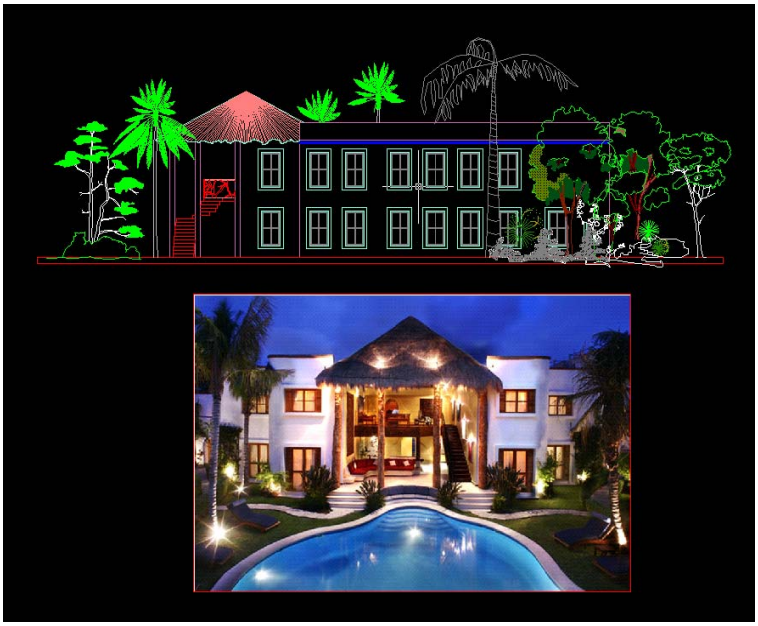
La creación y gestión total de una hostería ubicada en Crucita, permitirá obtener utilidades, crear fuentes de empleo y ser ejemplo para la región enseñando lo importante de hacer un turismo sostenible.

Hostería El Refugio busca ser un nexo entre los turistas y los diferentes atractivos turísticos de este balneario y de los que se encuentran a su alrededor, como son: San Jacinto, San Clemente, Portoviejo, Montecristi, Jara mijo, Manta, entre otros.

- **Compra de Terreno.-** Se compra el terreno para el proyecto, 1.015,65 mts2 a 29.54 dólares por cada metro con un total de 30.000 dólares (tiempo de ejecución 6 meses).

**GRÁFICO 51**

**Fachada**



**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

- **Delimitación del terreno y ubicación**.- El terreno se encuentra ya trazado y delimitado en planos notariados antes de la elaboración del proyecto.

**GRÁFICO 52**

**DELIMITACIÓN Y UBICACIÓN DEL TERRENO**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

- **Preparación del Terreno**.- El lugar se encuentra limpio y sin maleza, nivelado y sin obstáculos que dificulten la construcción del edificio. Se realiza mantenimiento periódicos para asegurar su estado actual.

**GRÁFICO 53**

**Preparación del Terreno**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

- **Lotización.-** El terreno esta lotizado y cuenta con todos los servicios básicos (agua potable, luz eléctrica, telefonía).

- **Construcción de Hostería.-** La construcción del proyecto está a cargo de la Constructora MAVICAD, dirigido por el Arq. Ramiro Medina quien será responsable de la contratación del personal, de la construcción y de la ingeniería hidrosanitaria y eléctrica. (Tiempo estimado de construcción 8 meses).

- **Dotación de Jardinería**.- La construcción de jardines y áreas verdes será realizado por la Empresa Jardines y Decoración. (Tiempo estimado un mes)

- **Permisos**.- Conjuntamente se realizará todos los permisos e impuestos necesarios para poder ejecutar la obra, así como el funcionamiento propiamente de la hostería. (Tiempo estimado dos meses)

#### 4.1.3.3. INSTALACIONES

En esta área se desarrollara la construcción de una de las más importantes infraestructuras creadas en la zona en los últimos años.

El proyecto contempla cuatro áreas bien definidas:

- ✓ **Área de Hospedaje**: Con 18 habitaciones, baño privado y confort para el descanso.

- ✓ **Área de Restaurante:** Con capacidad para 60 personas

- ✓ **Área Húmeda:** Piscina e hidromasaje y cerca del Bar

- ✓ **Área de Eventos:** con capacidad de 60 personas.

**GRÁFICO 54**

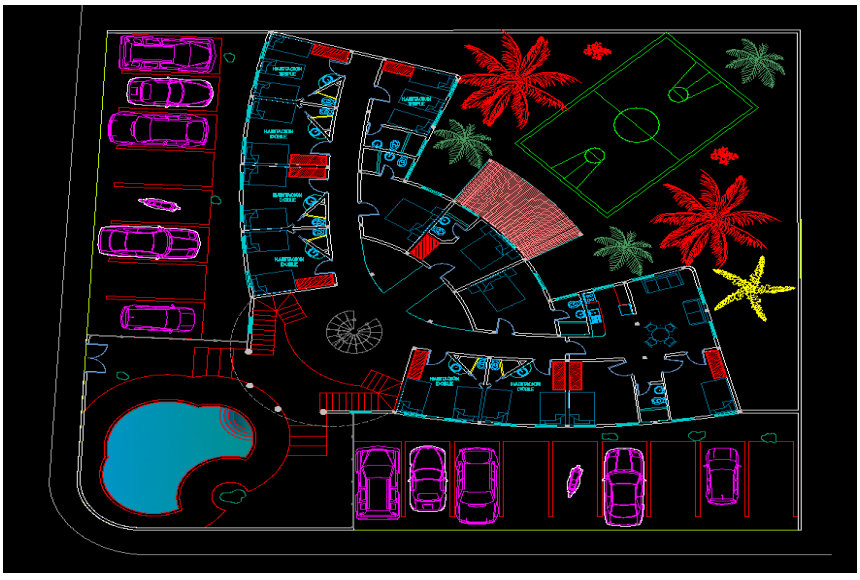
**Planta Baja**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

**GRÁFICO 55**

**Planta Alta**

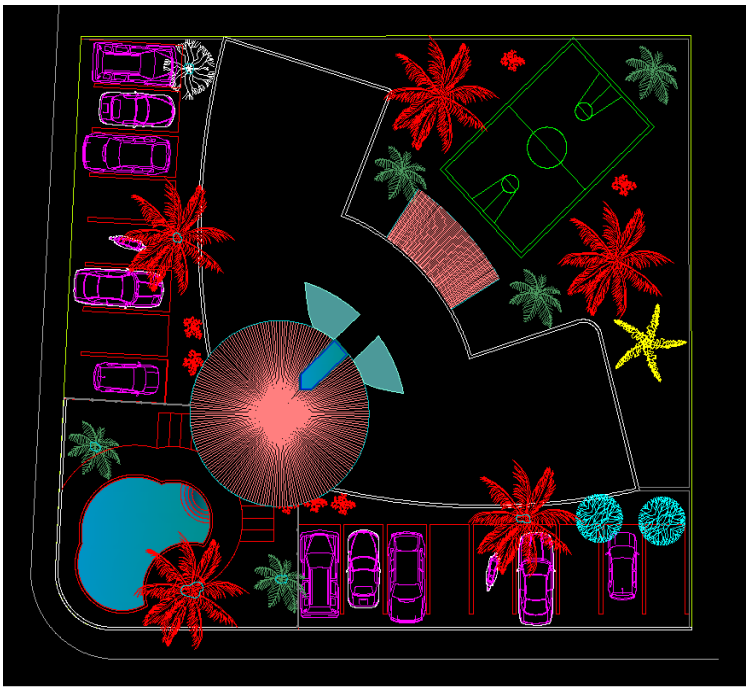


**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

**GRÁFICO 56**

**Planta Cubierta**



**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

### 4.1.3.4. EL SERVICIO COMO FORTALEZA

- **Servicios Básicos:** Entre los servicios básicos que pondremos a disposición incluye: desayuno continental, prensa gratuita, restaurante, Internet Sistema WiFi, Bar, parking, TV cable, caja fuerte en recepción.

Cuenta con las redes nacionales para teléfono fijo y celular, con los servicios básicos listos para operar; el servicio eléctrico será proporcionado por Manabí y para casos de emergencia la planta energética será la solución; el agua potable será proveída por la EMAP de Manabí o será suministrada por los tanqueros y almacenada en un reservorio con mantenimiento permanente; conjuntamente se trabajará con un tanque con bomba de agua de 2500 litros.

La Hostería El Refugio es la primera hostería que se piensa diseñar en el sector con **servicios adicionales como:** Área húmeda (piscina e hidromasaje), cancha de básquet y de futbol, recepción, parqueadero, seguridad, infraestructura moderna; para transformar los viajes en toda una experiencia de comodidades y nuevas aventuras a escoger.

Además tiene alta calidad en el servicio de sus instalaciones, excelente ubicación de la hostería, tarifas verdaderamente competitivas, habitaciones confortables, áreas públicas eficientes y áreas verdes recreativas.

- **Servicios Distintivos:** Dentro de las características distintivas del servicio de Hostería El Refugio esta ser una hostería diferente, que tiene como compromiso generar en sus huéspedes armonía, restauración y renovación de energías.

La diferencia con los hoteles que existen en la zona será sin duda el servicio personalizado, dinámico y efectivo que se realice, es importante recalcar que en las manos de la hostería estará llegar no solo a la satisfacción física, que muchas veces al retornar al hogar los resultados son más de cansancio y desgaste.

Sino más bien llegar al deleite del alma y del espíritu, práctica elemental para obtener resultados integrarles en la salud del cuerpo humano.

Así ofrecerá además dinámicas y enriquecedoras actividades organizadas por la empresa mediante alianzas con los diferentes prestadores de servicio de la región para asegurar el aprovechamiento de todas las bondades que ofrece Crucita mediante paquetes turísticos planificados.

**Entre las Actividades Distintivas tenemos:**

- ❖ Caminatas deportivas hacia el Mirador La Loma donde se practica Parapente y Alas Delta
- ❖ Caminatas hacia Los Arenales La Boca santuario de agua nutritiva y curativa Pesca Deportiva
- ❖ Avistamiento de Ballenas
- ❖ Práctica de deportes extremos (Alas delta, esquí acuático, parapente)
- ❖ Actividades de ecoturismo (Naturaleza en equilibrio y armonía)
- ❖ Actividades de encuentros, relajación y retiros espirituales
- ❖ Actividades de competencia, comunicación y trabajo en equipo
- ❖ Entretenimiento (Fogata, danza artística, anécdotas y cuentos tradicionales)
- ❖ Diversión (Karaoke, música, guitara, baile)

- ✓ Desarrollo de actividad física (aeróbicos, bailo terapia)
- ✓ Comunicación y trabajo en equipo para fortalecer la unión familiar.

- ❖ Retiros espirituales hacia lugares imaginados y propios para esta actividad.
- ❖ Charlas de riso terapia para fortalecer la inteligencia emocional.

Esto a su vez generará el posicionamiento de Hostería “El Refugio” en cada turista, y se reconozca a la hostería como un refugio saludable, enfocado desde luego al mercado potencial que necesita practicar estos nuevos modelos de turismo como son: de congresos y encuentros, de negocio, de descanso, de retiro, y de la tercera edad.

**Atracciones Locales:** Fauna y flora, un espléndido mirador llamado La Loma, parapente y alas delta por los enormes acantilados y dunas, avistamiento de ballenas, Estuario Río Portoviejo, una hermosa playa y encantador malecón, senderos en el estuario y en el mirador, pesca deportiva, esquí acuático y su gastronomía.

**Servicios del Cantón:** La Parroquia de Crucita cuenta con los servicios de Policía Nacional y Naval, Tenencia Política, Crucitur, Pacifictel, Iglesia, Estacionamientos, Parque Central, Cementerio, Centro de Salud, gasolineras, baños y duchas públicas. Existe también una mejora permanente de las vías de acceso, fortaleciendo el turismo.

### 4.1.4. DISTRIBUCIÓN Y DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

**CUADRO 33**

**Capacidad de Habitaciones en Hostería El Refugio**

| ***CANTIDAD*** | ***TIPO*** | ***PLAZAS*** |
|---|---|---|
| 3 | Suites Matrimoniales | 6 |
| 5 | Hab. Doble | 10 |
| 5 | Hab. Triple | 15 |
| 5 | Hab. Cuádruple | 20 |
| | **TOTAL HUESPEDES** | **51** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 4.1.4.1. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE HOSPEDAJE

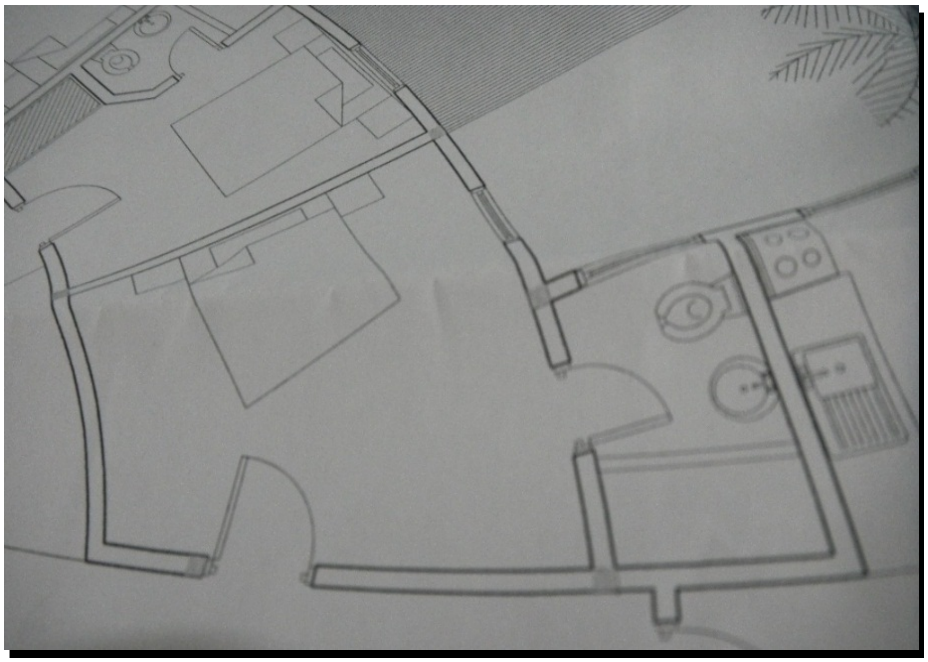
Al inicio del proyecto Hostería “El Refugio” en el área de hospedaje cuenta con diez y ocho habitaciones de 4 x 4 metros cuadrados, las mismas que se irán incrementando en el futuro, esto dependerá de la demanda potencial.

Cada habitación tiene baño privado y están divididas así: Habitación Suite Matrimonial 3, Habitación Doble 5, Habitación Triple 5, Habitaciones Cuádruple 5.

Las cuales tendrán grandes ventanales que mantendrán a nuestros clientes conectados con la maravillosa brisa marina y el sonido del mar. La infraestructura permite albergar a 51 personas por noche en capacidad full.

**GRÁFICO 57**

**<u>Suite Matrimonial:</u> Área 24.72 m2**



**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

La Suite Matrimonial brindara a los clientes el confort y romanticismo, una nueva experiencia que el servicio preferencial y personalizado del proyecto otorga; esta Suite Matrimonial brinda la comodidad de una Cama King, dos veladores, dos lámparas de mesa, un anaquel, un closet, un espejo y para la distracción la nitidez de un televisor plasma de 32''con cable y soporte, aire acondicionado, 1 silla, cortinas, servicio de camarera 1 vez al día, closet con 4 armadores y cajones.

Para el momento de relajación personal un amplio y confortable baño con una cómoda tina, en el baño habrá amenities (jabón, shampoo, acondicionador, crema para el cuerpo, papel higiénico y peinilla) también un par de toallas de cuerpo, toalla de mano y como cortesía agua natural para refrescarse diariamente.

**GRÁFICO 58**

**<u>Habitación Doble:</u> Área: 16.56 $m^2$**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

También tendrá un par de toallas de cuerpo, toalla de mano, como cortesía agua natural, aire acondicionado, 1 silla, cortinas, servicio de camarera una vez al día, closet con 4 armadores y cajones.

La habitación doble brinda a los distinguidos huéspedes el espacio necesario para el descanso, ofrece dos camas de plaza y media con su velador y sabanas, lámpara, televisor de 29’’con cable y soporte, una consola con espejo, un closet, un baño confortable con sus amenities (jabón, shampoo, acondicionador, crema para el cuerpo, papel higiénico y peinilla).

**GRÁFICO 59**

**<u>Habitación Triple:</u> Área: 16.56 $m^2$**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

La habitación triple consta de una litera y una cama adicional, todas de plaza y media con su respectivo velador y sabanas, lámpara, consola con espejo, closet, además tiene una televisión de 29’’ con cable y soporte, un baño privado con sus amenities (jabón, shampoo, acondicionador, crema para el cuerpo, papel higiénico y peinilla).

Además tendrá tres toallas de cuerpo, dos toallas de mano, agua natural de cortesía, aire acondicionado, 1 silla, cortinas, servicio de camarera una vez al día, closet con 4 armadores y cajones; todo esto para lograr una estadía con todo lo necesario para disfrutar cada instante del descanso.

**GRÁFICO 60**

**<u>Habitación Cuádruple:</u> Área: 16.56 $m^2$**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

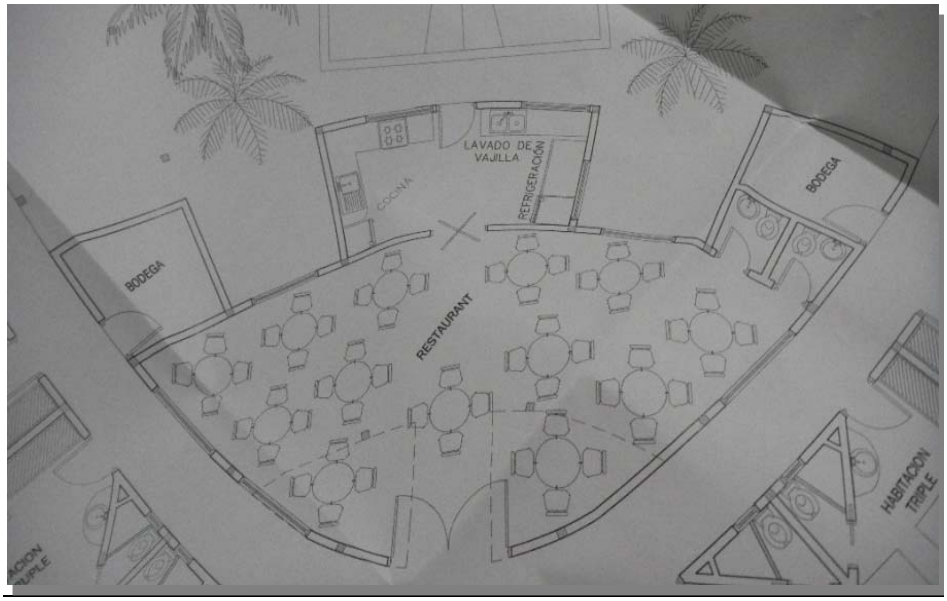
Consta de dos literas de plaza y media, sábanas, un velador, lámpara, consola con espejo, closet, televisor de 29'' con cable y soporte, el baño está equipado con amenities (jabón, shampoo, acondicionador, crema para el cuerpo, papel higiénico y peinilla), tendrá cuatro toallas para el cuerpo, tres toallas de mano, agua natural de cortesía, aire acondicionado, cortinas, servicio de camarera una vez al día, closet con 4 armadores y cajones.

La habitación cuádruple busca dar a los ocupantes la comodidad que necesitan como grupo ya sea familiar o de amigos para disfrutar de la naturaleza junto con el servicio personalizado que ofrece Hostería "El Refugio".

### 4.1.4.2. DESCRIPCIÓN ÁREA DE RESTAURANTE Y SALON DE EVENTOS

**GRÁFICO 61**

**<u>Restaurante "Sabor a Mar":</u> Área: 37.69 $m^2$**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

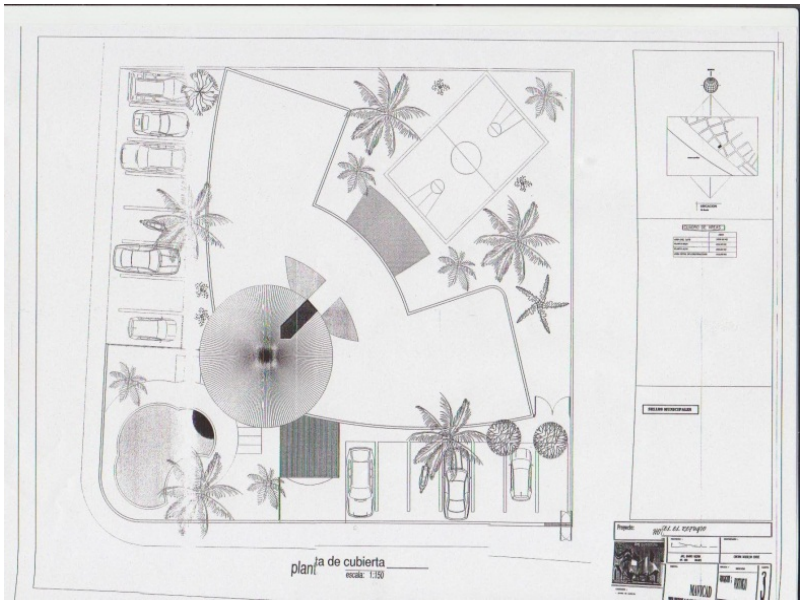
El Restaurante de "Hostería El Refugio" llamado "Sabor a Mar" tiene capacidad para 60 personas cómodamente distribuidas en 15 mesas de 4 puestos 60 sillas con el respectivo mise en place (salero, pimentero, servilletero, cubiertos, azucareros), además se equipará con la cristalería, vajilla, cubiertos y menaje de restaurante respectivo.

Para la comodidad el restaurante tendrá un ventilador ultra potente que mantendrá el lugar fresco y cómodo para disfrutar la deliciosa gastronomía propia del lugar. Entre el equipamiento para la distracción existirá una plasma de 32`` con cable, un equipo de sonido que pondrá la nota musical en el lugar, para la decoración se utilizará cuadros típicos de la región y piso de porcelanato.

Los alimentos serán preparados en una cocina modernamente provista de equipo industrial con su respectivo extractor, nevera, congelador, microondas, sartén eléctrico, licuadora industrial, horno, batidora, y todos los implementos de cocina, equipos y menaje de cocina necesarios para preparar las delicias que satisfarán a los paladares más exigentes.

**GRÁFICO 62**

**<u>Salón de Eventos:</u> Área: 64.24 $m^2$**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

En lo que respecta al salón de eventos, este se encuentra localizado en las terrazas del inmueble al aire libre, tiene una vista espectacular hacia el océano y para la organización de los banquetes de acuerdo a los gustos y preferencias se realizara el alquiler de mantelería, mesas, sillas, vajilla y menaje para la decoración de cada evento.

De igual forma se realizara banquetes, reuniones, agasajos, cumpleaños, bautizos y demás eventos sociales en el Salón de Eventos con mucho profesionalismo y dedicación, esta área tiene también capacidad para 120 personas.

Y para los eventos más grandes como quinceañeras y matrimonios se los organizará en el área de la piscina, al aire libre con decoración de antorcha.

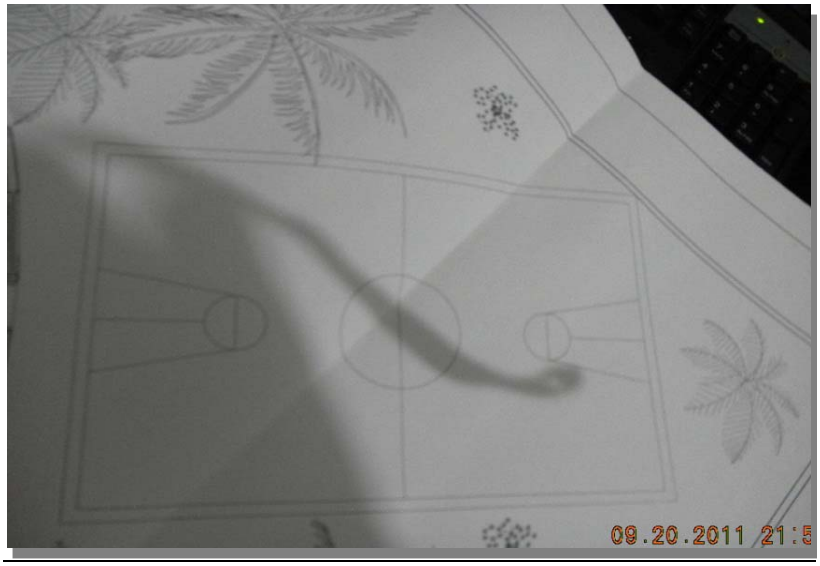
En caso de existir mayor demanda para los eventos la infraestructura de la hostería tiene a disposición adecuar el área de jardines, la piscina, el restaurante y al área de la cancha; con el servicio de alquiler de carpa, sillas, mantelería y menaje respectivo para hacer realidad los sueños de los agasajados.

### 4.1.4.3. DESCRIPCIÓN ÁREA RECEPCIÓN Y EXTERIORES

Para la ejercitación física existirá a la disposición una cancha de uso múltiple, para practicar futbol, básquet, bailo terapia y actividades de competencia; así los huéspedes disfrutarán del deporte y la recreación.

**GRÁFICO 63**

**Cancha:** Área: 22.50m x 14.50m

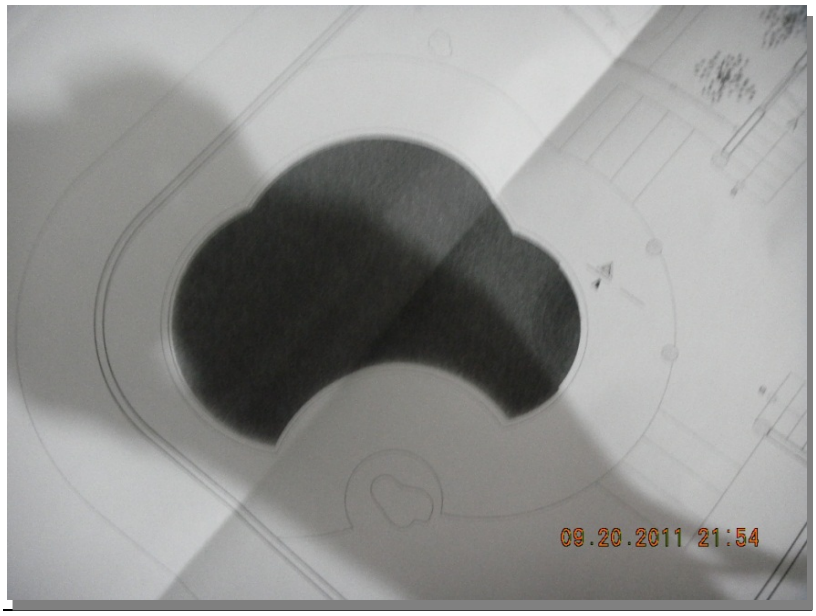



**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

**GRÁFICO 64**

**<u>Piscina y Jacuzzi:</u> Área: 17m x 9m**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

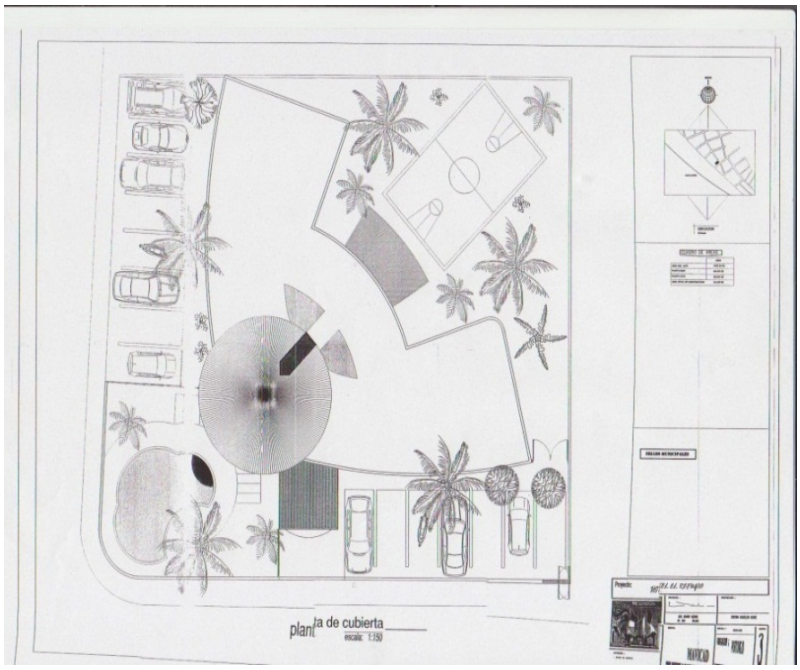
Para una mayor comodidad el proyecto dispone de una piscina de agua temperada con una profundidad de 1.5m en la zona más profunda, también en su decoración esta provista de deliciosos chorros de hidromasaje en la parte más baja, permitiendo obtener al contacto con el agua y los masajes el ritual del equilibrio físico y emocional que los clientes buscan.

La comodidad de cuatro hamacas alrededor de la piscina con palmeras decorativas le da al ambiente húmedo un resguardo refrescante del clima típico de la costa. Además los clientes podrán disfrutar de cómodas mesas con parasol aptas degustar snakes, cocteles y demás preparados de comida rápida en el bar de la hostería.

Por las noches el ambiente tendrá espectacular iluminación tanto en la piscina como en los jardines y el sonido del mar de fondo; convirtiéndose en escenario propicio para el deleite, romanticismo y comodidad de la estadía imposible de olvidar.

**GRÁFICO 65**

**<u>Bar:</u> Área: 16.56 $m^2$**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

El bar se ubicará a un lado del segundo ambiente que es el área húmeda para mayor comodidad de los huéspedes; allí mientras se refrescan en la piscina o se relajan en el jacuzzi podrán deleitarse con las bebidas especiales y tradicionales que la región ofrece preparada por el personal.

Es esta áreas mencionadas también se desarrollara noches de fogata para realizar bailes típicos, para narrar tradicionales cuentos o para entonar música confortable al ritmo de una guitara en las noches de algarabía y alrededor de la fogata.

El área de recepción brinda la bienvenida a una estadía inolvidable, es amplia, original y típica, tiene una vista directa a la entrada principal, piscina y al restaurante porque es al aire libre, entre sus características esta que es cómoda, luminosa y con detalles naturales que invitan a soñar.

**GRÁFICO 66**

**<u>Recepción:</u> Área: 20.69 $m^2$**

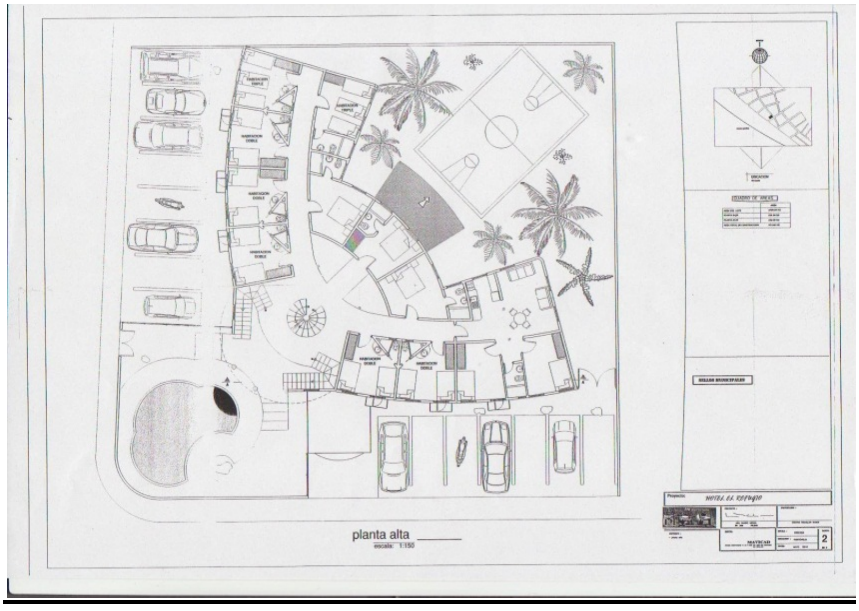
**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

Consta de una Sala de Estar con un dispensador de bebidas para que lo disfruten en cualquier momento.

**GRÁFICO 67**

**Parqueaderos**



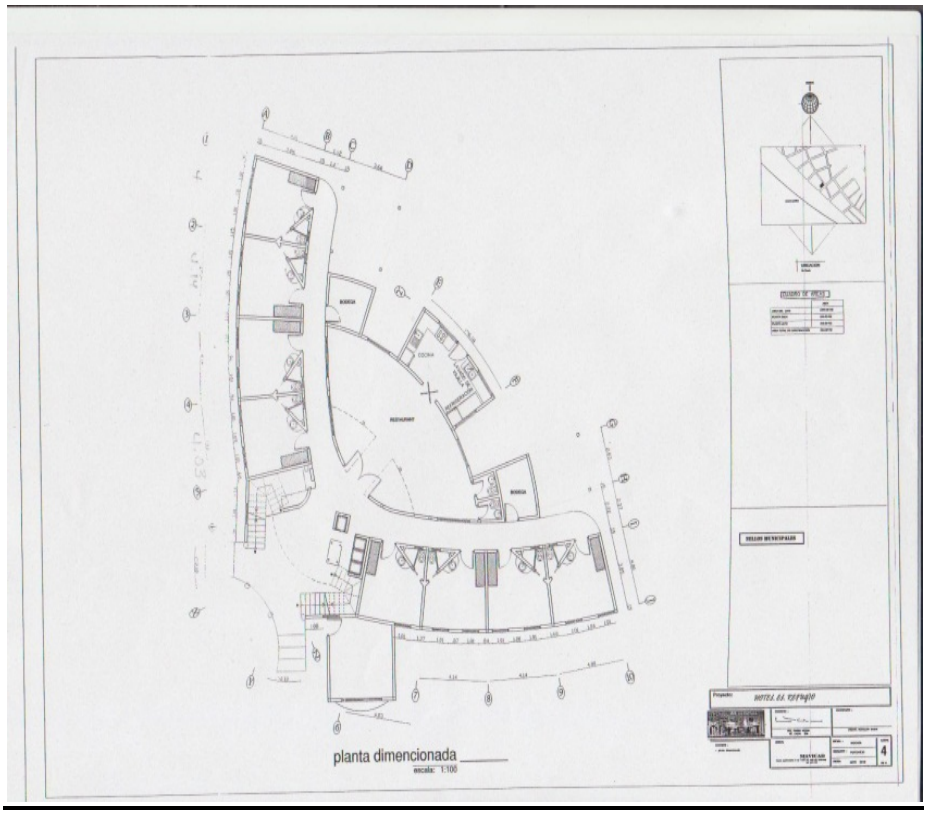

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

Con una área de 35.25m. X 12m, la hostería contará con amplios parqueaderos para la tranquilidad y seguridad de los viajeros.

**GRÁFICO 68**

**Bodegas**




**Fuente: Estudio de Campo**

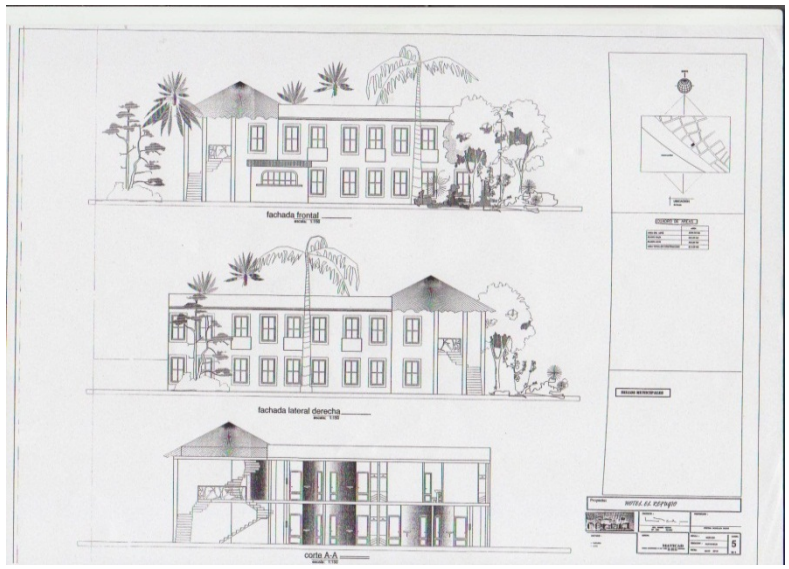
**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

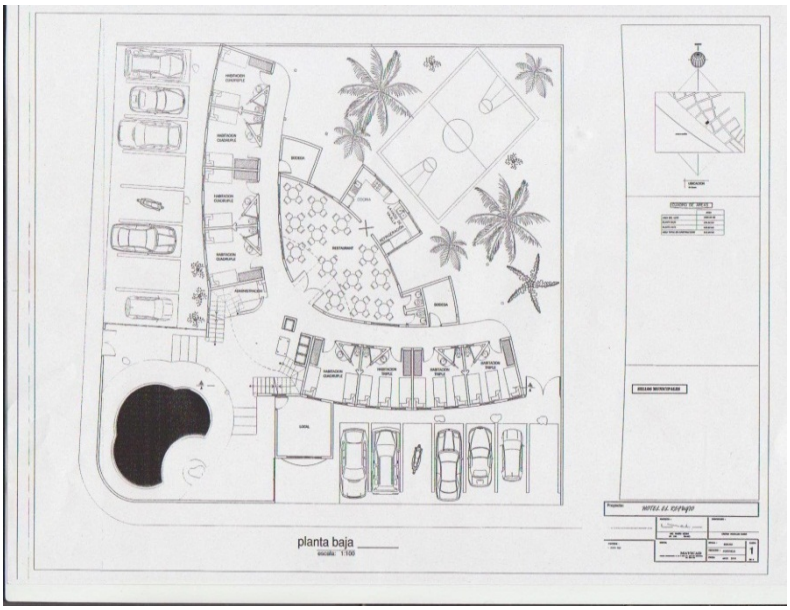
Dos aéreas de 16 $m^2$ estratégicamente ubicadas, servirán para el orden de los insumos necesarios para cumplir con los objetivos del proyecto y para brindar calidad en los requerimientos de los clientes.

Para un mayor conocimiento a continuación los planos generales donde se representa el área total del Proyecto Turístico, el mismo que fue elaborado por el Arq. Ramiro Medina. **(VER ANEXO 4)**

**GRÁFICO 69**

**Corte Fachada y Vista Aérea**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Arq. Ramiro Medina**

### 4.1.5. PRESUPUESTO DE LAS OBRAS A REALIZARCE

Hostería El Refugio tiene un área de construcción total de 613 mts2 distribuidos de la siguiente manera: Planta Baja con 293m2; y, Planta Alta: 320 $m^2$

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto de la obra determinados en base al metraje calculado de acuerdo al precio estimado por la dirección arquitectónica.

Cuyo representante acota este comentario, "en el presupuesto general del proyecto se debe tomar en cuenta que los precios ya incluyen mano de obra y materiales, no incluyen IVA en el caso de contratación directa con un constructor, además está inflado un 15% por la fluctuación del mercado hasta la ejecución del proyecto".[30]

**PROYECTO:** **HOTEL EL REFUGIO**

**ELABORADO POR:** **ARQ. RAMIRO MEDINA**

**FECHA:** **May-10**

**PLAZO DE CONSTRUCCION:** **8 MESES**

**CUADRO 34**

**AREA DE CONSTRUCCION 613m2**

**Presupuesto referencial obra civil**

| A | PRELIMINARES | UNIDADES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| A1 | Limpieza del terreno y replanteo | $m^2$ | 1,009.00 | 0.50 | 504.50 |
| A2 | Excavación para plintos y muros de cimentación | $m^3$ | 131.76 | 10.00 | 1,317.60 |
| | | | | **SUBTOTAL** | **1,822.10** |

[30] Arq. Ramiro Medina

| B | HORMIGON | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| B1 | Hormigón para re plantillo | m3 | 7.35 | 60.00 | 441.00 |
| B2 | Hormigón en Plintos | m3 | 18.36 | 100.00 | 1,836.00 |
| B3 | Hormigón en Muros de cimentación | m3 | 29.04 | 60.00 | 1,742.40 |
| B4 | Hormigón en Contra piso | m2 | 293.00 | 12.00 | 3,516.00 |
| B5 | Hormigón en Cadenas | m3 | 11.98 | 115.00 | 1,377.70 |
| B6 | Hormigón simple f'c=210 kg/cm2-columnas | m3 | 25.40 | 120.00 | 3,048.00 |
| B7 | Hormigón simple f'c=210 kg/cm2-losas e=20 cm. | m3 | 102.16 | 135.00 | 13,791.60 |
| B8 | Hormigón simple f'c=210 kg/cm2-en gradas | m3 | 3.20 | 135.00 | 432.00 |
| | | | | **SUBTOTAL** | **26,184.70** |

| C | ACERO | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| C1 | Acero de armado de losa y vigas | qq | 122.00 | 47.00 | 5,734.00 |
| C2 | Acero de cadenas | qq | 26.00 | 47.00 | 1,222.00 |
| C3 | Acero de columnas | qq | 52.00 | 47.00 | 2,444.00 |
| C4 | Acero de estribos | qq | 58.00 | 45.00 | 2,610.00 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| C5 | Cerramiento de malla | ml | 63.00 | 55.00 | 3,465.00 |
| C6 | Pasamano Metálico (Gradas) | ml | 28.00 | 42.00 | 1,176.00 |
| | | | | **Subtotal** | **16,651.00** |

| **D** | **ALIVIANAMIENTO** | **UNIDAD** | **CANTIDAD** | **PRECIO UNITARIO** | **PRECIO TOTAL** |
|---|---|---|---|---|---|
| D1 | Alivian amiento de bloque pómez 15x20x40 cm (loza) | u | 2,400.00 | 0.32 | 768.00 |
| | | | | **Subtotal** | **768.00** |

| **E** | **MAMPOSTERIA** | **UNID** | **CANTIDAD** | **PREC. UNITARIO** | **PRECIO TOTAL** |
|---|---|---|---|---|---|
| E1 | Mampostería de bloque | m2 | 1,201.00 | 10.52 | 12,634.52 |
| | | | | **Subtotal** | **12,634.52** |

| **F** | **ENLUCIDOS** | **UNID** | **CANTIDAD** | **PREC. UNITARIO** | **PRECIO TOTAL** |
|---|---|---|---|---|---|
| F1 | Enlucido vertical | m2 | 2,402.00 | 3.50 | 8,407.00 |
| F2 | Empaste de Paredes | m2 | 2,402.00 | 3.00 | 7,206.00 |
| F3 | Enlucido horizontal | m2 | 595.00 | 3.20 | 1,904.00 |
| F4 | Masilla do de losas | m2 | 613.00 | 2.20 | 1,348.60 |
| F5 | Masilla do de contra piso | m2 | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 290.00 | 2.20 | 638.00 |
| F6 | Mesón de cocina | ml | 6.00 | 50.00 | 300.00 |
| | | | | **Subtotal** | **19,803.60** |

| G | CARPINTERIA METAL MADERA | UNIDAD | CANTIDAD | PREC. UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| G1 | Puertas de madera en laurel | u | 53.00 | 115.00 | 6,095.00 |
| G2 | Puerta de Acceso Vehicular | u | 1.00 | 450.00 | 450.00 |
| G3 | Puerta Principal de acceso | u | 1.00 | 250.00 | 250.00 |
| G4 | Puerta Principal de Calle | u | 1.00 | 350.00 | 350.00 |
| G5 | Ventanas de aluminio | m2 | 140.00 | 45.00 | 6,300.00 |
| | | | | **Subtotal** | **13,445.00** |

| H | INSTALACIONES | UNID | CANTIDAD | PREC. UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| H1 | Eléctricas | pto | 220.00 | 18.00 | 3,960.00 |
| H2 | Sanitarias | pto | 105.00 | 10.00 | 1,050.00 |
| H3 | De agua | pto | 120.00 | 15.00 | 1,800.00 |
| H4 | Cisterna mas calefón, chanchito, bomba, estructura. | u | 1.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| H5 | Juego de sanitarios | u | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 21.00 | 150.00 | 3,150.00 |
| H6 | Alberca | u | 1.00 | 6,000.00 | 6,000.00 |
| | | | | **Subtotal** | **17,960.00** |

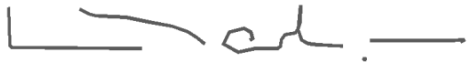
| I | PISOS | UNID | CANTIDAD | PREC. UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| I1 | Cerámica en pisos | m2 | 600.00 | 20.00 | 12,000.00 |
| I2 | Cerámica en Baños | m2 | 90.00 | 22.00 | 1,980.00 |
| | | | | **Subtotal** | **13,980.00** |

| J | REVESTIMIENTO | UNID | CANTIDAD | PREC. UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| J1 | Pintura | m2 | 2,402.00 | 1.00 | 2,402.00 |
| | | | | **Subtotal** | **2,402.00** |

| K | CLOSETS | UNID | CANTIDAD | PREC. UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| K1 | Closets | ml | 78.20 | 95.00 | 7,429.00 |
| | | | | **Subtotal** | **7,429.00** |

| L | VARIOS | UNID | CANTIDAD | PREC. UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| L1 | Cubierta de choza, cocina, local | m2 | 72.00 | 20.00 | 1,440.00 |
| L2 | Mueble de cocina | ml | 8.00 | 110.00 | 880.00 |
| L3 | Lavandin (doble pozo) | u | 2.00 | 150.00 | 300.00 |
| L4 | Limpieza de obra | m3 | 6.00 | 50.00 | 300.00 |
| | | | | **Subtotal** | **1,480.00** |

| | |
|---|---|
| **TOTAL COSTOS DIRECTOS** | **134,559.92** |
| **HONORARIOS PROFESIONALES 6%** | **8,073.60** |
| **IMPREVISTOS 4%** | **5,382.40** |
| **TOTAL** | **148,015.91** |



**ARQ. RAMIRO MEDINA**

### 4.1.6. CRONOGRAMA DE OBRAS A REALIZARSE (VER ANEXO 5)

### 4.1.7. EQUIPAMENTO

En la siguiente tabla podemos encontrar la distribución del equipamiento antes detalla.

***PROFORMA***

**SUPERMERCANDO DEL COLCHÓN**

**MENENDEZ ZAMORA WASHINGTON BIENVENIDO**

**Ricaurte entre P. Moreira y Bolívar**

| | |
|---|---|
| **SRA:** | **CRISTINA MOGOLLÓN** |
| **DIRECCION:** | **MARISCAL DE AYACUCHO ENTRE 7º Y 8º** |
| **TELEFONO:** | **2636384** |
| **FECHA:** | **22 de Mayo de 2010** |

| CANT | DESCRIPCION | V.UN | V. TOTAL |
|---|---|---|---|
| **25** | LITERAS | 115 | 2.875,00 |
| **56** | COLCHONES PLAZA Y MEDIA | 82 | 4.592,00 |
| **6** | CAMAS PLAZA Y MEDIA | 67 | 402,00 |
| **3** | CAMAS DOS PLAZA Y MEDIA | 100 | 300,00 |
| **3** | COLCHONES DOS PLAZA Y MEDIA | 225 | 675,00 |
| **15** | VENTILADORES SAMURAI | 40 | 600,00 |
| **3** | LCD SONY 32" | 700 | 2.100,00 |
| **120** | SILLAS | 9 | 1.020,00 |
| **13** | MESAS | 24 | 312,00 |
| **13** | VAJILLAS 20PIEZAS | 25 | 325,00 |
| **2** | DISPENSADORES DE AGUA | 170 | 340,00 |
| **10** | JUEGOS DE VASOS 6 UNIDAS | 5 | 50,00 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **1** | EQUIPO DE SONIDO SONY | 750 | 750,00 |
| **1** | COCINA INDUSTRIAL | 200 | 200,00 |
| **1** | HORNO ANDINO | 140 | 140,00 |
| **1** | JUEGO MUEBLES | 330 | 330,00 |
| **1** | CONGELADOR | 690 | 690,00 |
| **2** | NEVERA | 550 | 1.100,00 |
| **3** | LICUADORAS | 95 | 285,00 |
| **1** | TOSTADORA | 60 | 60,00 |
| **2** | SARTEN ELECTRICO | 70 | 140,00 |
| **1** | BATIDORA | 175 | 175,00 |
| **1** | AIRE ACONDICIONADO 24BTU | 800 | 800,00 |
| **4** | AIRE ACONDICIONADO 9BTU | 480 | 1.920,00 |
| **16** | TELEVISOR | 215 | 3.440,00 |
| **1** | ESTRACTOR | 45 | 45,00 |
| **2** | PLANCHAS | 37 | 74,00 |
| **1** | EXIBIDOR BEBIDAS | 750 | 750,00 |
| **1** | COCINA | 250 | 250,00 |
| **10** | JUEGOS INDIVIDUALES X 6 | 3 | 30,00 |
| **13** | JUEGOS SERVILLETEROS | 5 | 65,00 |
| **10** | JUEGOS CUBIERTOS X 6 | 15 | 150,00 |
| **10** | CHAROLAS | 5 | 50,00 |
| **15** | AZUCARERAS | 3 | 45,00 |
| **12** | JUEGOS CEVICHERAS | 10 | 120,00 |
| **2** | VENTILADORES COCINA | 75 | 150,00 |
| **1** | IMPLEMENTOS COCINA | 300 | 300,00 |
| **5** | COJINES PISCINA | 10 | 50,00 |
| **4** | HAMACAS | 30 | 120,00 |
| **6** | SILLAS PISCINA | 30 | 180,00 |
| **18** | VELADORES | 25 | 450,00 |
| **19** | ESPEJOS | 15 | 285,00 |
| | **TOTAL** | | **26.735,00** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 4.1.7.1. CUANTIFICACIÓN SOBRE INFRAESTRUCTURA Y MOBILIARIO NECESARIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE HOSTERÍA “EL REFUGIO”

**CUADRO 35**

**COSTOS DE LA INSTALACIÓN DE LA HOSTERÍA "EL REFUGIO"**

| | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|
| 1 | Adquisición de Terreno | 30.000,00 | 30.000,00 |
| | Infraestructura | 134.559,92 | 134.559,92 |
| | **SUBTOTAL** | | **164.559,92** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

**CUADRO 36**

**COSTOS ADECUACIÓN EDIFICIO, HABITACIONES E INSTALACIONES ADMINISTRATIVAS**

| | DESCRIPCIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR MES | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Implementación de Edificio** | | | | **17.185,50** |
| | **Menaje Edificio** | | | 1.530,00 | 1.530,00 |
| | **Menaje Alimentos y Bebidas** | | | 4.192,00 | 4.192,00 |
| | **Menaje Habitaciones** | | | 9.698,00 | 9.698,00 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Lámparas | Unidad | 18 | 16,67 | 300,00 |
| 2 | Tachos de Basura | Unidad | 18 | 15,00 | 180,00 |
| | Secadores de Cabello | Unidad | 18 | 12,50 | 150,00 |
| | Teléfono Habitaciones | Unidad | 18 | 7,50 | 90,00 |
| | Lencería Restaurante (Mantelería) | Unidad | 15 | 26,50 | 397,50 |
| | Lencería Habitaciones (Sábanas) | Unidad | 36 | 18,00 | 648,00 |
| | Dispensadores | Unidad | 4 | 42,47 | 509,60 |
| | | | | | |
| | **Amenities para Habitaciones** | | | | |
| | Papel higiénico | Paca | 17 | 146,88 | 1.762,56 |
| | Crema | Unidad | 1020 | 214,20 | 2.570,40 |
| | Peinilla | Unidad | 1020 | 214,20 | 2.570,40 |
| | Shampoo | Unidad | 1020 | 214,20 | 2.570,40 |
| | Rinse | Unidad | 1020 | 214,20 | 2.570,40 |
| | Jabón | Unidad | 1020 | 214,20 | 2.570,40 |
| | Botella de Agua | Unidad | 2040 | 244,80 | 2.937,60 |
| | Protector Solar | Unidad | 1020 | 306,00 | 3.672,00 |
| | | | | | |
| | **Implementación Administrativa** | | | | |
| | Radios Intercomunicadores | Unidad | 5 | 100,00 | 500,00 |
| | Archivadores | Unidad | 4 | 100,00 | 400,00 |
| | Sillas Ejecutivas | Unidad | 6 | 42,00 | 252,00 |
| | Escritorios y Modulares | Unidad | 2 | 200,00 | 400,00 |
| | Computadoras | Unidad | 3 | 750,00 | 2.250,00 |
| | Impresora, Fax, Copiadora | Unidad | 1 | 320,00 | 320,00 |
| | Teléfono Central (Recepción/Administración) | Unidad | 2 | 280,00 | 560,00 |
| | | | | | |
| | **SUBTOTAL** | | | | **43.601,26** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

**CUADRO 37**

**MAQUINARIA Y EQUIPO REQUERIDO PARA EL FUNCIONAMIENTO**

| | DESCRIPCIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR MES | VALOR AÑO |
|---|---|---|---|---|---|
| | Calentador Agua Instamatic | Unidad | 1 | 578,80 | 578,80 |
| | Generador Power Mate | Unidad | 1 | 1.183,25 | 1.183,25 |
| | Tanque Poliet | Unidad | 1 | 513,24 | 513,24 |
| 3 | Lavadora Teka | Unidad | 1 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| | Equipo de Sonido SONY | Unidad | 1 | 980,00 | 980,00 |
| | Congelador | Unidad | 1 | 690,00 | 690,00 |
| | Nevera | Unidad | 2 | 1.100,00 | 1.100,00 |
| | Cocina | Unidad | 1 | 570,00 | 570,00 |
| | Cocina Industrial | Unidad | 1 | 1.280,00 | 1.280,00 |
| | Horno Andino | Unidad | 1 | 980,00 | 980,00 |
| | Televisores y LCD Sony (Habitaciones) | Unidad | 19 | 580,00 | 11.020,00 |
| | Televisores y LCD Sony (Restaurante y Bar) | Unidad | 2 | 1.100,00 | 2.200,00 |
| | Caja Fuerte | Unidad | 1 | 780,00 | 780,00 |
| | Aire Acondicionado 24BTU (Restaurante) | Unidad | 1 | 800,00 | 800,00 |
| | Aire Acondicionado 9 BTU (Habitaciones) | Unidad | 18 | 320,00 | 5.760,00 |
| | **SUBTOTAL** | | | **12.655,29** | **29.635,29** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

**CUADRO 38**

**SUMINISTROS DE OFICINA REQUERIDOS PARA EL FUNCIONAMIENTO**

| | DESCRIPCIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR MES | VALOR AÑO |
|---|---|---|---|---|---|
| | Documentos impresos (Facturas. Comp. Ret.) | unidad | 4520 | 36,00 | 432,00 |
| | Papel Bond | resma | 1 | 3,50 | 42,00 |
| | Film Fax | unidad | 1 | 3,00 | 36,00 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Cartuchos de tinta | unidad | 2 | 15,00 | 180,00 |
| | Grapadora | unidad | 1 | 1,00 | 1,00 |
| | Perforadora | unidad | 1 | 1,00 | 1,00 |
| 4 | Carpetas Archivo | unidad | 10 | 17,50 | 210,00 |
| | Carpetas Cartón | unidad | 20 | 4,00 | 48,00 |
| | Esferos | caja | 25 | 7,00 | 84,00 |
| | Borrador | unidad | 2 | 0,80 | 9,60 |
| | Lápiz | caja | 25 | 6,25 | 75,00 |
| | Cd's | caja | 25 | 6,25 | 75,00 |
| | Flash Memory | unidad | 2 | 32,00 | 32,00 |
| | Sellos | unidad | 2 | 24,00 | 24,00 |
| | Otros (Grapas, clips) | caja | 2 | 3,00 | 36,00 |
| | **SUBTOTAL** | | | **160,30** | **1.285,60** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

**CUADRO 39**

**ARTÍCULOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE OFICINA**

| | DESCRIPCIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR MES | VALOR AÑO |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| | Escoba | Unidad | 7 | 17,50 | 210,00 |
| | Trapeador | Unidad | 7 | 22,40 | 268,80 |
| | Cloro | Galón | 3 | 6,20 | 74,40 |
| | Lava Vajilla | Galón | 3 | 7,20 | 86,40 |
| 5 | Detergente Líquido | Galón | 3 | 6,60 | 79,20 |
| | Suavizante de Lavandería | Galón | 3 | 7,50 | 90,00 |
| | Limpiavidrios | Galón | 2 | 6,60 | 79,20 |
| | Desinfectante y Aromatizante | Galón | 3 | 7,50 | 90,00 |
| | Jabón | Galón | 2 | 7,20 | 86,40 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Artículos de Botiquín | Unidad | 1 | 9,50 | 114,00 |
| | Ambiental | Galón | 2 | 7,80 | 93,60 |
| | **SUBTOTAL** | | | **106,00** | **1.272,00** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

**CUADRO 40**

**GASTOS VARIOS PREVISTOS EN LAS OPERACIONES**

| | DESCRIPCIÓN | VALOR MES | VALOR AÑO |
|---|---|---|---|
| | Correos y Comunicaciones | 40,00 | 480,00 |
| | Agua Potable | 400,00 | 4.800,00 |
| | Energía Eléctrica | 700,00 | 8.400,00 |
| | Teléfono, Fax | 200,00 | 2.400,00 |
| | **TOTAL SERVICIOS BÁSICOS** | **1.340,00** | |
| | Telefonía celular | 100,00 | 1.200,00 |
| 6 | DIRECTV | 650,00 | 7.800,00 |
| | Bombonas de Gas | 54,00 | 648,00 |
| | Publicidad | 1.215,83 | 14.590,00 |
| | Internet | 100,00 | 1.200,00 |
| | Uniformes y Dotaciones | 1.300,00 | 1.300,00 |
| | Seguridad Industrial | 104,17 | 1.250,00 |
| | Gasto Póliza de Seguros | 125,00 | 1.500,00 |
| | **SUBTOTAL** | | **45.568,00** |

| | |
|---|---|
| **TOTAL** | **285.922,07** |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Las proformas de implementación para la Hostería **VER ANEXO 6**

## 4.2. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

### 4.2.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre dentro del contexto de imagen corporativa mantiene las siguientes características: *"…debe ser corto y fácil de recordar; debe decir algo sobre el producto (o la empresa) y sobre sus principales ventajas; debe ser fácil de pronunciar y fácil de escribir; y, en el mejor de los casos, debería poder emplearse en todo el mundo."*[31]

El nombre del proyecto es **Hostería "El Refugio"** significa: Armoniosa Hostería que restaura el cuerpo y el alma, representa a un lugar apartado del stress y de la vida cotidiana. Un escondite para olvidar las responsabilidades, compromisos y obligaciones en donde pueda liberar y poner a prueba el espíritu aventurero o apacible. Hostería "El Refugio" significa un encuentro con el infinito.

#### 4.2.1.1. LA MARCA

*"En la actualidad, la marca no es la cosa estática que era originalmente. Se pueden tener marcas en forma móvil. Esto es frecuentemente en TV, donde los logotipos de las diferentes cadenas bailan alrededor de la pantalla, debido a los nuevos medios de comunicación".*[32]

La marca dentro de la imagen corporativa es muy importante pues es la primera impresión que se posiciona dentro de la mente de los consumidores. Además recordar que el nombre es el término, signo, símbolo, diseño, o comunicación de todos ellos, con el objetivo de identificar los servicios que el proyecto ofrece para diferenciarlo de los competidores.

[31] Del sitio Web: http://mercawidget.wordpress.com/2008/02/05/elementos-para-crear-una-imagen-corporativa-de-tu-empresa/
[32] Manual de Imagen Corporativa. Editorial Gustavo Giu S. A., Barcelona – España, 1991. Pág. 170

### 4.2.1.2. EL LOGOTIPO

La American Marketing Association señala que logotipo es *"un diseño gráfico que es utilizado como una continuación del símbolo por una compañía, organización o marca, y es a menudo, la forma de una adaptación del nombre de la compañía o de la marca, o es utilizado conjuntamente con el nombre".*[33]

El logotipo de Hostería "El Refugio" es el siguiente:

**GRÁFICO 70**

**LOGOTIPO DE HOSTERÍA "EL REFUGIO"**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Diseñador Gráfico Luis Castro**

El deseo fue indicar lo que significa o a dónde quiere llegar el proyecto mediante el diseño gráfico del logotipo, se logró el objetivo porque se representa en el diseño a un lugar armonioso que existe para restaurar y poner a prueba al cuerpo y al alma.

[33] Del sitio web: De la American Marketing Association (A.M.A.), MarketingPower.com, Sección: Dictionary of Marketing Terms

Los colores que intervienen son:

- **El color rojo:** Significa vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Está ligado al principio de la vida, expresa sensualidad, energía, es exultante y agresivo. Es un color que representa alerta, peligro, ambición, dominación, emoción, intensidad y poder.

- **El color amarillo:** Representa la actividad, alerta, precaución, perdón, amistad, comunicación, energía, idealismo e imaginación. Es el color del sol de la luz y del oro, como tal es violento, intenso y agudo. Está relacionado con la naturaleza, es jovial, animado, cálido y expansivo.

- **El color azul:** Simboliza la profundidad, placidez; expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego, equilibrio, limpieza; se asocia con el cielo, mar y aire. Cuando más oscuro es, atrae más hacia el infinito.

- **El color verde:** Es un color tranquilo, evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Representa la aventura, limpieza, comodidad, fertilidad, libertad, buena suerte, salud, prosperidad y relajamiento. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada.

#### 4.2.1.3. EL ESLOGAN

El eslogan es un elemento verbal representado como una frase memorable usada dentro de un contexto netamente comercial y en ocasiones político. Además el eslogan tiene la función de captar la atención y provocar la asociación de la marca y su ventaja principal.

Hostería “El Refugio” desarrollo un slogan que estará presente en la mente de los turistas y permitirá posicionar a la hostería en la mente de los clientes dándole personalidad a la empresa y un valor agregado al proyecto. El slogan conceptualizado es el siguiente **“TU SUEÑO HECHO REALIDAD”.**

La unión del slogan y el logotipo permitirán el posicionamiento de la empresa en la industria turística.

**GRÁFICO 71**

**EL ESLOGAN DE HOSTERÍA “EL REFUGIO”**

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Diseñador Gráfico Luis Castro**

### 4.2.2. OBJETIVOS

- ✓ Crear una obra arquitectónica que refuerce la imagen turística de Crucita en Manabí.

- ✓ Fijar las estructuras de la organización tanto legales, constitucionales, administrativas y de impacto ambiental.

- ✓ Determinar las estrategias a emplearse para lograr posicionar a La Hostería “El Refugio”, como la mejor opción para el turista.

### 4.2.3. MISIÓN

Construir una hostería calificada para el descanso natural, un refugio del ruido, smoke y de lo cotidiano; con todas las comodidades, confort y servicio personalizado que combinado con la belleza, cultura, actividades recreativas y deportivas que brinda Crucita logre hacer de la estadía del turista una experiencia inolvidable e incomparable.

### 4.2.4. VISIÓN

Convertirnos en un símbolo del emprendimiento de la industria turística ecuatoriana por la amplia gama de servicios innovadores que ofrece y ser reconocida por sus altos estándares de calidad como una hostería preferida por los turistas nacionales y extranjeros en un plazo de 5 años.

### 4.2.5. PRINCIPIOS Y VALORES

**Declaración de Ser del Personal**: Como integrantes comprometidos con el servicio integral de Hostería “El Refugio” promovemos la integración y el mejoramiento continuo, reconociendo las necesidades de nuestros huéspedes y trabajando incansablemente para satisfacerlas con excelencia, dotándola de herramientas necesarias para el desarrollo administrativo y el crecimiento sostenido de la hostería.

- **SERVICIO.-** Buscar activamente la manera más efectiva y oportuna de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

- **ÉTICA.-** Es el valor primordial de la hostería, puesto que rige toda nuestra conducta bajo reglas de transparencia y moral.

- **DISCIPLINA.-** Representa la forma como las personas se integran y forman parte de la hostería, encaminando sus esfuerzos al cumplimiento de los objetivos empresariales.

- **COMPROMISO.-** Es el dar prioridad a los intereses de la organización antes que a los intereses individuales o de grupo.

- **RESPETO.-** Busca valorar y reconocer nuestros elementos corporativos y las relaciones interpersonales.

- **DESARROLLO.-** Hostería "El Refugio" busca fomentar el interés por la preparación y la actualización personal.

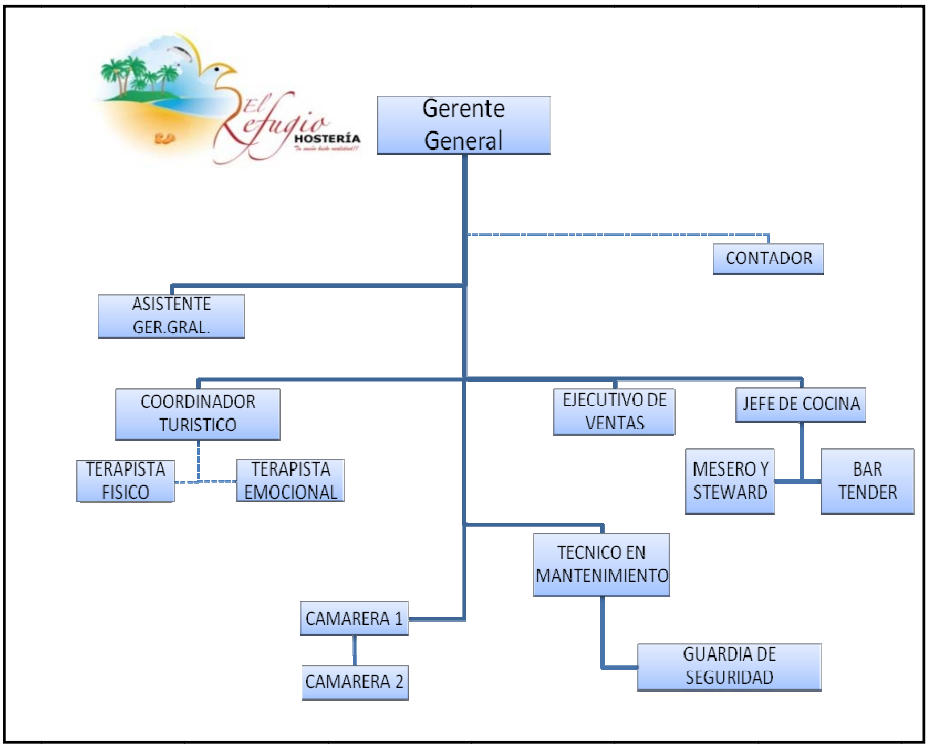
### 4.2.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Hostería "El Refugio" tiene una estructura organizacional piramidal conformada por personal capacitado que colaborará para logar la satisfacción de cada uno de nuestros huéspedes; personal comprometido en desarrollar soluciones inmediatas para los requerimientos que se presenten en el día a día, dejando siempre presente nuestra búsqueda incansable de generar servicio integral y personalizado.

Las actividades adicionales como son las terapias físicas, psicológicas y emocionales propias de la prestación de servicios hoteleros que brindará Hostería "El Refugio" serán ejecutadas por personal ocasional u eventual y esto dependerá de las temporadas bajas y altas que se tendrán en el año.

**GRÁFICO 72**

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**




**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: Diseñador Gráfico Luis Castro**

### 4.2.7. MANUAL DE FUNCIONES

**Personal de Planta**

- **Gerente General**

**Objetivo del Cargo.-** Dirigir, planear, coordinar, ejecutar y evaluar periódicamente todo lo relacionado con Hostería “El Refugio”, asegurando la calidad en la atención al huésped para que se cumpla el ciclo de estadía con excelencia y así asegurar la fidelidad del huésped.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO**

- Dirigir, planear, coordinar, ejecutar y evaluar periódicamente todo lo relacionado con Hostería "El Refugio"

- Tener actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

- Iniciar las actividades enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

- Mantener relaciones cordiales tanto con los huéspedes, personal y con los departamentos.

- Periódicamente recordar las políticas y procedimientos relacionados con las actitudes frente al huésped, normas de conducta, cortesía y amabilidad.

- Mantener un alto estándar con las relaciones con el huésped.

- Atender personalmente las quejas, requerimientos, sugerencias de los huéspedes.

- Conocer todos los pormenores y servicios de la Hostería

- Proveer información actualizada al personal y generar motivación

➢ **Asistente de Gerente General**

**Objetivo del Cargo.-** Dirigir, coordinar y evaluar periódicamente todo lo relacionado con el departamento. Asegurar la calidad en la atención al huésped para que se cumpla el ciclo de estadía con excelencia, optimizando la venta de habitaciones y asegurando la fidelidad del huésped.

## FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO

- Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación, aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio, una actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

- Iniciar turno de trabajo enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

- Mantener relaciones cordiales tanto con sus compañeros de trabajo como con los de otros departamentos.

- Asistir a reuniones que programe la Gerencia General y participar en las capacitaciones exigidas por el Hostería.

- Realizar listados de habitaciones y huéspedes (habitaciones por salir, vacantes sucias, ocupadas, nacionalidad del huésped, fecha de llegada y salida).

- Periódicamente refrescar las políticas y procedimientos relacionados con las actitudes frente al huésped, normas de conducta, cortesía y amabilidad.

- Mantener un alto estándar de las relaciones con el cliente a través de las áreas de reservaciones, recepción y teléfonos.

- Atender personalmente las quejas, requerimientos, sugerencias de los huéspedes e informar del particular a la Gerencia General

- Conocer todos los pormenores y servicios de la Hostería y proveer información actualizada al personal a su cargo.

- Revisar junto con la Gerencia General la previsión de ocupación, las reservas por llegar y los bloqueos de habitaciones.

- Ordenar, registrar y entregar información contable

- Revisa los reportes de saldos de alimentos y bebidas para evitar la acumulación de las cuentas de los huéspedes en casa.

➢ **Ejecutivo de Ventas**

**Objetivo del Cargo.** Planificar, coordinar y ejecutar diariamente las ventas necesarias para el óptimo funcionamiento de Hostería "El Refugio", de acuerdo a la asignación de presupuesto entregado por la Gerencia General y entregar calidad en la atención al huésped para asegurar la fidelidad en el mercado.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO**

- Planificar, coordinar y ejecutar diariamente las ventas necesarias para el óptimo funcionamiento de Hostería

- Tener actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

- Cumplir con la asignación de presupuesto impuesto por la Gerencia General

- Mantener relaciones cordiales tanto con los huéspedes, personal y con los departamentos. .

- Mantener un alto estándar en las relaciones con el huésped.

- Atender personalmente las quejas, requerimientos, sugerencias de los huéspedes.

- Conocer todos los pormenores y servicios de la Hostería

- Realizar eficientes y efectivos viajes de ventas

➢ **Coordinador Turístico**

**Objetivo del Cargo.-** Dirigir, planificar, coordinar, ejecutar y asegurar la calidad en la atención al huésped para que se cumpla el ciclo de esparcimiento y diversión con excelencia, optimizando la venta de los paquetes y asegurando la fidelidad del huésped.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO**

- Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación, aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio, una actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

- Iniciar turno de trabajo enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

- Mantener relaciones cordiales tanto con sus compañeros de trabajo como con los de otros departamentos.

- Asistir a reuniones que programe la Gerencia General y participar en las capacitaciones exigidas por el Hostería.

- Realizar listados de los grupos de huéspedes, dividirlos y coordinarlos en los diferentes paquetes.

- Mantener un alto estándar de las relaciones con el huésped a través de la

cordialidad, amabilidad, excelente organización y entrega de información oportuna.

- Atender personalmente las quejas, requerimientos, sugerencias de los huéspedes e informar del particular a la Gerencia General

- Conocer todos los pormenores y servicios de la Hostería y proveer información actualizada al personal a su cargo como son los terapistas

- Revisar junto con la Gerencia General la previsión de ocupación, las reservas por llegar

- Asegurar el máximo esparcimiento y diversión para obtener la fidelidad del huésped.

➢ **Jefe de Cocina**

**Objetivo del Cargo.-** Dirigir, planificar, y coordinar las áreas de A&B para asegurar la calidad en la atención al huésped.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO**

- Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación, aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio, una actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

- Iniciar turno de trabajo enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

- Mantener relaciones cordiales tanto con sus compañeros de trabajo como con los de otros departamentos.

- Asistir a reuniones que programe el Gerente General y participar en las capacitaciones exigidas por la hostería.

- Recibir instrucciones y novedades del Gerente General.

- Controlar la elaboración del mise place.

- Controlar la limpieza y ordenar cámaras frías de las cocinas,depósitos, despensa, otros.

- Aportar con nuevas ideas y conocimientos gastronómicos.

- Realizar la elaboración del menú planificado o platos del menú.

- Hacer uso adecuado y económico de los alimentos para lograr el máximo rendimiento de los mismos

- Dar buen uso a los materiales y equipos que se le confíen, mediante la limpieza, mantenimiento adecuado y ordenamiento de los mismos

- Cumplir en forma estricta las normas de higiene y manipulación segura de alimentos y preparaciones.

- Controlar diariamente el stock de alimentos

➢ **Camareras.-**

**FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO**

- Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación, aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio, una actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

- Iniciar turno de trabajo enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

- Mantener relaciones cordiales tanto con sus compañeros de trabajo como con los de otros departamentos.

- Asistir a reuniones que programe el Gerente General y participar en las capacitaciones exigidas por la hostería.

- Recibir el listado de habitaciones y huéspedes (habitaciones por salir, vacantes sucias, ocupadas, nacionalidad del huésped, fecha de llegada y salida).

- Abastecerse de líquidos de limpieza para el día como desengrasante, desinfectante de pisos, limpiavidrios y desodorante ambiental.

- Dirigirse a las habitaciones asignadas con la orden de trabajo, las hojas de reporte, los líquidos de limpieza, limpiones y con la aspiradora..

- Verificar equipos de habitación y baño y reportar faltantes o daños si hubieren. Verificar el funcionamiento correcto de todos los implementos eléctricos de vacantes y ocupadas de lo contrario dar aviso para su reparación inmediata.

- De existir cualquier objeto olvidado por el huésped, notificar y entregar inmediatamente a Gerencia.

- Hacer inspección visual de la apariencia y confort después de la finalización del servicio de ordenamiento y limpieza y asegurarse que la puerta de la

habitación quede bien cerrada.

- Respetar el letrero "no molestar".

- Cuidar el material de limpieza y los implementos de trabajo y reportar cualquier daño

- **Guardia de Seguridad.- Funciones específicas de cargo**

Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación, aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio, una actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

Iniciar turno de trabajo enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

Mantener relaciones cordiales tanto con sus compañeros de trabajo como con los de otros departamentos.

Participar en las capacitaciones exigidas por la hostería.

Seguridad total de las instalaciones y parqueo de los autos.

- **Mesero y Bartender**

**Objetivo del Cargo.-** Atender a los huéspedes clientes y funcionarios en todos los pedidos solicitados en forma agradable y cortes y responder por el servicio a la mesa haciendo que regresen motivados por la excelente calidad del servicio y profesionalismo.

## FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO

- Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación. Aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio con una actitud de servicio hacia el trabajo y clientes demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo y profesionalismo.

- Recibir instrucciones del Jefe de Cocina

- Preparar Mise en Place necesario para el servicio como mermelada, mantequilla, cubiertos mantelería, servilletas, etc.

- Limpiar mesas, estaciones de servicio, ceniceros, charoles, etc. Responder por el correcto montaje de las mesas..

- Asistir a reuniones que programe Gerencia General y participar en las capacitaciones exigidas por la hostería.

- Conocer los platos de la carta tiempo de elaboración y los ingredientes, así como el menú del día.

- Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía y despedirlo de una manera cortés e invitarlo a que regrese al restaurante.

- Secar y pulir vajilla, cristalería y cubertería siempre organizando las estaciones de servicio.

- Tomar y servir pedidos tanto de huéspedes como de clientes y funcionarios cuando sea necesario.

- Solicitar la mantelería y servilletas en la lavandería para el cambió respectivo.

- Preparar café y jugos necesarios para el servicio.

- Brindar eficiente atención de A&B en el área de la piscina

➢ **Técnico en Mantenimiento**

**Objetivo del Cargo.-** Dar mantenimiento correctivo y preventivo en habitaciones, pasillos de pisos, gradas de servicio con el fin de ofrecer al huésped instalaciones de impecable apariencia.

## FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO

- Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación, aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio, una actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.

- Iniciar turno de trabajo enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

- Mantener relaciones cordiales tanto con sus compañeros de trabajo como con los de otros departamentos.

- Asistir a reuniones que programe Gerencia General

- Participar en las capacitaciones exigidas por la hostería.

- Reparación menor de: lámparas, tomacorrientes, interruptores, toma de teléfonos, grifería, inodoros, muebles e instalaciones de habitaciones, lámparas de corredores y escaleras y cambio de focos de baño y apliques.

- Lubricación de bisagras de puertas.

- Destapar desagües de inodoro, lavamanos y pisos.

- Revisiones menores a teléfonos y televisores (cables, señal, programación, etc.)
- Reparación y mantenimiento del edificio

**Personal Eventual**

- **Contador**

**Objetivo del Cargo.-** Participar en las actividades profesionales contables, financieras, presupuestales y de control, de acuerdo a las políticas establecidas y lineamientos estratégicos, dando cumplimiento a los objetivos.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO**

- Ejercer su profesión colaborando con la Gerencia General en el cumplimiento de sus obligaciones en materia presupuestal, financiera y contable
- Realizar informes de gestión del área de su desempeño, relevando, analizando, sistematizando y presentando la información en diferentes formatos (estadísticas, planillas, cuadros, formularios, otros).
- Elaborar informes sobre la situación presupuestal, financiera y contable de la empresa.
- Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).
- Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos

establecidos.

- Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.
- Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
- Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.
- Lleva el control de cuentas por pagar.
- Lleva el control bancario de los ingresos de la Institución que entran por caja.

➢ **Terapista Físico y Emocional**

**Objetivo del Cargo.-** Dirigir, planificar, coordinar, ejecutar y asegurar la calidad en la atención al huésped para que se cumpla el ciclo de esparcimiento y diversión con excelencia, optimizando la venta de los paquetes y asegurando la fidelidad del huésped.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO**

- Acudir al lugar de trabajo puntualmente con una excelente presentación, aseo e higiene personal, uniforme completo y limpio, una actitud de servicio demostrando amabilidad, cortesía y buen estado de ánimo.
- Iniciar turno de trabajo enterándose de eventualidades y asuntos pendientes.

- Mantener relaciones cordiales tanto con sus compañeros de trabajo como con los de otros departamentos.

- Asistir a reuniones que programe la Gerencia General y participar en las capacitaciones exigidas por el Hostería.

- Realizar listados de los grupos de huéspedes, dividirlos y coordinarlos en los diferentes paquetes.

- Mantener un alto estándar de las relaciones con el huésped a través de la cordialidad, amabilidad, excelente organización y entrega de información oportuna.

- Atender personalmente las quejas, requerimientos, sugerencias de los huéspedes e informar del particular a la Gerencia General

- Conocer todos los pormenores y servicios de la Hostería y proveer información actualizada.

- Asegurar el máximo esparcimiento, diversión y la máxima seguridad en las actividades para obtener la satisfacción y fidelidad del huésped.

### 4.2.8. PERFIL PROFESIONAL

El personal de planta como el personal eventual deberá reunir ciertas condiciones y perfiles de acuerdo a cada profesión y plaza, para esto Hostería “El Refugio” ha creado un perfil general que deberá cumplir el personal contratado para el arranque y operación normal de la hostería. Se deberá a discreción y criterio evaluar el perfil que se ajuste al personal operativo y al personal administrativo, puesto que los niveles de conocimiento no pueden ser tratados en igual rango.

| **Edad:** | **Género:** | **Estado civil:** | **Necesidad trabajar en turnos rotativos** |
|---|---|---|---|
| 25 a 45 años | Indiferente | Indiferente | SI X OCASIONAL<br>NO FRECUENTE |
| Formación: | **Parte administrativa:** De preferencia en Administración Hotelera<br>**Parte Operativa:** Estudios Básicos | | |

**Experiencia laboral :** Mínima 2 años

| **Idioma** | **Hablar** | **%** | **Escribir** | **%** | **Leer** | **%** | **Traducir** | **%** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| *Inglés* | 90% | | 80% | | 80% | | 70% | |
| Otro | Francés | | | | | | | |

**Conocimientos de Software (especifique):** Informática y Sistemas acordes a la hotelería

**Manejo de maquinaria y/o equipo de cómputo:** Computadora, Escáner, Impresora, Fax, Internet, Consola de Teléfonos, Data Fast, Copiadora, Máquina de tarjetas electrónicas para habitaciones.

**COMPETENCIAS TRANSVERSALES:**

**ACTITUD DE SERVICIO:** Es la actitud orientada al compromiso con Hostería "E Refugio" demostrando en su desempeño alta calidad del trabajo y vocación de servicio con clientes internos y externos.

**LIDERAZGO:** Es la capacidad de influenciar en otros a fin de conseguir los objetivos organizacionales, basándose en una actitud íntegra y orientado al desarrollo de las personas.

**TRABAJO EN EQUIPO:** Se caracteriza por buscar objetivos en común dentro de su equipo de trabajo; actúa con prudencia y ética tanto a nivel personal como profesional.

**HABILIDADES Y DESTREZAS:**

Criterio en la toma de decisiones, delegación de Tareas, iniciativa y pro actividad, trabajo en equipo, organizado y metódico, puntualidad y buena presencia.

### 4.2.9. DISPONIBILIDAD DEL RECURSO HUMANO Y ESCALAS SALARIALES

EL Cantón Crucita tiene suficiente mano de obra que está en espera de ser contratada, tanto para personal operativo como para personal administrativo y una de las fortalezas de Hostería "El Refugio" será sin duda la capacitación anticipada que se le dará al personal contratado en el Ministerio de Turismo de Manabí, aprovechando el compromiso que tienen por impulsar una economía sostenible a través del servicio turístico.

**CUADRO 41**

**Comisión Sectorial Salarial No. 16**

**TURISMO Y ALIMENTACIÓN**

| RAMA DE ACTIVIDAD | ESTRUCTURA OCUPACIONAL | CARGO Y/O FUNCIÓN | SALARIO MÍNIMO SECTORIAL |
|---|---|---|---|
| ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TURISTICOS, HOTELEROS Y NO HOTELEROS | C2 | TECNICO DE MANTENIMIENTO (Establecimientos categoría Primera) | 285,60 |
| | | COCINERO (Establecimientos categoría Primera) | 285,60 |
| | D2 | CAMARERA (Establecimientos categoría Primera) | 282,85 |
| | E1 | OFICINISTA (Establecimientos categoría Primera) | 276,22 |
| | E2 | BAR TENDERS (Establecimientos categoría Primera) | 271,92 |
| | | POSILLERO (Establecimientos categoría Primera) | |
| | | GUARDIA DE SEGURIDAD | 282,85 |
| | | EJECUTIVO DE VENTAS (Establecimientos categoría Primera) | 282,85 |
| | | COORDINADOR TURISTICO (Idiomas) | 320,00 |
| | | GERENTE GENERAL | 950,00 |

**Fuente: Estudio de Campo**

**Elaborado: La Autora**

#### 4.2.9.1. OBLIGACIONES EMPRESARIALES EN SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Dentro del ámbito legal vigente para Seguridad y Salud Ocupacional Hostería “El Refugio” está considerada como una Empresa, esto se basa: Por el número de empleados que posee, 11 empleados de planta y 3 empleados eventuales y sumandos nos dan 14 empleados.

Se determina que posee un nivel de riesgo medio porque uno de sus factores de riesgo naturales es el Océano Pacifico y de acuerdo a su edificación existe la probabilidad de incendios e inundaciones.

Para el Plan de Seguridad y Salud Ocupacional de Hostería “El Refugio” se tomo en consideración diversos factores como son: Infraestructura, talento humano, riegos, siniestros, incidentes y accidentes.

La normativa legal vigente indica las siguientes obligaciones empresariales que Hostería “El Refugio” debe implementar:

- **Botiquín de primeros auxilios:** Este equipo de socorro y primeros auxilios estará ubicado en la Recepción

- **Delegado de Seguridad y Salud**: Se considera como la más idónea para este cargo a la Asistente Administrativa.

- **Responsable de prevención de riesgos:** Se considera como la más idónea para este cargo al Técnico en Mantenimiento.

#### 4.2.9.1.1. POLÍTICA EMPRESARIAL DE SALUD OCUPACIONAL

- **Justificación:** Reconoce el talento humano como su recurso más valioso y entiende que la salud ocupacional es una condición necesaria para el bienestar de sus trabajadores, repercutiendo positivamente en el desarrollo integral y la productividad. Por lo tanto, realizará acciones encaminadas a promover, preservar y restablecer la salud, hasta donde la ciencia médica lo aplique y lo reconozca en cada país.

Adicionalmente, generará condiciones que minimicen y controlen los factores de riesgo existente, inherente a los servicios integrales que ofrece el proyecto.

#### 4.2.9.1.2. MARCO CONCEPTUAL

- **Salud.-** Estado de bienestar físico, psicológico y social que permite de manera individual y colectiva, ejecutar una actividad laboral que agrega valor a la organización y aporta al desarrollo integral del trabajador.

- **Salud Ocupacional.-** Son aquellas actividades de Medicina Preventiva, Medicina del Trabajo, Higiene Industrial y Seguridad Industrial, tendientes a preservar, mantener y mejorar la salud individual y colectiva de los trabajadores en sus y que deben ser desarrolladas en sus sitios de trabajo en forma integral e interdisciplinaria.

- **Factor de Riesgo.-** Cualquier acción u omisión humana, fenómeno, característica, elemento o circunstancia que su presencia o ausencia, encierra la capacidad potencial de causar daños materiales, lesiones, enfermedades o una combinación de éstos.

- **Auto cuidado.-** Actitud personal, consiente, responsable y permanente en el desempeño de sus actividades que procura la conservación de la integridad física y mental, mediante acciones sistemáticas de prevención y protección previamente planeadas y consecuentes con las mejores prácticas.

- **Prevención.-** Es el conjunto de acciones que tienen por objeto identificar factores de riesgo para controlar o reducir los riesgos que pueden afectar la salud individual y colectiva en los lugares de trabajo, con el fin de evitar que ocurran accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales.

- **Promoción de la salud.-** Conjunto de acciones que se realizan con el objeto de contribuir a mejorar las condiciones de salud de las personas y a consolidar estilos de trabajo seguros y hábitos de vida saludables.

- **Diagnóstico de Riesgos:** Es la evaluación, verificación de la infraestructura y las áreas de trabajo.

- **Plan mínimo de prevención de riesgos:** Es evitar que existan incidentes y accidentes de trabajo, generando un ambiente de trabajo en las mejores condiciones.

- **Certificados de Salud:** Es un requisito indispensable para obtener los permisos de funcionamiento que son emitidos por una emitida pública (Centro de Salud o Ministerio de Salud).

## 4.3. PROPUESTA LEGAL

### 4.3.1. CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

De acuerdo a La Constitución en el Capítulo VI Derechos de Libertad, Art. 66, numeral 15, al Código Civil en su Art. 1957 y a la Ley de Compañías en su normativa **(VER ANEXO 7).**

Se considera de acuerdo al estudio de estos artículos y siendo lo más conveniente para la constitución de Hostería "El Refugio" en Crucita, establecerla y realizarla con un cuerpo legal de Sociedad Anónima, es decir, constituida con un capital social aportado íntegramente por cuatro accionistas, y dividido en partes iguales por acciones.

*"La Sociedad Anónima es una sociedad de capitales, en la que el capital social se encuentra representado por títulos negociables y que poseen un mecanismo jurídico propio y dinámico; por lo cual, la acción es la parte alícuota del capital de una compañía anónima".*[34]

Es decir que Hostería "El Refugio" será una sociedad cuyo capital estará dividido en acciones negociables y cuyos accionistas no responderán personalmente de las deudas sociales, sino únicamente por el monto de sus acciones. La sociedad anónima es típicamente capitalista, el capital se puede constituir o aumentar mediante suscripción pública. Entre las ventajas para ser constituida Hostería "El Refugio" como Sociedad Anónima tenemos:

[34] Del sitio web:
http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5131&Itemid=134
Compañías de Comercio en la Legislación Ecuatoriana

- Se pueden transmitir las acciones mediante su venta.

- Los acreedores tienen derecho sobre los activos de la compañía, no sobre los bienes de los accionistas.

- El dinero que los accionistas arriesgan al invertir en una Soc. Anónima se limita al valor de su inversión.

- Cada socio participa directamente en los beneficios.

También es importante resaltar lo que dispone La Ley de Compañías del Ecuador: Art. 16 y Art. 144 **(VER ANEXO 8)**

De acuerdo a estos artículos se establece que el nombre comercial del proyecto será Hostería "El Refugio" y su razón social será Pacífica Hostería de Crucita S.A. de acuerdo a la ley que establece la constitución de la empresa como Sociedad Anónima, que a diferencia de la constitución de una empresa como Compañía Anónima en donde se estipula que debe llevar como razón social las siglas correspondientes a los apellidos de los socios.

También Hostería "El Refugio" será controlada por la Superintendencia de Compañías que en el Ecuador es la entidad que por mandato constitucional y legal controla: las sociedades anónimas, compañías de responsabilidad limitada, de economía mixta y compañías en comandita por acciones, además es quien dicta los reglamentos para la aplicación tanto de la Ley de Compañías, así como los acuerdos de las partes derivadas del contrato o convención mercantil.

Además el proyecto contará con la asesoría y respaldo de un abogado con experiencia en la constitución de empresas hoteleras, de esta manera se asegurará que los trámites y escritos estén sujetos a lo establecidos por la ley; al cumplir

cabalmente con la parte legal que exige nuestra constitución se avala el normal funcionamiento de la empresa a través de la entrega de los permisos de funcionamiento, requerimientos indispensables para un efectivo arranque, un crecimiento sostenible y el posicionamiento esperado de la hostería en el mercado.

Esto de acuerdo a La Ley de Compañías del Ecuador según el Art. 137 **(VER ANEXO 9)**

Por decisión de las partes involucradas se resolverá mediante la junta general que el accionista con mayor experiencia en el campo hotelero sea el administrador y representante legal de Hostería "El Refugio" puesto que es el que tiene el conocimiento del giro del negocio. Esto de acuerdo a La Ley de Compañías del Ecuador según el Art. 139 **(VER ANEXO 10)**

Todo esto avalado por la carrera hotelera realizada en los mejores y más prestigiosos hoteles de Quito Ecuador como son: Hotel Quito, Hotel Sheraton, Hotel Radison, Hotel Suiwshotel y actualmente en el Hotel Akros en donde se espera culminar con su trayectoria, para luego dedicarse a su negocio propio que es la administración de Hostería "El Refugio".

Por otro lado sus relaciones comerciales permitirán realizar efectivas estrategias lucrativas que aseguren cumplir mensualmente con los acreedores que serán el Banco de Fomento y el Ministerio de Turismo, el retorno de la inversión y el crecimiento económico del negocio.

### 4.3.2. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Para la conformación de este proyecto es necesario especificar los trámites que se requieren para legalizarlo.

#### 4.3.2.1. EMISIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Por ley se establece que toda persona natural que ejerza una actividad económica en diferentes actores está obligada a registrarse, por una sola vez, en el Servicio de Renta Internas, SRI. Debe solicitarse en los 30 días hábiles después de iniciadas las actividades económicas.

- Original y copia de cedula de ciudadanía.
- Original y copia de planilla de luz, agua o teléfono del lugar de donde funcionará el negocio.
- Original y copia del certificado de votación.
- Una vez obtenido el Ruc, es necesario solicitar una imprenta autorizada para la emisión de comprobantes de ventas.

**Licencia única anual de funcionamiento.**

El Ministerio de Turismo transfiere esta facultad al Ilustre Municipio de Manabí, cuyas autoridades concederán a los establecimientos turísticos, la licencia única anual de funcionamiento; lo que les permitirá:

- Acceder a los beneficios tributarios que contempla la ley de turismo
- Dar publicidad a su categoría;

- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento

- Que las anotaciones del libro de reclamaciones, autentificadas por un notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.

Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Para notificación de nuevos establecimientos**

Es la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de la ley de turismo. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Requisitos y formalidades que deben presentar para el registro:

- ✓ Reportes emitidos por los municipios descentralizados y las cámaras de turismo, o por oficio de parte de los supervisores.

- ✓ Los reportes emitidos deberán ser condensados en resúmenes mensuales que serán receptados por el Ministerio de Turismo dentro de los cinco primeros días de cada mes.

- ✓ Una vez receptados los supervisores procederán a verificar el funcionamiento y la oferta de servicios para determinar si procede o no su registro.

**Para determinar si corresponde a un establecimiento prestador de servicios turísticos.**

Para establecimientos turísticos en general, excepto transporte turístico y agencias de viajes:

- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.).
- ✓ Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.
- ✓ Copia de la papeleta de votación.
- ✓ Fotocopia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- ✓ Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento).
- ✓ Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- ✓ Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- ✓ Declaración juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

**Para categorizar a los establecimientos y/o actividades turísticas.**

Actividades turísticas.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- ✓ Alojamiento
- ✓ Servicio de alimentos y bebidas
- ✓ Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; incluso el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito
- ✓ Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agencia miento
- ✓ La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones
- ✓ Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Para calcular el valor a pagar por registro y por la licencia única anual de funcionamiento.**

El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional.

**Alojamiento.-** La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio de la distintiva de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella. Correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones del reglamento de las actividades turísticas y este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

De conformidad con los artículos 48 y 60 del reglamento general de aplicación de la ley de turismo, se establece como valor de recaudación por registro y licencia única anual de funcionamiento los siguientes:

**Actividad turística: alojamiento.-** Pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado por cada tipo y categoría para 100 y multiplicado por el número total de habitaciones de cada establecimiento de alojamiento, hasta un máximo del valor fijado para cada tipo y categoría.

El pago por el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento se realizará anualmente, junto con la contribución del 1/1000 sobre activos fijos.

**Requisitos para el registro en el Ministerio de Turismo de personas naturales.**

- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Copia del R.U.C.

- ✓ Copia de la cédula y papeleta de votación del propietario.

- ✓ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social (nombre comercial del establecimiento), motivo de la solicitud. Av. República y av. Diego de Almagro (Edif. FORUM 1er piso).

- ✓ Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local donde funcionará el establecimiento, debidamente legalizado.

- ✓ Lista de precios de los servicios ofertados.

- ✓ Pago del valor de registro $ en la cuenta del banco del Pichincha nro: 3056328804 a nombre del fondo mixto de promoción turística.

- ✓ Autorización del propietario para usar la razón social anterior.

- ✓ Declaración del 1x1000 a los activos fijos.

## 4.4. SOLICITUD DE MATRÍCULA DE COMERCIO

Con una demanda dirigida al juez de lo civil, solicitando se faculte al interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio, con determinadas especificaciones.

- ✓ Demanda firmada por el comerciante y abogado patrocinador.

- ✓ Comprobante de pago de tasa respectiva en la entidad bancaria (correspondiente al 1% de la cuantía del capital).

### 4.4.1. AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO DE MANABÍ

Una vez dada la aprobación del juez de lo civil, se inscribirá a la cámara para acreditarse al gremio que le respalde, se debe presentar:

- ✓ Copia de la demanda presentada ante el juez de lo civil.
- ✓ Copia de la providencia del juez autorizando la petición.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía.
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Llenar el formulario de afiliación.
- ✓ Cancelar el valor de afiliación (dependerá del capital declarado).

**Certificado de seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.**

Una vez realizada la inspección y deben cumplir con todos los requisitos que el Cuerpo de Bomberos exige para que se pueda brindar una correcta seguridad a los consumidores o clientes que acudan al establecimiento.

Documentos requeridos:

- ✓ Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- ✓ Original y copia del certificado de votación.

- ✓ Original y copia del RUC.

- ✓ Original y copia de la factura de compra de extintor (el tamaño y número de extintores dependerá del local).

Estos son todos los requisitos y trámites que deberá realizar Hostería “El Refugio” para su normal funcionamiento.

### 4.4.2. REGULACIONES AMBIENTALES

Hostería “El Refugio” estará regulada por la Ley de Gestión Ambiental que dice:

**LEY DE GESTION AMBIENTAL TÍTULO I AMBITO Y PRINCIPIOS DE LA LEY**

“Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 3.- El proceso de Gestión Ambiental, se orientará según los principios universales del Desarrollo Sustentable, contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de 1992, sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

Art. 4.- Los reglamentos, instructivos, regulaciones y ordenanzas que, dentro del ámbito de su competencia, expidan las instituciones del Estado en materia ambiental, deberán observar las siguientes etapas, según corresponda, desarrollo de estudios técnicos sectoriales, económicos, de relaciones comunitarias, de capacidad institucional y consultas a organismos competentes e información a los sectores ciudadanos.

Art. 5.- Se establece el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental como un mecanismo de coordinación transitoria, interacción y cooperación entre los distintos ámbitos, sistemas y subsistemas de manejo ambiental y de gestión de recursos naturales.

En el sistema participará la sociedad civil de conformidad con esta Ley.

Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales.

## TÍTULO V DE LA INFORMACIÓN Y VIGILANCIA AMBIENTAL

Art. 40.- Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello

al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales.

**CAPÍTULO II DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL Y DEL CONTROL AMBIENTAL**

Art. 19.- Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautela torio.

Art. 24.- En obras de inversión públicas o privadas, las obligaciones que se desprendan del sistema de manejo ambiental, constituirán elementos del correspondiente contrato. La evaluación del impacto ambiental, conforme al reglamento especial será formulada y aprobada, previamente a la expedición de la autorización administrativa emitida por el Ministerio del ramo"[35]

### 4.4.3. AFILIACIÓN A ENTES REGULADORES

Hostería "El Refugio" se afiliará a los siguientes entes reguladores:

- ✓ Superintendencias de Compañías
- ✓ Ministerio de Turismo del Ecuador

[35] Del sitio web: http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-Gestion-Ambiental

- ✓ Secretaria de Turismo de Manabí
- ✓ Superintendencia de Bancos
- ✓ Cámara de Turismo

# CAPÍTULO V

## 5. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

A continuación se presenta el estudio financiero desarrollado para el proyecto de Estudio de Factibilidad para la Creación de la Hostería "El Refugio" en Crucita, Provincia de Manabí, el mismo que contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha así como su estructura de financiamiento.

"El estudio financiero realiza un análisis de costos y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto".[36]

### 5.1. OBJETIVOS FINANCIEROS

- Realizar el estudio financiero para obtener la rentabilidad de crear una hostería en el Cantón Crucita.
- Determinar el monto de la inversión necesario para poder desarrollar este proyecto.
- Estimar las ventas en base a la demanda potencial de este tipo de negocio.
- Determinar el periodo de recuperación de la inversión.
- Aumentar la rentabilidad de la Hostería.

[36] BACA, Gabriel, Ingeniería Económica, p 9.

## 5.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

### 5.2.1. INVERSIÓN INICIAL

De acuerdo a la investigación realizada en el Estudio de Mercado el universo para este proyecto se lo obtuvo de la población económicamente activa de la ciudad de Quito que mantiene un ingreso superior a los $1.500,00 y que corresponde al 22% de la población indicada por el INEC según la encuestadora ADVANCE.

**CUADRO 42**

**Cálculo del Universo**

| | |
|---|---|
| POBLACIÓN QUITEÑA – INEC NOVIEMBRE 2010<br>PUBLICACIÓN AGOSTO 2011 | 2´239.191 |
| CONSIDERACIONES DE UNIVERSO | 22% |
| **UNIVERSO OBJETIVO** | **492.622** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Hostería “El Refugio” cuenta con capacidad para albergar a 51 turistas por noche, sin embargo se tomo en consideración que al iniciar un negocio se debe estimar un escenario pesimista, para esto se realizó un calendario por los doce meses del año considerando las temporadas de turismo altas y bajas de la costa ecuatoriana.

De cada mes se obtuvo un porcentaje de ocupación mensual, sumados estos y divididos para los doce meses se adquirió el porcentaje de ocupación anual equivalente al 28%. **(VER ANEXO 11)**

**CUADRO 43**

**PORCENTAJE CAPTACIÓN DE OFERTA**

| AÑO | HOSPEDAJE OFERTA ANUAL COMPETENCIA | OFERTA ANUAL HUÈSPEDES | OFERTA 100% ANUAL TOTAL | SEGÚN TEMPORADAS ALTAS Y BAJAS LA OFERTA (28% AFLUENCIA) |
|---|---|---|---|---|
| **2011** | 23 | 5475 | 125925 | 35259 |
| **2012** | 23 | 5475 | 125925 | 35259 |
| **2013** | 24 | 5475 | 131400 | 36792 |
| **2014** | 25 | 5475 | 136875 | 38325 |
| **2015** | 25 | 5475 | 136875 | 38325 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

**CUADRO 44**

**PORCENTAJE CAPTACIÓN DE DEMANDA**

| 100% DEMANDA QUITEÑA ANUAL CLASE MEDIA-ALTA A ALTA | EL 14,8% PREFIERE VISITAR CRUCITA | DEMANDA INSATISFECHA | HOSTERÍA CAPACIDAD DE INSTALACIÒN 100% (51*365) | DEMANDA X CALENDARIO TEMPORADAS ALTAS Y BAJAS (28% AFLUENCIA) | POSICIONAMIENTO HOSTERÍA CON EL PEOR ESCENARIO (DEMANDA 24 % AFLUENCIA) |
|---|---|---|---|---|---|
| 492673 | 72916 | 37657 | 18615 | 5212 | 4468 |
| 504693 | 74695 | 39436 | 18615 | 5212 | 4654 |
| 516713 | 76474 | 39682 | 18615 | 5212 | 4840 |
| 528733 | 78252 | 39927 | 18615 | 5212 | 5026 |
| 540753 | 80031 | 41706 | 18615 | 5212 | 5212 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Así se establece que actualmente la franja costera ecuatoriana trabaja con un 28% de capacidad instalada anual de acuerdo a las temporadas altas y bajas de turismo, para el arranque de la hostería y por el proceso de introducción que sufren los proyectos nuevos se considera captar el 24% de ocupación. El total de la capacidad instalada de Hostería "El Refugio" es de 18,615 personas, la meta para el inicio de las operaciones será del 24% equivale a 4468 personas.

Se determina entonces que del mercado total que existe en la población quiteña que es de 492.673 personas para el 2011 el proyecto con el nivel de ocupación proyectado de 4468 huéspedes captará el 1% de participación en el mercado.

### 5.2.2. RUBROS CORRESPONDIENTES A LA INVERSIÓN TOTAL INICIAL

En el siguiente cuadro se especifican los rubros de la inversión total que se necesita para desarrollar este proyecto.

Se debe aclarar que la inversión se efectuará en su totalidad en el año 0, ya que para crear los servicios integrales planificados por la Hostería "El Refugio"; se debe preparar toda la estructura necesaria.

**CUADRO 45**

**INVERSIÓN TOTAL**

| | CONCEPTO | INVERSIÓN TOTAL |
|---|---|---|
| | Inversiones Fijas | 242.633,61 |
| | Inversiones de Capital de Trabajo | 45.915,29 |
| | **TOTAL** | **288.548,90** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 5.2.3. INVERSIONES FIJAS

Estas inversiones permitirán adecuar toda la infraestructura necesaria para instalar a la Hostería “El Refugio” en el Cantón de Crucita. Los rubros de esta inversión se detallan a continuación:

**CUADRO 46**

**INVERSIONES FIJAS**

| RUBROS | PARCIAL | INVERSIÓN TOTAL |
|---|---|---|
| **ACTIVOS FIJOS** | | |
| **Terrenos** | | **30.000,00** |
| | | |
| **Infraestructura** | | **134.559,92** |
| | | |
| **Maquinaria y Equipo** | | **14.655,29** |
| Calentador Agua Instamatic | 578,80 | |
| Generador Power Mate | 1.183,25 | |
| Tanque Poliet | 513,24 | |
| Lavadora Teka | 1.200,00 | |
| Congelador | 690,00 | |
| Nevera | 1.100,00 | |
| Cocina | 570,00 | |
| Cocina Industrial | 1.280,00 | |
| Horno Andino | 980,00 | |
| Aire Acondicionado 24BTU (Restaurante) | 800,00 | |
| Aire Acondicionado 9 BTU (Habitaciones) | 5.760,00 | |
| **Muebles y enseres** | | **33.105,50** |
| Menaje Edificio, A&B y Habitaciones | 17.185,50 | |

| | | |
|---|---|---|
| Archivadores | 400,00 | |
| Sillas Ejecutivas | 140,00 | |
| Escritorios y Modulares | 400,00 | |
| Equipo de Sonido SONY | 980,00 | |
| Televisores y LCD Sony (Habitaciones) | 11.020,00 | |
| Televisores y LCD Sony (Restaurante y Bar) | 2.200,00 | |
| Caja Fuerte | 780,00 | |
| **Equipo de Computación** | | **6.570,00** |
| Computadoras | 2.250,00 | |
| Impresora (Fax-Escaner-Copiadora) | 320,00 | |
| Programas y Sistemas | 4.000,00 | |
| **Equipo de Oficina** | | **560,00** |
| Teléfono Central | 560,00 | |
| **20349,6529** | | **219.450,71** |

| **ACTIVO DIFERIDO** | | |
|---|---|---|
| **Gastos de Construcción y Trámites de Hipoteca** | | |
| **Permisos de Funcionamiento** | | **556,68** |
| Tasa Cuerpo de Bomberos | 134,56 | |
| Garantías (Bancarias - Aseguradoras) | 269,12 | |
| Acometida (Empresa Eléctrica) | 90,00 | |
| Acometida (Agua Potable) | 33,00 | |
| Acometida Alcantarillado) | 6,00 | |
| Acometida ( Teléfono) | 24,00 | |
| **Impuestos y Contribuciones** | | **1.740,40** |
| Registro de la Propiedad, Plusvalía y otros | 336,40 | |
| Seguro de Vida y Desgravamen | | |

| | | |
|---|---|---|
| | 936,00 | |
| Seguro de Incendios y Líneas Aliadas) | 468,00 | |
| **Estudio de Factibilidad Técnica** | | |
| Tasas Municipales (Aprobación Planos y Permisos) | 807,36 | **807,36** |
| **Gastos de Construcción y de Constitución** | | **2.000,00** |
| Honorarios Profesionales (Arquitecto) | | **8.073,60** |
| Honorarios Profesionales (Abogados) | | **672,80** |
| **TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS** | | **13.850,84** |
| **Imprevistos 4%** | | **9.332,06** |
| **TOTAL DE INVERSIONES FIJAS** | | **242.633,61** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Para la puesta en marcha del proyecto se estima un Total de Inversiones Fijas de $242.633,61 de los cuales el 90.45% corresponden a la inversión en activos fijos, el 5.71% a activos diferidos (Gastos de Constitución y Trámites de Hipoteca) y el 3.85% corresponde al rubro destinado para Imprevistos.

### 5.2.4. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es la liquidez necesaria para poder cubrir el desfase existente entre el momento en que comienza a causarse los gastos iniciales de funcionamiento de la empresa y el momento en que comienza a percibirse los ingresos. Todos los rubros previstos en el capital de trabajo se detallan a continuación:

**CUADRO 47**

**CAPITAL DE TRABAJO**

| Detalle | Valor mensual ($) MES 1 | Valor mensual ($) MES 2 | TOTAL |
|---|---|---|---|
| **Gastos Administrativos 100%** | **12593,48** | **11223,43** | **23816,91** |
| Sueldos Salarios y Beneficios Sociales Personal Operativo | 4264,83 | 4264,83 | 8529,66 |
| Sueldos Salarios y Beneficios Sociales Personal Administrativo | 4277,10 | 4277,10 | 8554,20 |
| Honorarios Profesionales | 504,00 | 504,00 | 1008,00 |
| Suministros de Oficina | 107,13 | | 107,13 |
| Agua Potable | 400,00 | 400,00 | 800,00 |
| Energía Eléctrica | 700,00 | 700,00 | 1400,00 |
| Suministros de Limpieza | 106,00 | | 106,00 |
| Internet | 100,00 | 100,00 | 200,00 |
| Telefonía Celular | 100,00 | 100,00 | 200,00 |
| Teléfono, Fax | 200,00 | 200,00 | 400,00 |
| Mantenimiento de Equipos | 166,67 | | 166,67 |
| Mantenimiento de Instalaciones | 300,00 | 300,00 | 600,00 |
| Correos y Comunicaciones | 40,00 | 40,00 | 80,00 |
| DirecTV | 650,00 | | 650,00 |
| Uniformes y Dotaciones | 108,33 | 108,33 | 216,67 |
| Seguridad Industrial | 104,17 | 104,17 | 208,33 |
| Gasto Póliza de Seguros | 125,00 | 125,00 | 250,00 |
| Lencería Habitaciones y A&B | 340,25 | | 340,25 |
| **Gastos de Ventas 100%** | **16596,52** | **2251,12** | **18847,64** |
| Sueldos Salarios | 395,28 | 395,28 | 790,57 |
| Comisión Ejecutivo de Ventas | 796,72 | | 796,72 |
| Amenities | 1768,68 | | 1768,68 |
| Gasto Publicidad | 1215,83 | 1215,83 | 2431,67 |
| Alimentos y Bebidas | 12240,00 | | 12240,00 |
| Gastos de Viaje | | 640,00 | 640,00 |
| Comisión Agencias de Viajes | 180,00 | | 180,00 |
| **Gastos Financieros 100%** | **1625,38** | **1625,38** | **3250,75** |
| | | | |
| **Total Capital de Trabajo:** | **30815,37** | **15099,92** | **45915,29** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El Total de la Inversión Inicial que es 288.548,90 de allí el 15,91% corresponde al Capital de Trabajo, es decir, 45.915,29. Los gastos de Administración, Ventas y Financieros que intervienen están calculados por dos meses en virtud que el proyecto necesita cubrir estos meses su operación, para los meses siguientes su ocupación ya está asegurada gracias a las relaciones comerciales obtenidas.

| | |
|---|---|
| **CAPITAL DE TRABAJO** | **45.915,29** |
| **TOTAL INVERSIÓN INICIAL** | **288.548,90** |

### 5.2.5. PRÉSTAMO PARA LA INSTALACIÓN DE "HOSTERÍA EL REFUGIO"

Para la instalación el proyecto se cuenta con la planificación de un crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento por el valor de $180.000,00, es decir, el 62% del financiamiento de la inversión y a su vez; por los cuatro señores accionistas que aportarán un capital propio de $27.137,23 cada uno, esto suma la cantidad de $108.548,90 es decir, el 38% del financiamiento de la inversión.

Con estos fondos se pondrá en marcha la construcción de las instalaciones de la hostería. El préstamo bancario se cancelará en cinco años con su respectivo interés, y la recuperación del capital propio será realizable en los mismos años.

**CUADRO 48**

| | FINANCIAMIENTO DE INVERSIÓN FUENTE BANCO NACIONAL DE FOMENTO | VALOR | % |
|---|---|---|---|
| | CAPITAL PROPIO | 108.548,90 | 38% |
| | CRÉDITO BANCO NACIONAL DE FOMENTO | 180.000,00 | 62% |
| | | | |
| | **TOTAL** | **288.548,90** | **100%** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

➢ **Amortización de un pasivo o deuda a largo plazo.** "La obligación de devolver un préstamo recibido es un pasivo, cuyo importe se va reintegrando en varios pagos diferidos en el tiempo. La parte de capital que se cancela en cada uno de esos pagos es una amortización."[37]

La fórmula aplicada para este cálculo es:

$$A = R\,\frac{1-(1+i)^{-n}}{i}$$

**CUADRO 49**

**TABLA ANUAL DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

**BANCO NACIONAL DE FOMENTO**

**11.20%**

| MESES | PRÉSTAMO | SALDO INICIAL | INTERESES | AMORTIZACIÓN | CUOTA | SALDO FINAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 180,000.00 | 180,000.00 | 1,680.00 | - | $ 1,680.00 | 180,000.00 |
| 2 | | 180,000.00 | 1,680.00 | - | $ 1,680.00 | 180,000.00 |
| 3 | | 180,000.00 | 1,680.00 | - | $ 1,680.00 | 180,000.00 |
| 4 | | 180,000.00 | 1,680.00 | - | $ 1,680.00 | 180,000.00 |
| 5 | | 180,000.00 | 1,680.00 | 2,461.77 | $ 4,141.77 | 177,538.23 |
| 6 | | 177,538.23 | 1,657.02 | 2,484.75 | $ 4,141.77 | 175,053.48 |
| 7 | | 175,053.48 | 1,633.83 | 2,507.94 | $ 4,141.77 | 172,545.55 |
| 8 | | 172,545.55 | 1,610.43 | 2,531.34 | $ 4,141.77 | 170,014.20 |
| 9 | | 170,014.20 | 1,586.80 | 2,554.97 | $ 4,141.77 | 167,459.23 |
| 10 | | 167,459.23 | 1,562.95 | 2,578.82 | $ 4,141.77 | 164,880.41 |
| 11 | | 164,880.41 | 1,538.88 | 2,602.89 | $ 4,141.77 | 162,277.53 |
| 12 | | 162,277.53 | 1,514.59 | 2,627.18 | $ 4,141.77 | 159,650.35 |

[37] OCHOA S. GUADALUPE. Administración Financiera, p. 52.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 13 | | 159,650.35 | 1,490.07 | 2,651.70 | $ 4,141.77 | 156,998.65 |
| 14 | | 156,998.65 | 1,465.32 | 2,676.45 | $ 4,141.77 | 154,322.20 |
| 15 | | 154,322.20 | 1,440.34 | 2,701.43 | $ 4,141.77 | 151,620.77 |
| 16 | | 151,620.77 | 1,415.13 | 2,726.64 | $ 4,141.77 | 148,894.13 |
| 17 | | 148,894.13 | 1,389.68 | 2,752.09 | $ 4,141.77 | 146,142.03 |
| 18 | | 146,142.03 | 1,363.99 | 2,777.78 | $ 4,141.77 | 143,364.26 |
| 19 | | 143,364.26 | 1,338.07 | 2,803.70 | $ 4,141.77 | 140,560.55 |
| 20 | | 140,560.55 | 1,311.90 | 2,829.87 | $ 4,141.77 | 137,730.68 |
| 21 | | 137,730.68 | 1,285.49 | 2,856.28 | $ 4,141.77 | 134,874.40 |
| 22 | | 134,874.40 | 1,258.83 | 2,882.94 | $ 4,141.77 | 131,991.46 |
| 23 | | 131,991.46 | 1,231.92 | 2,909.85 | $ 4,141.77 | 129,081.61 |
| 24 | | 129,081.61 | 1,204.76 | 2,937.01 | $ 4,141.77 | 126,144.60 |
| 25 | | 126,144.60 | 1,177.35 | 2,964.42 | $ 4,141.77 | 123,180.18 |
| 26 | | 123,180.18 | 1,149.68 | 2,992.09 | $ 4,141.77 | 120,188.09 |
| 27 | | 120,188.09 | 1,121.76 | 3,020.01 | $ 4,141.77 | 117,168.07 |
| 28 | | 117,168.07 | 1,093.57 | 3,048.20 | $ 4,141.77 | 114,119.87 |
| 29 | | 114,119.87 | 1,065.12 | 3,076.65 | $ 4,141.77 | 111,043.22 |
| 30 | | 111,043.22 | 1,036.40 | 3,105.37 | $ 4,141.77 | 107,937.85 |
| 31 | | 107,937.85 | 1,007.42 | 3,134.35 | $ 4,141.77 | 104,803.50 |
| 32 | | 104,803.50 | 978.17 | 3,163.60 | $ 4,141.77 | 101,639.90 |
| 33 | | 101,639.90 | 948.64 | 3,193.13 | $ 4,141.77 | 98,446.77 |
| 34 | | 98,446.77 | 918.84 | 3,222.93 | $ 4,141.77 | 95,223.84 |
| 35 | | 95,223.84 | 888.76 | 3,253.01 | $ 4,141.77 | 91,970.82 |
| 36 | | 91,970.82 | 858.39 | 3,283.38 | $ 4,141.77 | 88,687.45 |
| 37 | | 88,687.45 | 827.75 | 3,314.02 | $ 4,141.77 | 85,373.43 |
| 38 | | 85,373.43 | 796.82 | 3,344.95 | $ 4,141.77 | 82,028.47 |
| 39 | | 82,028.47 | 765.60 | 3,376.17 | $ 4,141.77 | 78,652.30 |
| 40 | | 78,652.30 | 734.09 | 3,407.68 | $ 4,141.77 | 75,244.62 |
| 41 | | 75,244.62 | 702.28 | 3,439.49 | $ 4,141.77 | 71,805.13 |
| 42 | | 71,805.13 | 670.18 | 3,471.59 | $ 4,141.77 | 68,333.55 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 43 | | 68,333.55 | 637.78 | 3,503.99 | $ 4,141.77 | 64,829.56 |
| 44 | | 64,829.56 | 605.08 | 3,536.69 | $ 4,141.77 | 61,292.86 |
| 45 | | 61,292.86 | 572.07 | 3,569.70 | $ 4,141.77 | 57,723.16 |
| 46 | | 57,723.16 | 538.75 | 3,603.02 | $ 4,141.77 | 54,120.14 |
| 47 | | 54,120.14 | 505.12 | 3,636.65 | $ 4,141.77 | 50,483.49 |
| 48 | | 50,483.49 | 471.18 | 3,670.59 | $ 4,141.77 | 46,812.90 |
| 49 | | 46,812.90 | 436.92 | 3,704.85 | $ 4,141.77 | 43,108.05 |
| 50 | | 43,108.05 | 402.34 | 3,739.43 | $ 4,141.77 | 39,368.62 |
| 51 | | 39,368.62 | 367.44 | 3,774.33 | $ 4,141.77 | 35,594.29 |
| 52 | | 35,594.29 | 332.21 | 3,809.56 | $ 4,141.77 | 31,784.73 |
| 53 | | 31,784.73 | 296.66 | 3,845.11 | $ 4,141.77 | 27,939.62 |
| 54 | | 27,939.62 | 260.77 | 3,881.00 | $ 4,141.77 | 24,058.62 |
| 55 | | 24,058.62 | 224.55 | 3,917.22 | $ 4,141.77 | 20,141.40 |
| 56 | | 20,141.40 | 187.99 | 3,953.78 | $ 4,141.77 | 16,187.61 |
| 57 | | 16,187.61 | 151.08 | 3,990.69 | $ 4,141.77 | 12,196.93 |
| 58 | | 12,196.93 | 113.84 | 4,027.93 | $ 4,141.77 | 8,169.00 |
| 59 | | 8,169.00 | 76.24 | 4,065.53 | $ 4,141.77 | 4,103.47 |
| 60 | | 4,103.47 | 38.30 | 4,103.47 | $ 4,141.77 | **0.00** |
| | | | | **180,000.00** | | |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Hostería "El Refugio solicitará un préstamo del 62% del total de la Inversión Inicial, es decir, por $180.000,00 que será concedido por el Banco Nacional de Fomento, el mismo que ofrece sus préstamos con un interés del 11.20% para este tipo de negocios turísticos en el país. **VER ANEXO 12**

Se observa en la Tabla de Amortización que el valor del interés va bajando mientras aumentan los años de crédito, de la misma forma las cuotas incluyen capital e interés a partir del quinto mes que fue concedido el préstamo.

Al quinto año el proyecto pagará $180,000.00 de capital y $58,659.12 de interés en cuotas fijas de $4,141.77 por los 5 años de crédito, excepto los 4 primeros meses que solo se pagará interés; al terminar el quinto año se obtiene saldo final cero.

### 5.2.6. AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS Y DEPRECIACIÓN

➢ **Amortización de Activos Diferidos._** Los activos diferidos se Amortizan para liquidarlos, ya que son deudas contraídas, por ejemplo para constituir la compañía, y deben ser abonadas en uno o varios pagos hasta ser eliminados en términos contables.

"La amortización de activos diferidos trata de técnicas aritméticas para repartir un importe determinado, el valor a amortizar, en varias cuotas, correspondientes a varios periodos."[38]

**CUADRO 50**

**AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS**

| | | | AÑOS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | RUBRO | VALOR TOTAL | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Permisos de Funcionamiento | 556,68 | 111,34 | 111,34 | 111,34 | 111,34 | 111,34 |
| | Estudio de Factibilidad Técnica | 807,36 | 161,47 | 161,47 | 161,47 | 161,47 | 161,47 |
| | Honorarios Profesionales (Abogados) | 672,80 | 134,56 | 134,56 | 134,56 | 134,56 | 134,56 |
| | Impuestos y Contribuciones | 1.740,40 | 348,08 | 348,08 | 348,08 | 348,08 | 348,08 |
| | Honorarios Profesionales (Construcción) | 17.405,66 | 3.481,13 | 3.481,13 | 3.481,13 | 3.481,13 | 3.481,13 |
| | Gastos de Constitución | 2.000,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 |
| | **TOTAL AMORTIZACIÓN ANUAL** | **23.182,90** | **4.636,58** | **4.636,58** | **4.636,58** | **4.636,58** | **4.636,58** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

[38] Ibid. p.(53).

A los cinco años los activos diferidos quedan amortizados con un valor de salvamento 0

- **Depreciación de Activos._** Contablemente, todo activo fijo pierde su valor como consecuencia de su uso y del cambio de tecnología. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad.

Fórmula de depreciación en línea recta:

**Dt= (Valor Original x % de Depreciación)**

De acuerdo con las disposiciones de la Ley de Régimen Tributario Interno, el método de depreciación utilizado es el de línea recta y los porcentajes de depreciación establecidos en las leyes vigentes en el país, se demuestra a continuación:

**CUADRO 51**

**PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

| | PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN | % |
|---|---|---|
| | **Muebles y Enseres** | 10.00% |
| | **Maquinaria y Equipo** | 10.00% |
| | **Equipo de Computación** | 33.33% |
| | **Equipo de Oficina** | 10.00% |
| | **Edificio (Construcción)** | 5.00% |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

## CUADRO 52

## DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

| | RUBRO | COSTO | AÑOS 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | TOTAL DEPRECIADO |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Edificio (Construcción) | 134,559.92 | 6,728.00 | 6,728.00 | 6,728.00 | 6,728.00 | 6,728.00 | 33,639.98 |
| | Maquinaria y Equipo | 29,635.29 | 2,963.53 | 2,963.53 | 2,963.53 | 2,963.53 | 2,963.53 | 14,817.65 |
| | Muebles y Enseres | 18,125.50 | 1,812.55 | 1,812.55 | 1,812.55 | 1,812.55 | 1,812.55 | 9,062.75 |
| | Equipo de Computación | 6,570.00 | 2,190.00 | 2,190.00 | 2,190.00 | - | - | 6,570.00 |
| | Equipo de Oficina | 560.00 | 56.00 | 56.00 | 56.00 | 56.00 | 56.00 | 280.00 |
| | TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL | 189,450.71 | 13,750.07 | 13,750.07 | 13,750.07 | 11,560.08 | 11,560.08 | 64,370.37 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

## CUADRO 53

### VALOR DE SALVAMENTO

| | RUBRO | COSTO INICIAL | TOTAL DEPRECIADO | VALOR DE SALVAMENTO |
|---|---|---|---|---|
| | Edificio (Construcción) | 134,559.92 | 33,639.98 | 100,919.94 |
| | Maquinaria y Equipo | 29,635.29 | 14,817.65 | 14,817.65 |
| | Muebles y Enseres | 18,125.50 | 9,062.75 | 9,062.75 |
| | Equipo de Computación | 6,570.00 | 6,570.00 | 0.00 |
| | Equipo de Oficina | 560.00 | 280.00 | 280.00 |
| | TOTAL | 189,450.71 | 64,370.37 | 125,080.34 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El proyecto cuenta con un costo inicial de $189,450.71 en activos fijos; en los cinco años el total depreciado es de $64,370.37 de acuerdo a los porcentajes de depreciación impuestos para cada rubro, queda un valor de salvamento de $125,080.34

Es decir, al final de los cinco años de la proyección del proyecto queda un valor residual que aún faltaría por depreciar en los activos fijos.

### 5.2.7. GASTOS ANUALES DE PERSONAL

**CUADRO 54**

**COSTO DEL PERSONAL POR MES**

| | INFLACIÓN | 4,84% | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Nº** | **CARGO** | **Sueldo** | **Aporte Patronal (11,15%)** | **Décimo Tercero Bono Navideño** | **Décimo Cuarto** | **Vacaciones** | **Fondo de Reserva (8,33%)** | **VALOR ANUAL** |
| **1** | Gerente | 2.000,00 | 223,00 | 166,67 | 24,33 | 83,33 | 166,60 | **2.663,93** |
| **2** | Asistente Administrativo | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 24,33 | 16,67 | 33,32 | **552,25** |
| **3** | Coordinador Eventos y Turismo | 1.000,00 | 111,50 | 83,33 | 24,33 | 41,67 | 83,30 | **1.344,13** |
| **4** | Ejecutivo de Ventas | 300,00 | 33,45 | 25,00 | 24,33 | 12,50 | 24,99 | **420,27** |
| **5** | Técnico en Mantenimiento | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 24,33 | 16,67 | 33,32 | **552,25** |
| **6** | Cocinero | 500,00 | 55,75 | 41,67 | 24,33 | 20,83 | 41,65 | **684,23** |
| **7** | Stewart | 292,00 | 32,56 | 24,33 | 24,33 | 12,17 | 24,32 | **409,71** |
| **8** | Mesero | 300,00 | 33,45 | 25,00 | 24,33 | 12,50 | 24,99 | **420,27** |
| **9** | Camarera 1 | 300,00 | 33,45 | 25,00 | 24,33 | 12,50 | 24,99 | **420,27** |
| **10** | Camarera 2 | 300,00 | 33,45 | 25,00 | 24,33 | 12,50 | 24,99 | **420,27** |
| **11** | Bartender | 500,00 | 55,75 | 41,67 | 24,33 | 20,83 | 41,65 | **684,23** |
| **12** | Guardia de Seguridad | 340,00 | 37,91 | 28,33 | 24,33 | 14,17 | 28,32 | **473,07** |
| **13** | Guardia de Seguridad | 340,00 | 37,91 | 28,33 | 24,33 | 14,17 | 28,32 | **473,07** |
| | **TOTAL** | **6.972,00** | **777,38** | **581,00** | **316,33** | **290,50** | **580,77** | **9.517,98** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

## CUADRO 55

## COSTO DEL PERSONAL PRIMER AÑO

| Nº | CARGO | Sueldo | Aporte Patronal (11,15%) | PROVISIÓN | | | | VALOR ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Décimo Tercero Bono Navideño | Décimo Cuarto | Vacaciones | Fondo de Reserva (8,33%) | |
| 1 | Gerente | 24.000,00 | 2.676,00 | 2.000,00 | 292,00 | 1.000,00 | - | **29.968,00** |
| 2 | Asistente Administrativo | 4.800,00 | 535,20 | 400,00 | 292,00 | 200,00 | - | **6.227,20** |
| 3 | Coordinador Eventos y Turismo | 12.000,00 | 1.338,00 | 1.000,00 | 292,00 | 500,00 | - | **15.130,00** |
| 4 | Ejecutivo de Ventas | 3.600,00 | 401,40 | 300,00 | 292,00 | 150,00 | - | **4.743,40** |
| 5 | Técnico en Mantenimiento | 4.800,00 | 535,20 | 400,00 | 292,00 | 200,00 | - | **6.227,20** |
| 6 | Cocinero | 6.000,00 | 669,00 | 500,00 | 292,00 | 250,00 | - | **7.711,00** |
| 7 | Stewart | 3.504,00 | 390,70 | 292,00 | 292,00 | 146,00 | - | **4.624,70** |
| 8 | Mesero | 3.600,00 | 401,40 | 300,00 | 292,00 | 150,00 | - | **4.743,40** |
| 9 | Camarera 1 | 3.600,00 | 401,40 | 300,00 | 292,00 | 150,00 | - | **4.743,40** |
| 10 | Camarera 2 | 3.600,00 | 401,40 | 300,00 | 292,00 | 150,00 | - | **4.743,40** |
| 11 | Bartender | 6.000,00 | 669,00 | 500,00 | 292,00 | 250,00 | - | **7.711,00** |
| 12 | Guardia de Seguridad | 4.080,00 | 454,92 | 340,00 | 292,00 | 170,00 | - | **5.336,92** |
| 13 | Guardia de Seguridad | 4.080,00 | 454,92 | 340,00 | 292,00 | 170,00 | - | **5.336,92** |
| | **TOTAL** | **83.664,00** | **9.328,54** | **6.972,00** | **3.796,00** | **3.486,00** | **-** | **107.246,54** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autor**

## CUADRO 56

**GASTOS Y PROVISIONES ANUALES DE PERSONAL**

| ! | Sueldo | Aporte Patronal (11,15%) | PROVISIÓN | | | | Total Sueldos y Benef. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Décimo Tercero Bono Navideño | Décimo Cuarto | Vacaciones | Fondo de Reserva (8,33%) | |
| 1 | 83.664,00 | 9.328,54 | 6.972,00 | 3.796,00 | 3.486,00 | - | **107.246,54** |
| 2 | 87.713,34 | 9.780,04 | 7.309,44 | 3.979,73 | 3.654,72 | 7.306,52 | **119.743,79** |
| 3 | 91.958,66 | 10.253,39 | 7.663,22 | 4.172,35 | 3.831,61 | 7.660,16 | **125.539,39** |
| 4 | 96.409,46 | 10.749,66 | 8.034,12 | 4.374,29 | 4.017,06 | 8.030,91 | **131.615,50** |
| 5 | 101.075,68 | 11.269,94 | 8.422,97 | 4.586,00 | 4.211,49 | 8.419,60 | **137.985,69** |
| | | | | | | | **622.130,89** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Hostería "El Refugio" tiene 18 habitaciones con capacidad para 51 persona diarias, su estatus está dirigido para un mercado quiteño de clase media-alta a alta, razón por la cual el compromiso es ofrecer un servicio personalizado, integral y distinguido.

Para lograr este objetivo el proyecto ha planificado contratar personal de primer orden, los mismos que tendrán prestaciones motivadoras para cumplir con el compromiso que Hostería "El Refugio" tiene para el mercado turístico, así se establece que tendremos 13 empleados para 18 habitaciones.

Es decir, por cada habitación de la hostería existe el 0.72% de empleados. **(VER ANEXO 13)**

## 5.3. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

**CUADRO 57**

**ESTADO DE SITUACIÒN INICIAL**

**HOSTERÌA "EL REFUGIO"**

**PACÌFICA HOSTERÌA DE CRUCITA S.A**

| | | | |
|---|---|---|---|
| | **ACTIVOS** | | |
| | **ACTIVO CORRIENTE** | | |
| | Bancos | 45.915,29 | |
| | **TOTAL ACTIVOS CORRIENTES** | | **45.915,29** |
| | **ACTIVO NO CORRIENTE** | | |
| | Terrenos | 30.000,00 | |
| | Edificios | 134.559,92 | |
| | Maquinaria y Equipo | 14.655,29 | |
| | Muebles y Enseres | 33.105,50 | |
| | Equipo de Computación | 6.570,00 | |
| | Equipo de Oficina | 560,00 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Gastos de Constitución | 2.000,00 | | |
| | Permisos de Funcionamiento | 556,68 | | |
| | Impuestos y Contribuciones | 1.740,40 | | |
| | Honorarios Profesionales (Abogado) | 672,80 | | |
| | Estudio de Factibilidad Técnica | 807,36 | | |
| | Honorarios Profesionales (Arquitecto) | 17.405,66 | | |
| | **TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES** | | **242.633,61** | |
| | **TOTAL ACTIVOS** | | | **288.548,90** |
| | **PASIVO** | | | |
| | **PASIVO CORRIENTE** | | | |
| | Documentos por Pagar CP | - | | |
| | **PASIVO NO CORRIENTE** | | | |
| | Documentos por Pagar LP | 180.000,00 | | |
| | **TOTAL PASIVO** | | | **180.000,00** |
| | **PATRIMONIO** | | | - |
| | Capital Social | 108.548,90 | | - |
| | **TOTAL PATRIMONIO** | | | **108.548,90** |
| | **TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO** | | | **288.548,90** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

## 5.4. DETALLE DE INGRESOS DEL PROYECTO

**CUADRO 58**

**PROYECCIÓN DE VOLUMEN DE VENTAS, CANTIDAD Y PRECIO**

| | | AÑOS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | MES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Capacidad de la Compañía | 149 | 1.787 | 1.862 | 1.936 | 2.010 | 2.085 |
| Capacidad de la Compañía | 149 | 1.787 | 1.862 | 1.936 | 2.010 | 2.085 |
| Paquete Intrépidos y Furiosos | 125,00 | 125,00 | 125,00 | 125,00 | 125,00 | 125,00 |
| Ingresos por servicio | 18.615,00 | 223.380,00 | 232.687,50 | 241.995,00 | 251.302,50 | 260.610,00 |
| TOTAL INGRESOS | 18.615,00 | 223.380,00 | 232.687,50 | 241.995,00 | 251.302,50 | 260.610,00 |

| | | AÑOS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | MES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Capacidad de la Compañía | 186 | 2.234 | 2.327 | 2.420 | 2.513 | 2.606 |
| Capacidad de la Compañía | 186 | 2.234 | 2.327 | 2.420 | 2.513 | 2.606 |
| Paquete Equilibrio Mental y Espiritual | 95,00 | 95,00 | 95,00 | 95,00 | 95,00 | 95,00 |
| Ingresos por servicio | 17.684,25 | 212.211,00 | 221.053,13 | 229.895,25 | 238.737,38 | 247.579,50 |
| TOTAL INGRESOS | 17.684,25 | 212.211,00 | 221.053,13 | 229.895,25 | 238.737,38 | 247.579,50 |

| | | AÑOS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | MES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Capacidad de la Compañía | 37 | 447 | 465 | 484 | 503 | 521 |
| Capacidad de la Compañía | 37 | 447 | 465 | 484 | 503 | 521 |
| Paquete Trabajo en Equipo | 95,00 | 95,00 | 95,00 | 95,00 | 95,00 | 95,00 |
| Ingresos por servicio | 3.536,85 | 42.442,20 | 44.210,63 | 45.979,05 | 47.747,48 | 49.515,90 |
| TOTAL INGRESOS | 3.536,85 | 42.442,20 | 44.210,63 | 45.979,05 | 47.747,48 | 49.515,90 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El proyecto contempla tres paquetes turísticos y tiene 4468 turistas como demanda potencial inicial anual para atacar.

En términos mensuales sería 372 turistas potenciales. Esto va en aumento para los siguientes años.

**CUADRO 59**

**DEMANDA PROYECTADA PARA PAQUETES TURÍSTICOS**

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| **HUÉSPEDES** | 4468 | 4654 | 4840 | 5026 | 5212 |
| **POR MES** | 372 | 388 | 403 | 419 | 434 |
| **PAQUETE I/F** | 1787 | 1862 | 1936 | 2010 | 2085 |
| **PAQUETE M/E** | 2234 | 2327 | 2420 | 2513 | 2606 |
| **PAQUETE E.** | 447 | 465 | 484 | 503 | 521 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El primer paquete llamado “Rápidos y Furioso” tiene un costo de $125.00, se estima que el 40% se inclinen por este paquete, es decir, 1787 turistas. El segundo paquete llamado “Equilibrio Mental y Espiritual” tiene un costo de $95.00, se estima que exista el 50% de tendencia para este paquete, es decir, 2234 turistas. Y el tercer paquete llamado “Trabajo en Equipo” tiene un costo de $95.00, se estima que el 10% se inclinen por este paquete, es decir, 447 turistas.

## 5.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

- **Costos Directos:** Estos costos corresponden a los gastos que son principales durante la operación de la hostería y que dependen de la demanda de nuestros clientes, es decir este es un costo que tiene relación positiva con la demanda.

- **Costos Indirectos:** Los Costos Indirectos son los costos que se ven afectados también por la demanda pero no de forma directa, entre estos podemos mencionar el mantenimiento de la infraestructura.

## CUADRO 60

## HOSTERÍA "EL REFUGIO"
## PACÍFICA HOSTERÍA DE CRUCITA S.A

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

| | RUBROS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **VENTAS NETAS** | | | | | |
| | **Paquete Intrépidos y Furiosos** | **223.380,00** | **232.687,50** | **241.995,00** | **251.302,50** | **260.610,00** |
| | **Paquete Equilibrio Mental y Espiritual** | **212.211,00** | **221.053,13** | **229.895,25** | **238.737,38** | **247.579,50** |
| | **Paquete Trabajo en Equipo** | **42.442,20** | **44.210,63** | **45.979,05** | **47.747,48** | **49.515,90** |
| = | **TOTAL INGRESOS** | **478033,20** | **497951,25** | **517869,30** | **537787,35** | **557705,40** |
| | **COSTOS DE VENTAS** | | | | | |
| | **Costos Indirecto** | **70853,20** | **83139,81** | **86718,33** | **90470,06** | **94403,38** |
| | Personal Operativo Sueldos Salarios y Beneficios Sociales | 51177,94 | 57083,94 | 59846,80 | 62743,39 | 65780,17 |
| | Honorarios Profesionales (Terapista) | 3600,00 | 9648,00 | 10114,96 | 10604,53 | 11117,79 |
| | Mantenimiento de Equipos | 2.000,00 | 2.096,80 | 2.198,29 | 2.304,68 | 2.416,23 |
| | Mantenimiento de Instalaciones | 3.600,00 | 3.774,24 | 3.956,91 | 4.148,43 | 4.349,21 |
| | Suministros de Limpieza | 1.272,00 | 1.333,56 | 1.398,11 | 1.465,78 | 1.536,72 |
| | Depreciación de Edificio | 5.382,40 | 5.382,40 | 5.382,40 | 5.382,40 | 5.382,40 |
| | Depreciación Maquinaria y Equipo | 1.172,42 | 1.172,42 | 1.172,42 | 1.172,42 | 1.172,42 |
| | Depreciación Muebles y Enseres | 2.648,44 | 2.648,44 | 2.648,44 | 2.648,44 | 2.648,44 |
| | **Costos Directos** | **193187,16** | **202537,42** | **212340,23** | **222617,50** | **233392,18** |
| | Alimentos y Bebidas | 146880,00 | 153988,99 | 161442,06 | 169255,85 | 177447,84 |
| | Amenities | 21224,16 | 22251,41 | 23328,38 | 24457,47 | 25641,21 |
| | Lencería Habitaciones y A&B | 4.083,00 | 4.280,62 | 4.487,80 | 4.705,01 | 4.932,73 |
| | DirecTV | 7800,00 | 8177,52 | 8573,31 | 8988,26 | 9423,29 |
| | Agua Potable | 4800,00 | 5032,32 | 5275,88 | 5531,24 | 5798,95 |
| | Energía Eléctrica | 8400,00 | 8806,56 | 9232,80 | 9679,66 | 10148,16 |
| = | **TOTAL COSTO DE VENTAS** | **264040,36** | **285677,22** | **299058,56** | **313087,56** | **327795,56** |
| = | **UTILIDAD BRUTA EN VENTAS** | **213992,84** | **212274,03** | **218810,74** | **224699,79** | **229909,84** |
| - | **GASTOS ADMINISTRATIVOS** | | | | | |
| - | Sueldos Salarios y Beneficios Sociales Administración | 51.325,20 | 57.372,47 | 60.149,30 | 63.060,53 | 66.112,66 |
| - | Honorarios Profesionales (Contador) | 6.048,00 | 10.114,96 | 10.604,53 | 11.117,79 | 11.655,89 |
| - | Suministros de Oficina | 1.285,60 | 1.347,82 | 1.413,06 | 1.481,45 | 1.553,15 |
| - | Internet | 1.200,00 | 1.258,08 | 1.318,97 | 1.382,81 | 1.449,74 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| - | Telefonía Celular | 1.200,00 | 1.258,08 | 1.318,97 | 1.382,81 | 1.449,74 |
| - | Teléfono, Fax | 2.400,00 | 2.516,16 | 2.637,94 | 2.765,62 | 2.899,47 |
| - | Correos y Comunicaciones | 480,00 | 503,23 | 527,59 | 553,12 | 579,89 |
| - | Uniformes y Dotaciones | 1.300,00 | 1.362,92 | 1.428,89 | 1.498,04 | 1.570,55 |
| - | Seguridad Industrial | 1.250,00 | 1.310,50 | 1.373,93 | 1.440,43 | 1.510,14 |
| - | Gasto Póliza de Seguros | 1.500,00 | 1.572,60 | 1.648,71 | 1.728,51 | 1.812,17 |
| - | Depreciación Edificio | 1.345,60 | 1.345,60 | 1.345,60 | 1.345,60 | 1.345,60 |
| - | Depreciación Maquinaria y Equipo | 293,11 | 293,11 | 293,11 | 293,11 | 293,11 |
| - | Depreciación Muebles y Enseres | 662,11 | 662,11 | 662,11 | 662,11 | 662,11 |
| - | Depreciación Equipo Oficina | 56,00 | 56,00 | 56,00 | 56,00 | 56,00 |
| - | Depreciación Equipo Computo | 2.190,00 | 2.190,00 | 2.190,00 | - | - |
| - | Amortización Estudio de Factibilidad | 161,47 | 161,47 | 161,47 | 161,47 | 161,47 |
| - | Amortización Permisos de Funcionamiento | 111,34 | 111,34 | 111,34 | 111,34 | 111,34 |
| - | Amortización Honorarios Profesionales (Abogados) | 134,56 | 134,56 | 134,56 | 134,56 | 134,56 |
| - | Amortización Impuestos y Contribuciones | 348,08 | 348,08 | 348,08 | 348,08 | 348,08 |
| - | Amortización Honorarios Profesionales (Construcción) | 3.481,13 | 3.481,13 | 3.481,13 | 3.481,13 | 3.481,13 |
| - | Amortización Gastos de Constitución | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 |
| = | **TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS** | **77.172,19** | **87.800,23** | **91.605,28** | **93.404,50** | **97.586,80** |
| | **GASTOS DE VENTAS** | | | | | |
| | Sueldos Salarios | 4.743,40 | 5.287,37 | 5.543,28 | 5.811,58 | 6.092,86 |
| - | Gasto Publicidad | 14.590,00 | 15.296,16 | 16.036,49 | 16.812,66 | 17.626,39 |
| | Gastos de Viaje | 7.680,00 | 8.051,71 | 8.441,41 | 8.849,98 | 9.278,32 |
| | Comisión Ejecutivo de Ventas | 9.560,66 | 9.959,03 | 10.357,39 | 10.755,75 | 11.154,11 |
| | Comisión Agencias de Viajes | 2.160,00 | 2.264,54 | 2.374,15 | 2.489,06 | 2.609,53 |
| = | **TOTAL GASTO DE VENTAS** | **38.734,06** | **40.858,81** | **42.752,72** | **44.719,02** | **46.761,20** |
| = | **UTILIDAD OPERATIVA** | **98.086,59** | **83.614,99** | **84.452,73** | **86.576,27** | **85.561,84** |
| - | **GASTOS FINANCIEROS (Intereses)** | **19.504,51** | **16.195,49** | **12.244,09** | **7.826,69** | **2.888,34** |
| = | **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN** | **78.582,08** | **67.419,50** | **72.208,64** | **78.749,58** | **82.673,50** |
| - | **15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES** | **11.787,31** | **10.112,92** | **10.831,30** | **11.812,44** | **12.401,02** |
| = | **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS** | **66.794,77** | **57.306,57** | **61.377,35** | **66.937,14** | **70.272,47** |
| - | **24% IMPUESTO A LA RENTA** | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 15.362,80 | 12.607,45 | 13.503,02 | 14.726,17 | 15.459,94 |
| = | UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS | 51.431,97 | 44.699,13 | 47.874,33 | 52.210,97 | 54.812,53 |
| - | RESERVA LEGAL 10% | 5.143,20 | 4.469,91 | 4.787,43 | 5.221,10 | 5.481,25 |
| = | UTILIDAD NETA | 46.288,77 | 40.229,21 | 43.086,90 | 46.989,87 | 49.331,28 |
| - | DIVIDENDOS 15% | 6943,32 | 6034,38 | 6463,03 | 7048,48 | 7399,69 |
| = | UTILIDAD RETENIDA | 39.345,46 | 34.194,83 | 36.623,86 | 39.941,39 | 41.931,58 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ESTIMACIÓN 1% COMISION VENDEDOR | 9.560,66 | 9.959,03 | 10.357,39 | 10.755,75 | 11.154,11 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 5.5.1. COSTO DE VENTAS: FIJOS, VARIABLES Y TOTAL

➢ **Costos Fijos. "**Son aquellos en que necesariamente tiene que incurrir la empresa al iniciar sus operaciones. Se definen como costos porque en el plazo corto e intermedio se mantienen constantes a los diferentes niveles de producción."[39]

**CUADRO 61**

**COSTOS FIJOS**

| | RUBROS | VALOR |
|---|---|---|
| | **GASTOS DE ADMINISTRACIÓN** | |
| | Sueldos y Salarios | 107.246,54 |
| | Honorarios Profesionales | 9.648,00 |
| | DIRECT TV | 7.800,00 |
| | Internet | 1.200,00 |
| | Uniformes y Dotaciones | 1.300,00 |
| | Seguridad Industrial | 1.250,00 |
| | Gasto Póliza de Seguros | 1.500,00 |
| | Depreciación Edificio | 6.728,00 |
| | Depreciacion Maquinaria y Equipo | 1.465,53 |

[39] OCHOA S. GUADALUPE. Administración Financiera. Editorial Mc Graw Hill. México 2001. 515 páginas, p.(16).

| | | |
|---|---|---|
| | Depreciación Muebles y Enseres | 3.310,55 |
| | Depreciación Equipo Oficina | 56,00 |
| | Depreciación Equipo Cómputo | 2.190,00 |
| | Amortización Estudio de Factibilidad | 161,47 |
| | Amortización Permisos Funcionamiento | 111,34 |
| | Amortización Honorarios Profesionales (Abogados) | 134,56 |
| | Amortización Impuestos y Contribuciones | 348,08 |
| | Amortización Honorarios Profesionales (Construcción) | 3.481,13 |
| | Amortización Gastos de Constitución | 400,00 |
| | **GASTOS FINANCIEROS** | **19.504,51** |
| | **TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS** | **167.835,70** |
| | | |
| | **GASTOS DE VENTAS** | |
| | Gasto Publicidad | 14.590,00 |
| | **TOTAL GASTOS DE VENTAS** | **14.590,00** |
| | | |
| | **TOTAL COSTO FIJO** | **182.425,70** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

➢ **Costos Variables.** "Son aquellos que varían al variar el volumen de producción. El costo variable total se mueve en la misma dirección del nivel de producción. El costo de la materia prima y el costo de la mano de obra que son los elementos más importantes del costo variable."[40]

**CUADRO 62**

**COSTOS VARIABLES**

| | RUBROS | VALOR | (VU. 23%) DEMANDA INTRODUCCIÓN |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | **SERVICIO** | | |
| | Agua Potable | 4.800,00 | 1,07 |
| | Energía Eléctrica | 8.400,00 | 1,88 |
| | Amenities | 21.224,16 | 4,75 |
| | Alimentos y Bebidas | 146.880,00 | 32,88 |

[40] Ibid. P (16).

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Suministros de Limpieza | 1.272,00 | 0,28 |
| | Mantenimiento de Equipos | 2.000,00 | 0,45 |
| | Mantenimiento de Instalaciones | 3.600,00 | 0,81 |
| | Lencería Habitaciones y A&B | 4.083,00 | 0,91 |
| | | | |
| | **GASTOS DE ADMINISTRACIÓN** | | |
| | Suministros de Oficina | 1.285,60 | 0,29 |
| | Telefonía Celular | 1.200,00 | 0,27 |
| | Teléfono, Fax | 2.400,00 | 0,54 |
| | Correos y Comunicaciones | 480,00 | 0,11 |
| | | | |
| | **GASTOS DE VENTAS** | | |
| | Gastos de Viaje | 7.680,00 | 1,72 |
| | Comisión Agencias de Viajes | 2.160,00 | 0,48 |
| | Comisión Ejecutivo de Ventas | 9.560,66 | 2,14 |
| | | | |
| | **TOTAL COSTO VARIABLE** | **217.025,42** | **48,58** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

## 5.6. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, es aquel punto que demuestra la actividad de una empresa en donde los ingresos totales son iguales a los egresos totales. Es el punto en el cual no hay pérdidas ni ganancias.[41]

### 5.6.1. MÉTODO ALGEBRAICO - MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

| **PAQUETES 100%** | **$ 105,00** |
|---|---|
| PV(X) = CF + CV(X) | |
| PV= Precio de Venta al Público | 105,00 |
| CF= Costo Fijo | 182.425,70 |
| CV= Costo Variable | 48,58 |
| X = Unidades en Punto de Equilibrio | ? |

[41] MOLINA, Antonio, Contabilidad de Costos, p.315.

| | |
|---|---|
| 105,00(x) = | 182.425,70+48,58(x) |
| 105,00(x)-48,58 | 182.425,70 |
| 56,422369 (x) = | 182.425,70 |
| x= | 182.425,70/56,422369 |
| **x=** | **3.233** |

El punto de equilibrio es de 3.233 turistas de los tres paquetes; cabe mencionar que la empresa operará sobre el Punto de Equilibrio, es decir con 4468 turistas potenciales, que corresponden al 24% de la demanda insatisfecha asegurando así los ingresos económicos del giro de negocio.

### 5.6.2. MÉTODO ALGEBRAICO - MARGEN DE UTILIDAD BRUTA

**PUNTO DE EQUILIBRIO**

$$PE = \frac{CF}{1-Cvu/P}$$

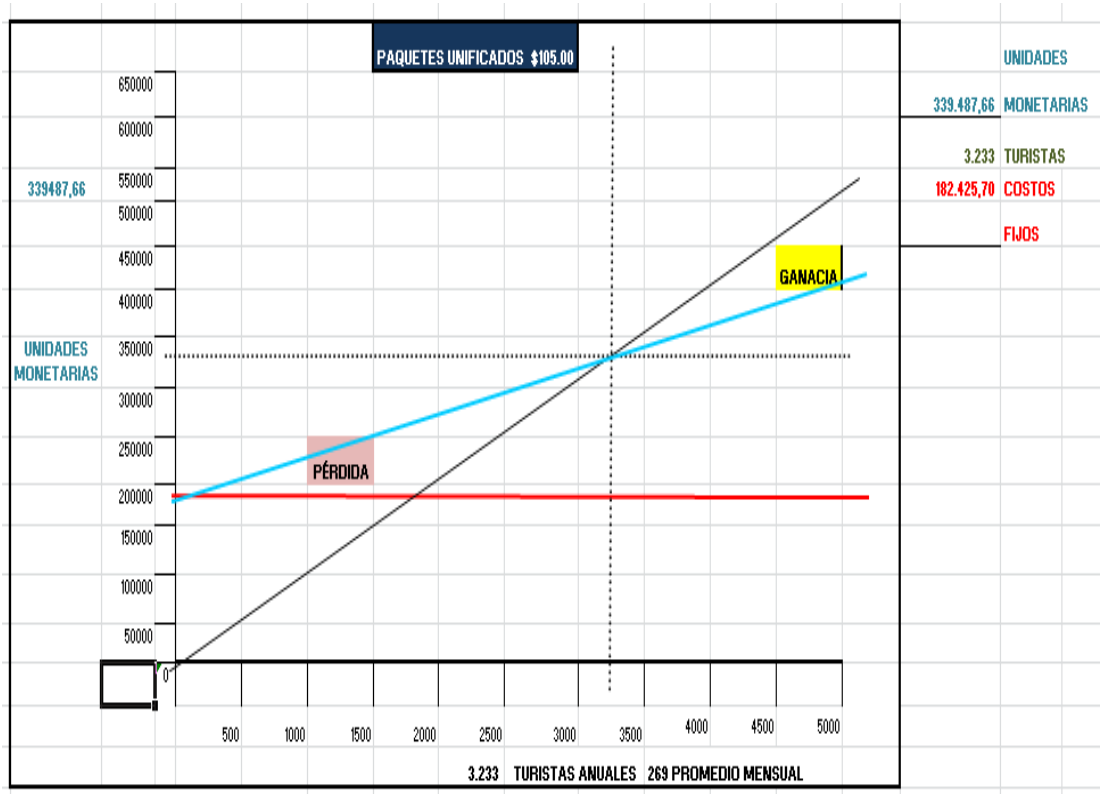
| | |
|---|---|
| P= Precio de Venta al Público | 105,00 |
| CF= Costo Fijo | 182.425,70 |
| CVu= Costo Variable | 48,58 |
| X = Unidades en Punto de Equilibrio | ? |

| | | |
|---|---|---|
| PE= | 182.425,70 / ( 1 - (48,58/105,00) | |
| | 182.425,70 / ( 1 - (0,462641) | |
| PE= | 182.425,70 / 0,5373559 | |
| **PE=** | **$ 339.487,66** | **$ 105,00** |

### 5.6.3. MÉTODO GRÁFICO

## GRÁFICO 73

## PUNTO DE EQUILIBRIO "MÉTODO GRÁFICO"




Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: La Autora

## 5.7. FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO

## CUADRO 63

## HOSTERÍA "EL REFUGIO"

## FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS

| | | AÑOS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | RUBRO | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | **VENTAS** | | **478.033,20** | **497.951,25** | **517.869,30** | **537.787,35** | **557.705,40** |
| | Paquete Intrépidos y Furiosos | | 223.380,00 | 232.687,50 | 241.995,00 | 251.302,50 | 260.610,00 |
| | Paquete Equilibrio Mental y Espiritual | | 212.211,00 | 221.053,13 | 229.895,25 | 238.737,38 | 247.579,50 |
| | Paquete Trabajo en Equipo | | 42.442,20 | 44.210,63 | 45.979,05 | 47.747,48 | 49.515,90 |
| = | **TOTAL INGRESOS** | | **478.033,20** | **497.951,25** | **517.869,30** | **537.787,35** | **557.705,40** |
| | | | | | | | |
| - | COSTOS DIRECTOS | | 70.853,20 | 83.139,81 | 86.718,33 | 90.470,06 | 94.403,38 |
| | COSTOS INDIRECTOS | | 193.187,16 | 202.537,42 | 212.340,23 | 222.617,50 | 233.392,18 |
| - | GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | 77.172,19 | 87.800,23 | 91.605,28 | 93.404,50 | 97.586,80 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| - | GASTOS DE VENTAS | | 38.734,06 | 40.858,81 | 42.752,72 | 44.719,02 | 46.761,20 |
| | GASTOS FINANCIEROS | | 19.504,51 | 16.195,49 | 12.244,09 | 7.826,69 | 2.888,34 |
| = | **TOTAL COSTOS Y GASTOS** | | **399.451,12** | **430.531,75** | **445.660,66** | **459.037,77** | **475.031,90** |
| | **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN** | | **78.582,08** | **67.419,50** | **72.208,64** | **78.749,58** | **82.673,50** |
| - | 15 % PARTICIPACIÓN TRABAJADORES | | 11.787,31 | 10.112,92 | 10.831,30 | 11.812,44 | 12.401,02 |
| | **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS** | | **66.794,77** | **57.306,57** | **61.377,35** | **66.937,14** | **70.272,47** |
| - | 24% de Impuesto a la Renta | | 15.362,80 | 12.607,45 | 13.503,02 | 14.726,17 | 15.459,94 |
| | **UTILIDAD NETA** | | **51.431,97** | **44.699,13** | **47.874,33** | **52.210,97** | **54.812,53** |
| + | DEPRECIACIÓN ACTIVO | | 13.750,07 | 13.750,07 | 13.750,07 | 11.560,08 | 11.560,08 |
| + | AMORTIZACIÓN ACTIVO | | 4.636,58 | 4.636,58 | 4.636,58 | 4.636,58 | 4.636,58 |
| + | **PRESTAMO RECIBIDO B.N.F.** | **180000,00** | | | | | |
| + | | | | | | | |
| | **FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO** | | **69.818,62** | **63.085,78** | **66.260,98** | **68.407,63** | **71.009,18** |
| - | TOTAL INVERSIÓN INICIAL | **-288548,90** | | | | | |
| - | **PRÉSTAMO B.N.F. AMORTIZACIÓN** | | 20.349,65 | 33.505,75 | 37.457,15 | 41.874,55 | 46.812,90 |
| - | DIVIDENDOS POR PAGAR 15 % | | 6.943,32 | 6.034,38 | 6.463,03 | 7.048,48 | 7.399,69 |
| + | VALOR DE SALVAMENTO | | | | | | 125.080,34 |
| = | **FLUJO TOTAL** | **-108548,90** | **42.525,66** | **23.545,65** | **22.340,80** | **19.484,60** | **141.876,93** |
| | FLUJO ACUMULADO | **-108548,90** | -66.023,25 | -42.477,60 | -20.136,80 | -652,20 | 141.224,73 |

| | |
|---|---|
| **VAN** | **27.881,78** |
| **TIR** | **27,328434%** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Se puede observar que el monto de préstamo bancario e interés se cancela en los cinco primeros años de funcionamiento.

El dinero de la inversión entregada por los accionistas como capital social se librará en los primeros cuatro años.

Este resultado nos confirma que el proyecto es viable, el VAN obtenido es de 27.881,78, y se destaca que el mismo se calculó con una tasa de descuento del 17% (TMAR).

## 5.8. FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO SIN FINANCIAMIENTO

### CUADRO 64
### HOSTERÍA "EL REFUGIO"
### FLUJO PURO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS

| | | AÑOS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | RUBRO | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | **VENTAS** | | **478.033,20** | **497.951,25** | **517.869,30** | **537.787,35** | **557.705,40** |
| | Paquete Intrépidos y Furiosos | | 223.380,00 | 232.687,50 | 241.995,00 | 251.302,50 | 260.610,00 |
| | Paquete Equilibrio Mental y Espiritual | | 212.211,00 | 221.053,13 | 229.895,25 | 238.737,38 | 247.579,50 |
| | Paquete Trabajo en Equipo | | 42.442,20 | 44.210,63 | 45.979,05 | 47.747,48 | 49.515,90 |
| = | **TOTAL INGRESOS** | | **478.033,20** | **497.951,25** | **517.869,30** | **537.787,35** | **557.705,40** |
| - | COSTOS DIRECTOS | | 70.853,20 | 83.139,81 | 86.718,33 | 90.470,06 | 94.403,38 |
| | COSTOS INDIRECTOS | | 193.187,16 | 202.537,42 | 212.340,23 | 222.617,50 | 233.392,18 |
| - | GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | 77.172,19 | 87.800,23 | 91.605,28 | 93.404,50 | 97.586,80 |
| - | GASTOS DE VENTAS | | 38.734,06 | 40.858,81 | 42.752,72 | 44.719,02 | 46.761,20 |
| = | **TOTAL COSTOS Y GASTOS** | | **379.946,61** | **414.336,26** | **433.416,57** | **451.211,08** | **472.143,56** |
| | **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN** | | **98.086,59** | **83.614,99** | **84.452,73** | **86.576,27** | **85.561,84** |
| - | 15 % PARTICIPACION TRABAJADORES | | 14.712,99 | 12.542,25 | 12.667,91 | 12.986,44 | 12.834,28 |
| | **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS** | | **83.373,60** | **71.072,74** | **71.784,82** | **73.589,83** | **72.727,56** |
| - | 24% de Impuesto a la Renta | | 19.175,93 | 15.636,00 | 15.792,66 | 16.189,76 | 16.000,06 |
| | **UTILIDAD NETA** | | **64.197,67** | **55.436,74** | **55.992,16** | **57.400,07** | **56.727,50** |
| + | DEPRECIACIÓN | | 13.750,07 | 13.750,07 | 13.750,07 | 11.560,08 | 11.560,08 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| + | AMORTIZACIÓN CARGOS DIFERIDOS | | 4.636,58 | 4.636,58 | 4.636,58 | 4.636,58 | 4.636,58 |
| + | **FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO** | | **82.584,32** | **73.823,39** | **74.378,82** | **73.596,72** | **72.924,15** |
| - | INVERSIÓN | **-288548,90** | | | | | |
| - | | | | | | | |
| - | DIVIDENDOS POR PAGAR | | 6.943,32 | 6.034,38 | 6.463,03 | 7.048,48 | 7.399,69 |
| + | VALOR DE SALVAMENTO | | | | | | 125.080,34 |
| = | **FLUJO TOTAL** | **-288548,90** | **75.641,01** | **67.789,01** | **67.915,78** | **66.548,24** | **190.604,80** |
| | FLUJO ACUMULADO | **-288548,90** | -212.907,89 | -145.118,88 | -77.203,10 | -10.654,86 | 179.949,94 |

| | |
|---|---|
| **VAN** | **20.226,18** |
| **TIR** | **15,75%** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El flujo puro, es decir sin financiamiento, indica que el Valor Actual Neto tendrá un valor de 20.226,18 cuando los flujos se descuenten a una tasa del 15,75%, la misma que es atractiva, pues si comparamos con la tasa de interés que cobran los bancos y que además es variable entre el 4% al 6%, la inflación e inversiones alternativas, esta tasa es superior a las mencionadas.

## 5.9. MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO A TRAVÉS DEL TIEMPO

### 5.9.1. VALOR ACTUAL NETO VAN

**“**Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos.”[42]

La tasa de descuento se llama tasa mínima aceptable (TMARC), esta tasa se calcula considerando el monto de capital prestado y de capital propio, por lo que se utilizará una fórmula de ponderación.

$$K_0 = K_d \frac{D}{V} + K_e \frac{P}{V} \text{ +tasa de inflación}$$

$K_0 =$ **Costo ponderado del capital**

$K_d =$ **Costo del capital prestado**

$K_e =$ **Costo del capital propio**

**D= Monto de la deuda**

**P= Monto del Capital Propio**

**V= Valor de la Inversión Total**

[42] BACA, Gabriel, Evaluación De Proyectos, México, Mc. Graw Hill, 2004. 538 páginas, p.82.

**CUADRO 65**

| CÁLCULO TASA DE DESCUENTO | | | |
|---|---|---|---|
| Tasa de Inflación Vigente | 0.0484 | 4.84% | (Vigente al 31 de agosto del 2011) |
| Tasa Activa Referencial | 0.0817 | 8.17% | (Vigente al 31 de octubre del 2011) |
| Tasa Pasiva Referencial | 0.0453 | 4.53% | (Vigente al 31 de octubre del 2011) |
| Tasa de Interés cobrada préstamo | 0.1120 | 11.20% | Ver Banco Nacional Fomento |
| Tasa exigida por inversionistas | 0.0817 | 8.17% | (Tasa solicitada por inversionistas) |

**Fuente: Investigación de Campo (http://www.bce.fin.ec)**

**Elaborado: La Autora**

**FÓRMULA= Premio al Riesgo + Tasa de Inflación Vigente**

$$ko = 0{,}1120 \frac{242.633{,}61}{288.548{,}90} + 0{,}0817 \frac{108.548{,}90}{288.548{,}90} + 0{,}0484$$

$$ko = 0{,}0942 + 0{,}0307 + 0{,}0484$$

$$ko = \mathbf{0{,}1733}$$

Es importante indicar que existen dos variables que inciden directamente en este cálculo, el primero es el monto de la deuda y el segundo es la tasa de inflación, en relación al primero, la deuda corresponde al 62% del capital a invertirse, esto empuja la TMARC hacia arriba, determinando un mayor riesgo de la empresa.

En relación a la tasa de inflación, en el último tiempo se ha presentado con una tendencia estable, el índice inflacionario que aporta a la TMARC está en 4.84 puntos porcentuales.

La TMARC es igual a 17,33%, y es la tasa mínima que debería producir el proyecto para ser aceptado, la misma que incluye el costo ponderado de capital propio y del capital financiado más la inflación. Si se descuentan los flujos anuales a la TMARC podrían ocurrir 3 escenarios:

1. Si el VAN es mayor a cero significa que la tasa interna de retorno (TIR), es superior a la TMARC por lo que el proyecto debería ser aceptado.

2. Si el VAN fuere igual a cero significa que la TIR y la TMARC son iguales

3. Si el VAN fuere menor a cero significa que la TIR es menor a la TMARC y el proyecto debería negarse.

Con la tasa de descuento del 17,33% la empresa tendrá un VAN NETO positivo que demuestran la recuperación de la inversión y arroja una Tasa Interna Retorno del 27,32% superior en 10 puntos a la taza exigida por el proyecto y los inversionistas.

**CUADRO 66**

**CÁLCULO DEL VAN**

| CÁLCULO | 1/(1+0.1) | 1,1733 |
|---|---|---|
| **FLUJO NETO DE BENEFICIOS** | **TASA DE DESCUENTO** | **FLUJO DESCONTADO** |
| -108.548,90 | 1 | -108.548,90 |
| 42.525,66 | 0,85230 | 36.244,49 |
| 23.545,65 | 0,72641 | 17.103,80 |
| 22.340,80 | 0,61912 | 13.831,57 |
| 19.484,60 | 0,52767 | 10.281,47 |
| 141.876,93 | 0,44973 | 63.806,72 |
| **VAN** | | **32.719,14** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

### 5.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO TIR

"La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero."[43]

Para calcular la TIR se utilizará el método de interpolación, para lo cual se debe calcular dos VAN; es decir uno de valor negativo y otro de valor positivo con sus respectivas tasas de descuento. Luego se aplica la fórmula de interpolación.

**CUADRO 67**

**CÁLCULO DE LA TIR**

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **CÁLCULO** | **1/(1+0.60)** | **1,26** | **CÁLCULO** | **1/(1+0.61)** | **1,28** |

| FLUJO NETO DE BENEFICIOS | TASA DE DESCUENTO | FLUJO DESCONTADO AL 26% | TASA DE DESCUENTO | FLUJO DESCONTADO AL 28% | TASA DE DESCUENTO TIR | FLUJO DESCONTADO A LA TIR |
|---|---|---|---|---|---|---|
| -108.548,90 | 1 | -108.548,90 | 1 | -108.548,90 | 1 | -108.548,90 |
| 42.525,66 | 0,79365 | 33.750,52 | 0,78125 | 33.223,17 | 0,78537 | 33.398,40 |
| 23.545,65 | 0,62988 | 14.830,97 | 0,61035 | 14.371,12 | 0,61681 | 14.523,12 |
| 22.340,80 | 0,49991 | 11.168,30 | 0,47684 | 10.652,92 | 0,48442 | 10.822,37 |
| 19.484,60 | 0,39675 | 7.730,53 | 0,37253 | 7.258,58 | 0,38045 | 7.412,93 |
| 141.876,93 | 0,31488 | 44.674,43 | 0,29104 | 41.291,62 | 0,29879 | 42.392,09 |
| **VAN** | | **3.605,85** | | **-1.751,49** | | **0,00** |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

[43] Ibid, p.83.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **FÓRMULA** | = | **tm +(tM-tm)** | **VAN tm / VAN tm + VAN tM** | |
| | = | 0.26+(0.28-0.26) | 3605,85 / 5357,34 | |
| | = | 0,26 | 0,02 | 0,673067329 |
| | = | 0,26 | 0,01346135 | |
| | = | **27,34613466%** | | |

Este proyecto es de largo alcance justamente por el tipo de inversión que se realiza; sin embargo se presenta rentable, porque otorga a sus inversionistas una Tasa de Retorno del 27,34613466%. Cabe recalcar que el negocio de la hotelería y el turismo son muy rentables y sacrificados también, puesto que para entregar un servicio de calidad y exclusivo se debe dedicar feriados, fines de semana, festividades, etc. Para explotar las oportunidades turística que se generan y a cambio obtener gran rentabilidad.

### 5.9.3. BALANCE GENERAL PROYECTADO

**CUADRO 68**
**BALANCE GENERAL**
**HOSTERÍA "EL REFUGIO"**
**PACÍFICA HOSTERÍA DE CRUCITA S.A**

| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **ACTIVOS** | | | | | | |
| **ACTIVO CORRIENTE** | | | | | | |
| Bancos | 45.915,29 | 88.440,95 | 111.986,60 | 134.327,40 | 153.811,99 | 170.608,59 |
| **TOTAL ACTIVOS CORRIENTES** | **45.915,29** | **88.440,95** | **111.986,60** | **134.327,40** | **153.811,99** | **170.608,59** |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **ACTIVO NO CORRIENTE** | | | | | | |
| | Terrenos | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 |
| | Edificios | 134.559,92 | 134.559,92 | 134.559,92 | 134.559,92 | 134.559,92 | 134.559,92 |
| - | Depreciación Edificio | | 6728,00 | 13455,99 | 20183,99 | 26911,98 | 33639,98 |
| | Maquinaria y Equipo | 14.655,29 | 14.655,29 | 14.655,29 | 14.655,29 | 14.655,29 | 14.655,29 |
| - | Depreciacion Maquinaria y Equipo | | 1465,529 | 2931,058 | 4396,587 | 5862,116 | 7327,65 |
| | Muebles y Enseres | 33.105,50 | 33.105,50 | 33.105,50 | 33.105,50 | 33.105,50 | 33.105,50 |
| - | Depreciación Muebles y Enseres | | 3310,55 | 6621,1 | 9931,65 | 13242,2 | 16552,75 |
| | Equipo de Computación | 6.570,00 | 6.570,00 | 6.570,00 | 6.570,00 | 6.570,00 | 6.570,00 |
| - | Depreciación Equipo Oficina | | 2190,00 | 4380,00 | 6570,00 | 6570,00 | 6570,00 |
| | Equipo de Oficina | 560,00 | 560,00 | 560,00 | 560,00 | 560,00 | 560,00 |
| - | Depreciación Equipo Computo | | 56,00 | 112,00 | 168,00 | 224,00 | 280,00 |
| | | | | | | | |
| | Gastos de Constitución | 2.000,00 | 1.600,00 | 1.200,00 | 800,00 | 400,00 | - |
| | Permisos de Funcionamiento | 556,68 | 445,34 | 334,01 | 222,67 | 111,34 | - |
| | Impuestos y Contribuciones | 1.740,40 | 1.392,32 | 1.044,24 | 696,16 | 348,08 | - |
| | Honorarios Profesionales (Abogado) | 672,80 | 538,24 | 403,68 | 269,12 | 134,56 | - |
| | Estudio de Factibilidad Técnica | 807,36 | 645,89 | 484,42 | 322,94 | 161,47 | - |
| | Honorarios Profesionales (Arquitecto) | 17.405,66 | 13.924,53 | 10.443,40 | 6.962,26 | 3.481,13 | - |
| | **TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES** | **242.633,61** | **224.246,96** | **205.860,30** | **187.473,65** | **171.276,99** | **155.080,34** |
| | **TOTAL ACTIVOS** | **288.548,90** | **312.687,90** | **317.846,90** | **321.801,04** | **325.088,98** | **325.688,92** |
| | **PASIVO** | | | | | | |
| | **PASIVO CORRIENTE** | | | | | | |
| | Documentos por Pagar CP | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | **PASIVO NO CORRIENTE** | | | | | | |
| | Documentos por Pagar LP | 180.000,00 | 159.650,35 | 126.144,60 | 88.687,45 | 46.812,90 | - |
| | **TOTAL PASIVO** | **180000,00** | **159650,35** | **126144,60** | **88687,45** | **46812,90** | **0,00** |
| | **PATRIMONIO** | | | | - - | | |
| | Capital Social | 108548,90 | 108.548,90 | 108.548,90 | 108.548,90 | 108.548,90 | 108.548,90 |
| | RESERVA LEGAL 10% | | 5.143,20 | 4.469,91 | 4.787,43 | 5.221,10 | 5.481,25 |
| | **RESERVA LEGAL 10% EJERCICIOS ANTERIORES** | | | 5.143,20 | 9.613,11 | 14.400,54 | 19.621,64 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | UTILIDAD RETENIDA | | 39.345,46 | 34.194,83 | 36.623,86 | 39.941,39 | 41.931,58 |
| | **UTILIDAD RETENIDA EJERCICIOS ANTERIORES** | | | 39.345,46 | 73.540,29 | 110.164,15 | 150.105,54 |
| | **TOTAL PATRIMONIO** | **108548,90** | **153037,56** | **191702,30** | **233113,60** | **278276,09** | **325688,92** |
| | **TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO** | **288548,90** | **312687,90** | **317846,90** | **321801,04** | **325088,98** | **325688,92** |

### 5.9.4. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

**"**La relación Beneficio/costo está representada por la relación: Ingresos / Egresos. En donde los Ingresos y los Egresos deben ser calculados utilizando el VAN de acuerdo al flujo de caja"[44]

**CUADRO 69**

**CÁLCULO DEL VAN BENEFICIOS**

| | | |
|---|---|---|
| **CÁLCULO** | **1/(1+0.1)** | **1,1733** |

**CÁLCULO DEL VAN**

| | FLUJO NETO DE BENEFICIOS | TASA DE DESCUENTO | FLUJO DESCONTADO |
|---|---|---|---|
| | | 1 | - |
| | 478.033,20 | 0,85230 | 407.426,23 |
| | 497.951,25 | 0,72641 | 361.716,80 |
| | 517.869,30 | 0,61912 | 320.621,73 |
| | 537.787,35 | 0,52767 | 283.775,11 |
| | 557.705,40 | 0,44973 | 250.818,46 |
| | **VAN** | | **1.624.358,34** |

[44] http://www.gestiopolis.com

**CÁLCULO DEL VAN EGRESOS**

| CÁLCULO | 1/(1+0.1) | 1,1733 |
|---|---|---|

**CÁLCULO DEL VAN**

| | FLUJO NETO DE EGRESOS | TASA DE DESCUENTO | FLUJO DESCONTADO |
|---|---|---|---|
| | - | 1 | - |
| | 399.451,12 | 0,85230 | 340.450,97 |
| | 430.531,75 | 0,72641 | 312.742,60 |
| | 445.660,66 | 0,61912 | 275.916,13 |
| | 459.037,77 | 0,52767 | 242.221,19 |
| | 475.031,90 | 0,44973 | 213.637,47 |
| | VAN | | 1.384.968,36 |

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{VAN BENEFICIOS}}{\text{VAN EGRESOS}}$$

$$= \frac{1.624.358,34}{1.384.968,36}$$

$$= 1,17284870$$

La relación Costo - Beneficio (R B/C), calculada indica que el proyecto es viable, en virtud de que el resultado obtenido es mayor a 1.

## 5.10. MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE NO TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO A TRAVÉS DEL TIEMPO

### 5.10.1. MEDIDAS DE RENTABILIDAD

- **Margen Neto de Utilidad.-** Calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los intereses e impuestos. Se usa comúnmente para medir el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas.

| Margen de Utilidad | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Utilidad Neta** | = | 46.288,77 | 40.229,21 | 43.086,90 | 46.989,87 | 49.331,28 |
| **Ventas** | | 478.033,20 | 497.951,25 | 517.869,30 | 537.787,35 | 557.705,40 |
| **Margen Neto de Utilidad** | = | 0,10 | 0,08 | 0,08 | 0,09 | 0,09 |
| **Margen Neto de Utilidad** | = | **10%** | **8%** | **8%** | **9%** | **9%** |

Este indicador mide el porcentaje que está quedando a los propietarios por operar la empresa. El resultado indica que por cada dólar de ventas $0.10, $0.08, $0.08, $0.09 y $0.09 centavos de dólar es para los accionistas en el primer, segundo, tercero, cuarto y quinto año respectivamente.

- **Rendimiento sobre el capital.-** Estima el rendimiento obtenido de la inversión de los accionistas en la empresa. Cuanto mayor sea el rendimiento mejor para los accionistas.

| Rendimiento sobre el Capital | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Utilidad Neta** | = | 46.288,77 | 40.229,21 | 43.086,90 | 46.989,87 | 49.331,28 |
| **Patrimonio** | | 153.037,56 | 191.702,30 | 233.113,60 | 278.276,09 | 325.688,92 |
| **Rendimiento sobre el capital** | = | 0,30 | 0,21 | 0,18 | 0,17 | 0,15 |
| **Rendimiento sobre el capital** | = | **30%** | **21%** | **18%** | **17%** | **15%** |

Este indicador mide la rentabilidad que están obteniendo los inversionistas. El resultado nos presenta que los socios obtendrán una utilidad del 0.30, 0.21, 0.18, 0.17 y 0.15 del valor de sus aportaciones en el primer, segundo, tercero, cuarto y quinto año respectivamente.

- **Período de Recuperación del Capital._** Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

| **Período de Recuperación del Capital** | | | |
|---|---|---|---|
| **AÑO 1 -2-3-4** | | | |
| 107.896,70 | **CAPITAL SOCIAL** | **108.548,90** | |
| **Utilidad año 5** | 141.876,93 | **12** | **MESES** |
| **Valor para completar toda la Inversión** | 652,20 | | |
| (652,20*12/141.876,93) | = | **0,05516347** | **MESES** |

| **Cálculo del número de días** | | |
|---|---|---|
| Tomar la parte decimal | | **0,05516347** |
| Multiplicar por el número de días de un mes | | |
| (0,05516347*30) | = | **1,6549041** |

| **Respuesta** | **4años** | **0 meses** | **1 día** |
|---|---|---|---|

La inversión que fue prestada por el Banco Nacional de Fomento y los intereses respectivos se cancela en los 5 primeros años. Se estima que la inversión faltante, es decir, el valor entregado por los accionistas que es el Capital Social, se recupera en 4 años, 0 meses y 1 día.

- **Rendimiento sobre los activos.-** Indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas, determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles; también conocido como rendimiento sobre la inversión.

| Rendimiento sobre los Activos Fijos y Diferidos | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Utilidad Neta** | = | 46.288,77 | 40.229,21 | 43.086,90 | 46.989,87 | 49.331,28 |
| **Activos Totales** | | 312.687,90 | 317.846,90 | 321.801,04 | 325.088,98 | 325.688,92 |
| **Rendimiento sobre los activos** | = | 0,15 | 0,13 | 0,13 | 0,14 | 0,15 |
| **Rendimiento sobre los activos** | = | **15%** | **13%** | **13%** | **14%** | **15%** |

Este indicador da una idea del rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión.

## 5.10.2. RAZONES DE SOLVENCIA A LARGO PLAZO O APALANCAMIENTO

- **Razón de Deuda Total o de Endeudamiento.-** Este indicador que tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.

**Razón de Deuda Total o de Endeudamiento**

$$\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}} = \frac{159.650,35}{312.687,90}$$

**R. Endeudamiento** = 0,51

**R. Endeudamiento** = **51%**

Esta razón financiera mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. En este caso indica que el 51% del total de la inversión (activos totales) ha sido financiada con recursos de terceros (endeudamiento)

### 5.10.3. RAZÓN DE SOLIDEZ

$$\frac{\textbf{Activos Totales}}{\textbf{Pasivos Totales}} = \frac{312.687,90}{159.650,35} = \textbf{1,96}$$

Este indicador presenta que por cada dólar que tiene como obligación, tiene ese dólar para cubrirlo y un excedente de 0.96.

# CAPÍTULO VI

## 6. ESTUDIO DE IMPACTO

El estudio de impacto trata todos los temas ambientales de manera conjunta con los factores económicos y sociales que podría incurrir en un proyecto, es la investigación más eficiente y estrictamente necesaria para la preservación de los recursos naturales, para la defensa y control del medio ambiente.

En la toma de decisiones sobre los proyectos tiene incidencia importante la variable ambiental porque de ella dependerá la conservación del medio ambiente esta es la forma más eficaz para evitar las agresiones contra la naturaleza.

Este estudio para la creación de Hostería “El Refugio” proporcionará una mayor viabilidad y confianza en las decisiones que deban adoptarse, permitirá tomar la mejor alternativa que salvaguarde los intereses generales desde una perspectiva global e integral y teniendo en cuenta todos los efectos derivados de la actividad proyectada.

Por lo tanto para el desarrollo de este proyecto se determinará el impacto que causaría crear a Hostería “El Refugio” en tres áreas importantes:

1) Ambiental

2) Social

3) Económico

Para poder analizar de forma adecuada el impacto en dichas áreas se recurrirá al uso de una MATRIZ DE IMPACTOS, esta matriz constará de ciertos indicadores adecuados al entorno para evaluar las tres áreas. Los criterios de esta matriz son los siguientes:

- -3 impacto alto negativo
- -2 impacto medio negativo
- -1 impacto bajo negativo,
- 0 no hay impacto (no causa efecto alguno)
- 1 impacto bajo positivo
- 2 impacto medio positivo
- 3 impacto alto positivo.

Después de la calificación asignada a cada área se procede a la suma y se promedia por el número de indicadores establecidos.

## 6.1. IMPACTO AMBIENTAL

"Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos."[45]

[45] FERNÁNDEZ Vitoria .Guía Metodológica para la Evaluación de Impacto Ambiental. Ediciones Mundi – Prensa. Madrid. 2002, 120 páginas, p (10).

En el caso de este proyecto representa los efectos que pueda causar la creación de Hostería “El Refugio” en Crucita, región de la costa manabita ecuatoriana.

**CUADRO 70**

**IMPACTO AMBIENTAL**

| NIVELES DE IMPACTO INDICADOR | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Purificación del Aire | | | | X | | | |
| Contaminación del suelo | | | | X | | | |
| Contaminación visual | | | | | | | X |
| Manejo de desechos | | | | | | | X |
| Materiales de Construcción | | | | | | | X |
| Alteración del ruido y vibración | | | X | | | | |
| Emisiones gaseosas | | | X | | | | |
| **TOTAL** | | | **-2** | **0** | | | **9** |

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{7}{7}$$

$$= 1$$

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

El resultado es 1, quiere decir que el impacto producido por el desarrollo del proyecto es de bajo positivo. El análisis se muestra a continuación:

**Purificación del Aire.** Para la construcción de la infraestructura de Hostería “El Refugio” se implantará métodos de control para reducir el nivel de impacto durante la ejecución.

Y para disminuir la contaminación ambiental con la visita de los turista a la hostería y sus alrededores se implantará una cultura ecológica protectora, amigable y moderna, para absolutamente todos los involucrados como son: Turistas, personal, proveedores y todos los participantes que integren en el normal funcionamiento de la hostería.

Esta planificación irá desde la eficiente clasificación de desechos para el reciclaje hasta la concientización del cuidado y protección del medio ambiente que nos rodea en el sector; lugares de extrema belleza como: El Mirador La Loma, El Estuario La Boca, El Océano Pacifico que por su condición natural debe ser un compromiso serio del proyecto su conservación.

**Contaminación del Suelo.** su afectación será mínima, es un espacio que no ha sido intervenido pero para la remoción de tierra, limpieza y construcción del edificio se implantará métodos de control para reducir el nivel de impacto durante la ejecución para provocar el mínimo impacto posible hasta su culminación.

**Contaminación Visual.** Hostería “El Refugio” es una hostería netamente ecológica adornada con jardines de colores expresivos, agradables senderos, armoniosas áreas verdes; toda la periferia de la hostería cuenta también con áreas verdes y exuberante naturaleza propia de la región, que sin duda mejorará la calidad visual, paisajística y complementa el entorno de Crucita al integrar al ser humano- turista en equilibrio con la naturaleza.

En cuanto a la señalización; la hostería presentarán todos los tipos de señalización requeridos: vertical, horizontal e informativa, los cuales se ubican en áreas estratégicas. Dentro de este punto se debe tomar en cuenta la publicidad que se va a emplear para promocionar el proyecto y los servicios integrales que posee.

En la etapa de introducción y hasta logra el posicionamiento de Hostería “El Refugio” la publicidad a emplearse será agresiva; sin embargo la colocación de las pancartas, vallas, póster y demás se la realizará en forma respetuosa de acuerdo a las disposiciones reglamentarias y legales pertinentes.

**Manejo de Desechos.** Se mencionan los desechos sólidos domésticos, desechos líquidos.

Para el manejo de desechos sólidos domésticos, todos ellos serán entregados a camiones de recolección de basura municipales.

Para el manejo de desechos líquidos producidos por la ocupación de baterías sanitarias, lavabos entre otros; serán canalizados hacia el sistema de alcantarillado.

La hostería contará con un sistema de control de desechos como es la eficiente clasificación de votes de basura por colores, para la reclasificación eficiente de los desechos comunes que se pueden producir en las operaciones; esto por todas las áreas de la hostería.

**Materiales de Construcción.** En el proceso de construcción de la Hostería “El Refugio” se producirá una cantidad de desechos que serán manejados y ubicados donde lo ha dispuesto la alcaldía manabita o gestores autorizados.

**Alteración del Ruido y Vibración.** Las fuentes generadoras de ruido y vibraciones se generarán en el momento de la construcción y estos pueden ser: El motor de la maquinaria usada para la construcción propiamente, el funcionamiento del generador eléctrico, el compresor, entre otros.

Sin embargo el ruido y las vibraciones se ocasionarán sólo al inicio en la construcción y para disminuir este impacto el arquitecto responsable de la obra cumplirá con métodos de control para disminuirlos.

**Emisiones Gaseosas.** En nuestro país gracias a los inexistentes planes de control ambiental respiramos aire contaminado producto de las emisiones tóxicas ocasionadas, en su mayoría por el sector del transporte; sin embargo los proyectos que ofrecen los servicios de alimentos y bebidas generan también emisiones de gases producidos en las cocinas; son gases son de bajo impacto ya que su cantidad es mínima pero existe reglas y procedimientos con los que el proyecto deberá cumplir para minimizar el impacto en el medio ambiente.

## 6.2. IMPACTO SOCIAL

Son todos los efectos que puede causar la implementación de un proyecto en el entorno social de una comunidad y en la mentalidad de sus habitantes

**CUADRO 71**
**IMPACTO SOCIAL**

| NIVELES DE IMPACTO<br>INDICADOR | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Calidad de vida en la región | | | | | | | X |
| Generación de empleo | | | | | | | X |
| Impulso y seguridad para el sector | | | | | | | X |
| Calidad del servicio | | | | | | | X |
| Disminución del stress | | | | | | | X |
| **TOTAL** | | | | | | | **15** |

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{15}{5}$$

$$= 3$$

**Fuente: Investigación de Campo**
**Elaborado: La Autora**

El resultado de 3 quiere decir que el impacto producido por el desarrollo del proyecto es alto positivo. El análisis se muestra a continuación:

**Calidad de Vida en la Región.** La instalación o ampliación de una empresa turística en Crucita genera beneficios en la comunidad, porque aumenta la visita de turistas en el sector y por ende aumenta el gasto turístico económico de los viajeros, todo esto a favor de los prestadores de servicios; así se reactiva la economía y esto aumenta el poder adquisitivo de los habitantes para satisfacer sus necesidades.

**Generación de Empleo.** Hostería "El Refugio" será un proyecto que generará empleo en su instalación y funcionamiento, todo el personal necesario será seleccionado de la oferta laboral que existe en toda la Región Costa Manabita del Ecuador. Se procederá además a capacitar a todo el personal antes del arranque de las operaciones aprovechando los beneficios que ofrece el Ministerio de Turismo de Manabí en pos de generar un turismo competitivo y sostenible.

**Impulso y Seguridad para el Sector.** La creación de este proyecto impulsará para el reconocimiento nacional e internacional de Crucita no solo como un lugar donde se puede realizar turismo de Sol y Playa y pesca artesanal, si no como un lugar de incalculable belleza que posee todos los beneficios para practicar los turismos de: Retiros, aventura, deportes extremos, relajación, convecciones, tercera edad y demás nuevas experiencias que se puede realizar.

En cuanto a la seguridad el proyecto cumplirá con todos los parámetros de seguridad que exige la Dirección Nacional de Protección Ambiental en el Plan de Manejo Ambiental.

A más de ello; los planes de contingencia, el plan de relaciones comunitarias, los talleres de seguridad industrial, primeros auxilios, iluminación eficiente en horas de la noche y con la presencia de guardias otorgando así la seguridad y un buen ambiente en el sector.

**Calidad en el Servicio.** Hostería "El Refugio" tiene como compromiso entregar a sus huéspedes servicios de calidad, exclusivos, distintivos, competitivos e integrales. Es la misión y la razón de ser de la hostería, de esta manera se garantiza que a través de la satisfacción de las necesidades del turista exista fidelidad en los mismos; consecuentemente se asegura el rendimiento y crecimiento económico de la empresa y por ende del sector.

**Disminución del Stress.** En la actualidad a nivel mundial tenemos un problema social grave que afecta a nuestra salud mental y física, que va en incremento del cual lamentablemente todos estamos en la capacidad de adquirirlo y que deteriora nuestra vida con enfermedades graves como el cáncer.

El estrés es una enfermedad que ya no afecta solo a países desarrollados, donde la vida se volvió una lucha constante, apurada y cotidiana, sino que también hoy por hoy en países como el Ecuador igualmente se sufre de sus síntomas y reacciones

Y es allí donde el servicio de Hostería "El Refugio" juega un papel importante; pues cumplirá con la misión de generar armonía, unión familiar, equilibrio y liberación espiritual, deporte y aventura; será un refugio de infinita energía para renovar el espíritu y el alma, la mejor opción al momento de escapar del stress.

## 6.3. IMPACTO ECONÓMICO

**CUADRO 72**

**IMPACTO ECONÓMICO**

| NIVELES DE IMPACTO<br>INDICADOR | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Actividad Comercial | | | | | | | X |
| Incremento de Inversiones nacionales y extranjeras | | | | | | | X |
| Activación de otras actividades económicas | | | | | | | X |
| Reactivación de la competencia existente | | | | | | X | |
| Distribución del ingreso | | | | | | | X |
| **TOTAL** | | | | | | **2** | **12** |

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{14}{5}$$

$$= 2.8$$

**Fuente: Investigación de Campo**

**Elaborado: La Autora**

Son todos los efectos que causa la ejecución de un proyecto en la economía de un determinado entorno, estos efectos pueden ser macroeconómicos o microeconómicos dependiendo el área en el que se vaya a desarrollar.

El resultado de 2.8 quiere decir que el impacto producido por el desarrollo del proyecto es alto positivo. El análisis se muestra a continuación:

**Actividad Comercial.** La creación de la hostería propiciará el incremento de la actividad económica de la región y demás cantones y provincias costeras manabitas ya que para su normal funcionamiento, el proyecto requerirá varios recursos como son: energía eléctrica, internet, agua potable, materiales de construcción, y suministros en general; también deberá elegir de los proveedores existentes los mejores en cuanto a calidad y precio.

A más de ello la hostería beneficiará directamente a los hogares de los empleados tanto de planta como los eventuales e indirectamente un gran número de familias, a través de las alianzas con los prestadores de servicios de la región. Generará además oportunidades económicas para la gente involucrada en el desarrollo de actividades turísticas, proveedores de insumos y servicios turísticos.

**Incremento de Inversiones Nacionales y Extranjeras.** Un impacto económico del turismo son las inversiones sobre todo en el tema inmobiliario, edificaciones desarrolladas principalmente para satisfacer la demanda turística habitacional; así se propicia la competencia y el atractivo estímulo para el ingreso de las inversiones tanto nacionales como extranjeras al ver un atrayente y seguro retorno de la inversión.

También se desarrolla el incremento de iniciativas turísticas locales en el borde costero y todas estas consecuencias son sin duda un beneficio invaluable para el desarrollo económico del proyecto y por ende de Crucita.

**Activación de otras Actividades Económicas.** La instalación de un negocio en un entorno genera mayor actividad económica, es el caso de la creación de la Hostería “El Refugio”, porque habrá un incremento de las visitas turísticas, no solo hacia la hostería sino hacia los bares, restaurantes, tiendas, boutiques, gasolineras, heladerías, etc.

La hostería generará beneficios en forma indirecta reactivando varias actividades económicas a la vez por estar verdaderamente involucrados en el desarrollo de actividades turísticas.

**Reactivación de la Competencia Existente.** El ingreso de Hostería “El Refugio” al mercado producirá cambios positivos en las estructuras de mercado existentes, porque generará competitividad y reactivará a las economías existentes, al ver que ingresa esta hostería integral se verá obligada la competencia a invertir en mejoras y a volverse más profesionales para subsistir en el medio turístico y esto también es beneficio para el desarrollo.

**Distribución del Ingreso.** Hostería “El Refugio” en Crucita generará varios beneficios económicos, entre otros impulsará a la misma sociedad quiteña ha generar más recursos para disfrutar de los atractivos turísticos que ofrece toda la franja costera manabita; así los fondos se quedara en esta zona, repartidos de acuerdo a las tendencias y preferencias que hayan tenido los viajeros para sus adquisiciones.

A su vez generará en los turistas un alto grado de satisfacción personal y emocional al haber experimentado el turismo sostenible de la región y los servicios integrales de la hostería.

# CONCLUSIONES

- HOSTERÍA “EL REFUGIO” como un representante de la prestación de servicios turísticos y hoteleros del sector de Crucita tiene el compromiso de facilitar todos los recursos necesarios para que las diferentes actividades turísticas se desarrollen con efectividad, alta calidad y prestigio; la integración de este proyecto al sector generará un impulso óptimo y seguro para cubrir las necesidades de infraestructura turística que tiene Crucita y para el despunte económico que necesita la región.

- El servicio turístico ha incrementado su participación en los últimos años en el país; pero existen nuevos conceptos de turismo como son: Deporte y aventura, ecológico, retiro, tercera edad, descanso, reencuentros, convenciones, que al explotarlos permiten tener y practicar en turismo sostenible y competitivo.

- De acuerdo a la investigación realizada en el Estudio de Mercado el universo para este proyecto es de 492.622 personas, población económicamente activa de la ciudad de Quito que mantiene un ingreso superior a los $1.500,00, esto corresponde según la encuestadora ADVANCE al 22% de la población que El INEC presenta en sus estadísticas de censo. Actualmente la población quiteña es de 2´239.191 de habitantes entre hombres y mujeres.

- En base a las proyecciones de demanda y oferta; se establece una demanda potencial insatisfecha de 37.657 turistas quiteños para el 2011 que va en aumento de acuerdo a las proyecciones realizadas para los siguientes años. Cabe mencionar que este es un nuevo servicio turístico integral en el mercado de turismo costero manabita, por lo tanto la demanda real es también la demanda insatisfecha.

- El análisis del estudio de mercado, constató mediante las encuestas realizadas que el posicionamiento que tiene en la actualidad Crucita, es una playa tradicional que es visitada en familia; este análisis genera una oportunidad al ver que podemos atacar otros mercados y persuadir a los turistas para visitar el Cantón también con amigos con la pareja y con las mascotas, este puede ser una fortaleza para la hostería si se brinda el servicio de hospedaje con mascotas; cada vez se hace más necesario facilitar esta comodidad para los turistas amantes de sus mascotas.

- Se obtuvo marcados gustos en el desarrollo de las encuestas, los jóvenes se inclinan por realizar ejercitación física y los adultos y tercera edad por ejercitar el espíritu y el alma, los empresarios consideran importante la competencia (trabajo en equipo), entretenimiento y diversión, por esta razón el proyecto instituirá paquetes turísticos de acuerdo a la edad, afición y la tendencia de los turistas de libre elección.

- Hostería El Refugio tiene una estructura organizacional piramidal conformada por personal capacitado que colaborará para lograr la satisfacción de cada uno de los huéspedes; de esta manera existirá un óptimo control del personal, además contará con manuales de: procedimientos administrativos, descripción de puestos y perfiles, con el objetivo de implantar una cultura de servicio exclusivo y personalizado.

- HOSTERÍA “EL REFUGIO” cuenta con ciertas normas y principios que deben ser respetados por cada uno de los miembros de la empresa, además el aspirante al cargo se debe ajustar a un perfil predispuesto.

- Este proyecto se presenta altamente rentable, porque otorga a sus inversionistas una tasa de retorno del 27,328434%, cabe recalcar que este proyecto es de largo alcance justamente por el tipo de inversión que se realiza.

- Para la instalación el proyecto cuenta con la planificación de un crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento por el valor de $180.000,00, es decir, el 62% del financiamiento de la inversión y a su vez; cuatro señores accionistas aportarán un capital propio de $27.137,23 cada uno, esto suma la cantidad de $108.548,90 es decir, el 38% del financiamiento de la inversión restante.

- La TMARC es igual a 17.33%, y es la tasa mínima que debería producir el proyecto para ser aceptado. El VAN es mayor a cero significa que la tasa interna de retorno (TIR), con 27.137,23% es superior a la TMARC con 10 puntos, por lo que el proyecto debería ser captado.

- En la investigación financiera se obtuvo un alto nivel de rentabilidad, porque son giros de negocios que atraen mucho capital turístico, sin embargo también generan un alto nivel de sacrificio. Se pudo establecer además, gracias a las razones e índices financieros que el proyecto es rentable, factible y aceptable para realizar la inversión.

- El proyecto de factibilidad para la creación de HOSTERÍA “EL REFUGIO” en el Cantón Crucita se considera viable ya que producirá efectos positivos tanto en el ámbito social como en los ámbitos económico y ambiental.

- La creación de la hostería propiciará el incremento de la actividad económica de la región y demás cantones y provincias costeras manabitas ya que para su normal funcionamiento, el proyecto requerirá de varios recursos necesarios para el normal funcionamiento.

- Hostería “El Refugio” generará mayores ingresos para el sector gracias al gasto turístico, los fondos se quedara en Crucita y serán repartidos de acuerdo a las tendencias y preferencias que hayan tenido los viajeros para sus adquisiciones.

- Un impacto económico adicional de la hostería será propiciar las inversiones sobre todo en el tema inmobiliario, edificaciones desarrolladas principalmente para satisfacer la demanda turística habitacional, además se crea competencia y el atractivo estímulo para el ingreso de las inversiones tanto nacionales como extranjeras.

- Hostería “El Refugio” será un proyecto que generará empleo en su instalación y funcionamiento, todo el personal necesario será seleccionado de la oferta laboral que existe en toda la Región Costa Manabita del Ecuador.

## RECOMENDACIONES

- Implementar el proyecto de la creación de Hostería “El Refugio”, puesto que se considera viable y producirá efectos positivos en los ámbitos social, económico y ambiental.

- Para contrarrestar las barreras de ingreso se debe realizar una campaña intensiva de publicidad, el mismo que informe el tipo de servicio que ofrece y las ventajas comparativas, competitivas y distintivas que tiene Hostería “El Refugio” en el mercado turístico y de hospedaje que tiene el Ecuador.

- Actualmente el proyecto competirá en el mercado turístico con el 24% de participación, se recomienda incrementar cada año mediante Estrategias de Mercado el nivel de participación de este negocio frente a la competencia y el aumento de la captación de la demanda para obtener mayores rendimientos financieros.

- Es recomendable asegurar las relaciones públicas con la comunidad y con los prestadores del servicio turístico nacional e internacional con el fin de obtener colaboración, apoyo y compromiso para el desarrollo económico de la hostería.

- Se recomienda demás capacitar a todo el personal antes del arranque de las operaciones, aprovechando los beneficios que ofrece el Ministerio de Turismo de Manabí en pos de generar un turismo competitivo y sostenible.

- Promulgar la práctica de manejo de desechos, conservación de las áreas naturales, cuidado de la flora y fauna como parte de la cultura de la Hostería “El Refugio”, para contribuir con la conservación del medio ambiente.

- Los impactos que genera el proyecto son en su mayoría positivos, más aún siempre se debe tomar en consideración un alto nivel de colaboración y comunicación con la comunidad para obtener contribución y apoyo; con una fluida comunicación se puede implementar una cultura de protección al medio ambiente entre la comunidad, los trabajadores y los huéspedes que nos visitarán, así se asegura y minimiza el impacto ambiental que puede ocasionar el turismo.

# BIBLIOGRAFÍA


- Bayona, Cecy, et al. Tesis. Propuesta de un plan de mercadeo para el desarrollo de la mediana industria hotelera. A.M.S.S. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1996.

- Galdamez Salazar, Juana Alcira, et al. Tesis. Evaluación de los hoteles de lujo y 1ª clase de A.M.S.S. a través del FODA, Para conocer el nivel de competitividad en el mercado. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1996.

- ZURITA M. Grace. Publicidad y Promoción. Edición Personal. Quito –Ecuador. 2007.

- Herrera Cáceres, Cora Lisseth, et al. Tesis. Evaluación de la función gerencial hotelera como Apoyo al desarrollo turístico en El Salvador. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1996.

- THOMPSON Arthur y Strickland A. J. III. Administración Estratégica Conceptos y Casos. 11va. Edición. Mc Graw Hill. 2001.

- Kotler, Philip; Bowen, John; Makens, James. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Prentice Hall. México.1997

- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. Marketing. 8ª. Editorial Prentice Hall. México, D. F., 2001

- KOTLER Philip. Dirección de Marketing. Cámara D., Grande I., Cruz I., Edición del Milenio. Décima Edición. Pearson Educación S. A. Madrid – España. 2000.

- OROZCO J. Arturo. Investigación de Mercados. Concepto y Práctica. Grupo Editorial Norma. Bogotá - Colombia. 1999.

- McCarthy, Jerome E.; Perreault, William. Marketing: Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica. Décima Primera Edición. McGraw – Hill / Irwin. Bogotá. 1998.

- Muñoz Razo, Carlos. Cómo Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis. Prentice Hall. México. 2001.

- Rivera, Jorge Alberto, Et al. Tesis. La publicidad como estrategia efectiva para el crecimiento y desarrollo de la industria hotelera de la ciudad de la Palma. Universidad Tecnológica de El Salvador, Chalatenango, 2002.

- Proyecto Predecan "Fortalecimiento de las capacidades locales para la gestión integral del riesgo en el Cantón Portoviejo" Municipio de Portoviejo. 2008.

- SAPAG, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, Chile, 2000, p. 171

- Manual de Imagen Corporativa. Editorial Gustavo Giu S. A., Barcelona – España, 1991.

- OCHOA S. GUADALUPE. Administración Financiera. Editorial Mc Graw Hill. México 2001. 515

- BACA, Gabriel, Evaluación De Proyectos, México, Mc. Graw Hill, 2004

- FERNÁNDEZ Vitoria .Guía Metodológica para la Evaluación de Impacto Ambiental. Ediciones Mundi – Prensa. Madrid. España.


**Páginas Web**


- http://itt.ute.edu.ec/emprendimiento/plandetitulacion.pdf

- http://www.ramirezlinzan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=45:conozca-portoviejo&catid=3:newsflash

- http://aulavirtualinformatica.com/historia.html

- http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/25946-el-alas-delta-vuela-alto/

- http://www.eluniverso.com/2011/03/01/1/1447/un-vuelo-parapente-hermosas-playas-promocionan-manabitas.html

- http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/142726-la-farra-y-diversion-se-toman-la-playa-de-crucita/

- http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/86440-crucita-marginada/

- www.visitaecuador.com/index.php?hasta=180&codi_seccion=0&cod_seccion=4&codigo=aCvSZ84t

- http://www.tesis.ufm.edu.gt/50918/tesis.htm

- http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=71&l=es

- http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/perfil-del-turista-que-visita-ecuador-es-de-tercera-edad-456430.html

- http://www.marketing-free.com/articulos/plan-marketing.html

- http://www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html

- http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionClasificacionDeMercados

- http://www.elprisma.com/apuntes/curso.asp?id=10524

- http://www.marketing-xxi.com/marketing-mix-9.htm

- http://mercawidget.wordpress.com/2008/02/05/elementos-para-crear-una-imagen-corporativa-de-tu-empresa

- http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5131&Itemid=134

- http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-Gestion-Ambiental

# ANEXOS

# ANEXO # 1

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

**PARROQUIA: Crucita**

**ALOJAMIENTO**

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *Hostal* | | | | | | | | | | |
| 142 | REY DAVID | MIELES MIELES DAVID | | MALECON NORTE | SEGUNDA | 12 | 46 | 6 | 24 | 5 | 2340143 |
| 143 | VENECIA | CARRERA ALVAREZ PEDRO | | MALECON Y MATILDE CRUZATTY | SEGUNDA | 19 | 44 | 4 | 16 | 2 | 2340301 |
| 144 | EURO | CEDEÑO ZAMBRANO JESUS GERARDO | | MALECON, SECTOR LOS ARENALES | TERCERA | 22 | 49 | 5 | 20 | 4 | 2340336 |
| 145 | CRUZITA | BARCIA ALCIVAR GINA PATRICIA | | MALECON Y CALLE SUCRE | TERCERA | 12 | 27 | 7 | 28 | 4 | 2340068 |
| 146 | ROSITA | ZAMBRANO SALTOS MARGARITA | | MALECON S/N | TERCERA | 17 | 35 | 12 | 48 | 4 | 2340135 |
| 147 | TIO SAM | CEDEÑO VELEZ MARITZA DEL CARMEN | | MALECON, SECTOR LAS VEGAS | TERCERA | 12 | 32 | 12 | 48 | 4 | 2340135 |
| 148 | VISTA HERMOSA | CEDEÑO CEDEÑO LUIS ADAN | | MALECON Y CALLE MANUEL MERO | TERCERA | 28 | 48 | 16 | 64 | 6 | 2340008 |
| 149 | VOLADORES | TOBAR CORTEZ LUIS ALBERTO | | CALLE PRINCIPAL Y NUEVA LOJA | TERCERA | 15 | 24 | 6 | 24 | 4 | 2340200 |
| 150 | WASHINGTONG | BRITO CEDEÑO FLOR AZUCENA | | CALLE 62 S/N Y MALECON | TERCERA | 25 | 49 | 6 | 24 | 3 | 2340452 |
| | *Cabañas* | | | | | | | | | | |
| 151 | VISTAMAR | QUIROZ CEVALLOS ALFONSO OSWALDO | | CALLE 25 DE DICIEMBRE Y MALECON, LAS GILCES | TERCERA | 6 | 29 | 0 | 0 | 3 | 092183946 |
| | *Hosterìa* | | | | | | | | | | |
| 152 | *VELERO EL* | PALACIOS PINTO MIRTHA TERESA | | CALLE PRINCIPAL Y COSTA AZUL | SEGUNDA | 8 | 21 | 6 | 24 | 6 | 2340350 |
| 153 | CASA GRANDE | BRIONES DE MUÑOZ MIREYA | | MALECON Y CALLE DE LA IGLESIA | SEGUNDA | 50 | 112 | 17 | 68 | 11 | 2340133 |
| 154 | BALBOA | ERAZO ARGUELLO JONNY | | BALBOA Y MALECON | TERCERA | 26 | 75 | 0 | 0 | 3 | 2340302 |
| 155 | CABAÑITAS LAS | LOPEZ CAICEDO ALFREDO | | MALECON Y CALLE TIBURCIO MACIAS | TERCERA | 8 | 36 | 8 | 32 | 2 | 2340660 |
| | *Hotel* | | | | | | | | | | |
| 156 | BLUE OCEAN | ALCIVAR SALAZAR GINA EMPERATRIZ | | CDLA. BRISAS DEL MAR, CALLE 67 | SEGUNDA | 30 | 69 | 12 | 48 | 9 | 2340413 |
| 157 | HIPOCAMPO | MENDOZA ROMERO MARIA M. | | MALECON Y BAJADA DEL PARQUE | TERCERA | 31 | 74 | 10 | 40 | 5 | 2340167 |
| | *Hotel Residencia* | | | | | | | | | | |
| 158 | CASTILLO DORADO | REZABALA BENITEZ HECTOR | | VIA A LAS GILCES | TERCERA | 44 | 56 | 0 | 0 | 6 | 2340306 |
| | *Pensión* | | | | | | | | | | |
| 159 | HOTELIT | HOTEL ITALIA S.A. HOTELIT | MENDIETA CHINGA SILVIA | CALLE 25 DE JUNIO Y 25 DE MAYO | TERCERA | 11 | 22 | 5 | 20 | 4 | 2340298 |
| 160 | SOL ALONDRA | ARGUELLO VALDIVIESO IGNACIO | | JOSE CASTRO Y MALECON | TERCERA | 10 | 16 | 0 | 0 | 2 | 2340246 |
| 161 | MARQUEZ EL | CHINGA AGUIRRE PEDRO PABLO | | CALLE PORTOVIEJO Y MALECON | TERCERA | 7 | 14 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| | *Fuente de Soda* | | | | | | | | | | |
| 162 | YOVI BURGUER | MENDOZA RUIZ GULBER FERNANDO | | MALECON Y S/N BAJADA DE IGLESIA | TERCERA | 0 | 0 | 3 | 12 | 2 | 0 |
| | *Restaurante* | | | | | | | | | | |
| 163 | CASA DEL SURF LA | BARBERAN IGLESIAS MONICA MARIA | | MALECON, JUNTO A REST. LAS GAVIOTAS | SEGUNDA | 0 | 0 | 5 | 20 | 12 | 091768530 |
| 164 | ALAS DELTA | ZAMBRANO GARCIA MERCEDES | | MALECON | TERCERA | 0 | 0 | 25 | 100 | 5 | 2340107 |
| 165 | CANGREJITO PLAYERO EL | SANIN DE CARDONA BELEN | | MALECON | TERCERA | 0 | 0 | 14 | 56 | 5 | 2340226 |
| 166 | DELFIN EL | ERAZO ZAMBRANO YULY | | MALECON | TERCERA | 0 | 0 | 22 | 88 | 4 | 0 |
| 167 | THEMIRAGE | MEDINA HERRERA IVONNE TATIANA | | MALECON | TERCERA | 0 | 0 | 5 | 20 | 3 | 0 |
| 168 | ALEXANDER | DELGADO VEGA FABIAN ALEXANDER | | MALECON Y CALLE PORTOVIEJO | CUARTA | 0 | 0 | 6 | 24 | 4 | 2340154 |
| 169 | BRISAS DEL MAR | MENDOZA MENDIETA BLANCA VERONICA | | MALECON Y CALLE PORTOVEJO | CUARTA | 0 | 0 | 7 | 28 | 4 | 093832616 |
| 170 | CANCUN | MENDIETA CHICA JOSE | | MALECON Y CALLE MANABI | CUARTA | 0 | 0 | 15 | 60 | 5 | 2340164 |
| 171 | FELICIDAD LA | MEDRANDA SILVA RODRIGO ALEXIS | | SECTOR LA SEQUITA | CUARTA | 0 | 0 | 11 | 44 | 6 | 2615598 |
| 172 | FRIMAR | DELGADO DEMERA TEOBALDO | | CALLE PRINCIPAL, SALIDA A PORTOVIEJO | CUARTA | 0 | 0 | 4 | 16 | 2 | 2340023 |
| 173 | GARCIA | GARCIA COBEÑA LUIS | | MALECON | CUARTA | 0 | 0 | 6 | 24 | 6 | 097088687 |
| 174 | GAVIOTAS LAS | ESPINOZA ZAMBRANO JENNY | | MALECON Y 24 DE JUNIO | CUARTA | 0 | 0 | 21 | 84 | 4 | 2340038 |
| 175 | GRAN COCINA LA | ARGANDOÑA MOREIRA MONSERRATE | | MALECON Y 24 DE JUNIO | CUARTA | 0 | 0 | 4 | 16 | 2 | 0 |
| 176 | ISABEL | MONTENEGRO ZAMORA ISABEL | | MALECON Y CALLE 47 | CUARTA | 0 | 0 | 12 | 48 | 6 | 2340184 |
| 177 | MONSERRATE # 2 | PACHECO MATO SONIA MARIA | | MALECON Y CALLE MANABI | CUARTA | 0 | 0 | 7 | 28 | 3 | 2340136 |
| 178 | PALMITA | REYNA ZAMBRANO PAULA | | MALECON Nº 18 Y CALLE DE LA IGLESIA | CUARTA | 0 | 0 | 4 | 16 | 3 | 2340346 |
| 179 | PESCADOR EL | ALCIVAR VELIZ LUIS | | MALECON Y CALLE DEL DEPORTISTA | CUARTA | 0 | 0 | 10 | 40 | 4 | 2340386 |
| 180 | RIMINI | SANTOS DELGADO COLOMBIA GUADALUPE | | MALECON, SECTOR LAS PALMAS | CUARTA | 0 | 0 | 15 | 60 | 4 | 2340185 |
| 181 | YOLITA | LOPEZ MEDRANDA PUBLIO | | MALECON Y CALLE BRASIL | CUARTA | 0 | 0 | 4 | 16 | 4 | 0 |

# ANEXO # 2

# ENCUESTA

**UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA**
**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**Encuesta sobre servicios hoteleros dirigida a los potenciales clientes**

**La información que nos proporcione será utilizada para crear una Hostería que le brinde una excelente estadía y una experiencia inolvidable**

**DATOS GENERALES:**

Edad: _____ Género: M _____ F_____

**1.- ¿Cuál es su nacionalidad?**

ECUATORIANO ……
EXTRANJERO ……

**2.- ¿Conoce el Cantón de Crucita?**

SÍ_____ NO_____

**3.- ¿Con quién visita el Cantón Crucita?**

Amigos ……. Solo ……

Familia ……..… Otros …….

Pareja …….

**4.- ¿Cuántas veces ha visitado la playa de Crucita?**

| | |
|---|---|
| Cada semana | |
| Una vez al mes | |
| Varias veces al mes | |
| Cada feriado | |
| Una vez al año | |
| Es la primera vez que visito este lugar | |

**3.- ¿Con quién visita la playa de Crucita?**

Amigos _____

Familia _____

Pareja _____

Solo _____

Otros _____

**4.- Usted llega por:**

Vía aérea_____ Vía terrestre_____

**5.- ¿Por qué le gusta este lugar?**

| | |
|---|---|
| Atracciones que ofrece | |
| Clima | |
| Precio | |
| Referencias | |
| Ubicación | |

**6.- ¿Cuál es el motivo de su visita al Cantón de Crucita?**

Turismo ----------

Negocios ----------

Otros ----------

**7.- ¿Cuando visita Crucita, dónde se hospeda normalmente?**

Familiares _____

Amigos _____

Hoteles _____

Hosterías _____

**8.- ¿Qué servicios básicos valora o busca al momento de tomar la decisión de hospedaje?**

Alojamiento ----------

Alimentos y bebidas ----------

Desayuno incluido ----------

Bar ----------

Parqueadero ----------

Seguridad ----------

Internet ----------

Áreas Verdes ----------

Calidad en el servicio ----------

Todas las anteriores ----------

Otros (especifique) ……...

**9.- ¿Qué servicios complementarios valora o busca al momento de tomar la decisión de hospedaje?**

Tarifas competitivas ----------

Infraestructura ----------

Área Húmeda (Piscina e hidromasaje) ----------

Lavandería ----------

Televisión por cable ----------

Room service ----------

Salón de eventos ----------

Transfer ----------

Prensa gratuita ----------

Todas las anteriores ----------

Otros (especifique) _____

**10.- ¿De existir una hostería con todos estos servicios mencionados usted se hospedaría en ella?**

SÍ_____ NO_____

**11.- ¿En sus vacaciones qué actividades le gustaría que ofrezca esta hostería?**

Práctica de deportes extremos (Alas delta, esquí acuático, parapente) ----------

Actividades de ecoturismo (Naturaleza en equilibrio y armonía) ----------

Actividades de encuentros, relajación y retiros espirituales. ----------

Actividades de competencia, comunicación y trabajo en equipo ----------

Desarrollo de actividades emocionales y espirituales (Inteligencia emocional) ----------

Avistamiento de Ballenas ----------

Entretenimiento (Fogata, danza artística, anécdotas y cuentos tradicionales) ----------

Diversión (Karaoke, música, guitara, baile) ----------

Todas las anteriores ----------

Otros (especifique) _____

**12.- ¿Por qué medios preferiría que le envíen la publicidad de esta Hostería?**

Fax ----------

Correo electrónico ----------

Vía Teléfono ----------

Correo ordinario ----------

Medios de comunicación (especifique) _____

**13.- ¿Qué aspectos considera usted que son esenciales para brindar un mejor servicio al cliente?**

Cumplimiento ----------

Calidad ----------

Efectividad ----------

Compromiso y Seriedad ----------

Puntualidad ----------

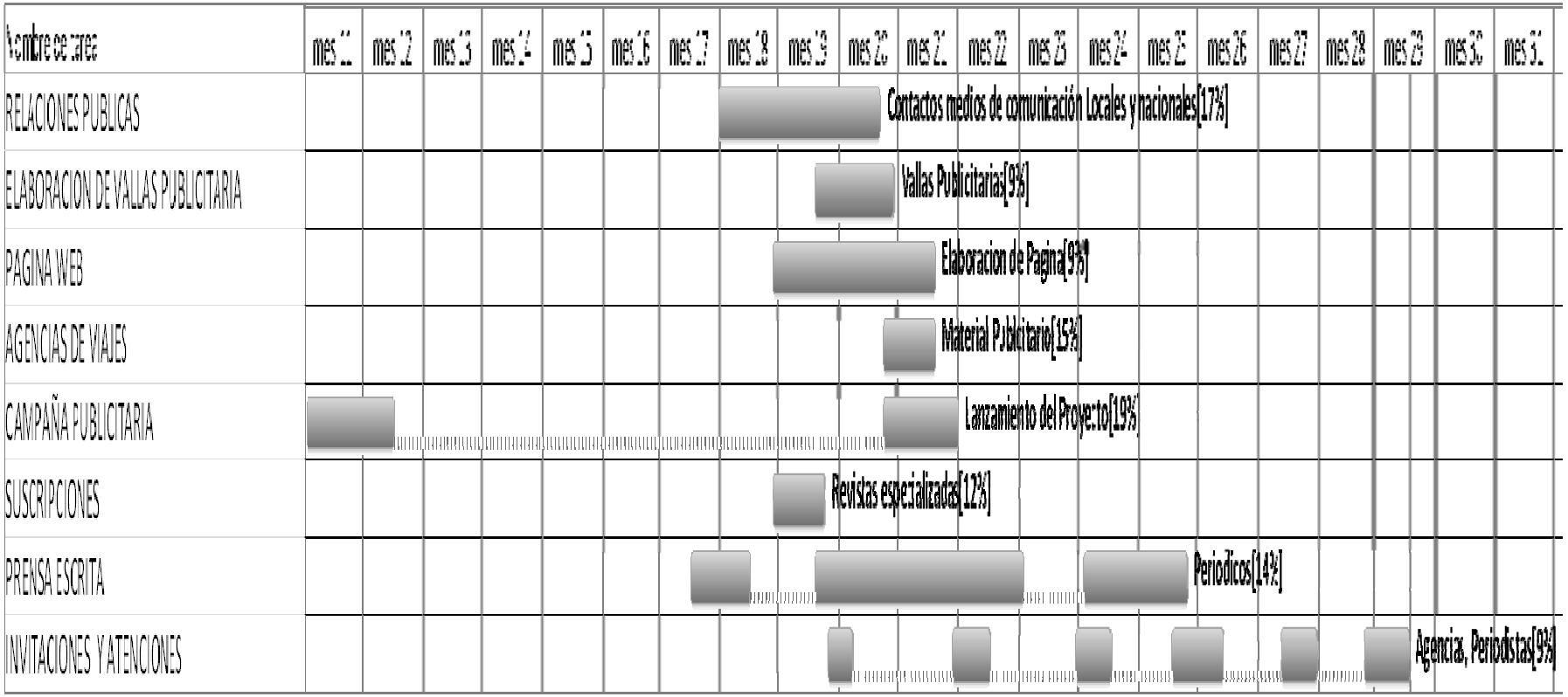
Todas las anteriores ----------

Otros (especifique) _____

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

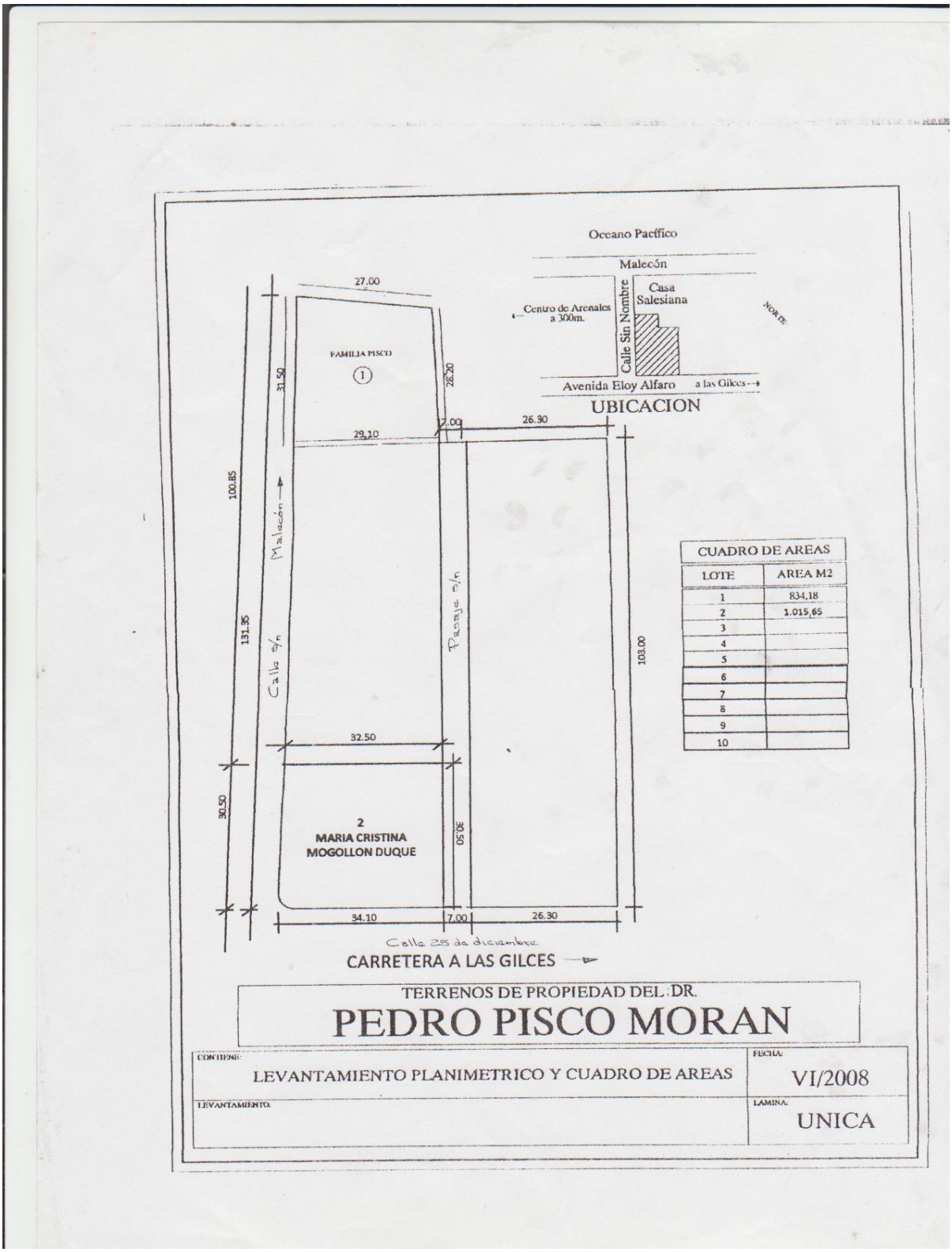
**ANEXO # 3**

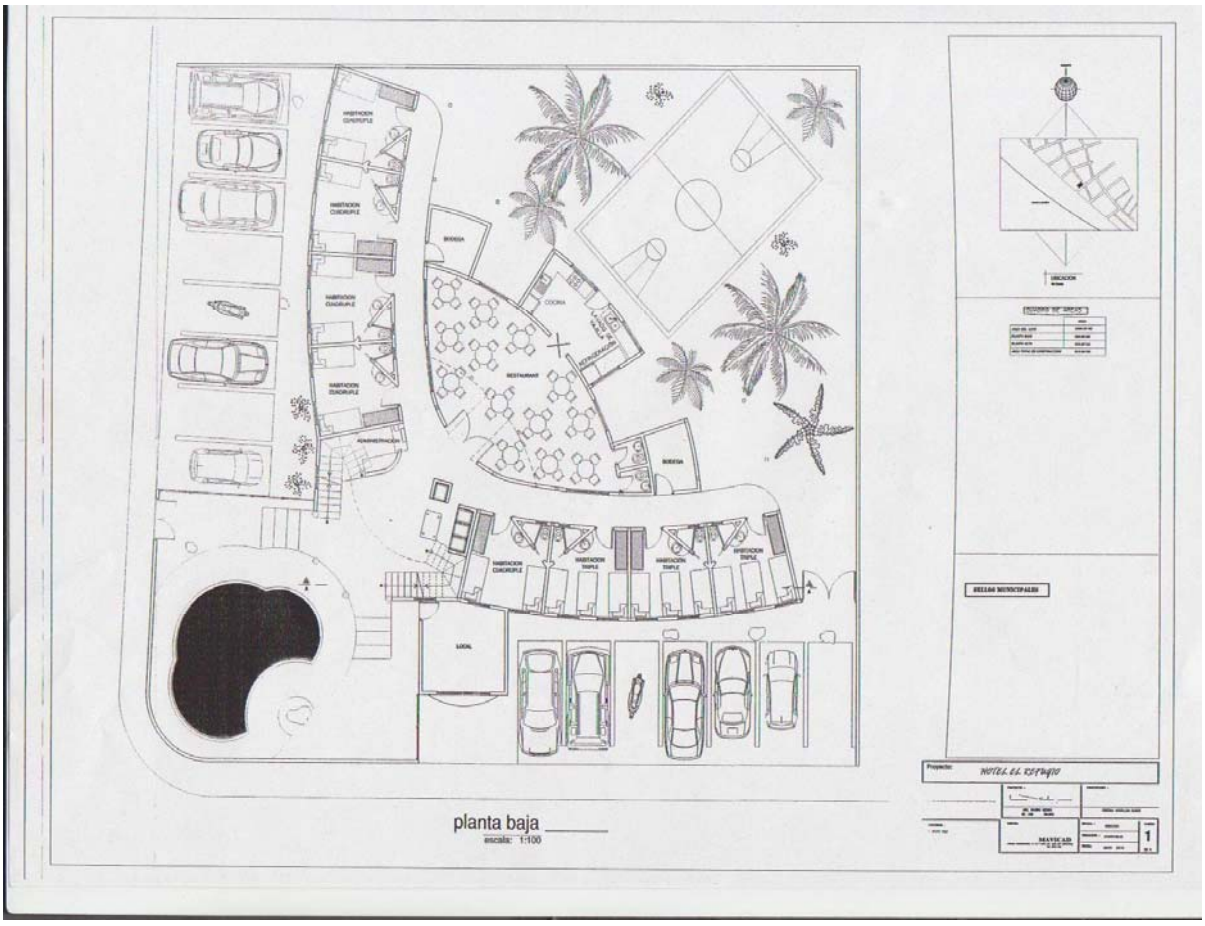
**CRONOGRAMA PRESUPUESTO DE MARKETING**



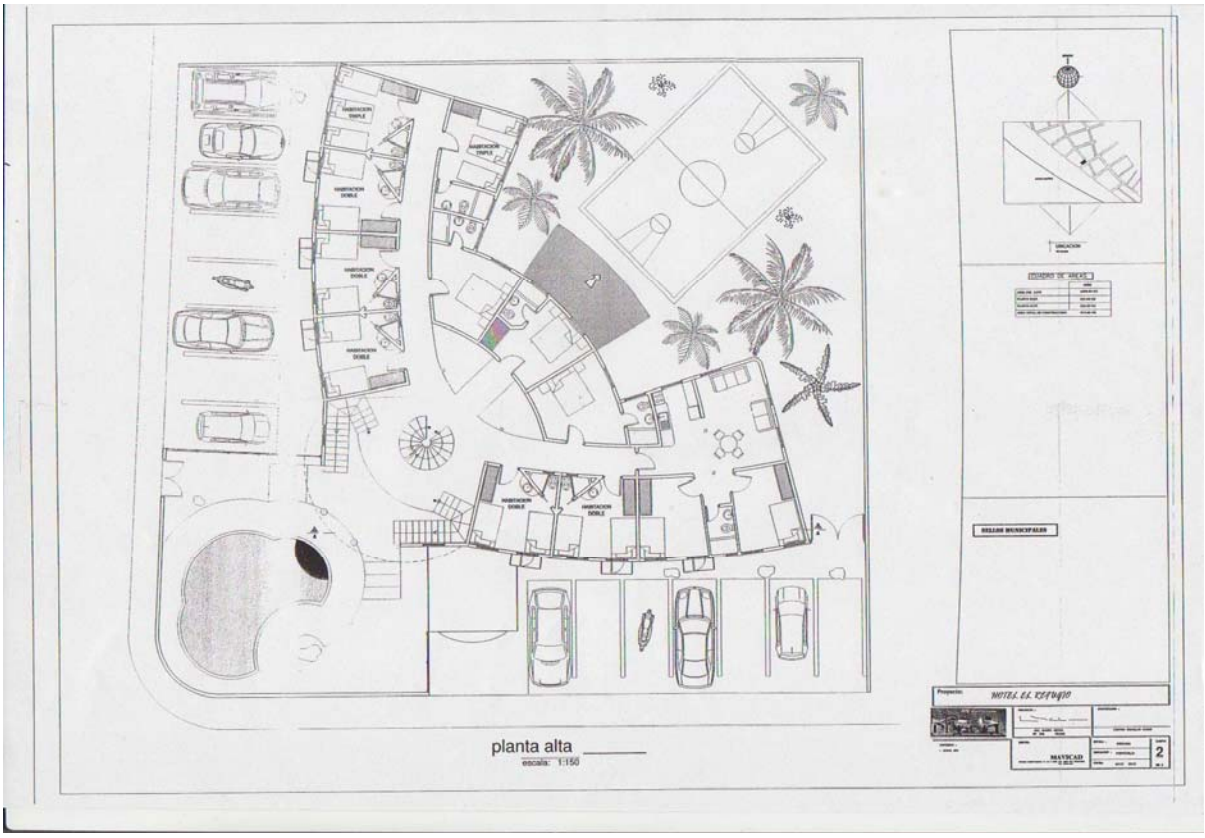
**ANEXO # 4**

**PLANOS GENERALES DE LA OBRA**

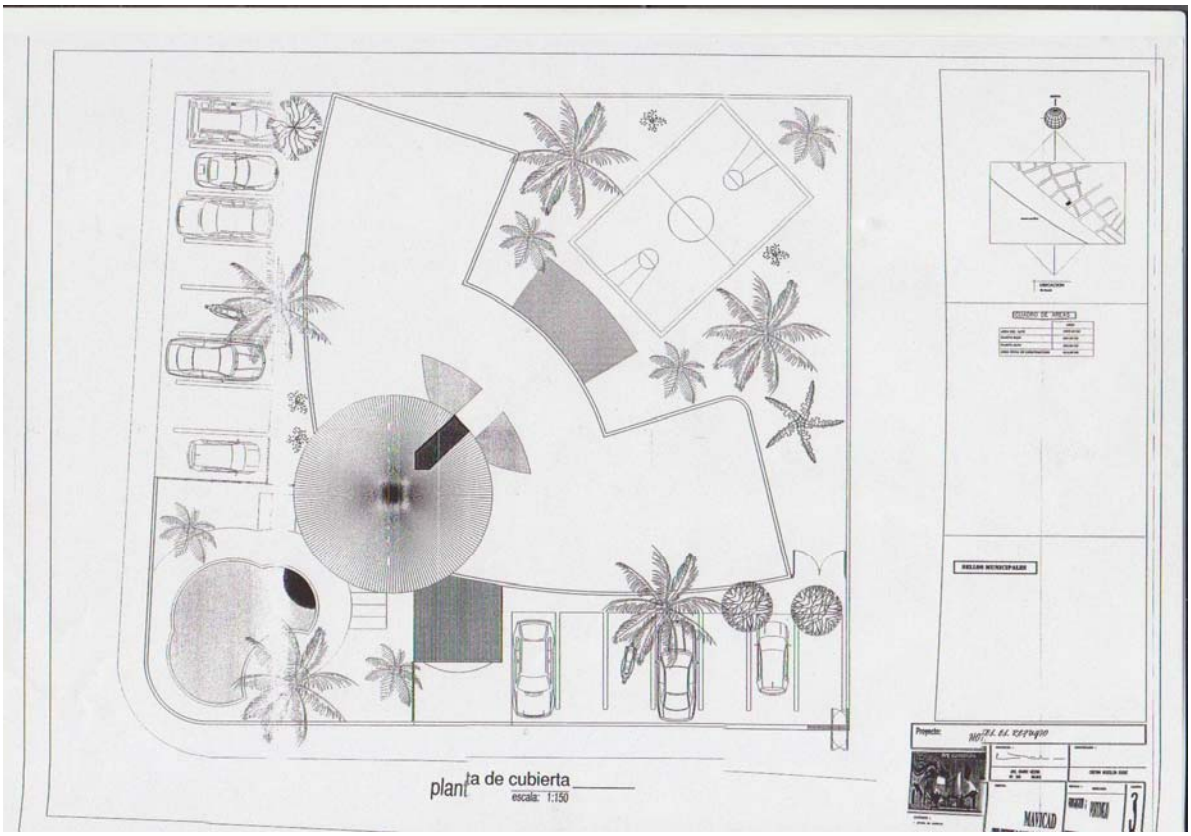


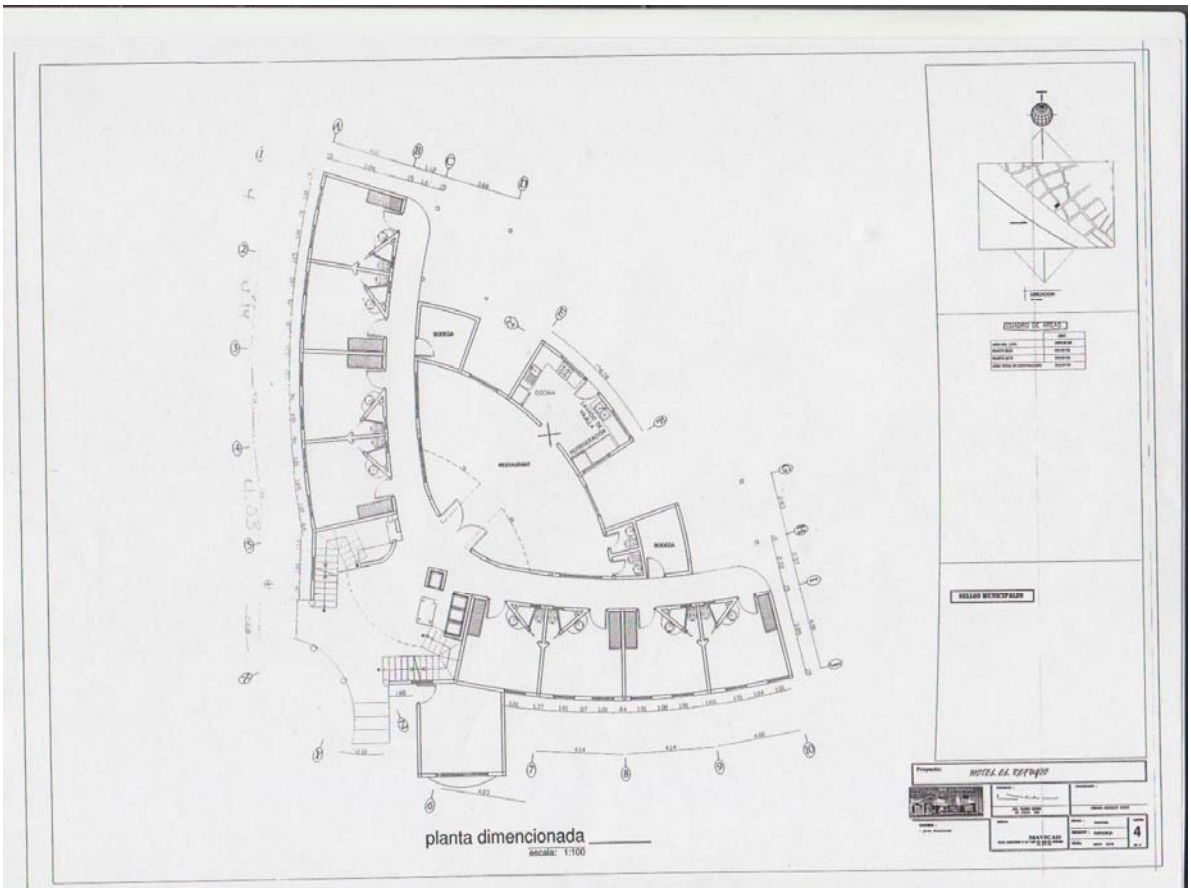



planta baja
escala: 1:100



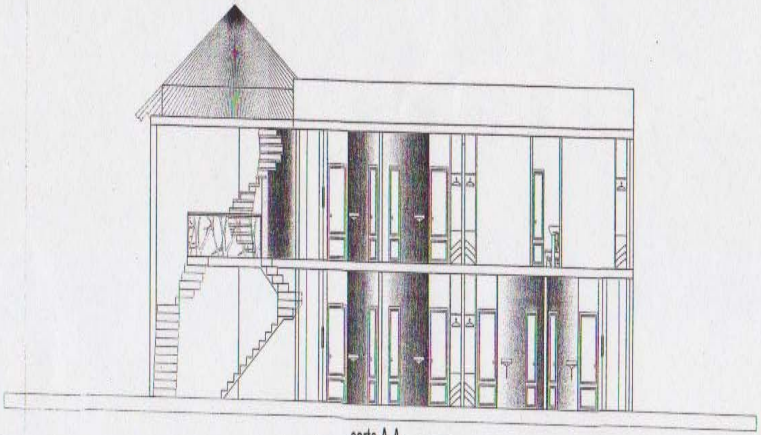

planta alta
escala: 1:150


planta de cubierta
escala: 1:150
HOTEL EL REFUGIO
MAYICAD
3

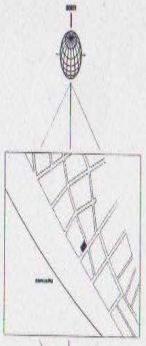

planta dimencionada
escala: 1:100
HOTEL EL REFUGIO
MAYICAD
4

fachada frontal
escala: 1:150

fachada lateral derecha
escala: 1:150



corte A-A
escala: 1:150



UBICACION

CUADRO DE AREAS

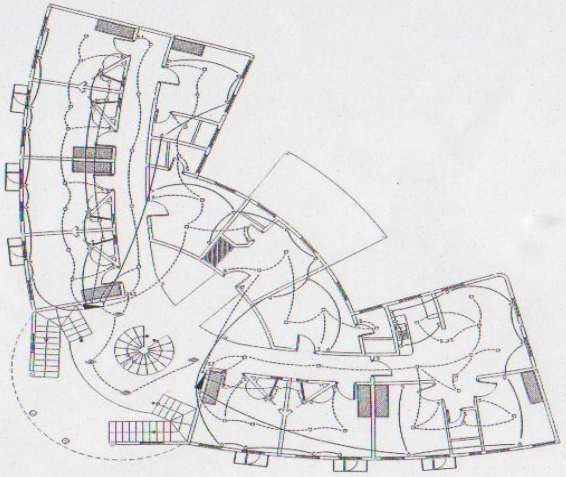
| | AREA |
|---|---|
| AREA DEL LOTE | |
| PLANTA BAJA | |
| PLANTA ALTA | |
| AREA TOTAL DE CONSTRUCCION | |

SELLOS MUNICIPALES

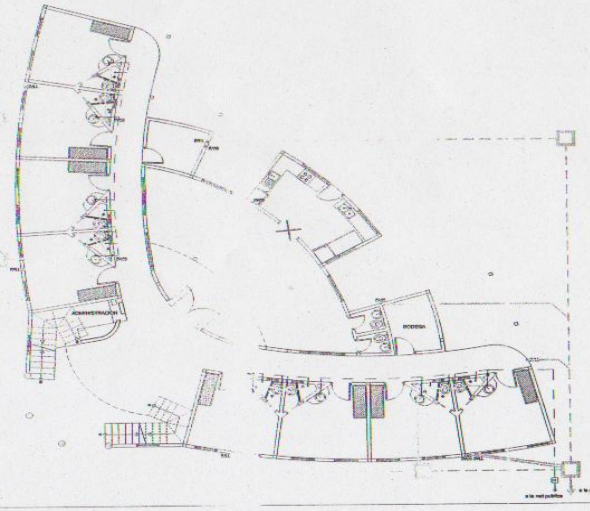
Proyecto: HOTEL EL REFUGIO

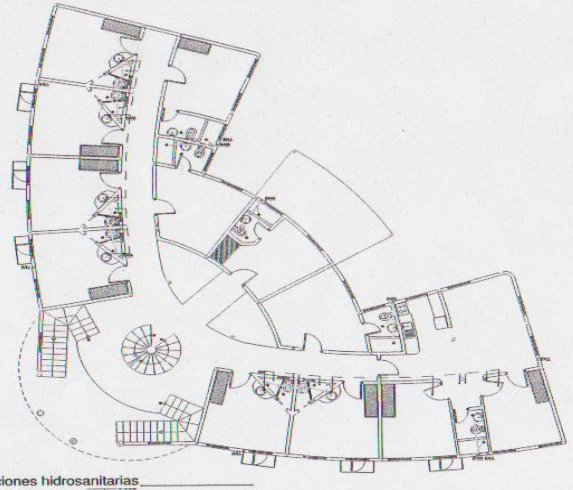
MAYICAD

5

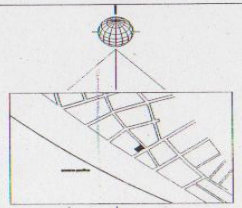


instalaciones electricas
escala: 1:100





instalaciones hidrosanitarias
escala: 1:100



UBICACION

CUADRO DE AREAS

| | AREA |
|---|---|
| AREA DEL LOTE | 1000.00 M2 |
| PLANTA BAJA | 255.00 M2 |
| PLANTA ALTA | 255.00 M2 |
| AREA TOTAL DE CONSTRUCCION | 510.00 M2 |

SIMBOLOGIA ELECTRICA

| | |
|---|---|
| | CIRCUITO DE ILUMINACION + 1/2" -EMT |
| | CIRCUITO TOMACORRIENTES + 1/2" -EMT |
| | PUNTO DE LUZ |
| | LUMINARIA TIPO REFLECTOR |
| | TOMACORRIENTE |
| 1 | INTERRUPTOR SIMPLE |
| 2S | INTERRUPTOR CONMUTADOR |
| FC | CENTRAL DE FUEGO |
| ac | SALA TERMICA DE ASCENSOR |
| m | MEDIDOR DE FLUJO ELECTRICO |
| S | SWITCH DE MANDO ELECTRICO + 1/2" -EMT |
| | CONDUITO A CAJA TELEFONICA + 3/4" |
| | SALIDA PARA TELEFONO |

SIMBOLOGIA HIDROSANITARIA

| | |
|---|---|
| | TUBERIA DE DESAGUE PVC + 110mm. |
| | TUBERIA DE DESAGUE PVC + 50mm. |
| | TUBERIA DE DESAGUE DE CEMENTO + 150 mm. |
| | CAJA DE REGISTRO DE 0.60 x 0.60 m. |
| V.BAJO | BAJANTE DE AGUAS SERVIDAS PVC +110mm. |
| V.BAJO | BAJANTE DE AGUAS SERVIDAS PVC + 110 mm. |
| | REJILLA DE PISO |
| | CODO 90° |
| | RELLENO DE AGUA |
| | RED DE AGUA FRIA |
| | RED DE AGUA CALIENTE |
| | SALIDA DE AGUA FRIA |
| | SALIDA DE AGUA CALIENTE |
| | COLUMNA DE AGUA |

SELLOS MUNICIPALES

Proyecto: HOTEL EL REFUGIO

Arq. QUINTEROS

PROYECTO: Arq. RAMIRO MEDINA No. 308

PROPIETARIO: OFICINA MUNICIPAL OBRAS

CONTENIDO: INSTALACIONES ELECTRICAS Y SANITARIAS

MAYICAD

ESCALA: INDICADA

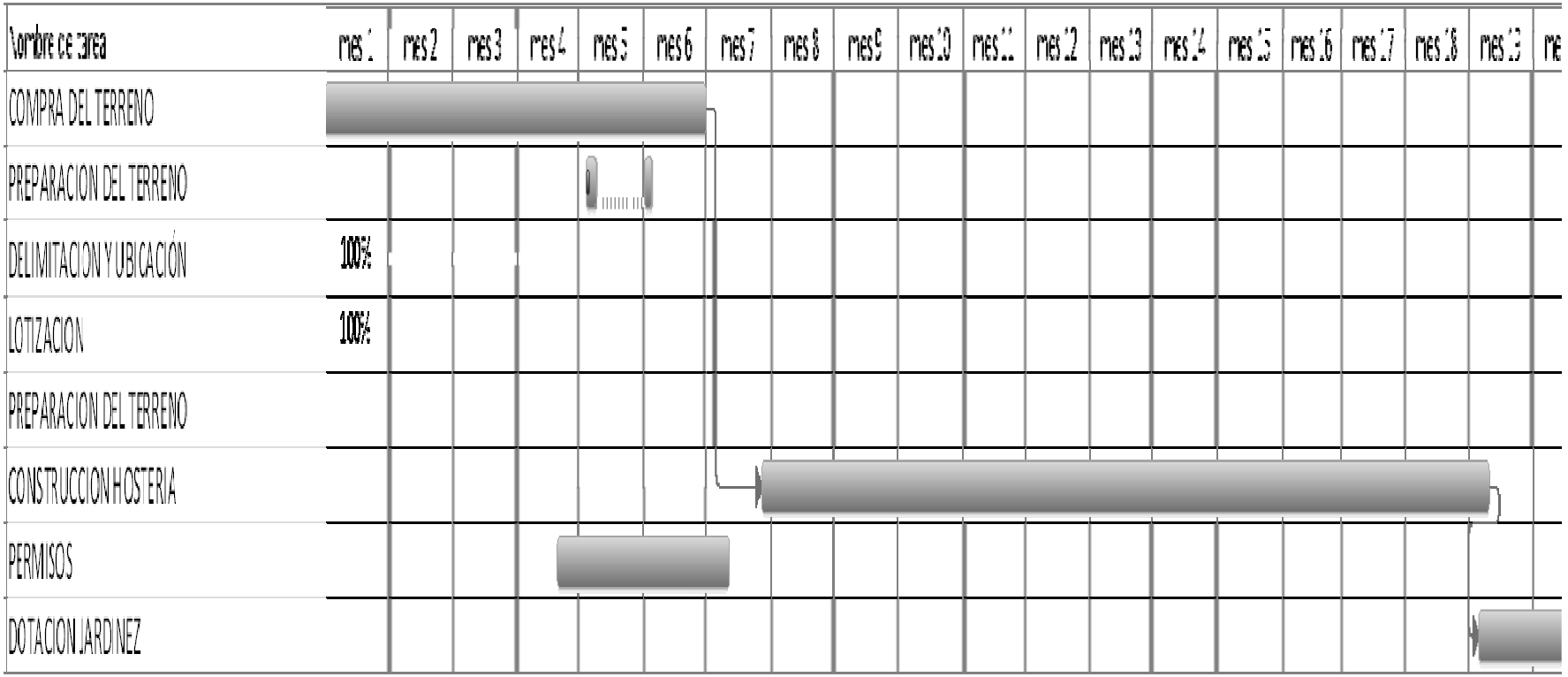
UBICACION: PORTOVIEJO

FECHA: MAYO 2010

LAMINA 6 DE 6

**ANEXO # 5**

**CRONOGRAMA DE LA OBRA A REALIZARSE**



# ANEXO # 6

## PROFORMAS DE IMPLEMENTACIÓN, EQUIPOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCCIÓN

imp_proformasC.trs

Almacén ZURITA El Original

**PROFORMA**

**CONTRIBUYENTE ESPECIAL**
**RES # 369**
**DEL 22 DE MAYO DEL 2006**

**ALMACEN ZURITA ..... EL ORIGINAL**
Dirección: Alajuela y chile 305 ,Fono 839520 839517
Portoviejo-Manabi-Ecuador
Telefono: Fax:

R.U.C 1307109957001

Sr(s): SRA.CRISTINA MOGOLLON
Dirección
Telefono:
RUC:

Fecha: 22/05/2010
Vendedor: E. Quiroz
Ciudad:
Proforma: 1180001

| CODIGO | DESCRIPCION | CANTIDAD | P.V.P. | %DCTO | SUBTOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| 030597 | INODORO FV ROMA BLANCO E112-E-BL UND | 19.00 | 52.1193 | 0.00 | 990.2667 |
| 030786 | LAVABO FV FERRARA BLANCO C/P.UND | 19.00 | 32.8833 | 0.00 | 624.7827 |
| 031932 | TUBO AB.PLAST.1/2X1/2X40 IEPESA UND | 19.00 | 1.1640 | 0.00 | 22.1160 |
| 031934 | TUBO AB.PLAST.1/2X5/8X40 IEPESA UND | 19.00 | 1.1106 | 0.00 | 21.1014 |
| 030452 | EMPAQUE SIFON 1 1/4 UNID | 19.00 | 0.2232 | 0.00 | 4.2408 |
| 031639 | SIFON IEPESA 1 1/4" R/PLAST.UND | 19.00 | 2.7820 | 0.00 | 52.8580 |
| 002815 | LLAVE LAV.CROM.MC 1/2 UND | 19.00 | 2.6741 | 0.00 | 50.8079 |
| 190703 | TORN TIRAF MAD.1/4X2 UND | 95.00 | 0.0417 | 0.00 | 3.9615 |
| 106258 | TACO FISHER 8 UNID | 95.00 | 0.0088 | 0.00 | 0.8330 |
| 030136 | ACCES.BAÑO AGUA UNIC.COLORES UND | 19.00 | 12.7555 | 0.00 | 242.3545 |
| 032308 | LLAVE EDESA CAMP.PRICESS C/DUCHA 7354 UND | 19.00 | 14.9283 | 0.00 | 283.6377 |
| 092593 | LLAVE EDESA FREG.ARIES 5927 UND | 1.00 | 20.7774 | 0.00 | 20.7774 |
| 031638 | SIFON IEPESA 1 1/2" R/A.INOX.UND | 1.00 | 4.1600 | 0.00 | 4.1600 |
| 030451 | EMPAQUE SIFON 1 1/2 UNID | 1.00 | 0.2232 | 0.00 | 0.2232 |
| 030386 | FREGADERO FRANKE 2PZ ZQ.120X50 C/VALV. UND | 1.00 | 101.9187 | 0.00 | 101.9187 |
| 250796 | ESCALERA ALUM.1 FRENT.4 PISOS UND | 1.00 | 40.1005 | 0.00 | 40.1005 |
| 070346 | CALENTADOR AGUA INSTAMAT C 28LT.UND | 3.00 | 192.9330 | 0.00 | 578.7990 |
| 070960 | GENERADOR POWERMATE 5700 10HP UND | 1.00 | 1,183.2480 | 0.00 | 1,183.2480 |
| 253424 | TANQUE POLIET.2500 LTS ROTOPLAST UND | 2.00 | 256.6201 | 0.00 | 513.2402 |
| 240464 | VENTILADOR TUMB.LAMP.SATIN 52" E27 UND | 2.00 | 95.4631 | 0.00 | 190.9262 |
| 053060 | LAVADORA.TEKA TKL1000 40876001 UND | 1.00 | 702.0387 | 0.00 | 702.0387 |

Grifería

Tiempo de Entrega: Forma de Pago:

**NOTA : LA PROFORMA TENDRA UNA VALIDES DE 3 DIAS**

Atentamente,
E. Quiroz

| | |
|---|---|
| Subtotal | 5,632.40 |
| Tarifa 12 | 5,632.40 |
| Tarifa 0% | 0.00 |
| I.v.a. | 675.89 |
| TOTAL | 6,308.28 |

Salida la mercaderia no se aceptan devoluciones * = Productos Marcados NO pagan Iva

Almacén Zurita *GRACIAS POR ELEGIRNOS.*

SUPER MERCADO DEL COLCHON
MENÉNDEZ ZAMORA WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor: ____________________

C.I.: ____________________

Ciudad: ______________ Fecha: ______________

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 1 | extractor 1006 | 45[illegible] |
| 2 | plancha 4811 = | 35 / 70 |
| 1 | lavadora DAEWOO | 900 80 [illegible] |
| 1 | Nevera [illegible] 660 | 759 |
| 1 1 | Portavajilla | |
| 1 | Microondas 6656 | 215 |
| 1 | [illegible] 6539 | 250 |
| 1 | Nevera 6075 | 380 |

FORMA DE PAGO

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Ceballos
VENDEDOR
0881148521

SUPER MERCADO DEL COLCHON
MENÉNDEZ ZAMORA WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor: ____________________

C.I.: ____________________

Ciudad: ______________ Fecha: ______________

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 1 | Split 6861 - | 800 |
| 24 | BTU Panasonic | |
| | | |
| 4 | Split | 480 |
| 9 | BTU Panasonic Total | 1.920 |
| | | |
| 1 5 | Microondas 6134 = | 170 / 2550 |

FORMA DE PAGO

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Ceballos
VENDEDOR
0881148521

SUPER MERCADO DEL COLCHON

MENÉNDEZ ZAMORA WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor: _____

C.I.: _____

Ciudad: _____ Fecha: _____

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 1 | congelador 6901 | 690 |
| 1 | Nevera 1467 | 550 |
| +1 | plancha | |
| 3 | licuadora 5027 | 95 - 285 |
| 1 | tostadora 960 | 60 |
| 1 | cafetera 4400 | 70 |
| 1 | Batidora 6158 | 175 |

FORMA DE PAGO

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Bernabe

VENDEDOR

088148521

SUPER MERCADO DEL COLCHON

MENÉNDEZ ZAMORA WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor: _____

C.I.: _____

Ciudad: _____ Fecha: _____

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 5 | Juegos Vasos 7108 | 5.00 - 25.00 |
| 1 | Equipo Sony 6843 con Memoria | 750 |
| 1 | cocina Industrial 655 | 200 |
| 1 | Horno Andino 444 | 140 |
| 1 | Mercado Industrial 3389 | 100 |
| 1 | Juego Muebles 573 | 370 |

FORMA DE PAGO

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Bernabe

VENDEDOR

088148521

SUPER MERCADO DEL COLCHON

MUEBLES CAMAS WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor: _____

C.I.: _____

Ciudad: _____ Fecha: _____

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 3 | Disponadora F374 | 170 |
| 60 | sillas 460 | 8.50 |
| | = | 5.100 |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

FORMA DE PAGO

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Carvallo
VENDEDOR
0881165271

SUPER MERCADO DEL COLCHON

MUEBLES CAMAS WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor: _____

C.I.: _____

Ciudad: _____ Fecha: _____

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 3 | LCD Sony 7498 = | 700 |
| 1 | LCD LG 8903 | 2.100 |
| 60 | sillas 460 | 1.750 |
| | Total = | 8.50 |
| 13 | mesas 4748 | 5.100 |
| | = | 24.00 |
| 13 | Vajillas 7762 = | 172.00 |
| | | 25.00 |
| | | 325.00 |

FORMA DE PAGO

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Carvallo
VENDEDOR
0881165271

SUPER MERCADO DEL COLCHON

MENÉNDEZ ZAMORA WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor:

C.I.:

Ciudad: Fecha:

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 3 | camas 489 | 100 |
| | Total | 180 |
| | | 300 |
| 3 | colchones 733 | 225.00 |
| | Total | 675.00 |
| +6 | almohadas 6729 | |
| 15 | Ventiladores Samurai | 90 |

FORMA DE PAGO — 100

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Carvallo

VENDEDOR

088148521

SUPER MERCADO DEL COLCHON

MENÉNDEZ ZAMORA WASHINGTON BIENVENIDO

## Orden de Compra

Señor:

C.I.:

Ciudad: Fecha:

| CANT. | DETALLE | VALOR |
|---|---|---|
| 25 | literas 481 | 115 |
| | Total | 2875 |
| 50 | colchones Paraíso | 82.00 |
| 150 | Almohadas 1530 Total | 4.100 |
| | | |
| 6 | camas 2254 | 67 |
| | Total | 402.00 |

FORMA DE PAGO 492.00

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA ☐ CHEQUE ☐ PLAN ACUMULATIVO

Hugo Carvallo

VENDEDOR

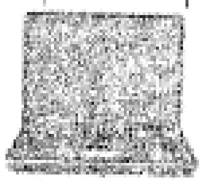
088148521

Nombre: CRISTHINA MOGOLLON DUQUE
Dirección Domicilio:MARISCAL DE AYACUCHO
Ciudad: PORTOVIEJO
Fecha de Proforma: 22/05/2010

CI: 1712444601
Fecha de Nacimiento:
Teléfono Convencional: 2636384
Teléfono Celular: 084429359
Proforma:

| PORTATIL HP PAVILION DV4-2116 WJ869LA cod 8325 | CANTIDAD | PVP |
|---|---|---|
| | 1 | 1,230.99 |

Sistema operativo instalado Windows® 7 Home Premium original 64 bit
Tipo de procesador: AMD TURION 2.2 GHz, 1 MB de caché de nivel 2
Memoria: 4 GB DDR2 800 MHz HASTA 8GB EXPAND
Disco Duro: 500 GB SATA 7200 rpm
Unidad DVD±RW SuperMulti con tecnología LightScribe y soporte para doble capa
Pantalla WXGA HD BrightView con tecnología HP BrightView de 14.1"
Resolución de pantalla: 1280 x 800
Tarjeta gráfica: Gráficos ATI Mobility Radeon™ HD 4200
Puertos externos de Entrada/Salida
3 puertos USB 2.0, el 3° compartido con eSATA, 2 salidas de audífonos, 1 entrada de micrófono, HDMI
1 VGA (15 conectores), eSATA y USB 2.0, 1 RJ-45 (LAN), 1 puerto "Expansion Port 3", 1 IR de consumidor (receptor remoto)
Ranuras
1 ranura ExpressCard/54 (también admite ExpressCard/34)
Lector de tarjetas integrado "5 en 1" para tarjetas Secure Digital, MultiMedia, Memory Stick, Memory Stick Pro o xD Picture
Mando a distancia: Control Remoto HP Mobile
Webcam
Auriculares HP Imprint "Espresso", cámara Web HP con micrófono digital integrado y lector de huellas digitales integrado
Audio: Sonido Premium SRS
Altavoces y micrófono
Altavoces Altec Lansing®
Touch pad con botón de activación/desactivación y zona de desplazamiento horizontal/vertical exclusiva
Teclado: Teclado compatible de 101 teclas y 1 botón Quick Launch
LAN integrada Ethernet 10/100 BaseT
Tecnologías inalámbricas: WLAN 802.11b/g
Conexión en red inalámbrica Bluetooth®
Tipo de fuente de alimentación: Adaptador de CA de 65W
Color de funda
Batería de ion de litio de 6 celdas
PROYECTOR EPSON POWER LITE S6
Un año de garantía limitada en hardware (incluye componentes y mano de obra)



| | |
|---|---|
| PVP (incluye IVA) | 1,230.99 |
| ADICIONALES (+ o -) | 800.00 |
| PVP (incluye IVA) | 2,030.99 |
| % DESCUENTO | |
| VALOR DESCUENTO | |
| PVP FINAL (incluye IVA) | 2,030.99 |

| | |
|---|---|
| ENTRADA | |
| SALDO | 2,030.99 |
| FORMA DE PAGO: | |
| EFECTIVO TARJETA | |
| CREDITO DIRECTO | |
| [illegible] | |
| [illegible] | |

COMPULASER
RUC: 1307794584001
FIRMA AUTORIZADA

## ANEXO # 7

## PARTE LEGAL

### 4.3.1 Constitución de la Compañía

*"La Constitución en el Capítulo VI Derechos de Libertad, Art. 66, numeral 15 manifiesta: "El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental"; reconociendo así, el derecho a la libre asociación para alcanzar un fin común"*[1].

*"El Código Civil en su Art. 1957 define a la sociedad o compañía como el "Contrato en el cual dos o más personas estipulan poner algo en común (dinero, bienes servicios, industria o trabajo apreciables en dinero), con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan".*[2]

*"Y la Ley de Compañías en su normativa define a la compañía como el "Contrato mediante el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades".*[3]

---

[1] Del sitio web:

http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5131&Itemid=134

Compañías de Comercio en la Legislación Ecuatoriana

[2] Del sitio web:

http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5131&Itemid=134

Compañías de Comercio en la Legislación Ecuatoriana

[3] Del sitio web:

http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5131&Itemid=134

Compañías de Comercio en la Legislación Ecuatoriana

## ANEXO # 8

## PARTE LEGAL

**También es importante resaltar lo que dispone La Ley de Compañías del Ecuador:**

**Art. 16 y Art. 144**

- *Art. 16.- "La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía".*[4]

- *Art. 144.- "Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar".*[5]

---

[4] Del sitio web:

http://ecuamundo.org/id24.html Ley de Compañías del Ecuador

[5] Del sitio web:

http://ecuamundo.org/id24.html Ley de Compañías del Ecuador

## ANEXO # 9

## PARTE LEGAL

**La Ley de Compañías del Ecuador establece además:**

- Art. 137.- *"La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará: 1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio; 2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía; 3. El objeto social, debidamente concretado; 4. La duración de la compañía; 5. El domicilio de la compañía; 6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas; 7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo; 8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal; 9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirla; y, 10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley".*[6]

[6] Del sitio web:

http://ecuamundo.org/id24.html Ley de Compañías del Ecuador

## ANEXO # 10

## PARTE LEGAL

- *Art. 139.- "Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía. En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto la remoción bastará la inscripción del documentos respectiva en el Registro Mercantil".*[7]

[7] Del sitio web:

http://ecuamundo.org/id24.html Ley de Compañías del Ecuador

## ANEXO # 11

## CAPACIDAD AÑO CALENDARIO POR TEMPORADAS TURÍSTICAS

| HOSPEDAJE MENSUAL 100% | 1428 | 51 HUÉSPEDES POR 7 DIAS POR 4 SEMANAS |
|---|---|---|

| ENERO TEMPORADA BAJA | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL | |
| 2 | 2 | 4 | 9 | 12 | 22 | 22 | 73 | |
| 2 | 2 | 4 | 8 | 11 | 21 | 21 | 69 | |
| 1 | 1 | 4 | 10 | 10 | 15 | 15 | 56 | |
| 1 | 1 | 4 | 9 | 13 | 18 | 18 | 64 | |
| | | | | | | TOTAL | 262 | 18% |

| FEBRERO TEMPORADA ALTA | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL | |
| 2 | 2 | 4 | 10 | 12 | 22 | 22 | 74 | |
| 2 | 2 | 4 | 9 | 15 | 25 | 25 | 82 | |
| 48 | 48 | 4 | 11 | 18 | 48 | 48 | 225 | |
| 48 | 48 | 4 | 12 | 16 | 48 | 48 | 224 | |
| | | | | | | TOTAL | 605 | 42% |

| MARZO TEMPORADA ALTA | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL | |
| 4 | 3 | 7 | 12 | 22 | 25 | 25 | 98 | |
| 4 | 3 | 7 | 11 | 18 | 34 | 34 | 111 | |
| 2 | 3 | 8 | 16 | 19 | 40 | 36 | 124 | |
| 2 | 3 | 9 | 18 | 22 | 32 | 32 | 118 | |
| | | | | | | TOTAL | 451 | 32% |

| ABRIL TEMPORADA BAJA | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL | |
| 2 | 2 | 4 | 9 | 12 | 22 | 22 | 73 | |
| 2 | 2 | 4 | 8 | 11 | 21 | 21 | 69 | |
| 1 | 1 | 4 | 10 | 10 | 15 | 15 | 56 | |
| 1 | 1 | 4 | 9 | 13 | 18 | 18 | 64 | |
| | | | | | | TOTAL | 262 | 18% |

| MAYO TEMPORADA BAJA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 2 | 2 | 4 | 9 | 12 | 22 | 22 | 73 |
| 2 | 2 | 4 | 8 | 11 | 21 | 21 | 69 |
| 1 | 1 | 4 | 10 | 10 | 15 | 15 | 56 |
| 1 | 1 | 4 | 9 | 13 | 18 | 18 | 64 |
| | | | | | | TOTAL | 262 |

18%

| JUNIO TEMPORADA ALTA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 5 | 5 | 8 | 17 | 21 | 25 | 25 | 106 |
| 7 | 8 | 9 | 15 | 17 | 32 | 32 | 120 |
| 8 | 12 | 10 | 18 | 19 | 22 | 22 | 111 |
| 9 | 15 | 7 | 21 | 18 | 46 | 46 | 162 |
| | | | | | | TOTAL | 499 |

35%

| JULIO TEMPORADA ALTA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 12 | 8 | 11 | 22 | 22 | 22 | 22 | 119 |
| 9 | 12 | 13 | 18 | 15 | 32 | 32 | 131 |
| 18 | 17 | 17 | 22 | 15 | 34 | 21 | 144 |
| 12 | 14 | 18 | 26 | 18 | 48 | 37 | 173 |
| | | | | | | TOTAL | 567 |

40%

| AGOSTO TEMPORADA ALTA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 12 | 8 | 11 | 22 | 22 | 22 | 22 | 119 |
| 9 | 12 | 13 | 18 | 15 | 32 | 32 | 131 |
| 18 | 17 | 17 | 22 | 15 | 34 | 21 | 144 |
| 12 | 14 | 18 | 26 | 18 | 48 | 37 | 173 |
| | | | | | | TOTAL | 567 |

40%

| SEPTIEMBRE TEMPORADA BAJA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 4 | 6 | 4 | 6 | 10 | 15 | 14 | 59 |
| 4 | 7 | 4 | 5 | 8 | 10 | 10 | 48 |
| 6 | 9 | 4 | 4 | 11 | 12 | 8 | 54 |
| 5 | 5 | 4 | 8 | 16 | 12 | 12 | 62 |
| | | | | | | TOTAL | 223 |

16%

| OCTUBRE TEMPORADA BAJA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 1 | 2 | 4 | 6 | 10 | 8 | 8 | 39 |
| 1 | 2 | 4 | 5 | 7 | 10 | 10 | 39 |
| 1 | 1 | 4 | 4 | 8 | 12 | 8 | 38 |
| 1 | 1 | 4 | 8 | 9 | 12 | 7 | 42 |
| | | | | | | TOTAL | 158 |

11%

| NOVIEMBRE TEMPORADA ALTA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 4 | 7 | 7 | 12 | 15 | 35 | 32 | 112 |
| 4 | 3 | 7 | 11 | 18 | 27 | 27 | 97 |
| 2 | 3 | 8 | 7 | 32 | 32 | 32 | 116 |
| 2 | 3 | 9 | 9 | 38 | 38 | 38 | 137 |
| | | | | | | TOTAL | 462 |

32%

| DICIEMBRE TEMPORADA ALTA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | TOTAL |
| 2 | 2 | 4 | 10 | 16 | 31 | 26 | 91 |
| 2 | 2 | 4 | 9 | 16 | 26 | 22 | 81 |
| 10 | 8 | 4 | 11 | 38 | 42 | 42 | 155 |
| 12 | 16 | 4 | 12 | 48 | 48 | 48 | 188 |
| | | | | | | TOTAL | 515 |

36%

28,20%

# ANEXO # 12

# PRÉSTAMO BANCO NACIONAL DE FOMENTO

## APOSTANDO POR LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS

## PROGRAMA DE CRÉDITO PARA EL SECTOR TURÍSTICO PRIVADO Y COMUNITARIO

El Ministerio de Turismo pone a disposición de emprendedores y emprendedoras en operación o por instalarse, correspondientes al sector turístico, las líneas de crédito especiales diseñadas por el Banco Nacional de Fomento (BNF) y el Ministerio de Turismo (MINTUR) que permitirá a empresas privadas y comunitarias hacer realidad exitosos proyectos turísticos.

Motivamos e invitamos al sector turístico a beneficiarse de las líneas de crédito producto de las acciones coordinadas del Gobierno de la Revolución Ciudadana y a aprovechar los programas de apoyo del MINTUR.

Para los procesos de canalización de los créditos, toda vez que el emprendedor cumpla con los requerimientos establecidos, el Ministerio de Turismo, a través de la Dirección de Proyectos e Inversiones, estará brindando asistencia especializada gratuita; para lo cual los ecuatorianos y ecuatorianas interesadas en acceder a las líneas de financiamiento podrán contactarse con Cristina Borja, Directora de Proyectos e Inversiones del MINTUR, al correo electrónico cborja@turismo.gov.ec - Teléfono: 2 507558 – 560 ext. 1213

### ***Tipos de emprendimientos y líneas de crédito***

Emprendimientos en funcionamiento o por instalarse ***privados y comunitarios***, en las siguientes líneas:

- Microcréditos
- Línea créditos
- Créditos asociativos para turismo comunitario y asociaciones empresariales

### ***Sectores susceptibles de financiamiento***

**Turismo:** las siguientes actividades turísticas tendrán acceso a las líneas de crédito del Banco Nacional de Fomento:

**a) Alojamiento Hotelero:**

1. Hotel
2. Hotel Residencia
3. Hotel Apartamento (Apart-hotel)
4. Hostal
5. Hostal Residencia
6. Pensión

7. Hostería
8. Cabaña
9. Refugio
10. Parador
11. Albergue

**b) Alojamiento Extra Hotelero:**

1. Apartamento turístico
2. Campamentos Turísticos (camping)
3. Ciudades vacacionales
4. Centro turístico comunitario

**c) Servicio de alimentos y bebidas:**

1. Restaurante
2. Cafetería
3. Fuente de soda
4. Drive inn
5. Bares
6. Discotecas y salas de baile
7. Peñas

**d) Servicio de Entretenimiento**

1. Termas y balnearios
2. Peñas
3. Centros de convenciones
4. Boleras
5. Pistas de patinaje
6. Centros de recreación turística

**e) Transportación**

1. Aéreo
   - Avionetas
   - Helicópteros
   - Funiculares o teleféricos por cabinas
   - Otros afines
2. Marítimo
3. Fluvial
4. Terrestre
   - Buses
   - Vans
   - Mini vans
   - Vehículos 4x4
   - Vehículos livianos
   - Tricar
   - Cuadrones
   - Motos
   - Bicicletas
   - Otros afines

**f) Agencias de viajes y turismo**

1. Agencia de viajes mayorista

2. Agencia de viajes internacional
3. Agencia de viajes operadora

4. Agencia dual

**g) Hipódromos y parques**

1. Hipódromos
2. Parques de atracciones estables

**h) Intermediación**

1. Centros de convenciones
2. Salas de recepciones y banquetes

**i) Organización de eventos, congresos y convenciones**

***Destino del crédito***

- **Financiamiento de capital de trabajo:**

  - Adquisición de insumos, materia prima, materiales directos, materiales indirectos, suministros y servicios
  - Pago de mano de obra (personal) directa, indirecta, administrativa, operativa, financiero, promoción y ventas.
  - Promoción y publicidad turística (Diseño grafico, material impreso, material audiovisual, producción de videos, producción cinematográfica, producción musical, letreros, banners, diseño de página webs, publicidad en buscadores de internet, pago de alojamiento (hosting), publicidad en medios masivos nacionales e internacionales, promoción a través de internet, participación en ferias y eventos nacionales e internacionales, work shops, fam trips, press trips, publicaciones, compra de fotografías y textos, traducciones, compra de material pop, campañas y pautaje en medios escritos, televisivos, radiales, exhibiciones, muestras artísticas, ruedas de prensa, boletines, kits de presa)
  - Asistencia técnica especializada:
    - Sistemas de mejoramiento de procesos
    - Certificaciones de calidad
    - Asesoría técnica para la elaboración de herramientas técnicas de gestión, investigación de mercado, marketing y comercialización

- **Activos Fijos:**

1. Obras civiles (Directos e Indirectos)
   a. Proyectos Nuevos
   b. Ampliación
   c. Mejoramiento y remodelación
2. Adquisición de Terrenos
3. Maquinaria
4. Equipos
5. Menaje
6. Mobiliario
7. Muebles y Enseres
8. Lencería
9. Elementos decorativos
10. Transporte turístico
11. Semovientes
12. Compra de Hardware, Software y licencias

***Tasa de interés***

10% (La tasa ha sido reducida del 15% al 10%).

***Monto de crédito y plazo***

| ***Crédito*** | ***Monto del crédito*** | | ***Plazo*** |
|---|---|---|---|
| | ***Desde*** | ***Hasta*** | |
| ***Microcrédito*** | *USD 100,00* | *USD 7.000,00* | *Hasta 5 años* |
| ***Crédito*** | *USD 7.001,00* | *USD 300.000,00* | *Activo fijo: Hasta 10 años*<br>*Capital de trabajo: Hasta 2 años* |
| ***Asociativo (Mín. 2, máx. 20)*** | *USD 100,00* | *USD 140.000,00* | *Hasta 5 años* |

## *1.- LÍNEA MICROCRÉDITO*

### *SUJETOS DE CREDITO*

- Serán sujetos de crédito todas las personas naturales y jurídicas, calificados como A , B o C en el BNF conforme al instructivo para la calificación de clientes del Banco Nacional de Fomento, relacionadas con las actividades de producción, comercio o servicios vinculadas al sector turismo, cuyos activos totales no superen los US$ 50.000 y que tengan hasta 10 empleados.

Si previo a la presentación de la solicitud de crédito en el BNF el solicitante de crédito posee una calificación en la central de Riesgos equivalente a “c”, “D” o “E”, podrá presentar como documento habilitante la respectiva certificación conferida por la entidad Financiera acreedora que justifique la razón para mantener un saldo deudor.

### *CONDICIONES DEL CREDITO*

| **Monto del Crédito** | | **Plazo** | **Gracia** |
|---|---|---|---|
| **Desde** | **Hasta** | | |
| US$ 100 | US$ 500 | Hasta 4 meses | 0 días |
| US$ 501 | US$ 1,000 | Hasta 6 meses | 30 días |
| US$ 1,001 | US$ 2,000 | Hasta 2 años | 60 días |
| US$ 2,001 | US$ 4,000 | Hasta 3 años | 90 días |
| US$ 4,001 | US$ 7,000 | Hasta 5 años | 180 días |

En las operaciones de microcrédito para actividades que inician su funcionamiento, podrá o no considerarse períodos de gracia conforme a lo establecido en el cuadro anterior.

### *FINANCIAMIENTO*

Se financiará hasta el 100% del proyecto de inversión a realizarse.

### *LÍMITES DE ENDEUDAMIENTO*

El cliente no podrá superar un endeudamiento mayor a US$ 10.000.00 entre obligaciones directas e indirectas.

### *REQUISITOS PARA EL SOLICITANTE DE MICROCREDITO*

- Solicitud de microcrédito que contendrá la información mínima requerida, que se ingresará directamente a la base de datos del sistema, por parte del asesor de crédito o por el personal designado para el efecto.

A esta solicitud se adjuntarán los siguientes documentos:

- Copias a color de cédulas de ciudadanía y de la papeleta de votación actualizadas del solicitante, del garante y de sus cónyuges.

- Copia del comprobante de pago de: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio, tanto para el cliente como el garante.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) o del Régimen Impositivo Simplificado (RISE).
- Declaración del impuesto a la renta del último año de los que legalmente deban hacerlo.
- Estado de Situación Financiera Personal o copia del Balance presentado a la Superintendencia de Compañías o al SRI del último año.
- Proformas de las casas comerciales y/o proveedores de los bienes a invertirse con el crédito.
- Apertura de la libreta de ahorros en el BNF.
- En caso de que el lugar de la inversión sea arrendado se requerirá un contrato de arrendamiento debidamente legalizado.
- Copia certificada de la autorización vigente del Ministerio de Turismo.

En las solicitudes de crédito con montos superiores a los USD $2.000 se deberá presentar adicionalmente el contrato simple de arrendamiento y/o título de propiedad del lugar de inversión, factura o pro forma de los bienes a adquirirse.

Para el inicio del trámite de la solicitud no se requerirá autorización previa por parte de los funcionarios del banco.

En el caso de proyecto en marcha estos deben estar:

a. Registrados en el Ministerio de Turismo.

b. Al día en el pago de la licencia anual de funcionamiento.

c. Permisos sanitarios y certificados de salud de los empleados emitidos por el Ministerio de Salud (de ser el caso).

## ***2.- LÍNEA CRÉDITO***

### ***SUJETOS DE CREDITO***

- Serán sujetos de crédito todas las personas naturales y jurídicas, calificados como A , B o C en el BNF conforme al instructivo para la calificación de clientes del Banco Nacional de Fomento, que realicen actividades de producción, comercio o servicios vinculadas al sector turismo.

Pueden beneficiarse clientes nuevos o antiguos del Banco Nacional De Fomento.

### ***REQUISITOS PARA EL SOLICITANTE DE LAS LÍNEAS DE CRÉDITO***

Solicitud de crédito a la que se adjuntará los siguientes documentos:

1. Copias a color de cédulas de ciudadanía y de la papeleta de votación actualizadas del solicitante, del garante y de sus cónyuges.
2. Copia de la planilla de servicios básicos, luz, agua, teléfono, tanto para el cliente como el garante.
3. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) o del Régimen Impositivo Simplificado (RISE).
4. Declaración del impuesto a la renta del último año de los que legalmente deban hacerlo.
5. Estado de Situación Financiera Personal o copia del Balance presentado a la Superintendencia de Compañías o al SRI del último año.
6. Proformas de las casas comerciales y/o proveedores de los bienes a invertirse con el crédito.
7. Apertura de la cuenta corriente en el BNF.
8. En caso de que el lugar de la inversión sea arrendado se requerirá un contrato de arrendamiento debidamente legalizado.
9. Para préstamos con garantía hipotecaria, certificado del registrador de la propiedad, copia de la escritura de propiedad del bien y copia del pago del impuesto predial actualizado.
10. Copia certificada de la autorización vigente del Ministerio de Turismo.

En el caso de personas jurídicas, deberán adjuntar la Escritura de Constitución de la empresa; los nombramientos de los representantes legales de la empresa; los balances actualizados, certificados de la Superintendencia de Compañías y comprobante del último pago al SRI, además de los que señala el Reglamento General de Crédito Vigente.

***MODALIDAD I.- DESDE $ 7.001,00 HASTA $ 50.000,00***

***FINANCIAMIENTO***

Se financiará hasta el 100% del proyecto de inversión a realizarse dependiendo de la capacidad de pago y de que se cumpla la relación garantía préstamo.

De existir aporte del prestatario, éste será en efectivo, y/o en bienes de capital que formen parte del nuevo proyecto y otros activos que formen parte de su patrimonio (capital de trabajo). Son bienes de capital, los activos fijos considerados para la ejecución del nuevo proyecto.

Como documentos habilitantes para esta modalidad de crédito el cliente deberá presentar un plan de inversión con su correspondiente flujo de caja.

***MODALIDAD II.- DESDE $ 50.001,00 HASTA $ 100.000,00***

***FINANCIAMIENTO***

Se financiará hasta el 100% del proyecto de inversión a realizarse dependiendo de la capacidad de pago y de que se cumpla la relación garantía préstamo.

De existir aporte del prestatario, éste será en efectivo, y/o en bienes de capital que formen parte del nuevo proyecto y otros activos que formen parte de su patrimonio (capital de trabajo). Son bienes de capital, los activos fijos considerados para la ejecución del nuevo proyecto.

Como documentos habilitantes para esta modalidad de crédito el cliente deberá presentar un ***plan de negocios*** con su correspondiente flujo de caja.

***MODALIDAD III.- DESDE $ 100.001,00 HASTA $ 150.000,00***

***FINANCIAMIENTO***

Se financiará hasta el 90% del proyecto de inversión a realizarse dependiendo de la capacidad de pago y de que se cumpla la relación garantía préstamo, considerando que el aporte del prestatario será mínimo del 10%; dando la inversión total del 100%.

El aporte del prestatario será en efectivo, y/o en bienes de capital que formen parte del nuevo proyecto y otros activos que formen parte de su patrimonio (capital de trabajo). Son bienes de capital, los activos fijos considerados para la ejecución del nuevo proyecto.

Como documentos habilitantes para esta modalidad de crédito el cliente deberá presentar un ***plan de negocios*** (justificando mediante un estudio de mercado, técnico y financiero), la viabilidad del proyecto, cuyo horizonte económico será de hasta 10 años o más dependiendo del proyecto. Este proyecto de factibilidad debe ser analizado por el Profesional de Crédito como base para la aprobación o negación del financiamiento.

***AVALÚO DE LOS BIENES HIPOTECADOS O PRENDADOS***

Los avalúos deben ser realizados por Profesionales calificados por la Superintendencia de Bancos y Seguros; y, el Directorio del Banco Nacional de Fomento para que el solicitante que opte por esta Modalidad de crédito y que solicite entre USD $100.001 y USD $150.000, pueda acogerse a un precio justo y real de mercado realizado por personas calificadas en esta actividad. El costo del avalúo lo asume el cliente previa pre-calificación

***MODALIDAD IV.- DESDE $ 150.001,00 HASTA $ 300.000,00***

***FINANCIAMIENTO***

Se financiará hasta el 85% del proyecto de inversión a realizarse dependiendo de la capacidad de pago y de que se cumpla la relación garantía préstamo, considerando que el aporte del prestatario será mínimo del 15%; dando la inversión total del 100%.

El aporte del prestatario será en efectivo, y/o en bienes de capital que formen parte del nuevo proyecto y otros activos que formen parte de su patrimonio (capital de trabajo). Son bienes de capital, los activos fijos considerados para la ejecución del nuevo proyecto.

Como documentos habilitantes para esta modalidad de crédito el cliente deberá presentar un ***plan de negocios*** (justificando mediante un estudio de mercado, técnico y financiero), la viabilidad del proyecto, cuyo horizonte económico será de hasta 10 años o más dependiendo del proyecto. Este proyecto de factibilidad debe ser analizado por el Profesional de Crédito como base para la aprobación o negación del financiamiento.

***AVALÚO DE LOS BIENES HIPOTECADOS O PRENDADOS***

Los avalúos deben ser realizados por Profesionales calificados por la Superintendencia de Bancos y Seguros; y, el Directorio del Banco Nacional de Fomento para que el solicitante que opte por esta Modalidad de crédito, pueda acogerse a un precio justo y real de mercado realizado por personas calificadas en esta actividad. El costo del avalúo lo asume el cliente previa pre-calificación.

***3.- LÍNEA CRÉDITOS ASOCIATIVOS (PARA TURISMO COMUNITARIO Y PARA ASOCIACIONES EMPRESARIALES)***

***MODALIDAD I.- DESDE $ 100,00 HASTA $ 140.000,00***

***SUJETOS DE CREDITO***

Serán sujetos de crédito todo **grupo asociativo formado por mínimo dos personas y máximo 20 personas** que desarrollan un proyecto común relacionadas con las actividades de producción, comercio o servicios vinculadas al sector turismo (a su vez estos grupos asociativos están conformados por personas naturales calificados como A , B o C en el BNF conforme al instructivo para la calificación de clientes del Banco Nacional de Fomento cuyos activos totales individuales no superen los US$ 80.000) y; que se garantizan entre sí, sin que estas sean garantías cruzadas.

- El grupo será responsable de apoyar la gestión de recuperación de los créditos concedidos a sus miembros.

Pueden beneficiarse clientes nuevos o antiguos del Banco Nacional De Fomento.

***CONDICIONES DEL CREDITO INDIVIDUAL***

| Monto del Crédito | | Plazo | Gracia |
|---|---|---|---|
| Desde | Hasta | | |
| US$ 100 | US$ 500 | Hasta 4 meses | 0 días |
| US$ 501 | US$ 1,000 | Hasta 6 meses | 30 días |
| US$ 1,001 | US$ 2,000 | Hasta 2 años | 60 días |
| US$ 2,001 | US$ 4,000 | Hasta 3 años | 90 días |
| US$ 4,001 | US$ 7,000 | Hasta 5 años | 180 días |

En estas operaciones individuales para actividades que inician su funcionamiento, podrá o no considerarse períodos de gracia conforme a lo establecido en el cuadro anterior.

## FINANCIAMIENTO

Se financiará hasta el 90% del proyecto de inversión a realizarse dependiendo de la capacidad de pago y de que se cumpla la relación garantía préstamo, considerando que el aporte del prestatario será mínimo del 10%; dando la inversión total del 100%.

El aporte del prestatario será en efectivo, y/o en bienes de capital que formen parte del nuevo proyecto y otros activos que formen parte de su patrimonio (capital de trabajo). Son bienes de capital, los activos fijos considerados para la ejecución del nuevo proyecto.

Como documentos habilitantes para esta modalidad de crédito el cliente deberá presentar un ***plan de negocios*** (justificando mediante un estudio de mercado, técnico y financiero), la viabilidad del proyecto, cuyo horizonte económico será de mínimo de 5 años hasta 10 años o más dependiendo del proyecto. Este proyecto de factibilidad debe ser analizado por el Profesional de Crédito como base para la aprobación o negación del financiamiento.

## *AVALÚO DE LOS BIENES HIPOTECADOS O PRENDADOS*

Los avalúos deben ser realizados por Profesionales calificados por la Superintendencia de Bancos y Seguros pertenecientes al Banco Nacional de Fomento, para poder determinar el precio justo y real de mercado realizado por Peritos Avaluadores. El costo del avalúo lo asume el Cliente previa precalificación.

# DISPOSICIONES GENERALES APLICABLES A LAS LÍNEAS DE FINANCIAMEITNO PARA EL SECTOR TURISMO: MICROCRÉDITOS, CRÉDITOS, GRUPOS ASOCIATIVOS

## GARANTÍAS GENERALES DE LOS PRÉSTAMOS

### - Línea Micro créditos

Para estas operaciones de crédito, se aceptará garantía personal o quirografaria, no cruzadas.

### - Línea Créditos

- Las garantía para las modalidades de este tipo de operaciones pueden ser hipotecarias abiertas o por constituirse, quirografarias o una combinación de ellas y sus objetivo será respaldar las operaciones crediticias.

- Para el caso de garantías reales sean hipotecarias y/o prendarias la relación garantía préstamo no podrá ser inferior al ciento veinte por ciento (120%), como valor de la garantía se considerará el valor de realización del bien obtenido del valor comercial menos el porcentaje de castigo.

- En caso de que la relación garantía hipotecaria préstamo, sea inferior al ciento veinte por ciento 120% se podrá aceptar una garantía complementaria prendaria de activos fijos, de tal manea que se complemente dicha relación.

- También se aceptarán como garantías los certificados de depósito emitidos por las Almaceneras calificadas y autorizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

**- Línea Créditos Asociativos (para Turismo Comunitario y Asociaciones Empresariales)**

La garantía de crédito deberá ser quirografaria entre los miembros del grupo beneficiario, garantías circulares no cruzadas. No se considerará el monto del crédito directo obtenido por el garante en el Banco Nacional de Fomento. Se aceptarán garantías prendarias o hipotecarias abiertas existentes o por constituirse, si los miembros del grupo así lo solicitan.

**- Observaciones a Considerarse en las Garantías:**

- No se aceptarán como garantías prendarias las siguientes:
    - Posible producción agrícola , animales para crianza y engorde (excepto bovinos)
    - Materias primas
    - Productos terminados (a menos que estén embodegados en una Almacenera) o en proceso, sean estos propios o motivo de financiamiento.
- No se aceptarán como garantías quirografarias las cruzadas.

**OBLIGACIONES DEL SUJETO DE CREDITO:**

Los prestatarios se obligan a cumplir con las siguientes disposiciones:

- Utilizar los recursos del crédito exclusivamente en el plan de inversión aprobado.
- Autorizar al Banco para que en cualquier tiempo pueda realizar visitas de control y seguimiento de la empresa.
- Proporcionar todo tipo de información que el BNF solicite respecto a la situación económica de la actividad.
- No gravar, arrendar o enajenar los bienes que constituyen garantías reales.
- Autorizar el débito automático de valores de la cuenta de ahorros o corriente, para abonar o cancelar sus cuotas u obligaciones vencidas.

# ANEXO # 13

## SUELDOS Y SALARIOS

### GASTOS DEL PERSONAL AL AÑO 2

| Nº | CARGO | Sueldo | Aporte Patronal (11,15%) | PROVISIÓN | | | | VALOR ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Décimo Tercero Bono Navideño | Décimo Cuarto | Vacaciones | Fondo de Reserva (8,33%) | |
| 1 | Gerente | 25.161,60 | 2.805,52 | 2.096,80 | 306,13 | 1.048,40 | 2.095,96 | **33.514,41** |
| 2 | Asistente Administrativo | 5.032,32 | 561,10 | 419,36 | 306,13 | 209,68 | 419,19 | **6.947,79** |
| 3 | Coordinador Eventos y Turismo | 12.580,80 | 1.402,76 | 1.048,40 | 306,13 | 524,20 | 1.047,98 | **16.910,27** |
| 4 | Ejecutivo de Ventas | 3.774,24 | 420,83 | 314,52 | 306,13 | 157,26 | 314,39 | **5.287,37** |
| 5 | Técnico en Mantenimiento | 5.032,32 | 561,10 | 419,36 | 306,13 | 209,68 | 419,19 | **6.947,79** |
| 6 | Cocinero | 6.290,40 | 701,38 | 524,20 | 306,13 | 262,10 | 523,99 | **8.608,20** |
| 7 | Stewart | 3.673,59 | 409,61 | 306,13 | 306,13 | 153,07 | 306,01 | **5.154,54** |
| 8 | Mesero | 3.774,24 | 420,83 | 314,52 | 306,13 | 157,26 | 314,39 | **5.287,37** |
| 9 | Camarera 1 | 3.774,24 | 420,83 | 314,52 | 306,13 | 157,26 | 314,39 | **5.287,37** |
| 10 | Camarera 2 | 3.774,24 | 420,83 | 314,52 | 306,13 | 157,26 | 314,39 | **5.287,37** |
| 11 | Bartender | 6.290,40 | 701,38 | 524,20 | 306,13 | 262,10 | 523,99 | **8.608,20** |
| 12 | Guardia de Seguridad | 4.277,47 | 476,94 | 356,46 | 306,13 | 178,23 | 356,31 | **5.951,54** |
| 13 | Guardia de Seguridad | 4.277,47 | 476,94 | 356,46 | 306,13 | 178,23 | 356,31 | **5.951,54** |
| | **TOTAL** | **87.713,34** | **9.780,04** | **7.309,44** | **3.979,73** | **3.654,72** | **7.306,52** | **119.743,79** |

## GASTOS DEL PERSONAL AL AÑO 3

| | | | | PROVISIÓN | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nº | CARGO | Sueldo | Aporte Patronal (11,15%) | Décimo Tercero Bono Navideño | Décimo Cuarto | Vacaciones | Fondo de Reserva (8,33%) | VALOR ANUAL |
| 1 | Gerente | 26.379,42 | 2.941,31 | 2.198,29 | 320,95 | 1.099,14 | 2.197,41 | **35.136,51** |
| 2 | Asistente Administrativo | 5.275,88 | 588,26 | 439,66 | 320,95 | 219,83 | 439,48 | **7.284,06** |
| 3 | Coordinador Eventos y Turismo | 13.189,71 | 1.470,65 | 1.099,14 | 320,95 | 549,57 | 1.098,70 | **17.728,73** |
| 4 | Ejecutivo de Ventas | 3.956,91 | 441,20 | 329,74 | 320,95 | 164,87 | 329,61 | **5.543,28** |
| 5 | Técnico en Mantenimiento | 5.275,88 | 588,26 | 439,66 | 320,95 | 219,83 | 439,48 | **7.284,06** |
| 6 | Cocinero | 6.594,86 | 735,33 | 549,57 | 320,95 | 274,79 | 549,35 | **9.024,84** |
| 7 | Stewart | 3.851,40 | 429,43 | 320,95 | 320,95 | 160,47 | 320,82 | **5.404,02** |
| 8 | Mesero | 3.956,91 | 441,20 | 329,74 | 320,95 | 164,87 | 329,61 | **5.543,28** |
| 9 | Camarera 1 | 3.956,91 | 441,20 | 329,74 | 320,95 | 164,87 | 329,61 | **5.543,28** |
| 10 | Camarera 2 | 3.956,91 | 441,20 | 329,74 | 320,95 | 164,87 | 329,61 | **5.543,28** |
| 11 | Bartender | 6.594,86 | 735,33 | 549,57 | 320,95 | 274,79 | 549,35 | **9.024,84** |
| 12 | Guardia de Seguridad | 4.484,50 | 500,02 | 373,71 | 320,95 | 186,85 | 373,56 | **6.239,59** |
| 13 | Guardia de Seguridad | 4.484,50 | 500,02 | 373,71 | 320,95 | 186,85 | 373,56 | **6.239,59** |
| | **TOTAL** | **91.958,66** | **10.253,39** | **7.663,22** | **4.172,35** | **3.831,61** | **7.660,16** | **125.539,39** |

## GASTOS DEL PERSONAL AL AÑO 4

| Nº | CARGO | Sueldo | Aporte Patronal (11,15%) | PROVISIÓN | | | | VALOR ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Décimo Tercero Bono Navideño | Décimo Cuarto | Vacaciones | Fondo de Reserva (8,33%) | |
| 1 | Gerente | 27.656,19 | 3.083,66 | 2.304,68 | 336,48 | 1.152,34 | 2.303,76 | **36.837,12** |
| 2 | Asistente Administrativo | 5.531,24 | 616,73 | 460,94 | 336,48 | 230,47 | 460,75 | **7.636,61** |
| 3 | Coordinador Eventos y Turismo | 13.828,09 | 1.541,83 | 1.152,34 | 336,48 | 576,17 | 1.151,88 | **18.586,80** |
| 4 | Ejecutivo de Ventas | 4.148,43 | 462,55 | 345,70 | 336,48 | 172,85 | 345,56 | **5.811,58** |
| 5 | Técnico en Mantenimiento | 5.531,24 | 616,73 | 460,94 | 336,48 | 230,47 | 460,75 | **7.636,61** |
| 6 | Cocinero | 6.914,05 | 770,92 | 576,17 | 336,48 | 288,09 | 575,94 | **9.461,64** |
| 7 | Stewart | 4.037,80 | 450,22 | 336,48 | 336,48 | 168,24 | 336,35 | **5.665,58** |
| 8 | Mesero | 4.148,43 | 462,55 | 345,70 | 336,48 | 172,85 | 345,56 | **5.811,58** |
| 9 | Camarera 1 | 4.148,43 | 462,55 | 345,70 | 336,48 | 172,85 | 345,56 | **5.811,58** |
| 10 | Camarera 2 | 4.148,43 | 462,55 | 345,70 | 336,48 | 172,85 | 345,56 | **5.811,58** |
| 11 | Bartender | 6.914,05 | 770,92 | 576,17 | 336,48 | 288,09 | 575,94 | **9.461,64** |
| 12 | Guardia de Seguridad | 4.701,55 | 524,22 | 391,80 | 336,48 | 195,90 | 391,64 | **6.541,59** |
| 13 | Guardia de Seguridad | 4.701,55 | 524,22 | 391,80 | 336,48 | 195,90 | 391,64 | **6.541,59** |
| | **TOTAL** | **96.409,46** | **10.749,66** | **8.034,12** | **4.374,29** | **4.017,06** | **8.030,91** | **131.615,50** |

## GASTOS DEL PERSONAL AL AÑO 5

| | | | | PROVISIÓN | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nº | CARGO | Sueldo | Aporte Patronal (11,15%) | Décimo Tercero Bono Navideño | Décimo Cuarto | Vacaciones | Fondo de Reserva (8,33%) | VALOR ANUAL |
| 1 | Gerente | 28.994,74 | 3.232,91 | 2.416,23 | 352,77 | 1.208,11 | 2.415,26 | **38.620,03** |
| 2 | Asistente Administrativo | 5.798,95 | 646,58 | 483,25 | 352,77 | 241,62 | 483,05 | **8.006,22** |
| 3 | Coordinador Eventos y Turismo | 14.497,37 | 1.616,46 | 1.208,11 | 352,77 | 604,06 | 1.207,63 | **19.486,40** |
| 4 | Ejecutivo de Ventas | 4.349,21 | 484,94 | 362,43 | 352,77 | 181,22 | 362,29 | **6.092,86** |
| 5 | Técnico en Mantenimiento | 5.798,95 | 646,58 | 483,25 | 352,77 | 241,62 | 483,05 | **8.006,22** |
| 6 | Cocinero | 7.248,69 | 808,23 | 604,06 | 352,77 | 302,03 | 603,82 | **9.919,59** |
| 7 | Stewart | 4.233,23 | 472,01 | 352,77 | 352,77 | 176,38 | 352,63 | **5.939,79** |
| 8 | Mesero | 4.349,21 | 484,94 | 362,43 | 352,77 | 181,22 | 362,29 | **6.092,86** |
| 9 | Camarera 1 | 4.349,21 | 484,94 | 362,43 | 352,77 | 181,22 | 362,29 | **6.092,86** |
| 10 | Camarera 2 | 4.349,21 | 484,94 | 362,43 | 352,77 | 181,22 | 362,29 | **6.092,86** |
| 11 | Bartender | 7.248,69 | 808,23 | 604,06 | 352,77 | 302,03 | 603,82 | **9.919,59** |
| 12 | Guardia de Seguridad | 4.929,11 | 549,60 | 410,76 | 352,77 | 205,38 | 410,59 | **6.858,20** |
| 13 | Guardia de Seguridad | 4.929,11 | 549,60 | 410,76 | 352,77 | 205,38 | 410,59 | **6.858,20** |
| | **TOTAL** | **101.075,68** | **11.269,94** | **8.422,97** | **4.586,00** | **4.211,49** | **8.419,60** | **137.985,69** |