

RESUMEN

“El 2008 fue un buen año para el turismo en Ecuador, pues la nación atrajo por primera vez a más de un millón de turistas.

La Provincia de Manabí es la más privilegiada de la Costa de Ecuador por contar con 350 kilómetros de playa. Del cual el Cantón de San Vicente posee 33 kilómetros de playa aproximadamente, donde existen lugares de mágica belleza, espacios limpios, las palmeras que adornan las hermosas playas y que sirven de testigo ante la imponente presencia del astro rey”¹.

“Por lo que Canoa es un centro de actividades turísticas que motivan a diferentes tipos de viajeros a visitarla. Para los amantes del surf, Canoa es uno de los principales destinos para la práctica de este deporte. Mientras quienes prefieren competir por el espacio aéreo con las fragatas y otras aves costeras, Canoa es un excelente sitio para la práctica del Parapente.

La infraestructura en Canoa es limitada, como en la mayoría de balnearios del Ecuador. Cuenta con todos los servicios básicos, aunque en temporadas súper-altas como feriados, estos suelen colapsar por el exceso de demanda.

Existen hoteles y hostales de categorías media y baja, no se encuentran hoteles de 5 estrellas en Canoa. Existen lugares de comida muy diversos, en esta comuna usted podrá disfrutar tanto de platos típicos manabitas, ecuatorianos e incluso enriquecer su paladar con cocina internacional con influencia manaba.”².

“La playa de Canoa de la provincia de Manabí, formará parte del proyecto piloto sobre Certificación de Playas Azules, que ejecutará el Ministerio de Turismo en coordinación con la Dirección General de la Marina Mercante del Litoral –DIGMER- y el Programa de Manejo de Recursos Costeros- PMRC”³.

¹ Ministerio de Turismo

² www.captur.com

³ Revista Lideres

“Con este propósito la Dirección Provincial de Turismo y PMRC, realizaron los contactos necesarios con los actores y los moradores de Canoa, quienes conocieron el proyecto y aceptaron la propuesta.

Las normas técnicas de playas turísticas-sostenibles, incentivan a la autogestión de los actores en la actividad alrededor de 86 normas o temas de seguridad, calidad ambiental, preservación de recursos naturales, recursos hídricos, desechos, servicios, comercio, infraestructura y comunicación para lograr sostenibilidad y mejoramiento de la calidad de vida de los moradores de las zonas aledañas”⁴.

Por lo que con este antecedente, se ha considerado la creación de una nueva hostería en la Playa de Canoa, Provincia de Manabí, en el que se determinó una demanda insatisfecha de 67740 personas para el año 2009.

Además se determinó que para la creación de la hostería, se cuenta con cada uno de los recursos, materiales y equipos necesarios para el funcionamiento de la misma.

Cabe recalcar que la hostería se sujetará a cada una de las normas, leyes, reglamentos y ordenanzas de la Superintendencia de Compañías, Ministerio de Turismo, Municipio de San Vicente, SRI, entre otros.

En último lugar, se pudo verificar con el estudio financiero que cada uno de los criterios de evaluación (VAN, TIR, B/C), son positivos, por lo que el proyecto es rentable y que el período de recuperación es a corto plazo.

El proyecto busca una nueva opción de hospedaje, recreación y esparcimiento, para los turistas nacionales y extranjeros, en un lugar poco conocido y hermoso para visitar.

⁴ Revista Lideres

SUMMARY

"The 2008 was a good year for tourism in Ecuador, as the nation's first caught more than a million tourists.

The province of Manabí is the most privileged of the coast of Ecuador for having 350 kilometers of beach. Which the Canton of St. Vincent has approximately 33 kilometers of beach, where there are magical places of beauty, clean spaces, palm trees that adorn the beautiful beaches and serving as a witness before the imposing presence of the sun.⁵

"So Canoa is a center of tourist activities that motivate different kinds of travelers to visit. For lovers of surf, Canoa is one of the main destinations for this sport. While those who prefer to compete for airspace with the frigates and other shorebirds, Canoa is an excellent place to practice paragliding.

Canoa on the infrastructure is limited, as in most resorts in Ecuador. It has all basic services, but in super-high season holidays as these tend to collapse due to excess demand.

There are hotels and hostels in medium and low categories, there are no 5 star hotels in Canoa. There are a wide variety of food places, this community you can enjoy both traditional dishes manabitas, Ecuadorians and enrich your palate with International cuisine with influences flowing.⁶ "

"The beach of Canoa Manabí province as part of the pilot project on Certification of Playa Azul, who run the Ministry of Tourism in coordination with the Directorate General of Merchant Marine of the Littoral-Digman and Program Management Resources coastal PMRC.

For this purpose, the Provincial Tourism and PMRC, made the necessary contacts with the actors and the inhabitants of Canoa, who knew the project and accepted the proposal"⁷.

⁵ Ministerio de Turismo

⁶ www.captur.com

⁷ Revista Lideres

“The technical standards of tourist beaches, sustainable, encourage self-management involved in the activity about 86 standards or safety issues, environmental quality, preservation of natural resources, water resources, waste, services, trade, infrastructure and communication to achieve sustainability and improved quality of life of residents in neighboring areas.”⁸

With this background, it was considered a new hostel on the beach of Canoa, Manabí Province, where it was determined an unmet demand of 67,740 people by 2009.

Was determined that the creation of the lodge, we have each of the resources, materials and equipment required for the operation.

It should be emphasized that the inn will be subject to each of the standards, laws, ordinances and regulations of the Superintendency of Companies, Ministry of Tourism, Municipality of San Vicente, SRI, among others.

Finally, we could check with the financial study that each of the evaluation criteria (NPV, IRR, B / C) are positive, so the project is profitable and that the recovery period is short term.

The project seeks a new option for lodging, recreation and leisure for tourists and foreigners, in a little-known and beautiful place to visit.

⁸ Revista Lideres

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Confirmar la posibilidad de la creación de una nueva hostería en la Playa de Canoa, Provincia de Manabí, que ofrezca servicios de hospedaje de calidad y diferenciado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

? Analizar la demanda actual del turismo receptivo e interno; identificando de esta manera la demanda insatisfecha; conociendo las características y ubicación de los turistas.

? Identificar el tamaño óptimo, la localización adecuada y determinar los requerimientos que se utilizarán para ofrecer el servicio de hospedaje.

? Definir la estructura orgánico - funcional a implementarse en la hostería, que se adapte a los requerimientos jurídicos, de tal modo que facilite el desarrollo de las actividades de la misma.

? Analizar los criterios de evaluación, análisis de sensibilidad y flujo de caja con y sin financiamiento, para verificar si el proyecto es viable y rentable.

CAPITULO 1

ESTUDIO DE MERCADO

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”⁹.

1.1 Objetivos del Estudio de Mercado

- ? Verificar la posibilidad real de la creación de una hostería en la Playa de Canoa, Provincia de Manabí.
- ? Analizar la demanda actual del turismo receptivo e interno; e identificar a la demanda insatisfecha.
- ? Estudiar el número y capacidades de servicio de los competidores.
- ? Conocer las características y ubicación del turismo receptivo e interno potenciales.

1.2 Estructura del Mercado

“Se refiere fundamentalmente a las condiciones de competencia; el análisis de la estructura de mercado se inicia identificando a la competidores: empresas públicas o privadas, compañías regionales, nacionales o transnacionales, productos tradicionales o nuevos, con o sin marca registrada”¹⁰.

⁹ www.monografias.com

¹⁰ Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla

Monopolio: “Es cuando un solo proveedor vende un producto para el que no hay sustitutos perfectos, y las dificultades para ingresar a esa industria son grandes”¹¹.

Oligopólica: “Existe cuando hay pocos vendedores de un producto homogéneo o diferenciado, y el ingreso o salida de la industria es posible, aunque con dificultades”¹².

Competencia Perfecta: “Se caracteriza porque en el mercado de un determinado producto existen muchos compradores y vendedores que, dado que la participación de cada uno de ellos en el mercado es muy pequeña, no pueden influir en el precio; el producto es idéntico y homogéneo; existe movilidad perfecta de los recursos; no haya barreras de entrada o salida y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado”¹³.

La Hostería tiene una Estructura de Mercado de **Competencia Perfecta**; ya que existen muchas hosterías de la zona; sin embargo la participación de estas hosterías es muy pequeña y estas no influyen en el precio de las mismas, además no existen barreras de ingreso o salida para los dueños de dichos establecimientos.

CATEGORÍAS DE HOSTERÍAS

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo 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 de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos¹⁴:

¹¹ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

¹² Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

¹³ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

¹⁴ Reglamento General de Actividades Turísticas

Cuadro N° 1: Clasificación de Alojamientos

GRUPO N° 1 (Alojamientos Hoteleros)	SUBGRUPO 1.1 (Hoteles)	1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
		1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
		1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).
	SUBGRUPO 1.2 (Hostales y Pensiones)	1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).
	SUBGRUPO 1.3 (Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas)	1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).
GRUPO N° 2 (Alojamientos Extrahoteleros)	SUBGRUPO 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas)	
	SUBGRUPO 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).	
	SUBGRUPO 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).	

Fuente: Reglamento General de Actividades Turísticas

Elaborado por: Johanna Vivero

Como podemos observar según la clasificación del Ministerio de Turismo La Hostería pertenece al **Grupo 1, Subgrupo 1.3, Clasificación 1.3.1.** Como anexo se adjunta toda la información de clasificación por categorías de hosterías (**Anexo N° 1**).

“Art. 4.- Nomenclatura.- La nomenclatura que se usará para cada actividad será la siguiente”¹⁵:

Cuadro N° 2: Tabla de Nomenclatura

ACTIVIDAD	NOMENCLATURA
Hotel	H
Hotel Residencia	HR
Hotel Apartamento	HA
Hostal	HS
Hostal Residencia	HSR
Pensión	P
Hostería	HT
Motel	M
Refugio	RF
Complejo Vacacional	CV
Campamento Turístico o Camping Silueta frontal de “carpa” con indicativo de categoría	
Apartamento	AP
Cabaña	C

Fuente: Reglamento General de Actividades Turísticas

Elaborado por: Johanna Vivero

¹⁵ Reglamento General de Actividades Turísticas

Cuadro N° 3: Feriados Nacionales y Época de Vacaciones

DIAS	MES: ENERO
1	Celebración de Año Nuevo
DIAS	MES: FEBRERO
14	Día del Amor y la Amistad
	FIESTAS MÓVILES DE FEBRERO, MARZO Y ABRIL
	Carnaval Miércoles de ceniza Semana Santa
DIAS	MES: MAYO
1	Día del trabajador
24	Conmemoración Batalla de Pichincha
	VACACIONES JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE
	Vacaciones Primaria, Colegios y Universidades (Sierra)
DIAS	MES: AGOSTO
10	Fiesta Cívica Nacional: Aniversario Primer Día de la Independencia
DIAS	MES: OCTUBRE
9	Guayaquil: Fiesta Civil Nacional que conmemora la Independencia de Guayaquil
DIAS	MES: NOVIEMBRE
2	Día de los Difuntos.
3	Cuenca: Festividad civil que conmemora la independencia de Cuenca.
DIAS	MES: DICIEMBRE
6	Quito: Aniversario de la fundación de San Francisco de Quito.
25	Navidad.
31	Celebraciones de Noche Vieja.

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Federación Hotelera del Ecuador

Estas son las fechas más representativas de feriados nacionales y época de vacaciones en donde los turistas nacionales y extranjeros visitarían nuestra hostería.

1.2.1 Análisis Histórico

Anteriormente la Playa de Canoa no era muy conocida por lo que los turistas nacionales y extranjeros, concurrían a las playas de la Provincia de Esmeraldas, específicamente a la de Atacames y Tonsupa; así como a las playas de la Provincia del Guayas, concretamente a Salinas y Playas. Las pocas personas que conocían de la playa de Canoa no asistían a la misma por la distancia y por las condiciones de la carretera de la provincia. Por lo que por mucho tiempo esta hermosa playa estuvo resguardada de la visita de turistas.

1.2.2 Análisis de la Situación Vigente del Mercado

Después de la saturación de Atacames, Tonsupa, Playas, Salinas y otras playas; los inversionistas han buscado nuevas costas que explotar es por eso que la Playa de Canoa hoy en día, está teniendo movimiento; por esta razón el Municipio de Manabí así como el Gobierno se han preocupado por la vialidad de la provincia que ha mejorado notablemente; sin embargo, para llegar a Canoa los turistas aún deben realizar el siguiente recorrido:

“La ruta principal para llegar a Canoa desde el norte del país es vía Santo Domingo de los Colorados, luego por la vía de El Carmen y finalmente llegando a Canoa. Por el sur se pasa por el interior de Manabí hasta que finalmente se llega a Bahía de Caráquez, aquí se debe cruzar en lancha o en gabarra hacia San Vicente para luego seguir por el borde costero hasta llegar a Canoa.

Canoa es un centro de actividades turísticas que motivan a diferentes tipos de viajeros a visitarla. Para los amantes del surf, Canoa es uno de los principales destinos para la práctica de este deporte en Manabí, siendo de Enero a Abril la mejor época para visitarla ya que las corrientes cálidas traen consigo las buenas olas.

Quienes prefieren competir por el espacio aéreo con las fragatas y otras aves costeras, Canoa es un excelente sitio para la práctica del Parapente, comparable con Crucita por sus condiciones excelentes y probablemente con un paisaje más impresionante.

La infraestructura en Canoa es limitada, como en la mayoría de balnearios del Ecuador. Cuenta con todos los servicios básicos, aunque en temporadas súper-altas como feriados, estos suelen colapsar por el exceso de demanda.

Existen hoteles y hostales de categorías media y baja, no se encuentran hoteles de 5 estrellas en Canoa. Existen lugares de comida muy diversos, en esta comuna usted podrá disfrutar tanto de platos típicos manabitas, ecuatorianos e incluso enriquecer su paladar con cocina internacional con influencia manaba. No existen cajeros automáticos en el sector así que se recomienda tener dinero suficiente para su estadía¹⁶.



Playa de Canoa

Fuente: www.captur.co

¹⁶ www.captur.com

1.2.3 Análisis de la Situación Proyectada

El futuro de la Playa de Canoa es fructífera, ya que la misma está en la mira de inversionistas extranjeros y nacionales; donde varios de estos inversionistas tienen como proyecto la construcción de hosterías y hoteles de categoría media y alta; así como de edificios con departamentos frente a la playa, existe además gran apertura de parte del Ministerio de Turismo y de Ambiente, para que esta playa pueda llegar a ser una playa certificada azul.

“La playa de Canoa de la provincia de Manabí, formará parte del proyecto piloto sobre Certificación de Playas Azules, que ejecutará el Ministerio de Turismo en coordinación con la Dirección General de la Marina Mercante del Litoral –DIGMER- y el Programa de Manejo de Recursos Costeros- PMRC-.

La Subsecretaría del Litoral del Ministerio de Turismo, la Subsecretaría de Ambiente, DIGMER y el PMRC, lanzaron el proyecto de Certificación de Playas Azules para de esa manera fortalecer el desarrollo del turismo sostenible en la Costa ecuatoriana, contando con la activa participación de los miembros de la comunidad.

Con este propósito la Dirección Provincial de Turismo y PMRC, realizaron los contactos necesarios con los actores y los moradores de Canoa, quienes conocieron el proyecto y aceptaron la propuesta.

Inmediatamente la Dirección Provincial de Turismo contrató a una técnica para que organice y dicte un taller integral para el fortalecimiento y conformación del Comité de Gestión para la certificación de “Playa Azul””. A este encuentro asistieron representantes de hoteles, restaurantes, pescadores, estudiantes, funcionarios del Municipio y Junta Parroquial”¹⁷.

¹⁷ Revista Líderes

“Nuestra contribución fue el de motivar a la conformación del Comité, su capacitación y más tarde el fortalecimiento del proceso para que las normas técnicas para certificación de playas turísticas en la faja costera se cumplan y se pueda certificar a este balneario como “playa azul”.”, dice el Director Provincial de Turismo, Jacob Santos.

Dijo que las normas técnicas de playas turísticas-sostenibles, incentivan a la autogestión de los actores en la actividad alrededor de 86 normas o temas de seguridad, calidad ambiental, preservación de recursos naturales, recursos hídricos, desechos, servicios, comercio, infraestructura y comunicación para lograr sostenibilidad y mejoramiento de la calidad de vida de los moradores de las zonas aledañas.

El Taller concluyó con una reunión en la cual participaron las autoridades el Capitán de Puerto de Bahía de Caráquez, Guillermo Montalvo, el técnico del PMRC, Xavier Alvarado el Alcalde del cantón San Vicente, Walter Cedeño Loor, la Directora Cantonal de Turismo, Magdalena Rivadeneira, el Jefe de Planificación, el delegado de la Defensa Civil, Junta Parroquial, y la presidenta del Comité de Gestión y ciudadanía en general¹⁸.



Miembros de la comunidad de Canoa

Mostraron su interés por el proyecto

Fuente: Revista Líderes

Es por eso que de acuerdo con el comportamiento del mercado, he decidió la implementación de una nueva hostería en la playa de canoa, en donde se ofrecerá servicio de hospedaje calidad y diferenciado.

¹⁸ Revista Líderes

1.3 Identificación del Servicio

1.3.1 Características del Servicio

Canoa ofrece una playa de 12 kilómetros de playa ancha con arena suave y aguas agradables todo el año. La Hostería contará con playa privada; además podrá disfrutar de habitaciones cómodas y las deliciosas comidas del mar. Se ofrecerán paquetes especiales de estadía y comida de calidad y diferenciación.



Playa de Canoa

Fuente: www.canoa-ecuador.com

ALOJAMIENTO

La Hostería ofrecerá 5 cabañas para 5 personas cada una, por lo que contará con 25 plazas; todas con baños privados, televisión, ventiladores, y la mayoría con vista al mar. La Hostería estará ubicada frente a la playa, y todas las cabañas estarán a pocos metros del mar. Las instalaciones serán construidas con materiales de la zona. La Hostería contará con parqueadero privado así como oficinas administrativas, cuarto de limpieza. Cabe mencionar que a futuro se construirán habitaciones: matrimoniales, triples y quíntuples, piscina y restaurante.



Fuente: www.sundowninn.com

ALIMENTACIÓN

A futuro se incrementará un bar/restaurante el cual tendrá un menú completo de mariscos incluyendo una variedad de pescados, camarones, concha, y calamares. Los grupos podrán pedir con anticipación cenas especiales, como parrilladas o mariscadas. Los vinos y cócteles estarán listos para servirse en el bar.



Comida Típica de Canoa

Fuente: www.gobiernocantonaldesanvicente.com

ESPARCIMIENTO Y RECREACIÓN

La playa privada frente a la hostería estará lista para disfrutar. Además la madera estará disponible para hacer fogatas románticas de noche.

Canoa cuenta con una gran formación de riscos los que crean las corrientes de vientos perfectos para volar. Los arqueólogos han descubierto muchas antigüedades de culturas indígenas en el área. Además podremos encontrar cuevas naturales inmediatamente al norte de Canoa. La cercana punta de Cabo Pasado tiene su propio ecosistema de flora y fauna para los amantes de la naturaleza. Visitas a fincas

ecológicas también podrán organizarse. En Canoa, existen bares y discotecas para pasar noches muy encantadoras disfrutando de la variedad de cócteles que se ofrecen al turista.



Fuente: www.sundowninn.com

1.3.2 Clasificación por su Uso / Efecto

Por su uso, la Hostería se enmarcará en el sector turístico, en las actividades hoteles y restaurantes.

Cuadro N° 4: Clasificación CIU

CODIGO	SECTOR
H	Hoteles y Restaurantes
55	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares
551	Alojamiento en Hoteles, Campamentos y Otro Tipo de Hospedaje no permanente.

Fuente: Código Industrial Internacional Uniforme (CIU)

Elaborado por: Johanna Vivero

Por su efecto, la Hostería ofrecerá servicios de hospedaje de calidad y diferenciados, que permitirá que nuestros turistas disfrutaren de unas placenteras vacaciones rodeados de un agradable clima, magnífica fauna y flora.

1.3.3 Servicios Complementarios y/o Sustitutos

“Servicios y/o Productos Complementarios: son aquellos que se consumen de manera conjunta y, por tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida del otro, y viceversa”¹⁹.

La Hostería contará con una serie de servicios y/o bienes que complementarán a los principales entre ellos tenemos:

- ? **Capacitación:** todos los empleados de la hostería recibirán capacitación permanente en cuanto a relaciones humanas, servicio, aprendizaje de idiomas, protocolo, atención al cliente.
- ? **Guardias de Seguridad:** la hostería dispondrá de personal de seguridad para el cuidado de los automóviles de los clientes así como de toda la hostería y las personas que se encuentren en ella.

“Servicios y/o Bienes Sustitutos: son aquellos servicios y/o bienes que satisfacen una necesidad similar a la del bien del proyecto y, por tanto, el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar de consumir el bien del proyecto, si éste subiera de precio”²⁰.

La Hostería tendrá que competir con varios servicios y/o bienes sustitutos, los principales entre ellos tenemos:

¹⁹ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

²⁰ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

? **Hosterías de Categorías Media y Baja:** estas hosterías no cuentan con la infraestructura adecuada para esta actividad, así como la calidad y diferenciación de cada uno de sus servicios prestados.

1.3.4 Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial

Previo a la ejecución del presente estudio, nos sujetaremos a todas las leyes, reglamentos, disposiciones, ordenanzas municipales, y todo aquello que tenga que ver con la actividad turística-hosterías; sin embargo, se detalla en resumen:

Cuadro N° 5: Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial

Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo
Licencia Única de Funcionamiento Turismo	Ministerio de Turismo
Permiso de Uso del Suelo	Municipio Cantonal de San Vicente
Permiso Sanitario	Ministerio de Salud

Fuente: Federación Hotelera del Ecuador

Elaborado por: Johanna Vivero

Como anexos se adjunta toda la información normativa y leyes que tiene que ver con la construcción de la Hostería en la Playa de Canoa. **(Anexo N° 2).**

1.4 Investigación de Mercados

“La investigación de mercado es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas del mercado de bienes y servicios”²¹.

²¹ www.monografias.com

1.4.1 Segmentación de Mercados

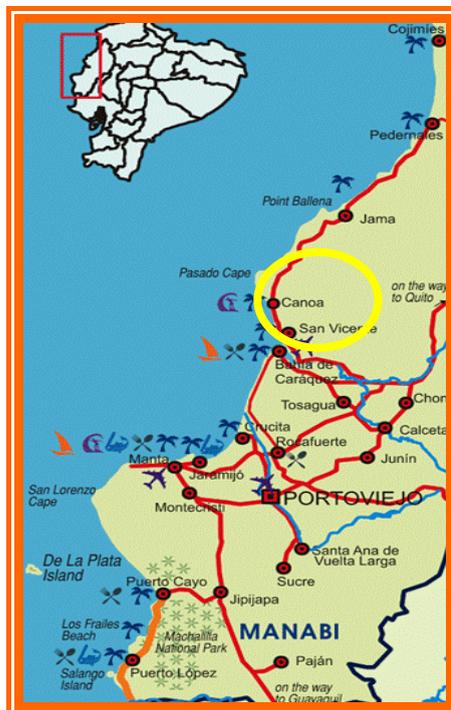
“Significa dividir el mercado en grupos más o menos homogéneos de consumidores, en su grado de intensidad de la necesidad. Más específico podemos decir que es la división del mercado en grupos diversos de consumidores con diferentes necesidades, características o comportamientos, que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes”²².

Las variables utilizadas para segmentación incluyen:

CUADRO N° 6: Variables Geográfica

PAIS	ECUADOR
REGION	COSTA
PROVINCIA	MANABÍ
CANTON	SAN VICENTE
PARROQUIA	CANOA

Elaborado por: Johanna Vivero



²² www.monografias.com

CUADRO Nº 7: Variables Demográficas

EDAD	NIÑOS, JÓVENES Y ADULTOS
GENERO	HOMBRES Y MUJERES
INGRESOS	MEDIA, MEDIA ALTA, ALTA
NIVEL EDUCATIVO	PRIMARIA, SECUNDARIA, UNIVERSITARIA
ESTATUS SOCIOECONOMICO	MEDIA, MEDIA ALTA, ALTA
NACIONALIDAD	TODAS LAS NACIONALIDADES

Elaborado por: Johanna Vivero

CUADRO Nº 8: Variables Psicográficas

PERSONALIDAD	INTROVERTIDA, EXTROVERTIDA
ESTILO DE VIDA	MEDIA, MEDIA ALTA, ALTA

Elaborado por: Johanna Vivero

CUADRO Nº 9: Variables de Comportamiento

CLIENTES FRECUENTES	TURISTAS QUE VISITEN LA HOSTERÍA MÁS DE DOS VECES AL MES
CLIENTES NO FRECUENTES	TURISTAS QUE VISITEN LA HOSTERÍA UNA VEZ AL MES

Elaborado por: Johanna Vivero

1.4.2 Metodología de Investigación

“La metodología es el conocimiento del método, mientras que el método es la sucesión de pasos que se deben dar para descubrir nuevos conocimientos, la metodología es el conocimiento de esos pasos²³”.

²³ Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla

Tipos de Investigación

“Por el Propósito o Finalidades Perseguidas:

Investigación Básica: parte de un marco teórico y permanece en él, su fin es formular nuevas teorías o modificar las existentes.

Investigación Aplicada: busca la aplicación de los conocimientos que se adquieren.

Para el proyecto en cuestión se utilizará la **Investigación Básica**, ya que si existen Hosterías en Canoa, sin embargo; se formularán nuevas tendencias y se mejorarán las ya existentes, para crear una nueva hostería de servicio de calidad y diferenciado.

Por la Clase de Medios Utilizados para Obtener Datos:

Investigación Documental: se apoya en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie.

Investigación de Campo: este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

Investigación Experimental: recibe este nombre la investigación que obtiene su información de la actividad intencional realizada por el investigador y que se encuentra dirigida a modificar la realidad con el propósito de crear el fenómeno mismo que se indaga, y así poder observarlo.

Para el proyecto se utilizará la **Investigación de Campo**, la misma que se basará en encuestas y entrevistas a los actores principales tales como: clientes, clientes potenciales y representantes de hosterías²⁴.

²⁴ Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla

“Por el Nivel de Conocimientos que se Adquieren:

Investigación Exploratoria: se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.

Investigación Descriptiva: utiliza el método de análisis, señala las características de un objeto y sus propiedades.

Investigación Explicativa: trata de explicar los por qué del objeto que se investiga.

Para el proyecto se utilizará la **Investigación Descriptiva**, que nos permitirá analizar la situación histórica, actual y futura del turismo en Canoa; así como el sector de las Hosterías.

Fuentes de Información

La recolección de información para el desarrollo de una investigación, se basa en fuentes de información primaria y secundaria, en función de las necesidades que se presenten.

Fuentes de Datos Primarios: son aquel tipo de información cuya fuente de obtención es directa, la misma que se la puede encontrar en el lugar de los hechos, y se la puede obtener de personas, organizaciones, etc.

Para obtener la información requerida se utilizará la observación mediante la concurrencia a otras hosterías para llegar a conocer el movimiento de las mismas; mediante la técnica del espionaje utilizar los servicios que brinda la competencia y las encuestas a turistas nacionales y extranjeros, para conocer si estos estarían de acuerdo o no con la implementación de una nueva hostería que brindaría servicios diferenciados y de calidad.

Fuentes de Datos Secundarios: son todas las fuentes de información relacionados con el tema de investigación, pero que no son su fuente de origen²⁵.

²⁵ Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla

La información se obtendrá de las siguientes maneras: folletos, revistas, libros, ministerio de turismo, entre otros.

1.4.3 Tamaño del Universo

De conformidad a la información proporcionada por el INEC (Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2007), tenemos que las entradas se les está identificando donde existen aeropuertos, por tal razón en el presente caso las entradas del turismo receptivo e interno constan en Manta, los mismos que al 2007, han ingresado 2771 turistas extranjeros, y 3510 turistas nacionales.

Como anexos se adjunta toda la información proporcionada por el INEC que tiene que ver con la entrada de turistas nacionales y extranjeros a la Provincia de Manabí.

De las investigaciones y entrevistas realizadas en el Ministerio de Turismo y en el INEC, manifiestan que Manta no constituye el lugar final del turismo, sino que constituye un lugar de paso.

Toda vez que el turismo nacional y extranjero, se traslada a las diferentes playas de la Provincia de Manabí, debiendo indicar que una visita permanente a la playa de Canoa por su gastronomía, paisajes, etc.; y porque el lugar permite realizar otras actividades relacionados con el turismo (deportes extremos).

Cuadro Nº 10: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales

AEROPUERTO	2007		
MANTA	ECUATORIANOS	EXTRANJEROS	TOTAL
	3510	2771	6281

Fuente: Anuario Entradas y Salidas Internacionales 2007

Elaborado por: Johanna Vivero

1.4.4 Prueba Piloto

Se realizó una encuesta piloto a 20 personas, en la Agencia de Viajes Intercontinental, ubicada en las Calles Tamayo 1246 y Cordero, Edificio Alpallana; con la siguiente encuesta:

POR FAVOR LLENE LOS DATOS QUE A CONTINUACIÓN SE LE PIDE Y LEA DETENIDAMENTE LA SIGUIENTE PREGUNTA, RESPONDIENDO MEDIANTE UN CÍRCULO:

NOMBRE:

Nº CI O PASAPORTE:

TELÉFONO:

LE GUSTARÍA QUE EN LA PLAYA DE CANOA, PROVINCIA DE MANABÍ, SE CONSTRUYA UNA HOSTERÍA CON SERVICIOS DE HOSPEDAJE; CON TODOS LOS SERVICIOS DE CALIDAD Y DIFERENCIADOS

SI NO

GRACIAS POR SU AYUDA

La misma que nos permitió obtener la siguiente información:

En la prueba piloto, se constató que de las 20 encuestas realizadas 18 fueron afirmativas (p) y 2 negativas (q).

1.4.5 Tamaño de la Muestra

“Significa o es igual al número total de unidades muestrales o elementos que van a ser investigadas.

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseamos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería la siguiente²⁶:

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

Donde:

n: Muestra

N: Tamaño de la Población o Universo

p: Probabilidad a Favor

q: Probabilidad en Contra

Z: Nivel de Confianza

e: Error o Nivel de Significancia

$$n = \frac{6281(1,96)^2 (0,90*0,10)}{(0,05)^2 (6281 - 1) + (1,96)^2 (0,90*0,10)}$$

$$n = 135,34 \sim 135$$

²⁶ Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla

1.4.6 Elaboración de la Encuesta

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Buenos Días o Buenas Tardes, esta encuesta es para constatar, si es factible la creación de una Nueva Hostería en la Playa de Canoa, Provincia de Manabí

OBJETIVO: Analizar la demanda que tendría una nueva Hostería así como las necesidades y expectativas de nuestros clientes potenciales al uso de nuestros servicios hoteleros-turísticos.

INSTRUCCIONES:

1. Conteste con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación
2. Los resultados de esta encuesta serán tratados con absoluta reserva
3. Señale con una "X" el lugar donde corresponda

NOMBRE: _____

CI O PASAPORTE: _____

TELÉFONO: _____

FECHA: _____

INFORMACIÓN PERSONAL

1.GENERO: Masculino Femenino

2.LUGAR DE RESIDENCIA (Nacionales y Extranjeros

Residentes): _____

3.DE QUÉ PAÍS PROVIENE (Extranjeros):

4.EDAD: 18 – 30 31 – 40 41 – 50

más de 50

5.ESTUDIOS: Primarios Secundarios

Superior Cuarto nivel

6.INGRESOS MENSUALES: 200 – 400 401 – 800

801 – 1200 1201 – 5000 más de 5000

INFORMACIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO

7.¿Conoce usted la Playa de Canoa, Provincia de Manabí?

INSTRUCCIÓN: Si su respuesta es negativa, pase a la pregunta 16

SI NO

8.¿Ha visitado las Playa de Canoa?

INSTRUCCIÓN: Si su respuesta es negativa le agradecemos su colaboración

SI NO

9.¿Cuándo usted viaja con quién lo hace, ordene del 1 al 4 cual opción es la acertada por usted, siendo 1 la calificación más alta?

Solo _____ Pareja _____ Familia _____ Amigos _____

10.¿Cuántas veces a viajado a la Playa de Canoa?

Una vez al mes Una vez al trimestre

Una vez a los seis meses Una vez al año

11.¿Cuándo viajó a la Playa de Canoa, se hospedó en?

Casa de Familiares Casa de Amigos Hotel u Hostería (Indicar el nombre del Hotel u Hostería _____)

12.¿El servicio que ofreció el Hotel u Hostería, fue incluida la alimentación?

SI NO

13.El precio que pagó por el alojamiento y/o alimentación fue de:

\$ 10 \$ 12 \$ 15 \$ 20

14.¿Cuántos días se alojó en el Hotel u Hostería?

1 a 2 días 3 a 4 días más de 4 días

15.¿Por favor calificar el servicio que le brindó este Hotel u Hostería?

Excelente Muy Bueno Bueno Regular

INFORMACIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO

16.¿Está usted dispuesto a vacacionar en una nueva hostería que ofrezca servicios de alojamiento de calidad y diferenciado?

INSTRUCCIÓN: Si su respuesta es negativa le agradecemos su colaboración

SI NO

17.¿Cuántas veces al año estaría usted dispuesto a ir a dicha hostería?

Cada 15 días Una vez al Mes

Una vez cada 6 Meses Una vez cada Año

18.¿Cuándo usted viaja con quién lo hace?

Solo Familiares Amigos

19.¿Cuanto estaría dispuesto a gastar diario e individual durante un paseo de vacaciones? _____

(Que incluya el gasto de hospedaje, comida y cualquier tipo de esparcimiento y recreación)

20.¿Qué servicio adicional le gustaría, ordene del 1 al 4 cual opción es la acertada por usted, siendo 1 la calificación más alta?

Piscina _____ Canchas Deportivas _____ Cuadrones _____

Comedor de Primera _____

21.¿Qué tipo de paquete le gustaría tener?

Incluido Desayuno Incluido desayuno y cena Incluido desayuno, almuerzo y cena

INFORMACIÓN DE NECESIDADES DEL SERVICIO

22.¿De las siguientes promociones cual es la de su preferencia?

Descuento por cliente frecuente Tarjeta de afiliado

Descuento por número de personas

23.¿Cómo le gustaría informarse de esta nueva hostería?

Internet Radio Televisión Volantes

Revistas Prensa escrita

1.4.6.1 Procesamiento de la Información

1.4.6.2 Análisis de los Resultados

1) Género

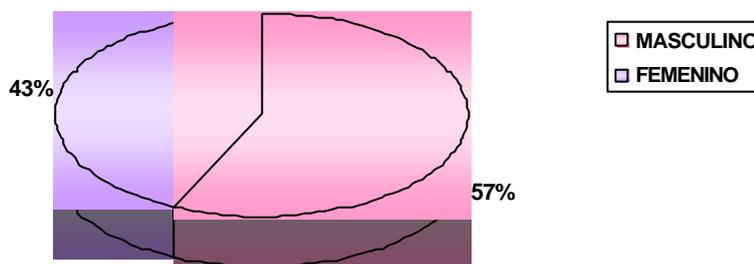
Cuadro N° 11

MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
77	58	135
57%	43%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 1



El 57% de la población encuestada son del sexo masculino; es decir 77 varones y el 43% son de sexo femenino; por lo tanto 58 mujeres.

2) Lugar de Residencia

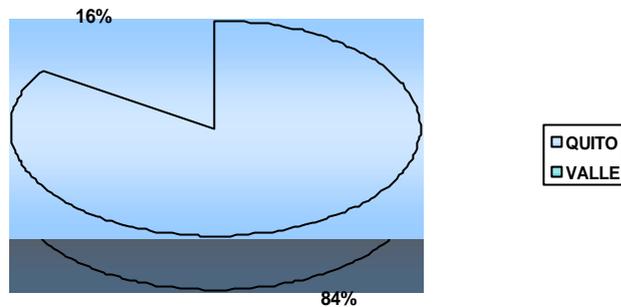
Cuadro N° 12

QUITO	VALLE	TOTAL
107	20	127
84%	16%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 2



El 84% de la población encuestada vive en la ciudad de Quito; es decir 107 personas, mientras que el 16% vive en los Valles, que corresponden 20 personas. Cabe recalcar que solo constan 127 personas, ya que estas son personas que viven en el país.

3) De qué País Proviene

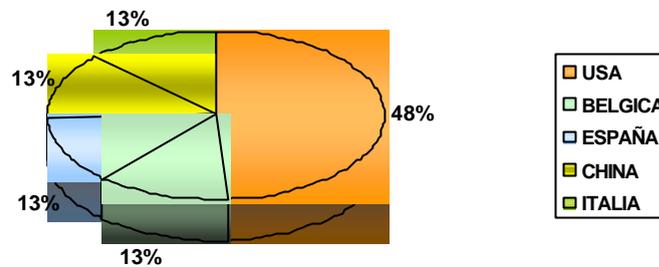
Cuadro N° 13

USA	BELGICA	ESPANA	CHINA	ITALIA	TOTAL
4	1	1	1	1	8
48%	13%	13%	13%	13%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 3



El 48% de los extranjeros encuestados son de Estados Unidos, el 13% proviene de Bélgica, 13% de España, 13% de China y el 13% de Italia. El número de extranjeros encuestados son 8 por esta razón, solo en esta pregunta se ha considerado a los mismos.

4) Edad

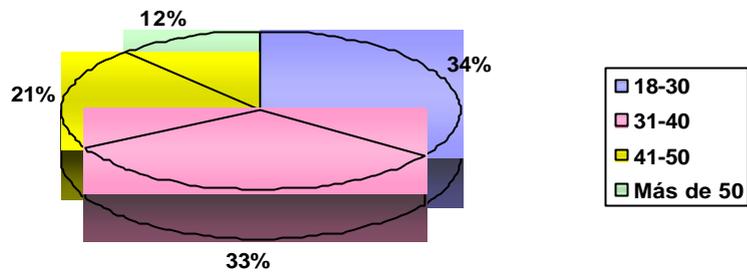
Cuadro N° 14

18 – 30	31 - 40	41 - 50	Más de 50	TOTAL
47	44	28	16	135
34%	33%	21%	12%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 4



Las edades de mayor incidencia en esta encuesta son de 18 – 30 años con el 34% y de 31 – 40 años con el 33%; sin embargo, las edades de 41 – 50 años con el 21% y más de 50 años con el 12% son de gran importancia.

5) Estudios

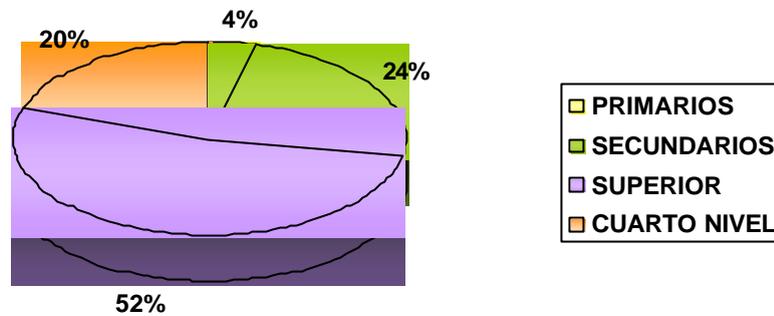
Cuadro N° 15

PRIMARIOS	SECUNDARIOS	SUPERIOR	CUARTO NIVEL	TOTAL
6	32	70	27	135
4%	24%	52%	20%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 5



El 52% de las personas encuestas poseen un nivel de estudios superior seguido de el 24% de estudios secundarios y el 20% de estudios de cuarto nivel y una minoría del 4% de estudios primarios.

6) Ingresos Mensuales

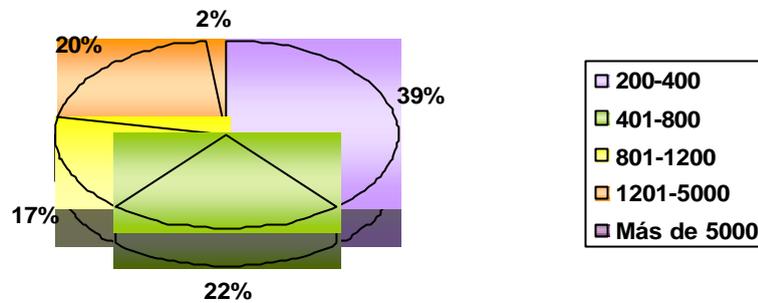
Cuadro N° 16

200 - 400	401 - 800	801 -1200	1201 - 5000	Más de 5000	TOTAL
52	30	23	27	3	135
39%	22%	17%	20%	2%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 6



El 39% de las personas encuestadas tienen ingresos entre los \$ 200 – 400, seguido de cerca con las personas que tienen ingresos de \$ 401 - 800 (22%), \$ 801 -12001 (17%), \$ 1201 – 5000 (20%) y un porcentaje mínimo de más de \$ 5000 (2%).

7) ¿Conoce usted la Playa de Canoa, Provincia de Manabí?

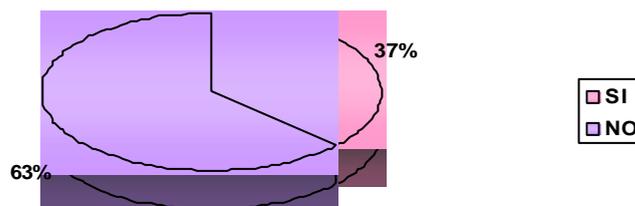
Cuadro N° 17

SI	NO	TOTAL
50	85	135
37%	63%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 7



Podemos percatarnos que apenas el 37% de las personas encuestadas conocen la Playa de Canoa y un 63% no la conoce, por lo que de esta manera podemos reconfirmar que esta playa tiene un gran potencial turístico.

8) ¿Ha visitado la Playa de Canoa?

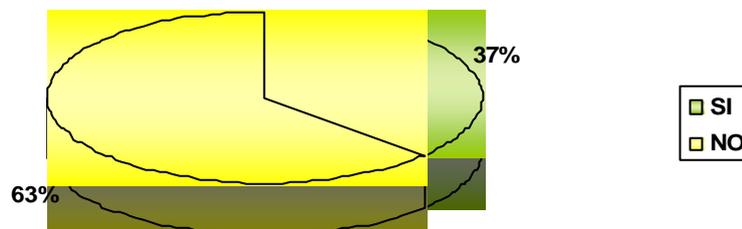
Cuadro N° 18

SI	NO	TOTAL
50	85	135
37%	63%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 8



Podemos verificar que el 37% de las personas encuestadas han visitado la Playa de Canoa, mientras que el 63% nunca la ha visitado, por lo que esto nos permitiría explotar el turismo de la zona.

9) ¿Cuándo usted viaja con quién lo hace?

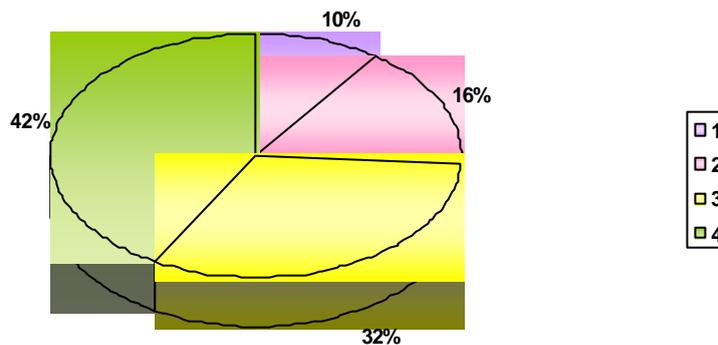
Cuadro N° 19

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
5	8	16	21	50
10%	16%	32%	42%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 9 (SOLO)



De las personas encuestadas el 10% cuando viaja prefiere hacerlo solo (puntuaje 1), el 16% ha calificado el viajar solo con el puntuaje 2, el 32% ha calificado el viajar solo con el puntuaje 3 y el 42% ha calificado el viajar solo con el puntuaje 4. Solo se cuentan 50 personas encuestadas ya que este número de personas son quiénes respondieron de manera afirmativa a las preguntas 7 y 8.

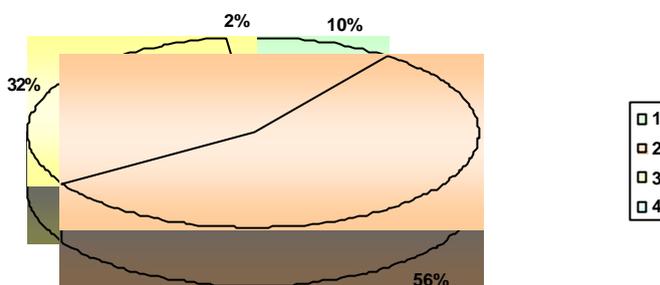
Cuadro N° 20

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
5	28	16	1	50
10%	56%	32%	2%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 10 (PAREJA)



De las personas encuestadas el 10% cuando viaja prefiere hacerlo con su pareja (puntaje 1), el 56% ha calificado el viajar solo con el puntaje 2, el 32% ha calificado el viajar solo con el puntaje 3 y el 2% ha calificado el viajar solo con el puntaje 4. Solo se cuentan 50 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a las preguntas 7 y 8.

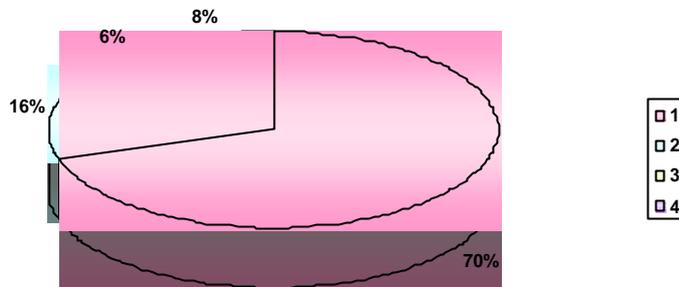
Cuadro N° 21

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
35	8	3	4	50
70%	16%	6%	8%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 11 (FAMILIA)



De las personas encuestadas el 70% cuando viaja prefiere hacerlo con su familia (puntaje 1), el 16% ha calificado el viajar solo con el puntaje 2, el 6% ha calificado el viajar solo con el puntaje 3 y el 8% ha calificado el viajar solo con el puntaje 4. Solo se cuentan 50 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a las preguntas 7 y 8.

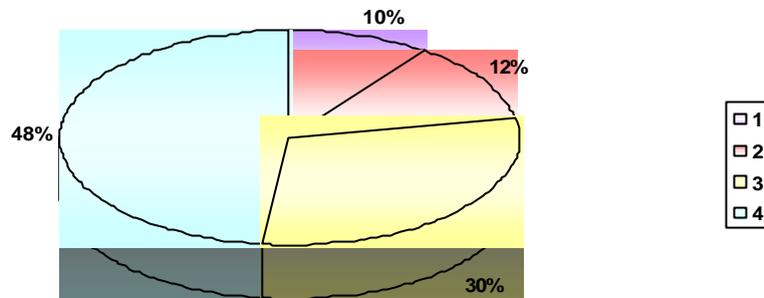
Cuadro N° 22

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
5	6	15	24	50
10%	12%	30%	48%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 12 (AMIGOS)



De las personas encuestadas el 10% cuando viaja prefiere hacerlo con amigos (puntaje 1), el 12% ha calificado el viajar solo con el puntaje 2, el 30% ha calificado el viajar solo con el puntaje 3 y el 48% ha calificado el viajar solo con el puntaje 4. Solo se cuentan 50 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a las preguntas 7 y 8.

10) ¿Cuántas veces ha viajado a la Playa de Canoa?

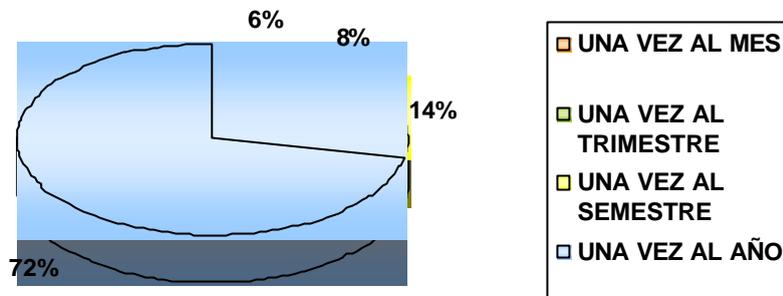
Cuadro N° 23

UNA VEZ AL MES	UNA VEZ AL TRIMESTRE	UNA VEZ AL SEMESTRE	UNA VEZ AL AÑO	TOTAL
3	4	7	36	50
6%	8%	14%	72%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 13



El 6% han contestado que han viajado a la Playa de Canoa una vez al mes, el 8% que han viajado una vez al trimestre, el 14% una vez al semestre y el 72% una vez al año. Solo se cuentan 50 personas encuestadas ya que este número de personas son quiénes respondieron de manera afirmativa a las preguntas 7 y 8.

11) ¿Cuándo viajó a la Playa de Canoa, se hospedó en?

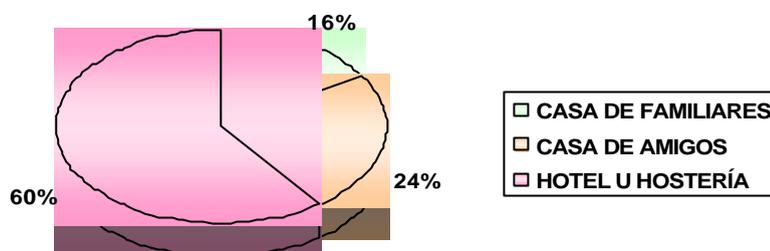
Cuadro N° 24

CASA DE FAMILIARES	CASA DE AMIGOS	HOTEL U HOSTERÍA	TOTAL
8	12	30	50
16%	24%	60%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 14



El 16% de las personas encuestadas cuando viajaron a la Playa de Canoa, se hospedaron en la casa de familiares, el 24% en casa de amigos y el 60% en algún hotel u hostería. Solo se cuentan 50 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a las preguntas 7 y 8.

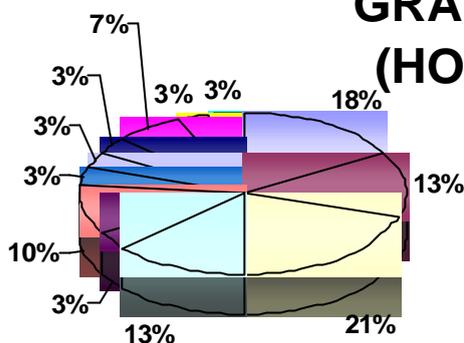
Cuadro N° 25

HOTEL U HOSTERÍA	CANTIDAD	%
SOL Y LUNA	5	18%
PARAÍSO	4	13%
CANOA	6	21%
BAMBÚ	4	13%
SUN DOWN INN	1	3%
PACIFIC FUN	3	10%
COCO LOCO	1	3%
CABAÑAS MAR Y PAZ	1	3%
DEL MAR	1	3%
POSADA DE DANIEL	2	7%
PLAYA AZUL	1	3%
CABAÑAS UCE	1	3%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 15 (HOSTERÍAS)



■ SOL Y LUNA	■ PARAÍSO	■ CANOA
■ BAMBÚ	■ SUN DOWN INN	■ PACIFIC FUN
■ COCO LOCO	■ CABAÑAS MAR Y PAZ	■ DEL MAR
■ POSADA DE DANIEL	■ PLAYA AZUL	■ CABAÑAS UCE

Del 60% de personas que contestaron que se hospedaron en un hotel u hostería, el 18% lo hicieron en la Hostal Sol y Luna, el 13% en el Hotel Paraíso, el 21% en la Hostería Canoa, el 13% en las Cabañas Bambú, el 3% en el Hotel Sun Down Inn, el 10% en Pacific Fun, el 3% en Coco Loco, el 3% en las Cabañas Mar y Paz, el 3% en el Hostal del Mar, el 7% en Posada de Daniel, el 3% en Playa Azul y el 3% en Cabañas UCE, por lo que podemos deducir que la Hostería Canoa que es nuestra competencia tiene una afluencia de visitantes elevada con respecto de los demás centros de alojamiento. Solo se cuentan 30 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 11.

12) ¿El servicio que ofreció el Hotel u Hostería, fue incluida la alimentación?

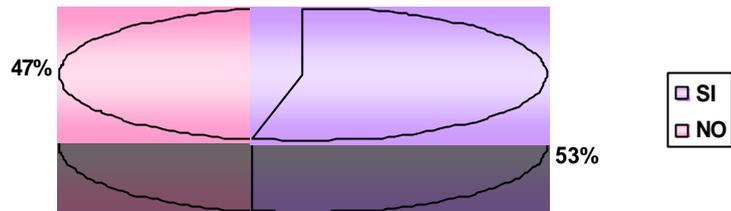
Cuadro N° 26

SI	NO	TOTAL
16	14	30
53%	47%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 16



El 53% respondió que el servicio que el Hotel u Hostería ofreció, incluyó alimentación, mientras que el 47% no tuvo ese servicio. Solo se cuentan 30 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 11.

13) El precio que pagó por el alojamiento y/o alimentación fue de:

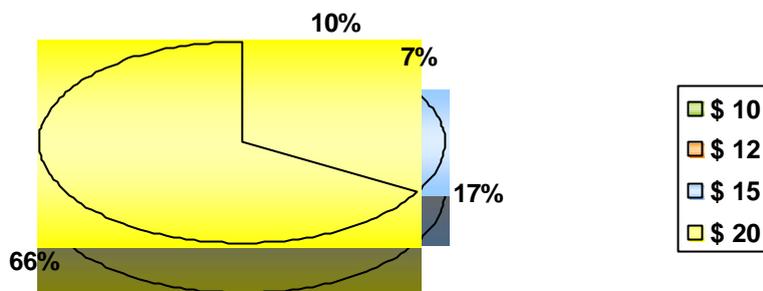
Cuadro N° 27

\$ 10	\$ 12	\$ 15	\$ 20	TOTAL
3	2	5	20	30
10%	7%	17%	66%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 17



El 66% de los encuestados respondió que el precio que pagaron por su alojamiento y/o alimentación fue de \$20 e inclusive muchos de estos pagaron más que esta cantidad. Solo se cuentan 30 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 11.

14) ¿Cuántos días se alojó en el Hotel u Hostería?

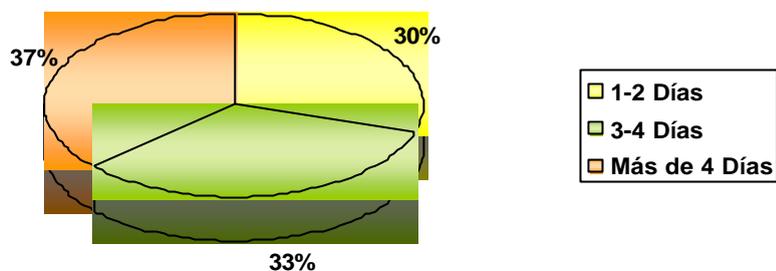
Cuadro N° 28

1 - 2 Días	3 - 4 Días	Más de 4 Días	TOTAL
9	10	11	30
30%	33%	37%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 18



La mayoría de encuestados se alojaron más de 4 días con un 37% lo que nos da la apertura para hacer paquetes desde los 3 días – 4 noches. Solo se cuentan 30 personas encuestadas ya que este número de personas son quiénes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 11.

15) ¿Por favor calificar el servicio que le brindó este Hotel u Hostería?

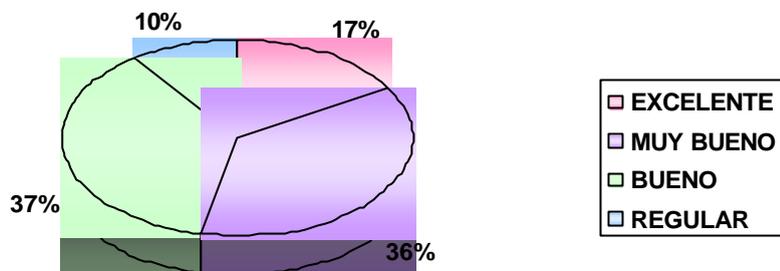
Cuadro N° 29

EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	TOTAL
5	11	11	3	30
17%	36%	37%	10%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 19



El 37% de las personas encuestadas piensan que han recibido un servicio bueno y seguido de este un 36% piensa que recibió un muy buen servicio, pero tan solo el 17% ha recibido un excelente servicio, que proviene de la Hostería Canoa. Solo se cuentan 30 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 11.

16) ¿Está usted dispuesto a vacacionar en una nueva hostería que ofrezca servicios de alojamiento de calidad y diferenciado?

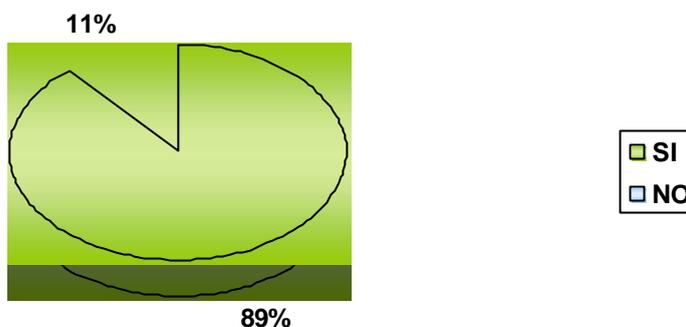
Cuadro N° 30

SI	NO	TOTAL
120	15	135
89%	11%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 20



El 89% de las personas encuestadas respondieron que si desearían una nueva Hostería en la Playa de Canoa, Provincia de Manabí, lo que nos permite concretar realmente que existe una demanda insatisfecha que desea un mejor servicio, infraestructura adecuada y a la vez que esta parte del país sea conocida tanto por nacionales como por extranjeros.

17) ¿Cuántas veces al año estaría usted dispuesto a ir a dicha hostería?

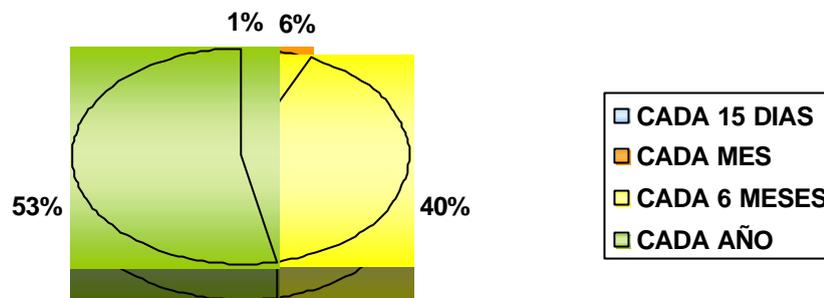
Cuadro N° 31

CADA 15 DIAS	CADA MES	CADA 6 MESES	CADA AÑO	TOTAL
1	7	48	64	120
1%	6%	40%	53%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 21



El 53% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse una vez al año en nuestra hostería, el 40% cada 6 meses, el 6% cada mes y el 1% cada 15 días. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

18) ¿Cuándo usted viaja con quién lo hace?

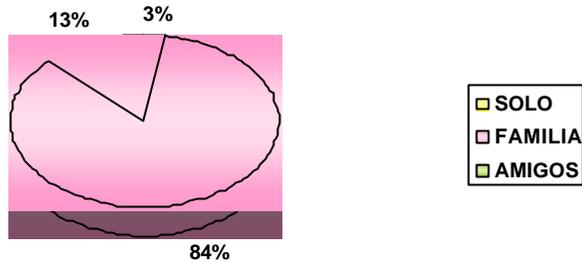
Cuadro N° 32

SOLO	FAMILIA	AMIGOS	TOTAL
3	102	15	120
3%	84%	13%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

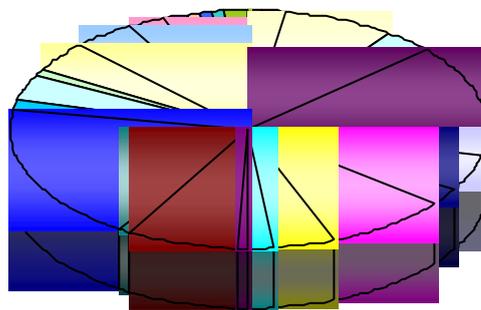
GRÁFICO N° 22



El 84% de los encuestados viajaría con su familia, lo que beneficiaría a la hostería, ya que el número promedio de la familia tipo es de 4 personas, el 13% iría con amigos, por lo general viajan 3 personas como mínimo y el 3% solo. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quiénes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

19) ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar diario e individual durante un paseo de vacaciones?

GRÁFICO N° 23



\$ 10	\$ 15	\$ 20	\$ 25	\$ 30	\$ 35	\$ 38
\$ 40	\$ 45	\$ 50	\$ 60	\$ 70	\$ 75	\$ 80
\$ 90	\$ 100	\$ 120	\$ 150	\$ 180	\$ 200	\$ 300
\$ 400	\$ 500	\$ 700	\$ 1000	\$ 1200	\$ 1500	

Cuadro N° 33

PRECIO	CANTIDAD	%
\$ 10	1	1%
\$ 15	2	2%
\$ 20	9	7%
\$ 25	4	3%
\$ 30	16	12%
\$ 35	1	1%
\$ 38	1	1%
\$ 40	6	5%
\$ 45	3	3%
\$ 50	10	8%
\$ 60	5	4%
\$ 70	2	2%
\$ 75	1	1%
\$ 80	9	8%
\$ 90	1	1%
\$ 100	22	17%
\$ 120	2	2%
\$ 150	4	3%
\$ 180	1	1%
\$ 200	5	4%
\$ 300	5	4%
\$ 400	3	3%
\$ 500	2	2%
\$ 700	1	1%
\$ 1000	1	1%
\$ 1200	1	1%
\$ 1500	2	2%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

El 17% de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$ 100 individual diario, por su alimentación, hospedaje, esparcimiento y recreación, además existen otros valores mayores a este así como otros bastante elevados. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este

número de personas son quiénes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

20) ¿Qué servicio adicional le gustaría?

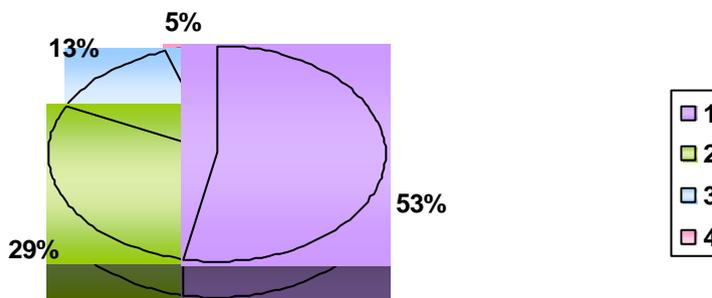
Cuadro N° 34

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
64	35	15	6	120
53%	29%	13%	5%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 24 (PISCINA)



De las personas encuestadas el 53% piensa que el servicio adicional de su preferencia es la piscina (puntaje 1), el 29% ha calificado el tener piscina como servicio adicional con un puntaje 2, el 13% ha calificado el tener piscina como servicio adicional con un puntaje 3 y el 48% ha calificado el tener piscina como servicio adicional con un puntaje 4. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quiénes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

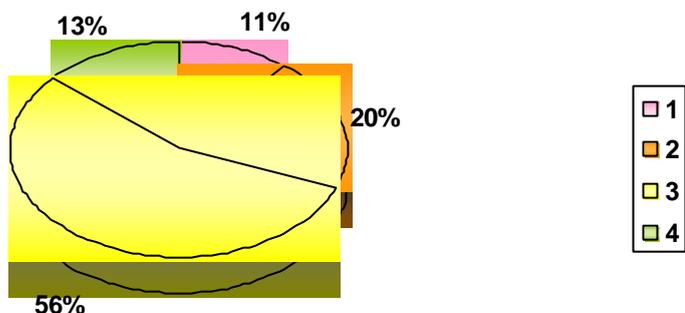
Cuadro N° 35

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
13	24	67	16	120
11%	20%	56%	13%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 25 (CANCHAS)



De las personas encuestadas el 11% piensa que el servicio adicional de su preferencia son las canchas deportivas (puntaje 1), el 20% ha calificado el tener canchas deportivas como servicio adicional con un puntaje 2, el 56% ha calificado el tener canchas deportivas como servicio adicional con un puntaje 3 y el 13% ha calificado el tener canchas deportivas como servicio adicional con un puntaje 4. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

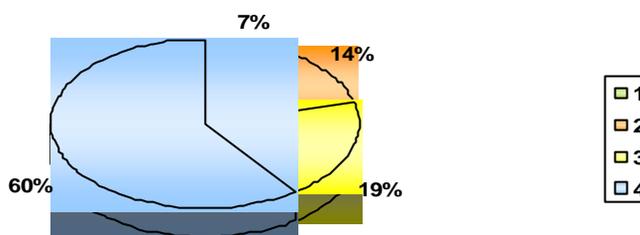
Cuadro N° 36

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
8	17	23	72	120
7%	14%	19%	60%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 26 (CUADRONES)



De las personas encuestadas el 7% piensa que el servicio adicional de su preferencia son los cuadrones (puntaje 1), el 14% ha calificado el tener cuadrones como servicio adicional con un puntaje 2, el 19% ha calificado el tener cuadrones como servicio adicional con un puntaje 3 y el 60% ha calificado el tener cuadrones como servicio adicional con un puntaje 4. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quiénes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

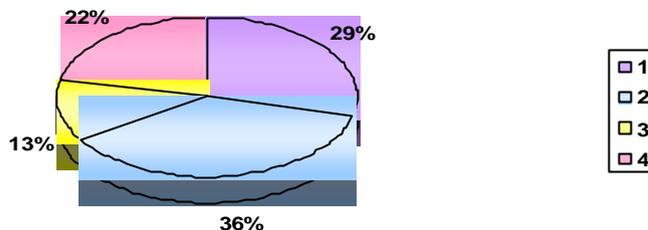
Cuadro N° 37

PUNTAJE 1	PUNTAJE 2	PUNTAJE 3	PUNTAJE 4	TOTAL
35	44	15	26	120
29%	36%	13%	22%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 27 (COMEDOR)



De las personas encuestadas el 29% piensa que el servicio adicional de su preferencia es el comedor de primera (puntuaje 1), el 36% ha calificado el tener el comedor de primera como servicio adicional con un puntuaje 2, el 13% ha calificado el tener el comedor de primera como servicio adicional con un puntuaje 3 y el 22% ha calificado el tener el comedor de primera como servicio adicional con un puntuaje 4. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

21) ¿Qué tipo de paquete le gustaría tener?

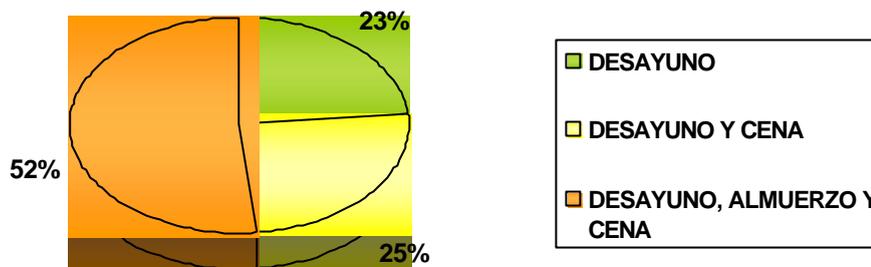
Cuadro N° 38

DESAYUNO	DESAYUNO Y CENA	DESAYUNO, ALMUERZO Y CENA	TOTAL
28	30	62	120
23%	25%	52%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 28



El 52% de los encuestados prefiere un paquete que incluya las tres comidas del día, por lo que esto nos permite reconfirmar que si es necesario un comedor. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

22) ¿De las siguientes promociones cual es la de su preferencia?

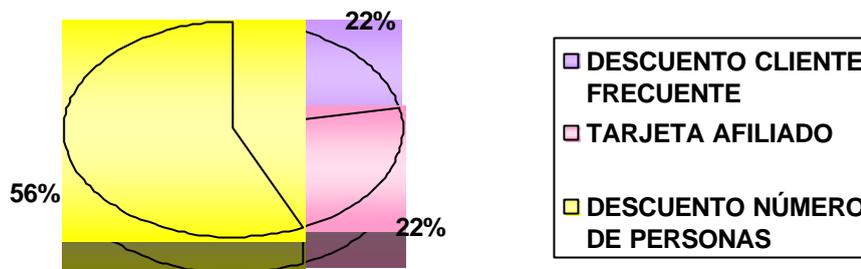
Cuadro N° 39

DESCUENTO CLIENTE FRECUENTE	TARJETA AFILIADO	DESCUENTO NUMERO DE PERSONAS	TOTAL
26	26	68	120
22%	22%	56%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 29



El 56% de los encuestados prefiere un descuento por número de personas que lleguen a la hostería. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

23) ¿Cómo le gustaría informarse de esta nueva hostería?

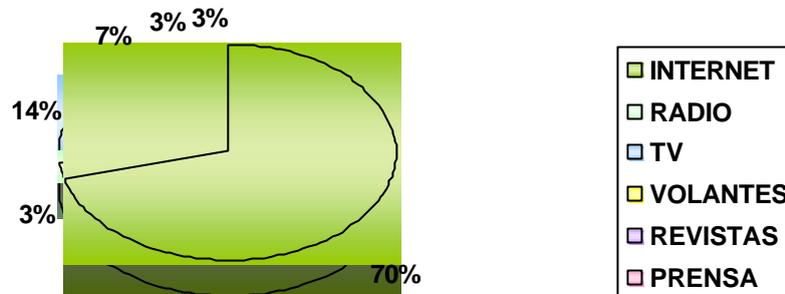
Cuadro N° 40

INTERNET	RADIO	TV	VOLANTES	REVISTAS	PRENSA	TOTAL
85	3	17	8	4	3	120
70%	3%	14%	7%	3%	3%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 30



El 70% de los encuestados desea recibir información de nuestra hostería a través del Internet, por lo que debemos tener una página web, que permita a los turistas conocer de nuestra hostería, promoción, paquetes, etc. Solo se cuentan 120 personas encuestadas ya que este número de personas son quienes respondieron de manera afirmativa a la pregunta 16.

1.5 Análisis de la Demanda

“La **demanda** en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)”²⁷.

²⁷ www.wikipedia.com

1.5.1 Factores que Afectan a la Demanda

1.5.1.1 Tamaño y Crecimiento de la Población

Cuadro N° 41: Tamaño y Crecimiento de la Población

Años	Ecuatorianos	Extranjeros	Crecimiento Ecuatorianos	Crecimiento Extranjeros
2002	2132	2961	24,11	-19,35
2003	2646	2481	26,11	12,62
2004	3337	2794	-37,44	1,97
2005	2428	2849	3,46	-9,75
2006	2512	2596	39,73	6,74

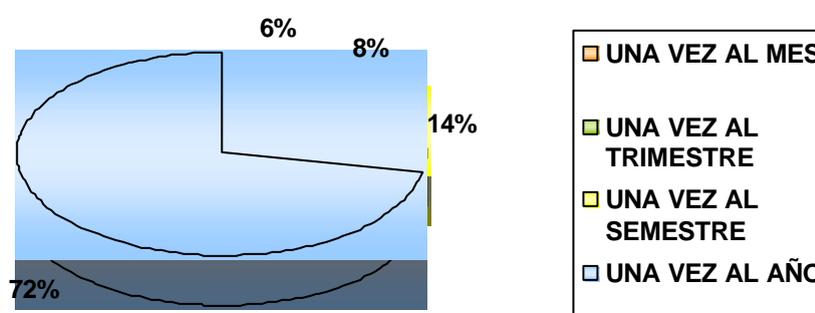
Fuente: Anuario Entradas y Salidas Internacionales 2007

Elaborado por: Johanna Vivero

El crecimiento del turismo interno ha tenido un desarrollo considerable de turistas, mientras que el turismo receptivo ha tenido un decrecimiento, el cual debería ser considerado, para mejorar la calidad de servicio del personal así como de los centros de alojamiento de la zona.

1.5.1.2 Hábitos de Consumo

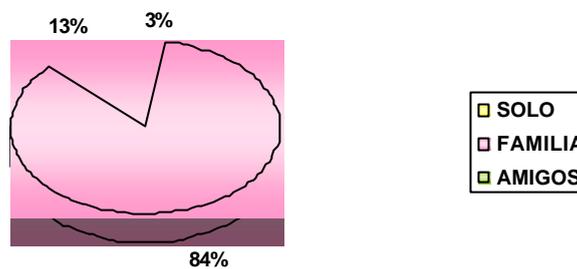
GRÁFICO N° 31



En las encuestas se pudo constatar que la mayoría de consumidores tienen el hábito de viajar por lo menos una vez al año a la playa.

1.5.1.3 Gustos y Preferencias

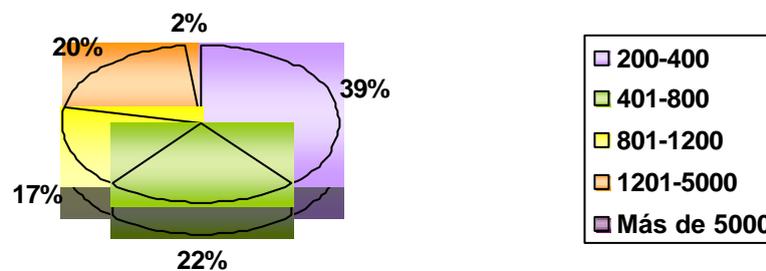
GRÁFICO N° 32



En las encuestas se pudo constatar que el 84% de los consumidores prefieren viajar con sus familias.

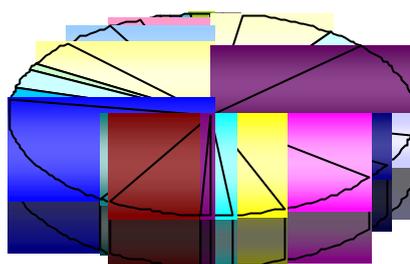
1.5.1.4 Niveles de Ingresos y Precios

GRÁFICO N° 33 (INGRESOS)



En las encuestas se pudo constatar que el 39% de los consumidores ganan entre \$200 – 400, el 22% gana de \$ 401 – 800, el 20% de \$ 1201 – 5000, el 17% gana de \$ 801 – 1200 y el 2% gana más de \$ 5000.

GRÁFICO Nº 34 (PRECIOS)



\$ 10	\$ 15	\$ 20	\$ 25	\$ 30	\$ 35	\$ 38
\$ 40	\$ 45	\$ 50	\$ 60	\$ 70	\$ 75	\$ 80
\$ 90	\$ 100	\$ 120	\$ 150	\$ 180	\$ 200	\$ 300
\$ 400	\$ 500	\$ 700	\$ 1000	\$ 1200	\$ 1500	

En las encuestas se pudo constatar que la mayoría de los consumidores estarían dispuestos a pagar \$100 por un día de estadía (incluido el hospedaje, alimentación, recreación y esparcimiento).

1.5.2 Comportamiento Histórico de la Demanda

Cuadro Nº 42: Comportamiento Histórico de la Demanda

ANOS	ECUATORIANOS	EXTRANJEROS	TOTAL
2002	2132	2961	5093
2003	2646	2481	5127
2004	3337	2794	6131
2005	2428	2849	5277
2006	2512	2596	5108

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2007

Elaborado por: Johanna Vivero

Como podemos apreciar el comportamiento histórico de la demanda de ecuatorianos en general ha tenido un crecimiento promedio del 11.19% anual, mientras que la demanda de extranjeros ha decrecido un -1.55% anual.

1.5.3 Demanda Actual del Servicio

Cuadro N° 43: Demanda Actual

2007		
ECUATORIANOS	EXTRANJEROS	TOTAL
3510	2771	6281

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2007

Elaborado por: Johanna Vivero

La Demanda de Ecuatorianos a la Provincia de Manabí ha crecido un 39.73% con relación al año 2006; mientras que la Demanda de Extranjeros también aumentó un 6.74% con relación al año 2006.

1.5.4 Proyección de la Demanda

Cuadro N° 44: Proyección de la Demanda

ANOS	ECUATORIANOS	EXTRANJEROS	TOTAL
2008	30447	23923	54370
2009	42544	25535	68079
2010	59446	27256	86702
2011	83064	29093	112157
2012	116065	31054	147119
2013	162178	33147	195325
2014	226612	35381	261993
2015	316644	37766	354410
2016	442447	40311	482758
2017	618231	43028	661260
2018	863855	45928	909783
2019	1207064	49024	1256088
2020	1686631	52328	1738959
2021	2356729	55855	2412584
2022	3293058	59620	3352677
2023	4601389	63638	4665027
2024	6429521	67927	6497449
2025	8983970	72506	9056476
2026	12553302	77392	12630694
2027	17540728	82609	17623337
2028	24509660	88176	24597836

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

CÁLCULO:

Total Turistas 6281 = 100%

Cuadro N° 45: Cálculo de la Demanda

DEMANDA (Pregunta 17)			
Cada 15 Días	6281 x 1% =	63 X 24 Quincenas =	1507
Cada Mes	6281 x 6% =	377 X 12 Meses =	4522
Cada Semestre	6281 x 40% =	2512 X 2 Semestres =	5025
Cada Año	6281 x 53% =	3329 X 1 Año =	3329
Total	100%		14383

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 46: Cálculo de la Demanda

DEMANDA (Pregunta 18)			
AMIGOS	14383 x 13%=	1870 x 3 personas =	5610
SOLO	14383 x 3%=	432 x 1 personas =	432
FAMILIA	14383 x 84%=	12082 x personas =	48329
Total	100%		54370

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 47: Cálculo de la Demanda

Total Turistas	6281	100%
Turistas Ecuatorianos	3510	56%
Turistas Extranjeros	2771	44%

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2007

Cuadro N° 48: Cálculo de la Demanda

Año	Demanda		Total
	Ecuatorianos	Extranjeros	
2008	54370 x 56% = 30447	54370 x 44% = 23923	54370
2009	30447 x 39.73% = 12097 + 30447 = 42544	23923 x 6.74% = 1612 + 23923 = 25535	68079
2010	42544 x 39.73% = 16902 + 42544 = 59446	25535 x 6.74% = 1721 + 25535 = 27256	86702

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

El 39.73% y el 6.74%, son los porcentajes de crecimiento entre los años 2006 y 2007, ya sea de turistas ecuatorianos y extranjeros. Por lo que después se realizará el mismo cálculo para los demás años.

El crecimiento de ecuatorianos es mucho más grande que la de los extranjeros, por lo que es necesario que exista una mayor apertura de promoción de turismo a nivel internacional.

1.6 Análisis de la Oferta

*“En economía, **oferta** se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento”²⁸.*

1.6.1 Factores que Afectan a la Oferta

1.6.1.1 Número y Capacidad de Servicio de los Competidores

Cuadro N° 49: Hosterías

Hostería
Canoa

Fuente: Municipio Cantonal de San Vicente (Hostería Registrada)

Elaborado por: Johanna Vivero

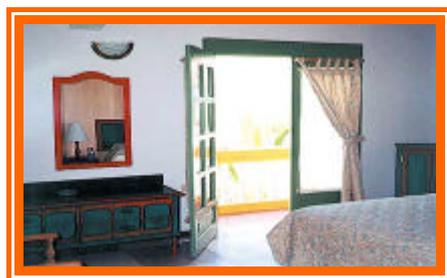
Cuadro N° 50: Capacidad de la Hostería Canoa

Nombre Hostería	Capacidad/ N° Plazas	Tipo De Cabañas	N° Cabañas	Tipo de Habitaciones	N° Habitaciones
Canoa	88	Quíntuples	11	Matrimoniales	8
				Triples	4
				Cuádruples	1

Fuente: Hostería Canoa

Elaborado por: Johanna Vivero

²⁸ www.wikipedia.com



Fuente: www.hosteriacanoa.com

La Hostería Canoa consta de 88 plazas, las cuales cuenta con 11 cabañas y 13 habitaciones. Las habitaciones con acabados de lujo, aire acondicionado, baño privado, agua caliente. Además cuenta con servicios de bar, restaurante, cafetería, sauna, jacuzzi, piscina, masaje, etc.

Se ha considerado a la Hostería Canoa, nuestra competencia directa ya que esta cuenta con el Registro del Municipio de San Vicente y no se han tomado en cuenta a los demás centros de alojamiento que constan en la encuesta, ya que estas no son hosterías.

1.6.1.2 Incursión de Nuevos Competidores

En la Playa de Canoa, no existe una barrera de ingreso para nuevos competidores, por lo que la entrada de hosterías a la zona no es ningún problema para quién desee hacerlo, siempre y cuando cumpla con las leyes, reglamentos y ordenanzas del municipio y ministerio de turismo.

1.6.1.3 Capacidad de Inversión Fija

La capacidad de inversión fija de la Hostería Canoa, que es nuestra competencia directa es de alrededor de \$400.000 los que constan: terreno, infraestructura, menaje, equipos, etc. Por lo que podemos observar que esta hostería cuenta con instalaciones adecuadas para ofrecer su servicio.

1.6.1.4 Precios de los Servicios Relacionados

Cuadro N° 51: Precios de la Hostería Canoa

Nombre Hostería	Precio Cabaña (USD)		Precio Habitación (USD)		Observaciones	
	Temporada Baja	Temporada Alta	Temporada Baja	Temporada Alta	Temporada Baja	Temporada Alta
Canoa	123,20	165,20	59,36	84,00	Incluye Impuestos Y Desayuno	Incluye Impuestos, Desayuno y Cena
			82,88	111,89		
			107,52	142,24		

Fuente: Hostería Canoa

Elaborado por: Johanna Vivero

1.6.2 Comportamiento Histórico de la Oferta

Canoa en un principio tenía la presencia de varias casas reformadas de los mismos pobladores de la zona, que improvisan este servicio.

1.6.3 Oferta Actual

Con el aumento de turistas nacionales y extranjeros, tanto los pobladores como inversionistas nacionales y extranjeros se vieron en la obligación de construir hoteles, hosterías, etc., para ofrecer un mejor servicio a los

turistas; sin embargo, cabe recalcar que estos centros de alojamiento no son muy adecuados para ofrecer un servicio de calidad.

1.6.4 Proyección de la Oferta

El futuro de Canoa, es provechoso, ya que los inversionistas nacionales y extranjeros, han visto el potencial de la Playa de Canoa, por lo que estos seguirán invirtiendo en centros de alojamiento cada vez más grandes y adecuados para ofrecer confort y calidad a los turistas.

Cuadro N° 52: Proyección de la Oferta

AÑOS	OFERTA ECUATORIANOS	OFERTA EXTRANJEROS	TOTAL OFERTA
2008	271	213	483
2009	412	227	639
2010	626	242	868
2011	951	258	1209
2012	1445	276	1721
2013	2197	294	2491
2014	3339	314	3653
2015	5075	335	5410
2016	7715	357	8072
2017	11726	381	12108
2018	17824	407	18231
2019	27092	434	27526
2020	41180	463	41644
2021	62594	494	63088
2022	95143	527	95670
2023	144617	563	145180
2024	219818	600	220419
2025	334124	641	334765
2026	507868	684	508552
2027	771960	729	772689
2028	1173379	778	1174157

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

CÁLCULO:

Total Turistas 6281 * 37% (pregunta 7 “sí”) = 2324 * 60% (pregunta 11 “hospedajes”) = 1394 * 17% (pregunta 15 “excelente”) = 237

Cuadro N° 53: Cálculo de la Oferta

DEMANDA (Pregunta 10)			
Cada Mes	237 x 6% =	14 X 12 Meses =	171
Cada Trimestre	237 x 8% =	19 X 4 Trimestres =	76
Cada Semestre	237 x 14% =	33 X 2 Semestres =	66
Cada Año	237 x 72% =	171 X 1 Año =	171
Total	100%		483

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 54: Cálculo de la Oferta

Total Turistas	6281	100%
Turistas Ecuatorianos	3510	56%
Turistas Extranjeros	2771	44%

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2007

Cuadro N° 55: Cálculo de la Oferta

Año	Demanda		Total
	Ecuatorianos	Extranjeros	
2008	481 x 56% = 271	481 * 44% = 213	483
2009	271 x 52% = 141 + 271 = 412	213 x 6.7% = 14 + 213 = 227	639
2010	412 x 52% = 214 + 412 = 626	227 x 6.7% = 15 + 227 = 242	868

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

El 52% y el 6.7%, son los porcentajes de crecimiento del año 2007 según el Ministerio de Turismo, tanto de turistas ecuatorianos y extranjeros. Por lo que después se realizará el mismo cálculo para los demás años.

Después de obtener los resultados de la encuesta, se ha podido obtener las proyecciones de la oferta, tanto para ecuatorianos como para extranjeros. Por lo que podemos observar que la tendencia de estos es creciente.

1.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha

“Este análisis permite establecer el balance entre la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente, la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la dimensión de la nueva planta”²⁹.

²⁹ Preparación y Evaluación de Proyectos, Econ. Edilberto Meneses

Cuadro N° 56: Demanda Insatisfecha Ecuatorianos

AÑOS	DEMANDA ECUATORIANOS	OFERTA ECUATORIANOS	DEMANDA INSATISFECHA ECUATORIANOS
2008	30447	271	30176
2009	42544	412	42132
2010	59446	626	58821
2011	83064	951	82113
2012	116065	1445	114620
2013	162178	2197	159981
2014	226612	3339	223272
2015	316644	5075	311569
2016	442447	7715	434732
2017	618231	11726	606505
2018	863855	17824	846031
2019	1207064	27092	1179972
2020	1686631	41180	1645450
2021	2356729	62594	2294135
2022	3293058	95143	3197915
2023	4601389	144617	4456772
2024	6429521	219818	6209703
2025	8983970	334124	8649846
2026	12553302	507868	12045433
2027	17540728	771960	16768769
2028	24509660	1173379	23336281

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

Como se puede observar la demanda insatisfecha de ecuatorianos es bastante alta, ya que la mayoría de estos no conocen la Playa de Canoa.

Cuadro N° 57: Demanda Insatisfecha Extranjeros

AÑOS	DEMANDA EXTRANJEROS	OFERTA EXTRANJEROS	DEMANDA INSATISFECHA EXTRANJEROS
2008	23923	213	23710
2009	25535	227	25308
2010	27256	242	27014
2011	29093	258	28835
2012	31054	276	30778
2013	33147	294	32853
2014	35381	314	35067
2015	37766	335	37431
2016	40311	357	39954
2017	43028	381	42647
2018	45928	407	45521
2019	49024	434	48590
2020	52328	463	51865
2021	55855	494	55361
2022	59620	527	59092
2023	63638	563	63075
2024	67927	600	67327
2025	72506	641	71865
2026	77392	684	76709
2027	82609	729	81879
2028	88176	778	87398

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

La demanda insatisfecha de extranjeros es bastante alta, ya que la mayoría de estos no conocen la Playa de Canoa y el servicio prestado no bueno, por lo que optan por ir a otras playas.

Cuadro N° 58: Demanda Insatisfecha Total

AÑOS	TOTAL DEMANDA	TOTAL OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA TOTAL
2008	54370	483	53886
2009	68079	639	67440
2010	86702	868	85834
2011	112157	1209	110948
2012	147119	1721	145398
2013	195325	2491	192834
2014	261993	3653	258340
2015	354410	5410	349000
2016	482758	8072	474686
2017	661260	12108	649152
2018	909783	18231	891552
2019	1256088	27526	1228562
2020	1738959	41644	1697315
2021	2412584	63088	2349496
2022	3352677	95670	3257007
2023	4665027	145180	4519847
2024	6497449	220419	6277030
2025	9056476	334765	8721711
2026	12630694	508552	12122142
2027	17623337	772689	16850648
2028	24597836	1174157	23423679

Elaborado por: Johanna Vivero

Fuente: Investigación de Campo

CÁLCULO:

5 cabañas x 60 % (pregunta 11) = 3 x 84% (pregunta 18) = 2,52 cabañas utilizadas a diario x 365 días = 920 x 5 plazas por cabaña = 4600 x 100 = 460000 / 67440 (demanda insatisfecha año 2009) = 6,82%

La demanda insatisfecha de la Playa de Canoa es prometedora, lo que permitiría la colocación de una nueva hostería. Por lo que el porcentaje a captar de demanda insatisfecha es del 6,82%.

Cuadro N° 59: Captación de Demanda Insatisfecha

AÑOS	ECUATORIANOS	EXTRANJEROS	TOTAL
2008	2058	1617	3675
2009	2873	1726	4599
2010	4012	1842	5854
2011	5600	1967	7567
2012	7817	2099	9916
2013	10911	2241	13151
2014	15227	2392	17619
2015	21249	2553	23802
2016	29649	2725	32374
2017	41364	2909	44272
2018	57699	3105	60804
2019	80474	3314	83788
2020	112220	3537	115757
2021	156460	3776	160236
2022	218098	4030	222128
2023	303952	4302	308254
2024	423502	4592	428093
2025	589919	4901	594821
2026	821499	5232	826730
2027	1143630	5584	1149214
2028	1591534	5961	1597495

Como podemos visualizar el porcentaje de captación de turistas nacionales y extranjeros es alta, de año a año.

1.7.1 Análisis de Precios en el Mercado del Servicio

1.7.2 Comportamiento Histórico y Tendencias

Cuadro N° 60: Precios Hosterías Y Hoteles

Años	Temporada Baja	Temporada Alta
2002	10	12
2003	10	12
2004	12	15
2005	12	15
2006	18	20
2007	18	20
2008	25	30
2009	25	30
2010	30	35
2011	30	35
2012	35	40
2013	35	40
2014	40	45
2015	40	45
2016	45	50
2017	45	50
2018	50	55
2019	50	55
2020	55	60
2021	55	60
2022	60	65
2023	60	65
2024	65	70
2025	65	70
2026	70	75
2027	70	75
2028	75	80

Fuente: Hotel Sun Down Inn

Elaborado por: Johanna Vivero

Como se puede apreciar los precios que constan aquí han tenido un crecimiento del 92% por cada dos años

1.7.3 Factores que influyen en el Comportamiento de los Precios

Los factores que influyen en el comportamiento de los precios son:

- ? Temporada Alta y Baja
- ? Tipo de Paquete
- ? Número de Turistas
- ? Problemas de la Naturaleza (sequías, inundaciones, etc.)
- ? Problemas del Hombre (paros, huelgas, especulación, etc.)

1.8 Mercadeo y Comercialización

La Hostería debe ser capaz de obtener esta ventaja competitiva; ya que los clientes buscan tener un servicio de calidad y diferenciado en hospedaje, alimentación, recreación y esparcimiento.

1.8.1 Estrategias del Servicio

Al brindar un servicio de calidad y diferenciado a nuestros clientes, acorde a sus exigencias estos nos colocarán en una posición considerable ante nuestros competidores; es por esto que nuestra hostería va a trabajar con personas que conocen de su manejo, dando apertura a que el público nos prefiera.

1.8.2 Estrategias de Precios

Este es uno de los elementos más importantes, ya que se debe competir en base al precio para poder ganar la adjudicación. Nuestros precios, mayoritariamente son accesibles; sin embargo, nos dirigimos a ofrecer un

servicio de calidad y diferenciado. Por lo que se ha considerado los precios de \$12 en temporada baja y \$ 18 en temporada alta por persona.

1.8.3 Estrategias de Plaza

El mercado en el que nos involucraremos es pequeño, por este momento; sin embargo, nuestra visión es expandirnos a nivel nacional y porque no algún día de manera global; sin descuidar nuestro servicio.

1.8.4 Estrategias de Promoción

El éxito de una organización es la calidad de la publicidad que tiene, sin estos la hostería no podría desarrollarse y darse a conocer a nivel nacional.

Además contaremos con:

1. La publicidad y promoción intensiva dentro y fuera del país, es fundamental ya que esto permitirá que los clientes deseen conocer nuestra hostería mediante la página Web, donde el cliente tanto nacional como extranjero podrá acceder a nuestros servicios y realizar el contrato desde la comodidad de su hogar. Por lo que mediante la página Web, es más fácil que las personas en el mundo puedan saber sobre las maravillas que existen en nuestro país.
2. Además de tener alianzas con agencias de viajes y el Ministerio de Turismo (con el cuál negociaremos para tener un link dentro de la página Web de esta institución), nos permitirán tener más acceso a turistas nacionales pero sobretodo extranjeros, igualmente el de ser considerados una hostería de calidad que será recomendada por los mismos.

3. Otra manera de comunicar nuestro servicio es mediante la entrega de trípticos, propagandas, pancartas, tarjetas de presentación, revistas, póster, etc.; y por medio de la radio lo que permitirá que la hostería se de a conocer en el mercado nacional sobretodo lo que son colegios, universidades y empresas.
4. Participar en seminarios y exposiciones de ferias de turismo que se realizan dentro y fuera del país con el apoyo del Ministerio de Turismo.
5. También podemos contar con una base de datos de los clientes, para enviar continuamente las promociones y nuevos paquetes que tenga la hostería, por lo que de esta manera aumentaríamos la clientela.

1.9 Canales de Distribución

1.9.1 Cadena de Distribución

“Las estrategias a adoptarse en los canales de distribución son:

Distribución exclusiva: *El producto se distribuye en un sólo punto de venta de una determinada región.*

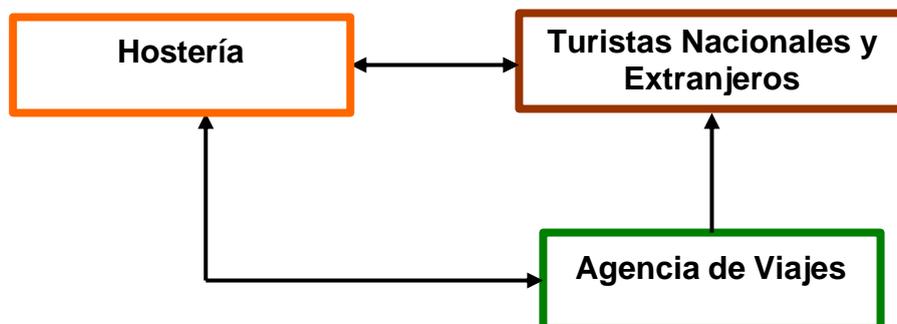
Distribución selectiva: *El producto se distribuye en varios puntos de venta de una determinada región.*

Distribución exhaustiva: *El producto tiene presencia en la mayor cantidad de puntos de venta de una determinada región³⁰.*

Para el proyecto se utilizará la distribución selectiva, ya que nuestro servicio, no solo se distribuirá a través nuestro sino también a través de agencias de viajes.

³⁰ www.monografias.com

GRÁFICO N° 35



1.9.2 Determinación de Márgenes de Precios

“El resultado de un negocio se deduce de la diferencia entre los ingresos y los costos totales asociados con una inversión. En este sentido, el precio o tarifa por cobrar debería ser el que permite cubrir la totalidad de los costos de operación (fijos y variables, de administración, fabricación y ventas, tributarios, etc.), otorgada por la rentabilidad exigida sobre la inversión y recuperar la pérdida de valor de los activos por su uso”³¹.

Los precios de la Hostería deben estar de acuerdo con el servicio que prestamos así como por la infraestructura que ofrece la hostería, por lo que tras un análisis empírico, ya que aún no se deducen costos de construcción, menaje, equipos, etc., con certeza, se ha puesto el precio de \$12 en temporada baja y \$18 en temporada alta por persona.

³¹ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

2.1 Tamaño del Proyecto

“La importancia de definir el tamaño de la empresa radica principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.”³²

2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto

“La determinación de lo que podría considerarse el tamaño óptimo de la inversión responde a un análisis interrelacionado de una serie de variables, entre las cuales se destacan: la demanda, la capacidad financiera del inversionista, la disponibilidad de insumos, entre otros.”³³

Los factores orientadores y condicionantes del tamaño del presente estudio, son:

- ? Condicionantes del Mercado
- ? Disponibilidad de los recursos financieros
- ? Disponibilidad del personal para ofrecer el servicio
- ? Disponibilidad de los materiales
- ? Disponibilidad de equipos

2.1.1.1 El Mercado

“Este análisis permite establecer el balance entre la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente, la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la dimensión de la nueva planta”³⁴.

³² SAPAG CHAIN, "Preparación y Evaluación de Proyectos".

³³ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos.

³⁴ Preparación y Evaluación de Proyectos, Econ. Edilberto Meneses.

Tras la saturación de varias playas; los inversionistas han buscado nuevas costas que explotar como lo es la Playa de Canoa, por tal motivo el Municipio de Manabí así como el Gobierno se ha interesado por las carreteras de la provincia.

“Canoa es un centro de actividades turísticas que motivan a diferentes tipos de viajeros a visitarla.

La infraestructura en Canoa es limitada, como en la mayoría de balnearios del Ecuador. Cuenta con todos los servicios básicos, aunque en temporadas súper-altas como feriados, estos suelen colapsar por el exceso de demanda.

Existen lugares de comida muy diversos, en esta comuna usted podrá disfrutar tanto de platos típicos manabitas, ecuatorianos e incluso enriquecer su paladar con cocina internacional con influencia manaba.”³⁵.

El estudio de mercado llegó a determinar la viabilidad del presente estudio, como consta en los Gráficos N° 57, 58 y 59 (Demanda Insatisfecha), vemos la necesidad de la creación de una hostería con un servicio de calidad y diferenciado, por tanto se pretende iniciar con el 6,82% de la demanda insatisfecha, esto quiere decir que se ajusta a la capacidad de esta hostería con la creación inicial de 25 plazas.

Cuadro N° 61

AÑOS	TOTAL DEMANDA	TOTAL OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA TOTAL
2008	54370	483	53886
2009	68079	639	67440

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Johanna Vivero

³⁵ www.captur.com

2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

Para la creación de la nueva hostería en la Playa de Canoa se necesitará una inversión de \$ 73945.96 USD; el cual el 30% será con recursos propios y el 70% mediante un crédito en una institución financiera que ofrezca las mejores condiciones.

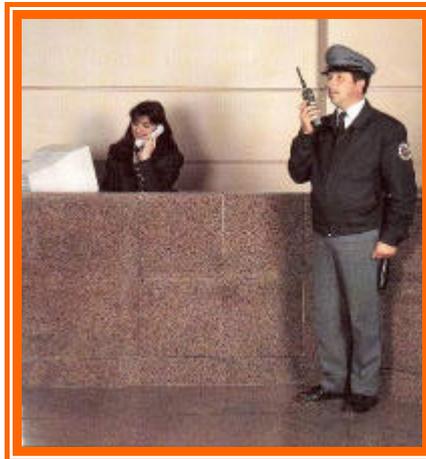
La disponibilidad de recursos financieros es una variable muy importante, ya que la mayor parte de las inversiones se las debe efectuar antes de la puesta en marcha de la hostería, tales como: activos fijos, activos intangibles, recurso humano y capital de trabajo.

Tras el análisis correspondiente a la Banca Privada y Pública, sabiendo además que existen los recursos de crédito, se ha escogido al Banco Pichincha, Sucursal Chone.

En consecuencia el aspecto financiero no constituye un limitante para la implementación de la nueva empresa.

2.1.1.3 Disponibilidad de Recurso Humano

Para poder brindar un servicio de calidad y diferenciado a nuestros clientes, será necesario tener el personal apto y ha su vez capacitarlos constantemente en varias áreas como: atención al cliente, relaciones humanas, protocolo y el aprendizaje de idiomas; es decir que se contratará personal calificado de la zona, la cual existe, por lo que de esta manera estaríamos ayudando al desarrollo de la parroquia, al generar empleos a los habitantes de la misma, el cual no representa ningún limitante para la implementación de la hostería. Todos nuestros trabajadores estarán sujetos a los sueldos y beneficios sociales de acuerdo al Código de Trabajo.



2.1.1.4 Economías de Escala

“La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad”³⁶

³⁶ www.wikipedia.com

2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

La hostería ofrecerá a sus clientes lo necesario en tecnología, para que sus vacaciones sean placenteras; todo el equipo necesario se los puede adquirir en el mercado, sin llegar a ser un limitante. Entre los equipos más representativos tenemos:





2.1.1.6 Disponibilidad de Insumos y Materiales

Los insumos y materiales que se requieren para la implementación de la hostería son: útiles de aseo y limpieza y útiles de oficina.

Los insumos y materiales requeridos para el presente estudio, son de fácil acceso puesto que existen varios proveedores en el mercado, por lo que no implica un limitante para el funcionamiento de la nueva hostería.



2.1.2 Capacidad del Servicio

“La capacidad de producción se define como el volumen, o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”.³⁷

Nuestra capacidad de servicio será de 25 plazas, las cuales estarán divididas en 5 cabañas para 6 personas cada una.

2.1.2.1 Tamaño Óptimo

Nuestra meta es brindar un servicio de la calidad y diferenciado al 6,82% del total de demanda insatisfecha, es decir 3 cabañas diarias ocupadas que corresponden a 15 plazas, 18 cabañas semanales con 90 plazas, 76 cabañas mensuales con 380 plazas, 920 cabañas anuales ocupadas correspondientes a 4600 plazas.

2.2 Localización del Proyecto

“El estudio de localización del proyecto debe definir claramente cual será el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”³⁸

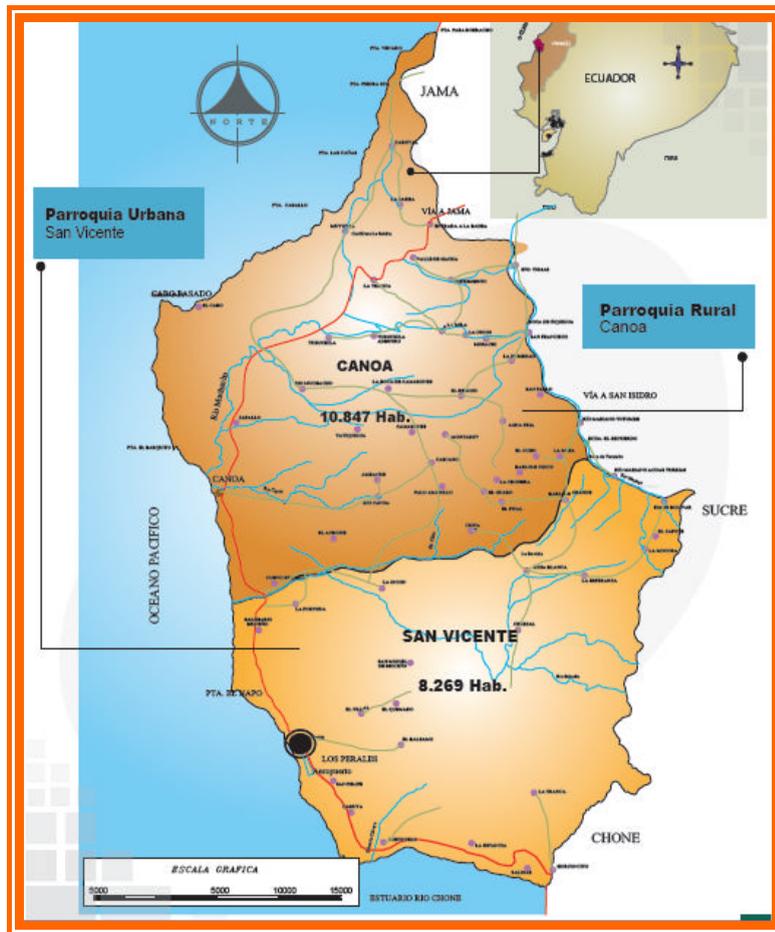
2.2.1 Macro localización

“Es la definición de la zona, región, provincia o área geográfica en la que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales”.³⁹

³⁷PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente.

³⁸BACA URBINA Gabriel, Evaluación de proyectos.

³⁹CALDA MOLINA Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos.



Para la creación de una nueva hostería en la playa se consideró varias alternativas dentro de las playas que posee la Provincia de Manabí, se tomó en cuenta a esta provincia, ya que éste es un sector poco explotado en la mayoría de sus playas, además de contar con un clima, fauna, flora, gastronomía y paisajes adecuados, para que el turista pueda vacacionar.

Dentro de la Provincia se consideró al Cantón San Vicente, ya que las playas del mismo están siendo explotadas recientemente por el gobierno, municipio e inversionistas privados, por el estado de sus playas, es decir; por la conservación de las mismas y la posibilidad de realizar varios deportes extremos, gracias a la geografía de la zona, que constituye una atracción de los turistas extranjeros.

2.2.1.1 Justificación



Fuente: www.sundowninn.com

Cantón San Vicente de la provincia de Manabí, en donde usted puede encontrar varios Recursos Turísticos, los mismos que le permitirán disfrutar de esta bella Región de la Costa Ecuatoriana. San Vicente está ubicada estratégicamente en la Ruta del Sol, constituido como un punto importante de destino turístico internacional y nacional, además *“cuenta con aproximadamente 33 kilómetros de playas de arena blanca, 18 Km. desde la playa de Los Perales, Punta Napo, Briceño, Canoa, y 15 Km. desde Cabo Pasado, Punta Chinita y Cabuyal. En el recorrido de los 33 Km. de playa aproximadamente que el Cantón San Vicente posee, se podrá apreciar lugares de mágica belleza, las palmeras que adornan*

las hermosas playas y que sirven de testigo ante la imponente presencia del sol, la presencia de unas cuevas en las rocas, pesca artesanal como una actividad tradicional de sustento para sus pescadores, además aquí se han encontrado vestigios arqueológicos; además de la pesca está la práctica de Surf y los servicios que ofrecen sus habitantes a los turistas que visitan estas hermosas playas. Es un lugar tranquilo donde se pueden realizar diferentes actividades, como acampar, aquí aterrizan los que practican alas delta y parapente⁴⁰. Y por esto y mucho más se ha escogido el Cantón San Vicente, ya que la afluencia de turistas nacionales y extranjeros cada vez aumenta más, es por esa razón que aquí en este sector se ha visto la viabilidad de la creación de una nueva hostería en la playa.



Fuente: www.gobiernocantonaldesanvicente.gov.ec

2.2.2 Micro localización

“El emplazamiento (micro localización), en sí consiste en determinar el terreno concreto donde se va a levantar el proyecto y por consiguiente, debe ser más detallada”.⁴¹

⁴⁰ www.gobiernocantonaldesanvicente.gov.ec

⁴¹ ALEGRE F. Jenner, Formulación y Evaluación de proyectos de inversión



Fuente: Google Earth

Nuestra Hostería se ubicará en una de las playas de San Vicente.

2.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas

Se tomará entre las playas de Canoa y San Vicente.

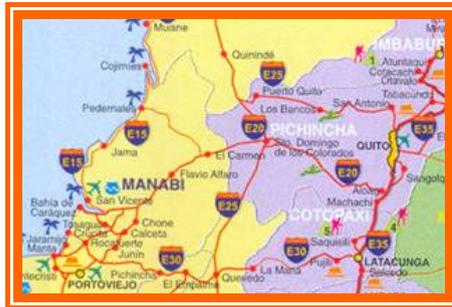
2.2.2.1.1 Transporte y Comunicación

Las playas de Canoa y San Vicente tienen la posibilidad de transportación con varias Cooperativas de Transporte, sin embargo, no existe una vía de comunicación directa, a continuación se detallan las siguientes alternativas:

La ruta principal para llegar a Canoa desde el **norte** del país es vía Santo Domingo de los Colorados, luego por la vía de El Carmen – Provincia de

Manabí, de Pedernales se llega a Canoa y finalmente llegando a San Vicente.

Por el **sur** se pasa por el interior de Manabí hasta que finalmente se llega a Bahía de Caráquez, aquí se debe cruzar en lancha o en gabarra hacia San Vicente para luego seguir por el borde costero hasta llegar a Canoa (10 min. en vehículo).



Fuente: www.captur.com

Opción Norte:

Quito – Pedernales: Transporte Pedernales y Transporte Fénix

Pedernales –Canoa, San Vicente: Transportes COACTOUR

Opción Sur:

Quito – Tosagua: Reina del Camino, Panamericana, Transportes Esmeraldas, Transportes Aray, entre otros.

Tosagua – San Vicente, Canoa: Transportes Intercantoniales.



Fuente: Trans. Esmeraldas

Las vías de acceso a ambas playas se encuentran en constante reparación y construcción lo que dificulta la llegada de turistas por el momento.

En cuanto a comunicación se puede decir que se cuenta con telefonía celular y fija e internet, permitiéndonos de esta manera poder brindar un servicio de calidad y diferenciado.

2.2.2.1.2 Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento

Todos aquellos materiales e insumos, en general, que necesitemos para la continuidad de nuestros servicios se encuentran a poca distancia de la hostería, por lo que se ha tomado en cuenta a proveedores de la zona de Canoa, San Vicente, Bahía de Caráquez y Chone, para que de esta manera, podamos abastecernos con rapidez y agilidad los recursos necesarios.

2.2.2.1.3 Cercanía al Mercado

Canoa y San Vicente están ubicados estratégicamente en la Ruta del Sol, Canoa está constituida como el segundo mejor lugar en la costa del Pacífico ya que cuenta con una playa más ancha, larga y limpia, con

relación a la playa San Vicente. La playa de Canoa, es conocida por los viajeros en Sudamérica como el lugar, para pasar tranquilas vacaciones, en un paraíso tropical, y en donde además los amantes de la naturaleza pueden disfrutar de las opciones del ecoturismo disponible en la zona, mientras que en San Vicente, una gran parte de la playa se ha convertido en un lugar comercial y no de turismo, por lo que le ha restado de visitantes consuetudinarios.

Por lo que Canoa es un centro de actividades turísticas que motivan a diferentes tipos de viajeros a visitarla. *“Para los amantes del surf, Canoa es uno de los principales destinos para la práctica de este deporte en Manabí, siendo de Enero a Abril la mejor época para visitarla ya que las corrientes cálidas traen consigo las buenas olas. Quienes prefieren competir por el espacio aéreo con las fragatas y otras aves costeras, Canoa es un excelente sitio para la práctica del Parapente, comparable con Crucita por sus condiciones excelentes y probablemente con un paisaje más impresionante”⁴².*

San Vicente posee una playa de pocos kilómetros, por lo que la infraestructura hotelera se ha desarrollado hacia el interior, esto hace que la playa se encuentre saturada, por lo que los turistas de ese sector buscan nuevas playas.

Los deportes del espacio aéreo se dificultan por la unión de los vientos del norte y sur que ingresan hacia bahía, así como la unión de las corriente fría de Humboldt y corriente cálida del Niño, es peligroso la realización de deportes acuáticos por la formación de remolinos.

Por lo que nuestro Mercado es el Turismo Receptivo y el Turismo Interno, ya que los viajeros tiene varias opciones de vacacionar como pasar tranquilas vacaciones disfrutando de la playa, paisajes, fauna, flora y gastronomía, así como del ecoturismo al visitar los vestigios

⁴² www.captur.com

arqueológicos, haciendas ancestrales, cascadas, islas, ballenas jorobadas, entres otros, y la práctica de diferentes deportes extremos, estos factores permiten que existan un sin número de actividades en un solo lugar.



Fuente: www.gobiernocantonaldesanvicente.gov.ec

2.2.2.1.4 Factores Ambientales

Nuestra Hostería cumplirá con la Ley Medio Ambiental, para de esta manera ayudar al mantenimiento del desarrollo sostenible de la fauna, flora y paisajes de la zona. Por lo que contaremos con basureros, eliminación apropiada de olores, mantenimiento de la parte de playa a cargo nuestro, árboles, arbustos, entre otros. Como anexo se adjunta toda la información de la Ley Medio Ambiental (**Anexo N° 3**).

2.2.2.1.5 Estructura Impositiva / Legal

Para la ejecución del presente estudio, nos sujetaremos a todas las leyes, reglamentos, disposiciones, ordenanzas municipales, y todo aquello que tenga que ver con la actividad turística-hosterías; mencionados en el Capítulo I.

2.2.2.1.6 Disponibilidad de Servicios Básicos

Nuestra Hostería contará con servicios de agua, electricidad y teléfono. Además de la presencia del PAI Comunitario de Canoa y San Vicente, colegios, escuelas, otros centros de alojamiento, parques, tiendas, zonas de esparcimiento y recreación, bares, discotecas, restaurantes, entre otros; que permitirán un mejor servicio de calidad y diferenciado para que nuestros clientes estén satisfechos.

2.2.2.1.7 Posibilidad de Eliminación de Desechos

Los desperdicios serán donados a empresas que vendan papel reciclado, cartones, envases de plástico y/o vidrio, entre otros.

Y cualquier otro desperdicio será, recolectado por el carro de la basura.

2.2.3 Matriz Locacional

“El diseño de la matriz locacional toma como referencia el Método Cualitativo de evaluación por puntos, que consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignar valores ponderados, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, dependerá del criterio del evaluador”⁴³.

“A continuación, se procede a asignar una calificación a cada factor en las diferentes alternativas de localización de acuerdo con una escala predeterminada, la cual será multiplicada por el peso asignado a cada factor para obtener una calificación ponderada. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.”⁴⁴

2.2.3.1 Selección de la Alternativa Óptima

Para nuestro caso, la escala que se utilizará será de 1 a 10 la calificación, donde 1 corresponde al puntaje bajo y 10 al puntaje alto. La matriz en la cual se evalúa las alternativas de localización propuestas se la presenta a continuación:

⁴³ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos .

⁴⁴ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos .

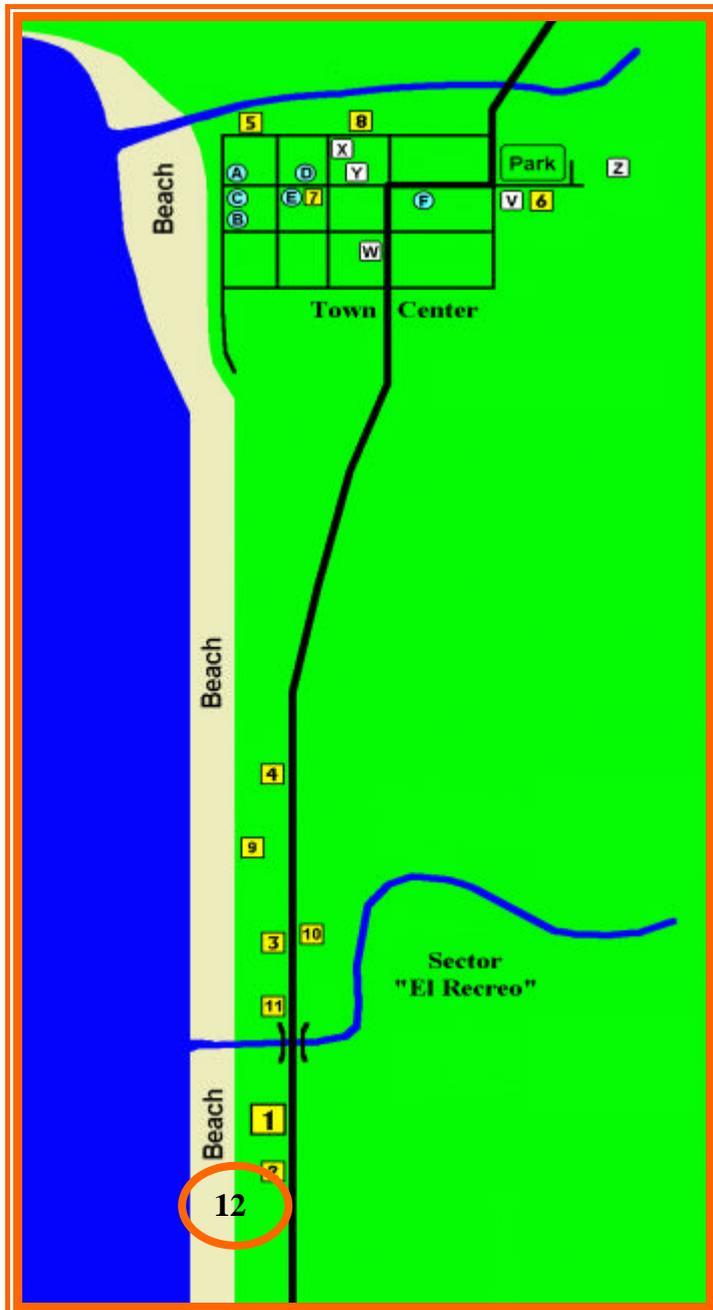
Cuadro N° 62: Matriz Locacional

FACTOR	PESO	CANOA		SAN VICENTE	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Cercanía al mercado	0,25	9	2,25	2	0,50
Transporte y Comunicación	0,1	7	0,7	7	0,7
Fuentes de abastecimiento	0,1	8	0,8	7	0,7
Factores Ambientales	0,05	7	0,35	7	0,35
Servicios Básicos	0,1	7	0,7	7	0,7
Costo Construcción	0,35	6	2,10	7	2,45
Eliminación de Desechos	0,05	7	0,35	7	0,35
TOTAL	1		7,25		5,75

Elaboración: Johanna Vivero

Una vez realizado los respectivos cálculos de las dos playas seleccionadas, se ha concluido que la opción más favorable, es la Playa de Canoa, con 7,25 puntos. La Hostería se ubicará cerca del Centro de Canoa, en la carretera San Vicente – Canoa

2.2.3.2 Plano de la Micro localización



Hoteles y Cabañas

1. Sundown Inn
2. Pacific Fun Cabañas
3. Hotel Sol y Luna
4. Hostería Canoa
5. Hotel Bambú
6. Posada de Daniel
7. Hostal Shelmar
8. Hotel País Libre
9. Hotel Posada del Sol
10. Cabañas Mar y Paz
11. Under Construction

12. HOSTERÍA GUAYACANES

Restaurantes y Bares

- A. Restaurante Costa Azul
- B. Surf Shack
- C. Restaurante Jixsy
- D. Tronco Bar
- E. Coco Bar
- F. Restaurante El Torbellino

Servicios

- V. Internet
- W. Oficina de Teléfono
- X. Clínica
- Y. Farmacia
- Z. Iglesia

2.3 Ingeniería del Proyecto

“El análisis de la Ingeniería de un proyecto debe realizar el estudio de procesos, métodos y técnicas de producción del bien o servicio.”⁴⁵

2.3.1 Proceso de Producción y/o del Servicio

2.3.1.1 Diagrama de Flujo

“Consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos, relaciones o fenómenos de todo tipo por medio de símbolos que clarifican la interrelación entre diferentes factores y/o unidades administrativas, así como la relación causa – efecto que prevalece entre ellos”.⁴⁶

⁴⁵ NICKO GOMERO, Formulación y Evaluación de Proyectos.

⁴⁶ BENJAMÍN Enrique, Organización de empresas.

CUADRO N° 63: Diagrama de Flujo

Proceso: Información e Instalación			Resumen					
			Actividad	Número de Pasos	Tiempo Minutos	Distancia Ejecución		
Principio: Ingreso del Cliente			Operación 	5	12	0		
			Transporte 	0	0	0		
			Aprobación 	1	3	0		
Final: Instalación del Cliente en la Cabaña o Habitación			Espera 	0	0	0		
			Archivo 	0	0	0		
N° Act.	Actividad	Diagrama					Tiempo (Minutos)	Ejecución (Responsable)
								
1	Ingreso del Cliente	x					1,00	Cliente
2	Entrega Información	x					3,00	Recepcionista
3	Selección del Paquete			x			3,00	Cliente
4	Firma del Contrato	x					1,00	Recepcionista/Cliente
5	Pago del Paquete	x					2,00	Cliente
6	Instalación del Cliente	x					5,00	Cliente/Camarera

Elaborado Por: JohannaVivero

2.3.1.2 Requerimiento de Mano de Obra

La Hostería requerirá de los siguientes empleados, para la puesta en marcha de la misma:

Cuadro N° 64: Tabla de Sueldos

CARGO	Nº	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL 12.15%	APORTE PERSONAL 9.35%	DÉCIMO 13º SUELDO	DÉCIMO 14º SUELDO	FONDOS RESERVA	VACACIONES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Administrador	1	400.00	48.60	37.40	400.00	218.00	400.00	400.00	362.60	4351.2
Contador	1	350.00	42.53	32.73	350.00	218.00	350.00	350.00	317.28	3807.3
Secretaria/Recepcionista	1	300.00	36.45	28.05	300.00	218.00	300.00	300.00	271.95	3263.4
Camarera	1	250.00	30.38	23.38	250.00	218.00	250.00	250.00	226.63	2719.5
Operador de Mantenimiento	1	250.00	30.38	23.38	250.00	218.00	250.00	250.00	226.63	2719.5
Portero	1	250.00	30.38	23.38	250.00	218.00	250.00	250.00	226.63	2719.5
Portero	1	250.00	30.38	23.38	250.00	218.00	250.00	250.00	226.63	2719.5
TOTAL									1858.33	22299.9

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Johanna Vivero

2.3.1.3 Requerimiento de Maquinaria

Las principales maquinarias para la puesta en marcha de la hostería se detallan a continuación:

Cuadro N° 65: Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Camas Matrimoniales	Unidad	5	78,00	390,00
Literas	Unidad	10	165,00	1650,00
Veladores	Unidad	5	18,00	90,00
Sillas para Oficina	Unidad	3	150,00	450,00
Escritorios para Oficina	Unidad	2	345,00	690,00
Colchón 105 x 90	Unidad	20	66,00	1320,00
Colchón 135 x 190	Unidad	5	77,00	385,00
Sábanas 1 plaza y media	Unidad	20	9,50	190,00
Sábanas 2 plazas	Unidad	5	10,50	52,50
Tarros de Basura	Unidad	10	9,00	90,00
TOTAL				5307,50

Fuente: Proforma

Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 66: Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Equipo de Sonido	Unidad	1	395,00	395,00
Televisión	Unidad	1	185,00	185,00
Ventilador	Unidad	7	42,00	294,00
Teléfono	Unidad	3	109,00	327,00
TOTAL				1201,00

Fuente: Proforma

Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 67: Equipos de Computación

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Combo Computadora	Unidad	2	999,00	1998,00
Fax	Unidad	1	139,00	139,00
TOTAL				2137,00

Fuente: Proforma

Elaborado por: Johanna Vivero

2.3.1.4 Requerimiento de Insumos y Materiales.

Cuadro N° 68: Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Hojas papel bond 75 Gramos Copilaser A-4	Resma	12	3,80	45,60
Archivador Ideal Azul Oficio	Unidad	12	2,20	26,40
Bolígrafo BIC P/M Negro	Unidad	12	0,18	2,16
Lápiz Peligol HB con Borrador	Unidad	12	0,10	1,20
Borrador Pelikan PZ-20 Artesco	Unidad	12	0,10	1,20
Cinta Transparente 18x25 RICH	Unidad	12	0,18	2,16
Tóner Samsung 2010 ML	Unidad	12	75,00	900,00
Perforadora Artesco Grande	Unidad	2	6,00	12,00
Engrampadora KW 5712 Grande Metal	Unidad	2	10,00	20,00
Dispensador Eagle Chico	Unidad	2	1,00	2,00
Clip Andino	Cajas	2	0,22	0,44

Portaclip Foska Cuadrado	Unidad	2	0,40	0,80
Papelera 3 Servicios Metálica	Unidad	2	11,00	22,00
Film KX-FA57A	Unidad	12	18,00	216,00
Papel Fax Ofifax	Resma	1	1,40	1,40
Post-it Pequeño	Unidad	12	1,75	21,00
Tijera Pituko Mediana	Unidad	2	1,00	2,00
Regla Artesco 30 cm Plástico	Unidad	2	0,15	0,30
Resaltador Faber Varios Colores	Unidad	2	0,35	0,70
Pega Barra 3M 21 Gramos	Unidad	2	1,00	2,00
Calculadora Kenko Escritorio	Unidad	1	3,50	3,50
Corchografo 60x45 Marco Aluminio	Unidad	2	18,00	36,00
Tel Panas Sencillo Blanco	Unidad	1	17,00	17,00
TOTAL				1140,86

Fuente: Proforma

Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 69: Útiles de Aseo y Limpieza

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Fundas Prakti Cosina 10N 58X71	Unidad	12	1,35	16,20
Papel Higiénico Scott Doble	Unidad	12	0,65	7,80
Pisodix Galón V/Aromas	Litros	12	4,00	48,00
Escoba Cerda Suave de Nylon	Unidad	4	1,75	7,00
Trapeador Brujita Redondo	Unidad	4	2,50	10,00
Guantes Varios Números	Par	12	1,20	14,40

Jabón Líquido Galón	Unidad	4	7,05	28,20
TOTAL				131,60

Fuente: Proforma

Elaborado por: Johanna Vivero

2.3.1.5 Estimación de las Inversiones

El presupuesto de inversiones, se detallan en los rubros pertenecientes a la inversión inicial para poner en funcionamiento el negocio:

Cabe señalar que todos los valores registrados son estimados y están sujetos a comprobación en el Capítulo III.

Cuadro Nº 70: Estimación de Inversiones

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Terreno (1000 m ²)	25.000,00
Construcción	36036,10
Maquinaria y Equipo	1201,00
Muebles y Enseres	5307,50
Equipos de Computación	2137,00
Total Activos Fijos	69681,60
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1200,00
Gastos Puesta en Marcha	500,00
Total Activos Diferidos	1700,00
CAPITAL DE TRABAJO	1964.36
TOTAL	73345,96

Fuente: Proforma

Elaborado por: Johanna Vivero

Capital de Trabajo: *“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año”⁴⁷.*

⁴⁷ www.monografias.com

Para obtener el capital de trabajo se utilizará el método de ciclo de caja.
Se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Total Desembolsos Anuales}}{\text{Rotación Efectivo}}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{\text{Ciclo de Caja}}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{30}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = 12$$

$$\text{Total Desembolsos Anuales} = \text{Gastos Administrativos} + \text{Sueldos}$$

$$\text{Total Desembolsos Anuales} = 1272.46 + 22299,90 = 23572.36$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{23572.36}{12}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \$ 1964.36$$

2.3.2 Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (Plano)

El presupuesto de Construcción se encuentra en el Anexo N° 4. Y el Presupuesto de la Compra del Terreno en el Anexo N° 5.

Cuadro N° 71: Resumen Presupuesto Construcción

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD M2	COSTO M2	VALOR M2	VALOR TOTAL
CABAÑAS	5	29.16	210	6123.6	30618
OFICINAS	1	20.00	250	5000	5000
PARQUEADERO	1	100	4.181	418.10	418.10
TOTAL					36036.10

Fuente: Arq. Andrea Vivero

Elaborado por: Johanna Vivero

GRÁFICO N° 36

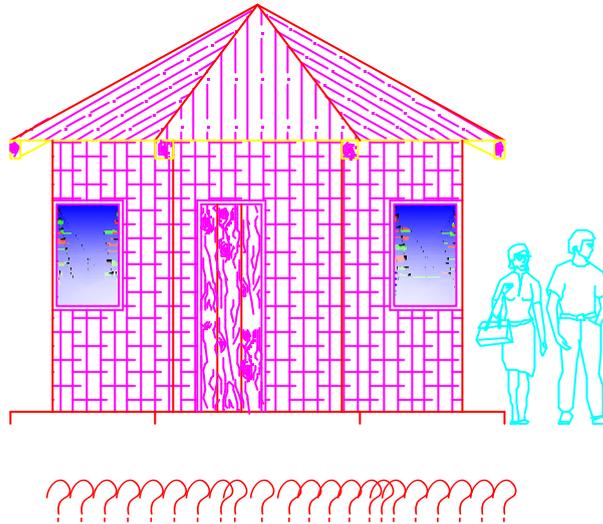


GRÁFICO N° 37

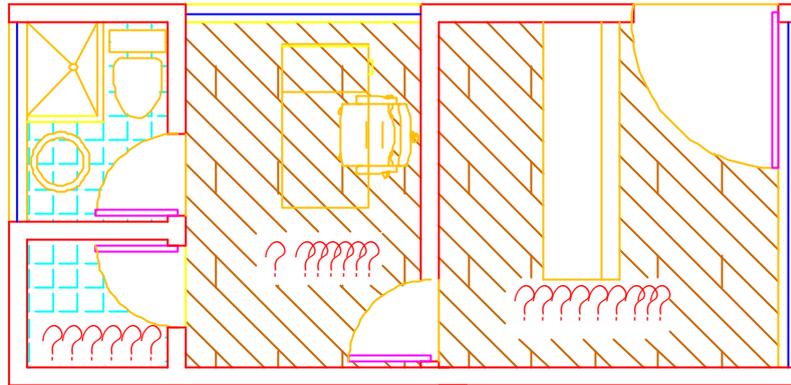


GRÁFICO N° 38

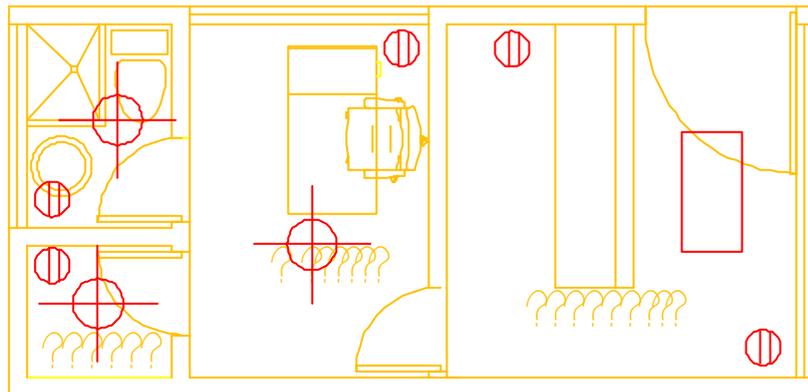


GRÁFICO N° 39

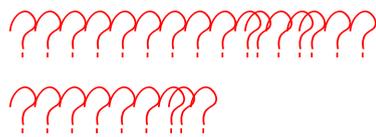
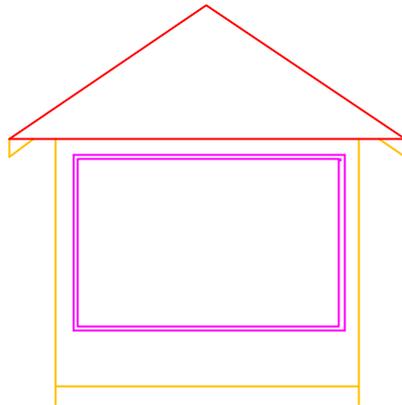


GRÁFICO N° 40

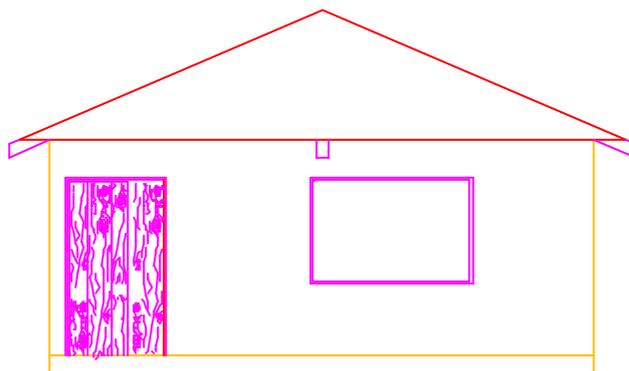


GRÁFICO Nº 41

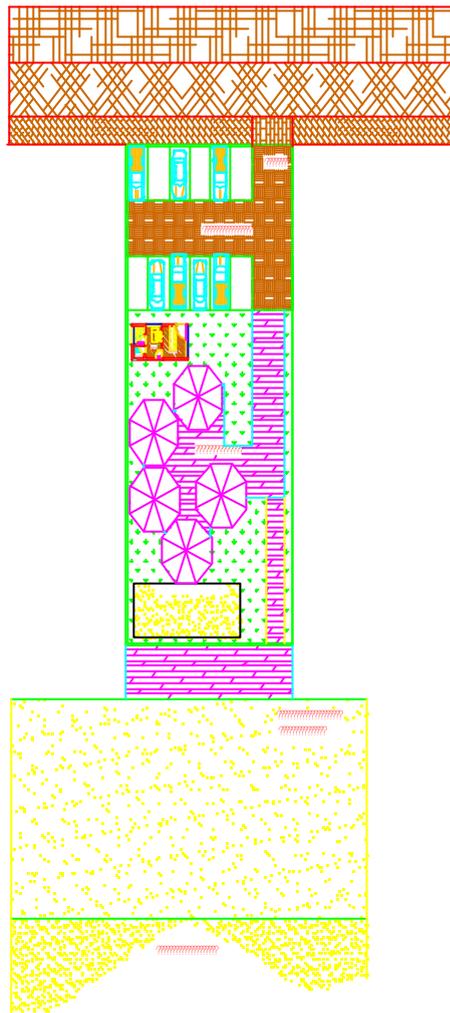


GRÁFICO N° 42



2.3.3 Calendario de Ejecución del Proyecto CUADRO N° 72: Calendario de Ejecución

N°	ACTIVIDADES	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE								
								1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Elaboración Proyecto	█																																						
2	Trámites Legales								█																															
3	Trámites Bancarios								█																															
4	Contactos Proveedores								█																															
5	Aprobación Planos								█																															
6	Crédito Aprobado								█																															
7	Construcción								█																															
8	Compra Maquinaria								█																															
9	Instalación								█																															
10	Adquisición Materia Prima								█																															
11	Reclutar Personal								█																															
12	Selección Personal								█																															
13	Capacitación Personal								█																															
14	Funcionamiento								█																															

Elaborado por: Johanna Vivero

2.4 Aspectos Ambientales

2.4.1 Legislación Vigente

Nos basaremos en la legislación vigente, es decir en la constitución actual que rige al país. Como anexo se adjunta toda la información de la Constitución Política del Ecuador (Anexo N° 6).

2.1.1 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales

Nuestros desperdicios serán recolectados en fundas de basura y depositados en bs carros de recolección de basura; mientras que los desperdicios de papel, cartón, vidrio y plástico serán donados a instituciones que se encargan de reciclar estos productos.

2.1.1 Medidas de Mitigación

Nuestra Hostería se dedicará a brindar servicios, por lo que no es necesario tener medidas de mitigación, ya que no producimos ningún tipo de producto que afecte al ecosistema de Canoa; sin embargo, nos preocuparemos por la recolección de basura.

CAPÍTULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

“Definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva⁴⁸”.

3.1 La Empresa

3.1.1 Nombre o Razón Social

El nombre de la Hostería es “Guayacanes”, la cual se dedicará a ofrecer un servicio de calidad y diferenciado en hospedaje. Y a futuro de alimentación, recreación y esparcimiento, ofreciendo paquetes en el que incluyan desayuno, almuerzo y cena.

El nombre “Guayacanes” se la puso, ya que en la zona de Canoa, este árbol es típico, además de que los habitantes de este sector lo utilizan para la elaboración de artesanías y para la decoración de sus casas o centros de alojamiento.

⁴⁸ www.wikipedia.com

LOGOTIPO



3.1.2 Titularidad de Propiedad de la Empresa

Cuadro N° 73: Titularidad de la Empresa

NOMBRE	ACCIONISTAS	CAPITAL SOCIAL	DIVISION CAPITAL	OBLIGACIONES	ADMINISTRACIÓN
Sociedad Colectiva	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Sociedad en Comandita	3	\$ 800	Acción	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Sociedad Anónima	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Compañía en Nombre Colectivo	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Compañía de Responsabilidad Limitada	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Compañía Anónima	5	\$ 800	Acción	50 % Capital Suscrito y	Directorio

				Diferencia en 1 Año	
Compañía en Economía Mixta	2	\$ 800	Acción	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Directorio
Sociedad de Hecho	1	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Empresas Unipersonales	1	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Directorio

Fuente: Ley de Compañías

Elaborado por: Johanna Vivero

“Hostería Guayacanes” adoptará la Personería Jurídica de Responsabilidad Limitada; la cual se inscribirá legalmente en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con cuyo registro se podrán realizar todas las transacciones comerciales.

Se contará con tres personas que responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

El capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a 400 USD. Estará dividido en participaciones de 1 USD

3.1.3 Tipo de Empresa (Sector, Actividad)

SECTOR

La empresa según el Clasificador Internacional Industrial Unificado CIIU “Hostería Guayacanes” se encuentra dentro del sector de Actividades Hoteles y Restaurantes correspondiente al subsector de: Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares, otras actividades del tipo de servicio

conexas: Alojamiento en Hoteles, Campamentos y Otro Tipo de Hospedaje no permanente.

ACTIVIDAD

La actividad que llevará a cabo “Hostería Guayacanes” tiene como finalidad brindar servicios de hospedaje, recreación y esparcimiento de calidad y diferenciado, por lo que se trabajará para satisfacer las necesidades de los turistas y a su vez generar una utilidad económica para los socios, constituyendo además la generación de empleo y progreso de la zona.

3.2 Base Filosófica de la Empresa

La filosofía de la empresa está constituida por los elementos preponderantes para construir una cultura organizacional adecuada, estos son: visión, misión, principios y valores; a partir de los cuales devienen los objetivos e ideales de la organización.

3.2.1 Visión

La visión es una imagen de la empresa, busca generarse a futuro a través del esfuerzo y acciones conjuntas, constituyéndose en la brújula que guíe el desarrollo de sus actividades con base a la aplicación de los siguientes elementos:

- ✍ **Posición en el Mercado:** Líder
- ✍ **Tiempo:** 5 años
- ✍ **Ámbito del Mercado:** Sector Playa de Canoa
- ✍ **Servicio:** Hospedaje, Alimentación, Recreación y Esparcimiento.
- ✍ **Valores:** honestidad, responsabilidad y puntualidad.
- ✍ **Principio Organizacional:** Servicio de Calidad y Diferenciado.

VISIÓN 2014

En el año 2014, ser la hostería líder en hospedaje, alimentación, recreación y esparcimiento, con un servicio de calidad y diferenciado con honestidad, responsabilidad y puntualidad, en la Playa de Canoa; garantizando la satisfacción de nuestros turistas.

3.2.2 Misión

La misión es la razón de existir de una empresa, refleja su razón de ser por medio del cumplimiento de objetivos basados en la aplicación de ciertos elementos, tales como:

- ✍ **Naturaleza del Negocio:** brindar servicios de hospedaje, recreación y esparcimiento.
- ✍ **Razón de existir:** satisfacer la necesidad de los clientes.
- ✍ **Mercado al que sirve:** Turistas Nacionales y Extranjeros.
- ✍ **Características generales del servicio:** calidad y diferenciado.
- ✍ **Posición deseada en el mercado:** líder.
- ✍ **Principios y valores:** honestidad, responsabilidad y puntualidad.

MISIÓN

Brindar servicios de hospedaje, recreación y esparcimiento a turistas nacionales y extranjeros, con calidad y diferenciación.

3.2.3 Estrategia Empresarial

“Una estrategia es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizativos y para luchar por la misión de la organización.”⁴⁹

La Estrategia Empresarial de “Hostería Guayacanes” es la de ofrecer un servicio de calidad y diferenciado al cliente, diversificando a posterior en nuevos servicios, para de esta manera poder llegar a nuevos mercados y negocios conexos.

3.2.4 Objetivos Estratégicos

“Los objetivos estratégicos representan los resultados deseados, a largo plazo, hacia los cuales se lanzan o dirigen nuestras acciones.”⁵⁰

- ✍ Brindar a los turistas un servicio de calidad y diferenciado en hospedaje, recreación y esparcimiento, para satisfacer sus necesidades y expectativas.
- ✍ Mejorar la infraestructura de acuerdo a las sugerencias y requerimientos de los clientes, con la finalidad de hacer más atractiva la imagen de la hostería.
- ✍ Difundir en el mercado nacional e internacional los beneficios que genera este servicio, a través de una publicidad continua, para atraer un mayor número de turistas.
- ✍ Recuperar la inversión en un menor tiempo, para posteriormente, obtener una rentabilidad para los socios de la hostería

⁴⁹ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

⁵⁰ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

3.2.5 Principios y Valores

VALORES

*“Los **valores** se pueden definir como una creencia de lo que es apropiado y lo que no lo es, guían las acciones y el comportamiento de los empleados para cumplir los objetivos de la organización.”⁵¹*

HONESTIDAD: en cada una de las actividades, acciones con cada uno de nuestros clientes y proveedores, para que se sientan seguros de nuestra hostería.

RESPONSABILIDAD: en cada una de las transacciones financieras y en el servicio que prestamos a nuestros clientes.

PUNTUALIDAD: en cada uno de nuestras acciones, dando siempre ha tiempo el servicio y/o bien que el cliente requiriera, además de cumplir con nuestros pagos a los proveedores.

PRINCIPIOS

*“Los **principios** son conceptos fundamentales que apoyan al desarrollo de la administración”⁵².*

- ? Eficiencia y rapidez en la prestación de cada uno de los servicios; otorgados por la hostería.
- ? Innovación y creatividad constante para poder competir con las demás hosterías.

⁵¹ E. NÚÑEZ, Planificación estratégica

⁵² E. NÚÑEZ, Planificación estratégica

- ? Trabajar en equipo, logrando así un trabajo bien realizado, mediante la ayuda y colaboración de todos para que la hostería sea la mejor.

3.3 Organización Administrativa

“La Organización se refiere a la estructuración técnica de las relaciones, que debe darse entre las jerarquías, funciones y obligaciones individuales necesarias en un organismo social para lograr su mayor eficiencia.”⁵³

3.3.1 Organigrama Estructural

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.”⁵⁴

⁵³ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

⁵⁴ Salazar, Francis: Administración Estratégica

GRÁFICO N° 43



3.3.2 Descripción de Funciones

Esta es una estrategia empresarial que subraya la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas entre directivos y trabajadores, en cada una de sus funciones con dirección a las metas de la hostería, lo cual permite un crecimiento de y fortaleza de la organización.

La hostería ha distribuido su personal de acuerdo a las funciones y procesos que posee la misma, lo cual permite que cada uno se especialice en cada una de sus áreas.

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

La Junta General de Socios tendrá las siguientes funciones;

- ✍ Asistir a las juntas
- ✍ Cambiar o ajustar los estatutos
- ✍ Conocer sobre la situación financiera de la compañía
- ✍ Tomar decisiones trascendentales

GERENCIA GENERAL

La Gerencia General tendrá las siguientes funciones:

- ? Planificar, organizar, dirigir y controlar la administración de la empresa
- ? Cotizar precios con proveedores
- ? Verificar roles de pagos
- ? Elaborar planes estratégicos
- ? Elaborar y aprobar presupuestos
- ? Buscar fuentes de financiamiento

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO / FINANCIERO

El Departamento Administrativo tendrá las siguientes funciones:

ADMINISTRADOR:

- ? Ejecutar las tareas administrativas propias de la hostería .
- ? Velar por el patrimonio de la empresa.
- ? Negociar convenios con agencias de viajes, colegios, universidades, entre otros.
- ? Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.

- ? Cumplir con las demás funciones que fueren señaladas por la Dirección General.

CONTADOR:

- ? Manejar los inventarios de la empresa.
- ? Pagar Impuestos, Roles de Pagos, entre otros.
- ? Realizar Estados Financieros
- ? Velar porque la contabilidad sea llevada de acuerdo a las normas y principios de contabilidad generalmente aceptadas
- ? Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.
- ? Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- ? Cumplir con las demás funciones que fueren señaladas por la Dirección General.

RECEPCIONISTA:

- ? Mantener el registro de contratos, base de datos de clientes y más documentos propios de la función.
- ? Informar sobre los servicios que ofrece la hostería.
- ? Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.
- ? Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- ? Cumplir con las demás funciones que fueren señaladas por la Dirección General.

DEPARTAMENTO DE MANTEMIENTO

El Departamento de Mantenimiento tendrá las siguientes funciones:

CAMARERA:

- ✍ Ejercer las tareas de limpieza de habitaciones, recepción, entre otros.
- ✍ Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.
- ✍ Llevar oportunamente a conocimiento del administrador problemas que se le presentaren.
- ✍ Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

OPERADOR DE MANTENIMIENTO:

- ✍ Ejercer las tareas operacionales como de la limpieza patio, piscina, etc.
- ✍ Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.
- ✍ Llevar oportunamente a conocimiento del administrador problemas que se le presentaren.
- ✍ Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- ✍ Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

PORTEROS:

- ✍ Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.

- ✍ Velar por el bienestar de los clientes tanto internos como externos
- ✍ Velar la seguridad de las instalaciones
- ✍ Registrar ingreso y salida de los clientes
- ✍ Llevar oportunamente a conocimiento del administrador problemas que se le presentaren.
- ✍ Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

*“El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios de mercado y técnico, que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado”.*⁵⁵

En el presente capítulo se efectuará un análisis de los diferentes indicadores financieros, a efectos de establecer la viabilidad del estudio desde el punto de vista económico.

4.1 Presupuestos

Presupuesto es un cálculo anticipado del coste de una obra y también de los gastos o de las rentas de una organización u otro cuerpo.

Para la realización de los presupuestos del presente estudio, es importante contar con la información recopilada en los estudios de mercado, técnico y organizacional, a fin de obtener la proyección del flujo de caja y su posterior evaluación.

4.1.1 Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión comprende la adquisición de activos necesarios para realizar las operaciones de la nueva empresa, además del capital de trabajo. Por lo que Hostería Guayacanes necesitará de una inversión inicial de \$73345,96.

⁵⁵ MENESES, Edilberto; Preparación y evaluación de proyectos

Cuadro N° 74: Presupuesto de Inversión

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Terreno (1000 m ²)	25.000,00
Construcción	36036,10
Maquinaria y Equipo	1201,00
Muebles y Enseres	5307,50
Equipos de Computación	2137,00
Total Activos Fijos	69681,60
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1200,00
Gastos Puesta en Marcha	500,00
Total Activos Diferidos	1700,00
CAPITAL DE TRABAJO	1964.36
TOTAL	73345,96

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Johanna Vivero

4.1.1.1 Activos Fijos

“Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de prestación del servicio y que servirán de apoyo a la operación normal de la nueva empresa.”⁵⁶

El siguiente cuadro detalla la inversión en activos fijos necesarios para la operación del servicio.

⁵⁶ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

Cuadro N° 75: Presupuesto de Activos Fijos

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Terreno (1000 m ²)	25.000,00
Construcción	36036,10
Maquinaria y Equipo	1201,00
Muebles y Enseres	5307,50
Equipos de Computación	2137,00
Total Activos Fijos	69681,60

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 76: Depreciación de Activos Fijos

NOMBRE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	AÑOS									
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Terreno	25000	25000	20	5%	1250,00	1250,00	1250,00	1250,00	1250,00	1250,00	1250,00	1250,00	1250,00	1250,00
Construcción	45863	45863	20	5%	2293,15	2293,15	2293,15	2293,15	2293,15	2293,15	2293,15	2293,15	2293,15	2293,15
Equipo de Sonido	395	395	10	10%	39,50	39,50	39,50	39,50	39,50	39,50	39,50	39,50	39,50	39,50
Televisión	185	185	10	10%	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50
Ventilador	42	294	10	10%	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40
Teléfono	109	327	10	10%	32,70	32,70	32,70	32,70	32,70	32,70	32,70	32,70	32,70	32,70
Muebles y Enseres		5307,5	10	10%	530,75	530,75	530,75	530,75	530,75	530,75	530,75	530,75	530,75	530,75
Equipos de Computación		2137	3	33%	705,21	705,21	705,21	705,21	705,21	705,21	705,21	705,21	705,21	705,21

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 77: Mantenimiento de Activos Fijos

NOMBRE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	% MANTENIMIENTO	AÑOS										
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Terreno	25000	25000	1%	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Construcción	45863	45863	1%	458,63	458,63	458,63	458,63	458,63	458,63	458,63	458,63	458,63	458,63	458,63
Equipo de Sonido	395	395	2%	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9
Televisión	185	185	2%	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7
Ventilador	42	294	2%	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88
Teléfono	109	327	2%	6,54	6,54	6,54	6,54	6,54	6,54	6,54	6,54	6,54	6,54	6,54
Muebles y Enseres		5307,5	2%	106,15	106,15	106,15	106,15	106,15	106,15	106,15	106,15	106,15	106,15	106,15
Equipos de Computación		2137	2%	42,74	42,74	42,74	42,74	42,74	42,74	42,74	42,74	42,74	42,74	42,74
TOTAL MANTENIMIENTO				882,54										

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

4.1.1.2 Activos Intangibles

“Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.”⁵⁷

A diferencia de los activos fijos, los activos intangibles no se deprecian sino que se amortizan, es decir que estos gastos son susceptibles de recuperación una vez puesta en marcha las actividades de la nueva empresa. Los activos intangibles están sujetos a amortización en un periodo de 5 años.

El siguiente cuadro detalla la inversión en activos intangibles necesarios para la operación del servicio.

Cuadro N° 78: Presupuesto de Activos Intangibles

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1200,00
Gastos Puesta en Marcha	500,00
Total Activos Diferidos	1700,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 79: Amortización de Activos Intangibles

NOMBRE	PRECIO TOTAL	% AMORTIZACION	ANOS				
			1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	1200	20%	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Gastos Puesta en Marcha	500	20%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Total Amortización			340,00	340,00	340,00	340,00	340,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

⁵⁷ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

4.1.1.3 Capital de Trabajo

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entendiéndose por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año”⁵⁸.

Para obtener el capital de trabajo se utilizará el método de ciclo de caja. Se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Total Desembolsos Anuales}}{\text{Rotación Efectivo}}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{\text{Ciclo de Caja}}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{30}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = 12$$

$$\text{Total Desembolsos Anuales} = \text{Gastos Administrativos} + \text{Sueldos}$$

$$\text{Total Desembolsos Anuales} = 1272.28 + 22299,90 = 23572.18$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{23572.18}{12}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \$ 1964.35$$

⁵⁸ www.wikipedia.com

El periodo de desfase se estableció en 30 días, a pesar de que el cobro por el hospedaje es previo al inicio del mismo.

4.1.2 Cronograma de Inversión

El cronograma de inversiones expresa, los rubros correspondientes de inversiones necesarias para el inicio de las actividades, así como de las reposiciones de los activos fijos que son objeto de depreciación. Por lo que a continuación se detalla el cronograma de inversión:

Cuadro N° 80: Cronograma de Inversión

CONCEPTO	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS FIJOS											
Terreno (1000 m2)	25000,00										
Construcción	36036,10										
Maquinaria y Equipo	1201,00										1201,00
Muebles y Enseres	5307,50										5307,50
Equipos de Computación	2137,00			2137,00			2137,00			2137,00	
TOTAL INVERSIONES	69681,60			2137,00			2137,00			2137,00	6508,50

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

4.1.3 Presupuestos de Operación

Para el inicio de actividades de Hostería Guayacanes, es importante la estimación del nivel de inversión que se requiere para la operación de la nueva empresa en un periodo de tiempo, para este propósito es necesario elaborar presupuestos que permitan cuantificar los ingresos y gastos en los que se va a incurrir y posteriormente establecer la rentabilidad que se va a obtener.

4.1.3.1 Presupuestos de Ingresos

Los ingresos son los valores que se perciben por la venta del servicio de hospedaje. El presupuesto de ingresos está calculado de acuerdo a la

capacidad instalada de Hostería Guayacanes, captando el 6,82% anual del total de la demanda insatisfecha.

Cuadro Nº 81: Presupuesto de Ingresos

	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DEMANDA INSATISFECHA	67440,00	85834,00	110948,00	145398,00	145398,00	145398,00	145398,00	145398,00	145398,00	145398,00
DEMAN. INS. CUBRIR	4599	5854	7567	9916	9916	9916	9916	9916	9916	9916
INGRESOS ANUALES	55192,90	70246,55	90799,84	118993,72						

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

4.1.3.2 Presupuestos de Egresos

Nos permitirá determinar los costos fijos y variables, en los que Hostería Guayacanes debe incurrir para poder continuar con sus operaciones de un determinado periodo de tiempo.

Cuadro Nº 82: Presupuesto de Egresos

DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS											
Predios Municipales*		101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04
Suministros de Oficina		1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86
Útiles de Limpieza		131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60
Sueldos / Salarios		22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90
Servicios Básicos		2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
Mantenimiento Activos Fijos		882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54
Depreciación		4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21
Amortización		340,00	340,00	340,00	340,00	340,00					
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS y de VENTAS		32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11
GASTOS FINANCIERTOS											
Intereses por Pagar		5385,84	4420,98	3342,35	2136,50	788,45					
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		5385,84	4420,98	3342,35	2136,50	788,45	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INVERSION INICIAL	73.345,96										
TOTAL	73.345,96	37479,95	36515,09	35436,46	34230,61	32882,56	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

* La Ordenanzas referente a los Predios Municipales, se encuentra en el Anexo Nº 7.

4.1.3.3 Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento para la inversión inicial de Hostería Guayacanes, será la siguiente:

Cuadro N° 83: Tabla de Financiamiento

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PORCENTAJE DE APORTE	VALOR
Aporte de los socios	30%	22183,79
Financiamiento	70%	51762,17
TOTAL INVERSION	100%	73945,96

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

La Tabla de Amortización Total se encuentra en el Anexo N° 8. Los valores correspondientes a la amortización de la deuda, que Hostería Guayacanes deberán realizar por el pago de intereses y capital a través del financiamiento con el Banco Pichincha es:

Monto en dólares:	51762,17
Plazo (años) :	5
Interés (%):	11,20%
Forma de Pago:	Sobre saldos

Cuadro N° 84: Resumen de Tabla de Amortización

AÑOS	Intereses	Servicio de la Deuda
1	5385,84	8181,42
2	4420,98	9146,27
3	3342,35	10224,91
4	2136,50	11430,76
5	788,45	12778,81
TOTAL	16074,11	51762,17

Fuente: Banco Pichincha

Elaborado por: Johanna Vivero

4.1.4 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio constituye una situación de la empresa, donde el volumen de producción, alcanza a cubrir los costos variables y fijos, sin obtener utilidad alguna.”⁵⁹

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares la fórmula empleada fue la siguiente:

$$P.E.(\$) = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{I}}$$

En donde:

P.E. (\$) = Punto de equilibrio monetario

CF = Costo fijo

CV = Costo Variable

I = Ingresos

$$P.E.(Q) = \frac{CFT}{PRECIO - CVU}$$

En donde:

P.E. (Q) = Punto de equilibrio en cantidad

CFT = Costo fijo total

CVU = Costo Variable Unitario

Una vez determinados los ingresos que generará la instalación Hostería Guayacanes, así como los costos tanto fijos como variables se procede a calcular el punto de equilibrio en unidades monetarias, el cual se lo presenta en el siguiente cuadro:

⁵⁹ BOLAÑOS, Gastón, La didáctica de los costos

Cuadro N° 85: Clasificación de los Costos

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS										
SUMINISTROS DE OFICINA	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86	1140,86
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54	882,54
DEPRECIACIONES/AMORTIZACIONES	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21
AMORTIZACION	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00					
PREDIOS MUNICIPALES	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04	101,04
TOTAL COSTOS FIJOS	7363,65	7363,65	7363,65	7363,65	7363,65	7023,65	7023,65	7023,65	7023,65	7023,65
COSTOS VARIABLES										
SUELDOS/SALARIOS	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90	22299,90
SERVICIOS BÁSICOS	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
ÚTILES DE LIMPIEZA	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60
TOTAL COSTOS VARIABLES	24831,50									
TOTAL	32195,15	32195,15	32195,15	32195,15	32195,15	31855,15	31855,15	31855,15	31855,15	31855,15

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 86: Punto de Equilibrio \$

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS	7363,65	7363,65	7363,65	7363,65	7363,65	7023,65	7023,65	7023,65	7023,65	7023,65
COSTOS VARIABLES	24831,50	24831,50	24831,50	24831,50	24831,50	24831,50	24831,50	24831,50	24831,50	24831,50
VENTAS	55192,90	70246,55	90799,84	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

PUNTO DE EQUILIBRIO \$	13386,11	11389,85	10135,44	9305,51	9305,51	8875,85	8875,85	8875,85	8875,85	8875,85
-------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

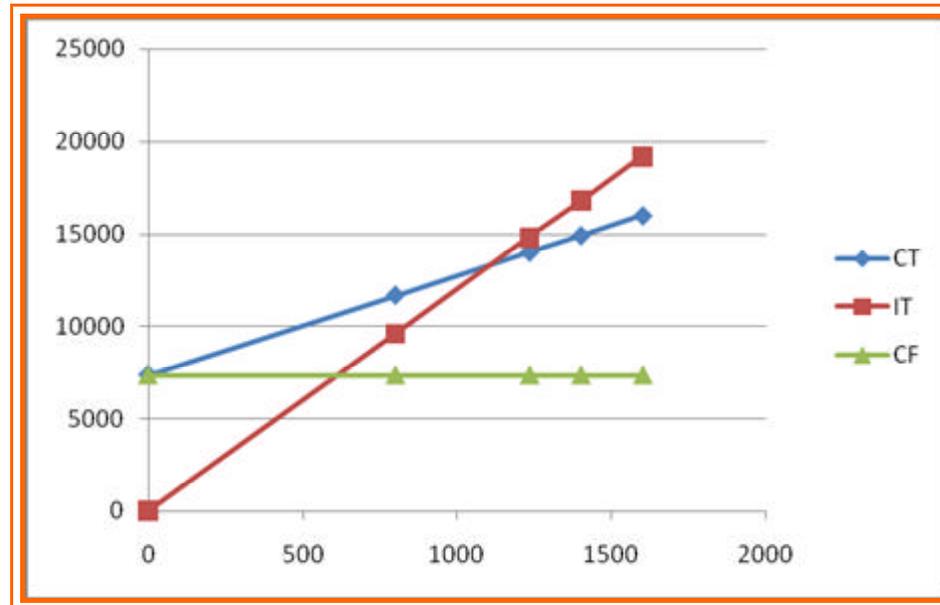
Cuadro N° 87: Punto de Equilibrio Q

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS	7363,65	7363,65	7363,65	7363,65	7363,65	7023,65	7023,65	7023,65	7023,65	7023,65
DEMANDA A CAPTAR	4599	5854	7567	9916	9916	9916	9916	9916	9916	9916
COSTO VARIABLE UNITARIO	5,399	4,242	3,282	2,504	2,504	2,504	2,504	2,504	2,504	2,504
PRECIO UNITARIO	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

PUNTO DE EQUILIBRIO Q	1116	949	845	775	775	740	740	740	740	740
------------------------------	-------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

GRÁFICO N° 44



Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

4.2 Estados Financieros Pro forma

4.2.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

El estado de resultados del presente estudio, permite conocer la utilidad que generará Hostería Guayacanes, para lo cual se presentan los siguientes estados de resultados enfocados sin financiamiento y con financiamiento.

Cuadro N° 88: Estado de Resultados Con Financiamiento

	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	55192,90	70246,55	90799,84	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11
- GASTOS FINANCIEROS	5385,84	4420,98	3342,35	2136,50	788,45	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	17712,95	33731,45	55363,39	84763,11	86111,16	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61
- PART. TRABAJADORES (15%)	2656,94	5059,72	8304,51	12714,47	12916,67	13085,94	13085,94	13085,94	13085,94	13085,94
UTILIDAD ANTESDE IMPUESTO A LA RENTA	15056,01	28671,73	47058,88	72048,65	73194,49	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)	3764,00	7167,93	11764,72	18012,16	18298,62	18538,42	18538,42	18538,42	18538,42	18538,42
UTILIDAD NETA	11292,01	21503,80	35294,16	54036,48	54895,87	55615,25	55615,25	55615,25	55615,25	55615,25

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

Cuadro N° 89: Estado de Resultados Sin Financiamiento

	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	55192,90	70246,55	90799,84	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	23098,79	38152,44	58705,73	86899,61	86899,61	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61
- PART. TRABAJADORES (15%)	3464,82	5722,87	8805,86	13034,94	13034,94	13085,94	13085,94	13085,94	13085,94	13085,94
UTILIDAD ANTESDE IMPUESTO A LA RENTA	19633,97	32429,57	49899,87	73864,67	73864,67	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)	4908,49	8107,39	12474,97	18466,17	18466,17	18538,42	18538,42	18538,42	18538,42	18538,42
UTILIDAD NETA	14725,48	24322,18	37424,90	55398,50	55398,50	55615,25	55615,25	55615,25	55615,25	55615,25

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

El Estado de Resultados del presente proyecto, refleja un balance positivo para el funcionamiento de Hostería Guayacanes, tanto sin financiamiento y con financiamiento; lo cuál identifica un crecimiento progresivo en las utilidades netas.

4.2.2 Flujos Netos de Fondos

“El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa”⁶⁰, durante los 10 años de horizonte del estudio. A continuación se detalla el flujo de la referencia:

⁶⁰ www.wikipedia.com

4.2.2.1 Del Proyecto (Sin Financiamiento)

Cuadro N° 90: Flujo Neto de Fondos Sin Financiamiento

	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		55192,90	70246,55	90799,84	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS		23098,79	38152,44	58705,73	86899,61	86899,61	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61
- PART. TRABAJADORES (15%)		3464,818	5722,86534	8805,86	13034,942	13034,942	13085,94198	13085,94198	13085,94198	13085,94198	13085,94198
= UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		19633,97	32429,57	49899,87	73864,67	73864,67	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)		4908,492	8107,392565	12474,968	18466,168	18466,168	18538,41781	18538,41781	18538,41781	18538,41781	18538,41781
UTILIDAD NETA		14725,48	24322,1777	37424,905	55398,503	55398,503	55615,25342	55615,25342	55615,25342	55615,25342	55615,25342
+ DEPRECIACIONES		4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21
+ AMORT. INTANGIBLES		340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INVERSION INICIAL	-73.345,96										
- INVERSION DE REEMPLAZO				2137,00			2137,00			2137,00	6508,50
+ VALOR DE DESECHO											2766,48
+ RECUP. CAPITAL DE TRABAJO											1964,36
= FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	73.345,96	19964,69	29561,39	40527,11	60637,71	60637,71	58377,46	60514,46	60514,46	58377,46	58736,80

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

4.2.2.2 Del Proyecto (Con Financiamiento)

Cuadro Nº 91: Flujo Neto de Fondos Con Financiamiento

	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		55192,90	70246,55	90799,84	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72	118993,72
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	32094,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11	31754,11
- GASTOS FINANCIEROS		5385,84	4420,98	3342,35	2136,50	788,45	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS		17712,95	33731,45	55363,39	84763,11	86111,16	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61	87239,61
- PART. TRABAJADORES (15%)		2656,94	5059,72	8304,51	12714,47	12916,67	13085,94	13085,94	13085,94	13085,94	13085,94
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		15056,01	28671,73	47058,88	72048,65	73194,49	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67	74153,67
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)		3764,00	7167,93	11764,72	18012,16	18298,62	18538,42	18538,42	18538,42	18538,42	18538,42
UTILIDAD NETA		11292,01	21503,80	35294,16	54036,48	54895,87	55615,25	55615,25	55615,25	55615,25	55615,25
+ DEPRECIACIONES		4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21	4899,21
+ AMORT. INTANGIBLES		340,00	340,00	340,00	340,00	340,00					
INVERSION INICIAL	-73.345,96										
(-) PRESTAMO	51762,17										
(-) Servicio de la Deuda		8181,422	9146,273082	10224,91	11430,76	12778,81					
- INVERSION DE REEMPLAZO				2137,00			2137,00			2137,00	6508,50
+ VALOR DE DESECHO											2766,48
+ RECUP. CAPITAL DE TRABAJO											1964,36
= FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-21.583,79	8349,79	17596,74	28171,46	47844,94	47356,27	58377,46	60514,46	60514,46	58377,46	58736,80

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

4.3 Evaluación Financiera

4.3.1 Determinación de la Tasa de Descuento

“Tasa de interés utilizada para calcular el valor presente de un importe futuro. A mayor tasa de descuento, menor precio del instrumento.”⁶¹.

4.3.1.1 Del Proyecto (Sin Financiamiento)

Para la estimación de la tasa de descuento sin financiamiento se ha considerado una tasa del 9%, tasa correspondiente a los bonos del estado y una tasa de premio al riesgo del 3%

Cuadro N° 92: Tasa de Descuento Sin Financiamiento

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
TMAR =	BONOS	+	RIESGO
TMAR =	9,00%	+	3,00%
TMAR =	12,00%		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

4.3.1.2 Del Proyecto (Con Financiamiento)

Para determinar la tasa de descuento con financiamiento se ha tomado en consideración el porcentaje de aportación de recursos propios y el crédito. A continuación se muestra el cuadro con las tasas de descuento respectivamente según el financiamiento.

⁶¹ Chain Nassir Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos

Cuadro N° 93: Tasa de Descuento Con Financiamiento

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (Global o Ponderada)			
Aporte	%	TMAR	TMAR Global
Capital Propio	30%	12,00%	3,60%
Crédito	70%	11,20%	7,84%
TMAR ponderada			11,44%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

4.3.2 Criterios de Evaluación

4.3.2.1 Valor Actual Neto

“En términos generales, el Valor Actual Neto es un método de evaluación mediante el cual se mide la viabilidad económica financiera de invertir en un proyecto determinado.

VAN = Valor actual de entradas del flujo neto de caja – inversión inicial neta.

$$VAN = \frac{(B_0 - C_0)}{(1+i)^0} + \frac{(B_1 - C_1)}{(1+i)^1} + \frac{(B_2 - C_2)}{(1+i)^2} + \dots + \frac{(B_n - C_n)}{(1+i)^n} + IIN$$

Donde:

B_n = Beneficio del año n

C_n = Costo o egreso del año n

B_n – C_n = Beneficio neto obtenido en el año n.

Los resultados que servirán para tomar decisiones, pueden ser los siguientes:

1. Si $VAN > 0$, el proyecto se debe aceptar.
2. Si $VAN = 0$, el proyecto no se acepta, resulta mejor escoger otras alternativas de inversión, ya que esa no genera beneficio alguno.
3. Si $VAN < 0$, el proyecto no vale la pena, ya que las otras alternativas de inversión arrojan mayor beneficio⁶².

⁶² www.wikipedia.com

Cuadro Nº 94: Valor Actual Neto Sin Financiamiento

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FLUJO DE CAJA		19964,69	29561,39	40527,11	60637,71	60637,71	58377,46	60514,46	60514,46	58377,46	58736,80
TASA DSCTO:		12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%
FLUJOS ACTUALIZADOS		17825,61	23566,16	28846,40	38536,36	34407,47	29575,84	27373,67	24440,78	21051,50	18911,68
Flujo de Caja Año 0	-73345,96										
VAN DEL PROYECTO	337881,42										

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

ANALISIS:

Con un escenario sin financiamiento se logra obtener un VAN mayor que 0; es decir que la rentabilidad después de recuperar la inversión es de \$ 337881,42.

Cuadro Nº 95: Valor Actual Neto Con Financiamiento

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FLUJO DE CAJA		8349,79	17596,74	28171,46	47844,94	47356,27	58377,46	60514,46	60514,46	58377,46	58736,80
TASA DSCTO:		11,44%	11,44%	11,44%	11,44%	11,44%	11,44%	11,44%	11,44%	11,44%	11,44%
FLUJOS ACTUALIZADOS		7492,64	14169,35	20355,70	31022,13	27553,19	30478,85	28351,20	25440,78	22022,94	19883,79
Flujo de Caja Año 0	-21583,79										
VAN DEL PROYECTO	248354,36										

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

ANALISIS:

El VAN con el escenario del inversionista, es mayor que 0; es decir que la rentabilidad después de recuperara la inversión es de \$ 248354.36.

4.3.2.2 Tasa Interna de Retorno

“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 o VPN) es igual a cero. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

De igual manera se realizó el cálculo del TIR aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = TDi + (TDS - TDi) * \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

Donde:

TDi = Tasa de descuento inicial

TDS = Tasa de descuento superior

VAi = Valor actual inicial

Vas = Valor actual superior

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

- ? Si $TIR \geq TMAR \rightarrow$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida.

- ? Si $TIR < TMAR \rightarrow$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. TMAR representa es el coste de oportunidad⁶³.

⁶³ www.wikipedia.com

Cuadro N° 96: Tasa Interna de Retorno Sin Financiamiento

AÑOS	Beneficio Neto	Tasa de Descuento	
		-0,4	0,4923
0	-73345,96	73345,96	73345,96
1	19964,69	33274,48	13378,47
2	29561,39	82114,97	13274,33
3	40527,11	187625,5	12194,87
4	60637,71	467883,6	12226,95
5	60637,71	779806	8193,362
6	58377,46	1251232	5285,772
7	60514,46	2161725	3671,692
8	60514,46	3602875	2460,425
9	58377,46	5792739	1590,523
10	58736,80	9713993	1072,381
TOTAL		23999922	3,30628

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

$$TIR = 0,04 + (0,4923 - 0,04) * \frac{23999922}{23999922 + 330628}$$

TIR= 49,23%

ANALISIS:

Los resultados obtenidos en el cálculo del TIR sin financiamiento, indica que es conveniente ejecutar la creación de la hostería, pues la TIR es superior a la tasa de descuento.

TIR
49,23% > **TMAR**
12,00%

Cuadro N° 97: Tasa Interna de Retorno Con Financiamiento

AÑOS	Beneficio Neto	Tasa de Descuento	
		-0,6	0,898
0	-21583,79	-21583,79	21583,79
1	19964,69	33274,48	13378,47
2	29561,39	82114,97	13274,33
3	40527,11	187625,53	12194,87
4	60637,71	467883,59	12226,95
5	60637,71	779805,99	8193,36
6	58377,46	1251231,64	5285,77
7	60514,46	2161724,94	3671,69
8	60514,46	3602874,91	2460,42
9	58377,46	5792739,08	1590,52
10	58736,80	9713993,39	1072,38
TOTAL		24051684,12	51765,88

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

$$TIR = 0,06 + (0,898 - 0,06) * \frac{24051684,12}{24051684,12 - 51765,88}$$

TIR=89,80%

ANALISIS:

Los resultados obtenidos en el cálculo del TIR con financiamiento, indica que es conveniente ejecutar la creación de la hostería, pues la TIR es superior a la tasa de descuento.

TIR
89,80% > **TMAR**
11,44%

4.3.2.3 Período de Recuperación de la Inversión

“Este método permite determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.”⁶⁴

Para el cálculo del Período de Recuperación, se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{\text{Inversión Inicial} + \text{Flujo Neto Actualizado del Primer Año}}{\text{Flujo Neto Actualizado del Siguiete Año}}$$

Cuadro N° 98: Período de Recuperación de la Inversión Sin Financiamiento

AÑO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	73345,96
1	7540,00
2	14349,05
3	20744,16
4	31813,97
5	28435,11
6	31653,24
7	29629,72
8	26756,11
9	23307,98
10	21177,03
PERIODO DE RECUPERACIÓN	0,97
PERIODO DE RECUPERACIÓN *12 Meses	11,58
PERIODO DE RECUPERACIÓN	4 AÑOS

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

ANALISIS:

La inversión inicial se recupera en 4 años, tal como se lo puede observar en el cuadro.

⁶⁴ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

**Cuadro N° 99: Período de Recuperación de la Inversión Con
Financiamiento**

AÑO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	21583,79
1	18028,43
2	24105,48
3	29842,29
4	40320,39
5	36409,96
6	31653,24
7	29629,72
8	26756,11
9	23307,98
10	21177,03
PERIODO DE RECUPERACIÓN	0,15
PERIODO DE RECUPERACIÓN *12 Meses	1,77
PERIODO DE RECUPERACIÓN	1 AÑO, 2 MESES

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Johanna Vivero

ANALISIS:

La inversión inicial se recupera en 1 año y 2 meses, tal como se lo puede observar en el cuadro.

4.3.2.4 Relación Beneficio / Costo

“La relación Beneficio/costo está dada por la relación de los Ingresos y los Egresos calculados.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- 1. B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.*
- 2. B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.*
- 3. B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable⁶⁵.*

⁶⁵ www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm - 56k

$$B/C = \sum_{i=1}^n \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

Cuadro N° 100: Beneficio/Costo Con Financiamiento

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIO	FACTOR DE ACTUALIZACION (11,44%)	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	BENEFICIO NETO	BENEFICIO/COSTO
0		-21583,79	21583,79	1,00	0,00	-21583,79	21583,79	0,00
1	55192,90	46843,10	8349,79	0,90	49527,01	42034,37	7492,64	1,18
2	70246,55	52649,81	17596,74	0,81	56564,35	42394,99	14169,35	1,33
3	90799,84	62628,38	28171,46	0,72	65608,75	45253,05	20355,70	1,45
4	118993,72	71148,78	47844,94	0,65	77154,21	46132,08	31022,13	1,67
5	118993,72	71637,45	47356,27	0,58	69233,86	41680,66	27553,19	1,66
6	118993,72	60616,26	58377,46	0,52	62126,58	31647,73	30478,85	1,96
7	118993,72	58479,26	60514,46	0,47	55748,90	27397,70	28351,20	2,03
8	118993,72	58479,26	60514,46	0,42	50025,94	24585,16	25440,78	2,03
9	118993,72	60616,26	58377,46	0,38	44890,47	22867,53	22022,94	1,96
10	118993,72	60256,92	58736,80	0,34	40282,18	20398,39	19883,79	1,97
TOTAL					571162,25	322807,88	248354,36	1,77

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

ANALISIS:

La relación beneficio/costo con financiamiento es mayor que 1, ya que los ingresos son mayores que los egresos, por lo que el proyecto es aconsejable, ya que por cada dólar invertido se obtendría de beneficio \$0,77.

Cuadro N° 101: Beneficio/Costo Sin Financiamiento

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIO	FACTOR DE ACTUALIZACION (12,00%)	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	BENEFICIO NETO	BENEFICIO/COSTO
0		-73345,96	73345,96	1,00	0,00	-73345,96	73345,96	0,00
1	55192,90	35228,21	19964,69	0,90	49527,01	31611,82	17915,19	1,57
2	70246,55	40685,16	29561,39	0,81	56564,35	32760,75	23803,60	1,73
3	90799,84	50272,73	40527,11	0,72	65608,75	36325,29	29283,46	1,81
4	118993,72	58356,01	60637,71	0,65	77154,21	37837,39	39316,82	2,04
5	118993,72	58356,01	60637,71	0,58	69233,86	33953,15	35280,71	2,04
6	118993,72	60616,26	58377,46	0,52	62126,58	31647,73	30478,85	1,96
7	118993,72	58479,26	60514,46	0,47	55748,90	27397,70	28351,20	2,03
8	118993,72	58479,26	60514,46	0,42	50025,94	24585,16	25440,78	2,03
9	118993,72	60616,26	58377,46	0,38	44890,47	22867,53	22022,94	1,96
10	118993,72	60256,92	58736,80	0,34	40282,18	20398,39	19883,79	1,97
TOTAL					571162,25	226038,95	345123,30	2,53

. Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

ANALISIS:

La relación beneficio/costo sin financiamiento es mayor que 1, ya que los ingresos son mayores que los egresos, por lo que el proyecto es aconsejable, ya que por cada dólar invertido se obtendría de beneficio \$1,53.

4.3.2.5 Análisis de Sensibilidad

“El análisis de sensibilidad revela el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables relevantes. La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros sí, al incluir estas variaciones en el criterio de evaluación empleado, la decisión inicial cambia. La importancia de este análisis se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.”⁶⁶

Se ha considerado variaciones en los siguientes rubros:

- ? Disminución en Volumen de Ventas.
- ? Incremento en Sueldos.
- ? Incremento de Gastos Administrativos y Ventas.

⁶⁶ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

Cuadro N° 102: Análisis de Sensibilidad

VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	89,80%	248.354,36	1 AÑO 2 MESES	2,53	NO ES SENSIBLE
Volumen Ventas (-15%)	63,78%	196.485,56	1 AÑO 8 MESES	2,46	SENSIBLE
Incremento de Sueldos (+20%)	81,28%	240.061,54	1 AÑO 3 MESES	2,34	NO ES SENSIBLE
Gastos Administrativos y Ventas (+15%)	85,50%	254.218,80	1 AÑO 3 MESES	2,47	NO ES SENSIBLE

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Johanna Vivero

ANALISIS:

Se puede observar que las variaciones que se presentan modifican algunas variables que intervienen en la evaluación del estudio, también cambian los resultados de los criterios de evaluación. Por lo que tras realizados los cálculos con las diferentes variaciones se llega a:

- ? Los resultados de la primera variable (-15% volumen de ventas), presenta sensibilidad a la disminución de volumen de ventas, sin embargo no afecta a los beneficios netos proyectados, ya que este proyecto es rentable.
- ? Los resultados de la segunda variable (+20% incremento de sueldos). No trae efectos en ninguna de las variables. Por lo que en futuro podría existir el incremento de personal, para satisfacer la demanda insatisfecha creciente.
- ? Los resultados de la tercera variable (+15% gastos administrativos y de ventas), estas variaciones no repercuten de manera negativa en los resultados del proyecto.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ✍ La investigación de campo determinó que el 89% de los encuestados hará uso del servicio que brindará Hostería Guayacanes, lo que implica un mercado potencial alto para realizar el servicio.
- ✍ El Tamaño óptimo de la hostería es de: 4599 personas al año, 383 personas al mes, 96 personas a la semana y 14 personas al día.
- ✍ La nueva empresa estará ubicado en un sitio estratégico dentro de la Parroquia de Canoa, específicamente en el sector de la Lotización El Recreo del Pacífico. Y contará con los recursos necesarios para operar.
- ✍ La Hostería se sujetará a las normas, leyes, reglamentos y ordenanzas del Municipio de San Vicente, Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Superintendencia de Compañías, entre otros.
- ✍ La inversión inicial necesaria para dar inicio al funcionamiento del negocio es de \$73345,96, que se encuentra conformada por activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo.
- ✍ Los resultados de la evaluación financiera demuestran que el proyecto es viable y rentable.

5.2 Recomendaciones

- ✍ El proyecto debe ser ejecutado de forma inmediata, ya que no solo cumple con los requisitos de viabilidad y rentabilidad, sino que también generará fuentes de trabajo .

- ✍ Promover la difusión del servicio por medio de páginas web, como estrategia de promoción a fin de incentivar el crecimiento del mercado nacional y extranjero.

- ✍ Brindar un servicio de calidad y diferenciado orientado hacia la satisfacción entera de las necesidades y requerimientos de los clientes, que son la razón del ser del negocio.

5.3 ANEXOS

ANEXO Nº 1

Sección 6

HOSTERÍA, REFUGIOS, MOTELES Y CABAÑAS

“Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 27.- Hostería, Refugios, Moteles y Cabañas de Tres Estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios”⁶⁷.

⁶⁷ Reglamento General de Actividades Turísticas

“Art. 28.- Hosterías, Refugios, Moteles y Cabañas de Dos Estrellas.-

Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción;
- c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 29.- Hosterías, Refugios, Moteles y Cabañas de Una Estrella.-

Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Teléfono público en la recepción;
- c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y⁶⁸,

⁶⁸ Reglamento General de Actividades Turísticas

d) “Botiquín de primeros auxilios.

Art. 30.- Servicios Comunes en Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

La Hostería está dirigida para obtener la ***categoría de tres estrellas***, por lo que la misma cumplirá con lo dispuesto por el Reglamento General de Actividades Turísticas”⁶⁹.

⁶⁹ Reglamento General de Actividades Turísticas

ANEXO Nº 2

NORMATIVA COMERCIAL (MINISTERIO DE TURISMO)

TÍTULO SEGUNDO. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

CAPÍTULO I. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU CATEGORIZACIÓN

“Art. 41.- Alcance de las definiciones contenida en este Reglamento.-

Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades Turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito”⁷⁰;

⁷⁰ Reglamento General de Actividades Turísticas

d. "Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

a) Alojamiento

Se entiende por Alojamiento Turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento”⁷¹.

⁷¹ Reglamento General de Actividades Turísticas

c) “Transportación

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación.

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de Agencias Operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por Agencias de Servicios Turísticos las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios”⁷².

⁷² Reglamento General de Actividades Turísticas

“Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las Agencias de Servicios Turísticos pueden ser dos clases: Agencias de Viajes Internacionales, Agencias de Viajes Mayoristas y Agencias Duales.

Son Organizadoras de Eventos Congresos y Convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial.

f) Casinos salas de juego, hipódromos y parques de atracciones estables

A los efectos de la Ley de Turismo y este reglamento se consideran casinos y por tanto sujetos al presente reglamento, los establecimientos autorizados por el organismo oficial de turismo, que se dediquen de manera exclusiva a la práctica, con fines de lucro, de juegos de envite o azar, de mesa y banca en los que se utilicen naipes, dados, ruletas, máquinas de juego o tragamonedas, mecánicas, electromecánicas o electrónicas, cualquiera sea su denominación, en los que se admitan las apuestas del público o que permita al jugador un tiempo de uso a cambio del pago del precio de la jugada, siempre que el resultado no dependa exclusivamente de destreza del jugador, sino exclusivamente del azar”⁷³.

⁷³ Reglamento General de Actividades Turísticas

“Serán consideradas como Salas de Bingo, los establecimientos abiertos al público, en los cuales previa autorización expresa del organismo oficial de turismo, se organice de manera permanente y con fines de lucro el denominado juego mutual de bingo, mediante el cual los jugadores adquieren una o varias tablas y optan al azar por un premio en dinero en efectivo a base de las condiciones montos y porcentajes determinados de manera previa a cada una de las jugadas, en función del número de participantes en las misma.

Los hipódromos son establecimientos turísticos que prestan servicios de juego de azar, mediante la realización de carreras de caballos, de manera habitual y mediante apuesta, con o sin servicios de carácter complementario. Estos juegos se someterán a las normas internacionales generalmente aceptadas.

Las empresas que conduzcan las salas de juegos definidas en el párrafo precedente, solamente podrán operar si gozan de derechos adquiridos a su favor y fallos judiciales constitucionales definitivos o de justicia ordinaria emanados de autoridad competente, de conformidad a lo acotado en el Art. 63 de la Ley de Turismo.

Art. 44.- Normas Técnicas y Reglamentarias para las actividades turísticas.- Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este Reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de Acuerdo Ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este Reglamento y sus respectivas modalidades”⁷⁴.

⁷⁴ Reglamento General de Actividades Turísticas

“La potestad asignada en este artículo es intransferible. Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo.

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

Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas.- Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60, no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la Ley y este Reglamento:

a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil Ecuatoriano; y,

b. Las Instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador”⁷⁵.

⁷⁵ Reglamento General de Actividades Turísticas

CAPÍTULO II. DEL REGISTRO ÚNICO DE TURISMO

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

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

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la Lista de Incumplidos y no podrá concedérsele un registro”⁷⁶.

⁷⁶ Reglamento General de Actividades Turísticas

“El Registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el Registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 48.- Pago por concepto de Registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

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

En caso de haberse concedido un Registro que contravenga esta disposición, de oficio o a petición de parte interesada, se anulará el último registro⁷⁷.

⁷⁷ Reglamento General de Actividades Turísticas

“Art. 50.- Registro de Sucursales.- Por la apertura de una sucursal se pagará por ampliación del registro un valor calculado de acuerdo a la tabla referida en este reglamento. Los actos y contratos que se celebren a nombre de la sucursal, serán de responsabilidad del titular del registro principal y solidariamente del factor, apoderado o administrador de la sucursal.

Las sucursales autorizadas en el caso de que sean de propiedad y administración del inicialmente registrado, cancelarán el valor que corresponda por Licencia Única Anual de Funcionamiento.

Art. 51.- Registro de Franquicias.- Los establecimientos que funcionen haciendo uso de una franquicia, requieren:

- a) Un nuevo registro correspondiente a la persona natural, empresa, sociedad o persona jurídica receptora de la franquicia;
- b) La certificación que acredite la franquicia concedida;
- c) La obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento”⁷⁸.

⁷⁸ Reglamento General de Actividades Turísticas

CAPÍTULO III. DE LOS PERMISOS TEMPORALES

“Art. 52.- Del Empresario Temporal.- De acuerdo a la disposición contenida en el Art. 11 de la Ley de Turismo, El Ministerio de Turismo concederá permisos temporales de funcionamiento, únicamente para las actividades de alojamiento y de alimentos y bebidas, por un lapso no mayor a 90 días consecutivos, improrrogables, durante el mismo año calendario, sin perjuicio del cumplimiento de requisitos y obligaciones por otras instituciones en materias especializadas.

Estos establecimientos no requieren el Registro, pero si de Permiso Funcionamiento Temporal, que será concedida en este caso, exclusivamente por el Ministerio de Turismo.

Art. 53.- Período para calificar la temporalidad.- Entiéndase por temporal la realización de actividades turísticas en una época o temporada determinada del año, que no será superior a noventa días.

Art. 54.- Costo del permiso temporal.- Para el caso de los Permisos Temporales de Funcionamiento se pagará por el tiempo de duración del permiso, que en ningún caso podrá exceder de 90 días en el año. El valor de este tipo de permiso, se pagará proporcionalmente al señalado en la Tabla que será expedida en los términos previstos en este Reglamento”⁷⁹.

⁷⁹ Reglamento General de Actividades Turísticas

CAPÍTULO IV. DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

“Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la Licencia Única Anual de Funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el Artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 57.- Autoridad Administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la Licencia Única Anual de Funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los Municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son éstos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.”⁸⁰

⁸⁰ Reglamento General de Actividades Turísticas

“Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara

Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Art. 59.- Potestad descentralizada.- En ningún caso se requerirá del establecimiento turístico la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento del Ministerio de Turismo y además de la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta potestad.

Si la potestad ha sido descentralizada, la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta potestad tiene la obligación de remitir la información correspondiente al Ministerio de Turismo, en forma semanal. Esta actividad será coordinada entre el Ministerio de Turismo y la institución referida especialmente en los plazos para la entrega de la información, los contenidos de la información requerida, y la compatibilización de los programas utilizados”⁸¹.

⁸¹ Reglamento General de Actividades Turísticas

“Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por Registro. En los Municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la Ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, estas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

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

Art. 61.- Calculo del pago por actividades iniciadas con posterioridad a los treinta primeros días del año.- Cuando un establecimiento turístico no inicie sus operaciones dentro de los primeros 30 días del año, el pago por concepto de Licencia Única Anual de Funcionamiento, se calculará por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario”⁸².

⁸² Reglamento General de Actividades Turísticas

“Art. 62.- Inspecciones.- Únicamente en la jurisdicción de aquellos municipios a favor de los cuales se haya descentralizado la competencia de control, el Ministerio de Turismo tiene facultad para en cualquier momento sin notificación previa, disponer inspecciones a los establecimientos turísticos a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que corresponden a la categoría o clasificación que se le otorgó.

La misma potestad le corresponde a la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta atribución. La potestad material de inspección podrá ser ejercida a través de la iniciativa privada en los términos establecidos en la Ley de Modernización, su Reglamento y este Reglamento. La potestad de sanción, en cualquier caso, está a cargo de la correspondiente autoridad administrativa.

Si de la inspección se comprobare el incumplimiento de las normas que le son aplicables en razón de su clasificación, se notificará a la persona natural o al representante de la persona jurídica, para que de manera inmediata efectúen los correctivos del caso. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este Reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.

Art. 63.- Uso de denominación.- Ningún establecimiento podrá usar denominación, razón social o nombre comercial y clasificación o categoría distintas a las que constan en el registro. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este Reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables”⁸³.

⁸³ Reglamento General de Actividades Turísticas

“Ningún establecimiento que ejerza actividades que no sean turísticas puede usar denominación, razón social, publicidad, promociones, o cualquier otro mecanismo que provoque confusión en el público respecto a los servicios que se ofrecen. El Ministerio de Turismo y el Ministerio de Gobierno actuarán de oficio para clausurar esos establecimientos hasta que superen las causas que motivaron su intervención, es decir retiren la publicidad, letreros, facturas, rótulos, publicidad y demás elementos materiales que configuren esta violación”⁸⁴.

⁸⁴ Reglamento General de Actividades Turísticas

NORMATIVA TÉCNICA (MUNICIPIO DE SAN VICENTE)

5.4.- PROPUESTA PARROQUIA CANOA

“5.4.1.- VISION DE CANOA

Canoa, playa de Ensueño, polo de desarrollo, prestadora de servicios y destino turístico, que promueva una economía dinámica que eleve el nivel de vida de sus habitantes preservando su entorno natural.

El crecimiento de la ciudad, se dará por etapas, la primera será en el área poblada y pretende consolidar el espacio que se da por la gran cantidad de lotes baldíos, continuando luego en las áreas de expansión norte, este y playa de acuerdo a los parámetros normativos y de regulación urbana, optimizando el uso del suelo, planificando el progreso de esta ciudad.

5.4.4.4.- USO DE SUELO

Canoa esta conformado por 8 zonas que pertenecen al área urbana propuesta, para organizar este territorio se ha elaborado normas y regulaciones. A estas se las ha denominado: área urbana por consolidar, de expansión, de servicios, equipamientos y protección ecológica-recreación.

En forma general, se proponen cinco usos: el residencial, el uso turístico o comercial mixto (el cual combina el comercio o turismo en planta baja y residencial en otras plantas) el de equipamiento y el de servicios⁸⁵.

⁸⁵ Municipio de San Vicente

“5.4.4.4.2.- USO DE SUELO MIXTO (TURISMO-VIVIENDA o COMERCIOVIVIENDA)

Este uso de suelo se encuentra en la Zona 1, permite optimizar y mejorar las actuales y nuevas construcciones destinadas al comercio o turismo como hoteles, hostales y cabañas, el uso residencial esta destinado a ocupar la parte alta de las edificaciones según sea el caso.

ZONA 1

En la zona 1 los usos permitidos son:

a) Residencial

· Vivienda urbana.- Con lotes mínimos de 225 m2.

b) Comercial

Vecinal 1, Sectorial 1, Sectorial 2. Zonal 1, Zonal

c) Industrial

· Bajo impacto.

Los usos no permitidos serán: Industrial de mediano y alto impacto”⁸⁶.

⁸⁶ Municipio de San Vicente

NORMATIVA SANITARIA (MINISTERIO DE SALUD)

**“Hoteles – Apartamentos – Residencias – Suites – Hosterías –
Refugios y Cabañas - Moteles y Hostales – Pensiones**

- ? Planilla de Inspección
- ? Solicitud Valorada de Permiso Funcionamiento
- ? Licencia Anual de Funcionamiento
- ? Carnets de Salud Ocupacionales (Original y Copias)
- ? Copia de la Cédula del Propietario
- ? Copia del RUC del establecimiento
- ? Copia del Certificado del Cuerpo de Bomberos”⁸⁷

⁸⁷ Ministerio de Salud

ANEXO Nº 3

CAPITULO II DE LA EVALUACION 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 precautelatorio.

Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

Art. 21.- Los Sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental, evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos”⁸⁸.

⁸⁸ Ley Medio Ambiental

ANEXO Nº 4

PROYECTO : HOSTERIA GAUYACANES

PRESUPUESTO REFERENCIAL :

FECHA: FEBRERO, 2009

	RUBRO	Unidad	Cantidad	P. Unitario	TOTAL
--	--------------	---------------	-----------------	--------------------	--------------

	Movimiento de tierras				
1	Limpieza de terreno	m2	150.00	\$0.50	\$75.00
2	Oficinas y bodegas	glb	1.00	\$90.00	\$90.00
3	Movilización de equipos y herramientas	glb	2.00	\$30.00	\$60.00
7	Excavación de plintos	m3	5.00	\$15.00	\$75.00
11	Desalojo de materiales constructivos	m3	2.00	\$30.00	\$60.00
	TOTAL :				\$360.00

	Estructura				
12	Replantillos	m3	5.00	\$35.00	\$175.00
24	Gradas de madera	ml	30.00	\$45.00	\$1,350.00
25	Techado (caña Guadua - Carrizo)	m2	90.00	\$90.00	\$8,100.00
26	Columnas madera	u	60.00	\$60.00	\$3,600.00
	TOTAL :				\$13,225.00

	Mampostería				
27	Paredes de caña guadua (tapial)	m2	100.00	\$50.00	\$5,000.00
	TOTAL :				\$5,000.00

Pisos					
29	Acera piso duro arena endurecida	m2	67.00	\$5.20	\$348.40
30	Alisado en estacionamiento y endurecido arena	m2	190.00	\$5.30	\$1,007.00
TOTAL :					\$1,355.40

Enlucidos y revestimientos					
34	Cerámica en paredes (baños)	m2	20.00	\$35.50	\$710.00
44	Pintura exterior (latex color a escoger)	m2	190.00	\$5.00	\$950.00
45	Pintura interior (latex color a escoger)	m2	190.00	\$5.00	\$950.00
50	Barrederas	m	76.00	\$3.60	\$273.60
TOTAL :					\$2,883.60

Carpintería de madera y aluminio					
51	Ventanas de madera	m2	76.00	\$25.00	\$1,900.00
52	Vidrios de 6 mm	m2	48.00	\$22.00	\$1,056.00
12	Pasamanos de madera	m	12.00	\$12.00	\$144.00
72	Puerta principal	u	6.00	\$30.00	\$180.00
74	Puerta de madera de 0,80 m	u	7.00	\$30.00	\$210.00
TOTAL :					\$3,490.00

Piezas sanitarias y grifería					
80	Lavamanos	u	6.00	\$70.00	\$420.00
81	Grifería para lavamanos	u	6.00	\$45.00	\$270.00
82	Inodoros (incluye accesorios)	u	6.00	\$65.00	\$390.00
TOTAL :					\$1,080.00

Agua potable					
96	Salida agua fría / caliente 1/2"	pto	6.00	\$50.00	\$300.00
97	Tubería agua fría / caliente 1/2"	m	100.00	\$9.00	\$900.00
99	Llaves de paso	u	8.00	\$15.00	\$120.00
100	Válvulas check 1/2" RW	u	3.00	\$12.00	\$36.00
101	Llaves de manguera	u	6.00	\$10.00	\$60.00
102	Sistema de calentamiento de agua	u	1.00	\$300.00	\$300.00
TOTAL :					\$1,716.00

Instalaciones sanitarias					
102	Salidas aguas servidas PVC 100 mm	u	6.00	\$25.00	\$150.00
103	Salidas aguas servidas PVC 50 mm	u	5.00	\$12.00	\$60.00
104	Canalización exterior tub PVC 150 mm	m	30.00	\$12.00	\$360.00
105	Cajas de revisión 0,60x0,60x0,60	u	8.00	\$36.00	\$288.00
106	Bajantes aguas servidas h = 3,00 ml	m	24.00	\$7.60	\$182.40
107	Tubería de ventilacion h = 3,00 ml	m	14.00	\$7.50	\$105.00
TOTAL :					\$1,145.40

Instalaciones eléctricas					
108	Iluminación	pto	14.00	\$26.00	\$364.00
110	Tomacorrientes dobles	pto	14.00	\$35.00	\$490.00
113	Teléfonos	pto	1.00	\$35.00	\$35.00
114	Tv cable	pto	6.00	\$28.00	\$168.00
118	Sistema de luces con sensor de movimiento	u	3.00	\$7.90	\$23.70
TOTAL :					\$1,080.70
COSTO TOTAL					\$31,336.10

\$31,336.10

OBRAS ADICIONALES :

119	Cerramiento lateral sur	m	50.00	\$28.00	\$1,400.00
120	Cerramiento lateral norte	m	30.00	\$28.00	\$840.00
121	Portón de ingreso vehicular	u.	1.00	\$960.00	\$960.00
					\$3,200.00

131	Cisternas y sistemas hidroneumáticos	glb	1.00	\$1,500.00	\$1,500.00
------------	--------------------------------------	-----	------	------------	-------------------

TOTAL OBRAS ADICIONALES :**\$4,700.00****COSTO TOTAL DEL PROYECTO :****\$36,036.10**

ARQ. ANDREA VIVERO

ANEXO Nº 5

ANDINA BIENES RAICES

Roca 130 y 12 de Octubre frente a la U. Católica

Edif. Gayal Of. 101 primer piso

Johanna Vivero:

El valor del metro cuadrado es de \$25, es decir \$ los 1.000 metros, frente a la playa y con salida a la carretera.

Como dato adicional, le cuento que la carretera que une San Vicente con Canoa se lo está ya, en este momento ampliando a 4 carriles y una vía mas de ciclo vía que unirá San Vicente con Canoa, todo de concreto u hormigón armado, y justo en el Recreo se inicia un paso lateral, lo que hará que hasta los lotes más lejanos tengan muy cerca una vía de hormigón armado.

Estoy siempre a sus órdenes

Atentamente,

Cap. RENATO Puente

ANEXO Nº 6

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR

“Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza”⁸⁹.

⁸⁹ Constitución Política del Ecuador

“Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño.

En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas.

La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas.

Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente.

Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles.

Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca”⁹⁰.

⁹⁰ Constitución Política del Ecuador

“La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

1. Permitir a cualquier persona natural o jurídica, colectividad o grupo humano, ejercer las acciones legales y acudir a los órganos judiciales y administrativos, sin perjuicio de su interés directo, para obtener de ellos la tutela efectiva en materia ambiental, incluyendo la posibilidad de solicitar medidas cautelares que permitan cesar la amenaza o el daño ambiental materia de litigio. La carga de la prueba sobre la inexistencia de daño potencial o real recaerá sobre el gestor de la actividad o el demandado.
2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.
3. Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente.
4. Asegurar la intangibilidad de las áreas naturales protegidas, de tal forma que se garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas de los ecosistemas. El manejo y administración de las áreas naturales protegidas estará a cargo del Estado.
5. Establecer un sistema nacional de prevención, gestión de riesgos y desastres naturales, basado en los principios de inmediatez, eficiencia, precaución, responsabilidad y solidaridad”⁹¹

⁹¹ Constitución Política del Ecuador

“Art. 398.- Toda decisión o autorización estatal que pueda afectar al ambiente deberá ser consultada a la comunidad, a la cual se informará amplia y oportunamente. El sujeto consultante será el Estado. La ley regulará la consulta previa, la participación ciudadana, los plazos, el sujeto consultado y los criterios de valoración y de objeción sobre la actividad sometida a consulta.

El Estado valorará la opinión de la comunidad según los criterios establecidos en la ley y los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Si del referido proceso de consulta resulta una oposición mayoritaria de la comunidad respectiva, la decisión de ejecutar o no el proyecto será adoptada por resolución debidamente motivada de la instancia administrativa superior correspondiente de acuerdo con la ley.

Art. 399.- El ejercicio integral de la tutela estatal sobre el ambiente y la corresponsabilidad de la ciudadanía en su preservación, se articulará a través de un sistema nacional descentralizado de gestión ambiental, que tendrá a su cargo la defensoría del ambiente y la naturaleza”⁹².

⁹² Constitución Política del Ecuador

ANEXO Nº 7

Ordenanza No. 22.

“Que la Ley Orgánica de Régimen Municipal dispone:

Que las municipalidades realizarán, en forma obligatoria, actualizaciones generales de catastros y de la valoración de la propiedad urbana y rural cada bienio.

Que en materia de hacienda, a la administración municipal le compete: Formular y mantener el sistema de catastros de los predios rurales ubicados en el cantón, y expedir los correspondientes títulos de crédito para el cobro de estos impuestos.

Que las municipalidades reglamentarán y establecerán por medio de ordenanzas, los parámetros específicos para la determinación del valor de la propiedad y el cobro de sus tributos.

Que el valor de la propiedad se establecerá mediante la suma del valor del suelo y, de haberlas, el de las construcciones que se hayan edificado sobre él. Este valor constituye el valor intrínseco, propio o natural del inmueble y servirá de base para la determinación de impuestos y para otros efectos no tributarios como los de expropiación.

Por lo que en uso de las atribuciones que le confiere la Ley Orgánica de Régimen Municipal vigente”⁹³:

⁹³ Municipio de San Vicente

“Art. 1. OBJETO DEL IMPUESTO.- Son objeto del impuesto a la propiedad rural, todos los predios que se encuentran fuera del perímetro urbano o de los límites establecidos en el artículo 331 de la codificación de la ley orgánica de régimen municipal.

Art. 2. IMPUESTOS QUE GRAVAN A LOS PREDIOS RURALES.- Los predios rurales están gravados por los siguientes impuestos establecidos en los Arts. 331 a 337 de la Codificación de la Ley Orgánica de Régimen Municipal;

1. - El impuesto a los predios rurales
- 2.- Impuestos adicionales en zonas de promoción inmediata.

Art. 3. - EXISTENCIA DEL HECHO GENERADOR.- El catastro registrará los elementos cualitativos y cuantitativos que establecen la existencia del Hecho Generador, los cuales estructuran el contenido de la información predial, en el formulario de declaración o ficha predial con los siguientes indicadores generales:

- 01.-) Identificación predial
- 02.-) Identificación del Titular de Dominio
- 03.-) Localización del predio
- 04.-) Tenencia legal
- 05.-) Destino del Predio
- 06.-) Vialidad de acceso al predio
- 07.-) Servicios básicos
- 08.-) Riego
- 09.-) Descripción de las edificaciones

Art. 4. SUJETO ACTIVO.- El sujeto activo de los impuestos señalados en los artículos precedentes es la Municipalidad de San Vicente⁹⁴.

⁹⁴ Municipio de San Vicente

“Art.5. SUJETOS PASIVOS.- Son sujetos pasivos, los contribuyentes o responsables de los impuestos que gravan la propiedad rural, las personas naturales o jurídicas, las sociedades de hecho, las sociedades de bienes, las herencias yacientes y demás entidades, que sean propietarios de bienes rústicos ubicados en el área rural del Cantón San Vicente, determinada en el Art. 1 de esta ordenanza.

Art. 6. –VALOR DE LA PROPIEDAD.- Para establecer el valor de la propiedad se considerará en forma obligatoria, los siguientes elementos:

- a) El valor del suelo que es el precio unitario de suelo, urbano o rural, determinado por un proceso de comparación con precios de venta de parcelas o solares de condiciones similares u homogéneas del mismo sector, multiplicado por la superficie de la parcela o solar.
- b) El valor de las edificaciones que es el precio de las construcciones que se hayan desarrollado con carácter permanente sobre un solar, calculado sobre el método de reposición; y,
- c) El valor de reposición que se determina aplicando un proceso que permite la simulación de construcción de la obra que va a ser evaluada, a costos actualizados de construcción, depreciada de forma proporcional al tiempo de vida útil.

Los predios rurales serán valorados mediante la aplicación de los elementos de valor del suelo, valor de las edificaciones y valor de reposición previstos en la Ley; en base a la información, componentes, valores y parámetros técnicos, los cuales serán particulares de cada comunidad y que se describen a continuación⁹⁵:

⁹⁵ Municipio de San Vicente

a.-) “Valor de terrenos

Se establece mediante el plano de valor de suelo, el mismo que calculara por los aspectos geométricos, topográficos, accesibilidad al riego, accesos y vías de comunicación, calidad del suelo, agua potable, alcantarillado y otros elementos semejantes, así como los factores para la valoración de las edificaciones. La base para la elaboración del plano del valor de la tierra; sobre el cual se determine el valor base por hectáreas. Expresado en el cuadro siguiente⁹⁶;

Cuadro Nº 103: Valores por Hectárea (Parroquia de Canoa)

COMUNIDAD	VALOR DE Ha.
Barlomi Chico	\$ 400.00
Cascano	\$ 400.00
Ambache	\$ 400.00
Río Canoa	\$ 400.00
El Salto	\$ 500.00
El Achiote	\$ 400.00
Palo Amarillo	\$ 400.00
Río Muchacho	\$ 700.00
Esterro Seco	\$ 1000.00
La Badea	\$ 500.00
Cabuyal	\$ 600.00
Hda. Santa Teresa	\$ 600.00
Valle de Hacha	\$ 400.00
La esperanza	\$ 500.00
Santo Tomas	\$ 400.00
Boca de Piquigua	\$ 400.00
Murachi	\$ 400.00

⁹⁶ Municipio de San Vicente

La Mila	\$ 400.00
La Unión	\$ 400.00
La Tranca	\$ 500.00
Tabuchila Afuera	\$ 500.00
Tabuchila Adentro	\$ 500.00
Río Muchacho	\$ 500.00
Muyuyal	\$ 400.00
Zapallo	\$ 500.00
Pasa Borracho	\$ 400.00
Sufrimiento	\$ 400.00
San Francisco	\$ 400.00
La Humedad	\$ 400.00
Camarones	\$ 400.00
Remojo	\$ 400.00
Tatiquigua	\$ 400.00
Montabuy	\$ 400.00
Agua Fría	\$ 400.00
El Ocho	\$ 400.00
La mesa	\$ 400.00

Fuente: Municipio Cantonal de San Vicente

Elaborado por: Johanna Vivero

“El valor base que consta en el plano del valor de la tierra será afectado por los siguientes factores de aumento o reducción: por los aspectos geométricos, topográficos, accesibilidad al riego, accesos y vías de comunicación, calidad del suelo, agua potable, alcantarillado y otros elementos semejantes”⁹⁷.

⁹⁷ Municipio de San Vicente

“Las particularidades físicas de cada terreno de acuerdo a su implantación en el campo, en la realidad dan la posibilidad de múltiples enlaces entre variables e indicadores, los que representan al estado actual del predio, condiciones con las que permite realizar su valoración individual.

Por lo que el valor comercial individual del terreno está dado: por el valor Ha. de la Comunidad localizado en el plano del valor de la tierra, multiplicado por el factor de afectación de; topográficos, accesibilidad al riego, accesos y vías de comunicación, calidad del suelo, agua potable, alcantarillado y otros elementos semejantes, resultado que se multiplica por la superficie del predio para obtener el valor comercial individual.

b.-) Valor de edificaciones

Se establece el valor de las edificaciones que se hayan desarrollado con el carácter de permanente, proceso que a través de la aplicación de la simulación de presupuestos de obra que va a ser evaluada a costos actualizados, en las que constaran los siguientes indicadores: de carácter general; tipo de estructura, edad de la construcción, estado de conservación, reparaciones y número de pisos. En su estructura; columnas, vigas y cadenas, entresijos, paredes, escaleras y cubierta. En acabados; revestimiento de pisos, interiores, exteriores, escaleras, tumbados, cubiertas, puertas, ventanas, cubre ventanas y closets.

Art. 7. - DETERMINACIÓN DEL VALOR IMPONIBLE.- Se sumaran los valores de los predios que posea un propietario en un mismo cantón y la tarifa se aplicara al valor acumulado, previas las deducciones a que tenga derecho”⁹⁸.

⁹⁸ Municipio de San Vicente

“Art. 9. - DETERMINACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL.- Para determinar la cuantía el impuesto predial rural, **se aplicará la Tarifa de 0.001 o/oo**, calculado sobre el valor de la propiedad”⁹⁹.

⁹⁹ Municipio de San Vicente

ANEXO Nº 8

TABLA DE AMORTIZACION CUOTAS FIJAS

MONTO	:	Dólares
PRINCIPAL	:	51.762,17
PLAZO EN MESES	:	60
MESES DE GRACIA	:	0
FORMA DE PAGO (días)	:	30
INTERES ANUAL	:	11,20%
FECHA INICIO	:	01-ENE-08

Cuadro Nº 104: Tabla de Amortización

#	FECHA DE VENCIMIENTO	CAPITAL REDUCIDO	INTERES	PRINCIPAL	TOTAL DIVIDENDO
1	31-ene-08	51.114,68	483,11	647,49	1.130,60
2	01-mar-08	50.461,14	477,07	653,53	1.130,60
3	31-mar-08	49.801,51	470,97	659,63	1.130,60
4	30-abr-08	49.135,72	464,81	665,79	1.130,60
5	30-may-08	48.463,72	458,60	672,00	1.130,60
6	29-jun-08	47.785,44	452,33	678,28	1.130,60
7	29-jul-08	47.100,83	446,00	684,61	1.130,60
8	28-ago-08	46.409,83	439,61	691,00	1.130,60
9	27-sep-08	45.712,39	433,16	697,45	1.130,60
10	27-oct-08	45.008,43	426,65	703,96	1.130,60
11	26-nov-08	44.297,91	420,08	710,53	1.130,60
12	26-dic-08	43.580,75	413,45	717,16	1.130,60
13	25-ene-09	42.856,90	406,75	723,85	1.130,60
14	24-feb-09	42.126,29	400,00	730,61	1.130,60
15	26-mar-09	41.388,86	393,18	737,43	1.130,60
16	25-abr-09	40.644,56	386,30	744,31	1.130,60

17	25-may-09	39.893,30	379,35	751,26	1.130,60
18	24-jun-09	39.135,03	372,34	758,27	1.130,60
19	24-jul-09	38.369,69	365,26	765,34	1.130,60
20	23-ago-09	37.597,20	358,12	772,49	1.130,60
21	22-sep-09	36.817,50	350,91	779,70	1.130,60
22	22-oct-09	36.030,53	343,63	786,97	1.130,60
23	21-nov-09	35.236,21	336,28	794,32	1.130,60
24	21-dic-09	34.434,48	328,87	801,73	1.130,60
25	20-ene-10	33.625,26	321,39	809,22	1.130,60
26	19-feb-10	32.808,49	313,84	816,77	1.130,60
27	21-mar-10	31.984,10	306,21	824,39	1.130,60
28	20-abr-10	31.152,01	298,52	832,09	1.130,60
29	20-may-10	30.312,16	290,75	839,85	1.130,60
30	19-jun-10	29.464,47	282,91	847,69	1.130,60
31	19-jul-10	28.608,86	275,00	855,60	1.130,60
32	18-ago-10	27.745,28	267,02	863,59	1.130,60
33	17-sep-10	26.873,63	258,96	871,65	1.130,60
34	17-oct-10	25.993,84	250,82	879,78	1.130,60
35	16-nov-10	25.105,85	242,61	888,00	1.130,60
36	16-dic-10	24.209,56	234,32	896,28	1.130,60
37	15-ene-11	23.304,92	225,96	904,65	1.130,60
38	14-feb-11	22.391,82	217,51	913,09	1.130,60
39	16-mar-11	21.470,21	208,99	921,61	1.130,60
40	15-abr-11	20.539,99	200,39	930,22	1.130,60
41	15-may-11	19.601,09	191,71	938,90	1.130,60
42	14-jun-11	18.653,43	182,94	947,66	1.130,60
43	14-jul-11	17.696,93	174,10	956,51	1.130,60
44	13-ago-11	16.731,49	165,17	965,43	1.130,60

45	12-sep-11	15.757,05	156,16	974,44	1.130,60
46	12-oct-11	14.773,51	147,07	983,54	1.130,60
47	11-nov-11	13.780,79	137,89	992,72	1.130,60
48	11-dic-11	12.778,81	128,62	1.001,98	1.130,60
49	10-ene-12	11.767,47	119,27	1.011,34	1.130,60
50	09-feb-12	10.746,70	109,83	1.020,77	1.130,60
51	10-mar-12	9.716,39	100,30	1.030,30	1.130,60
52	09-abr-12	8.676,48	90,69	1.039,92	1.130,60
53	09-may-12	7.626,85	80,98	1.049,62	1.130,60
54	08-jun-12	6.567,43	71,18	1.059,42	1.130,60
55	08-jul-12	5.498,12	61,30	1.069,31	1.130,60
56	07-ago-12	4.418,83	51,32	1.079,29	1.130,60
57	06-sep-12	3.329,47	41,24	1.089,36	1.130,60
58	06-oct-12	2.229,94	31,08	1.099,53	1.130,60
59	05-nov-12	1.120,15	20,81	1.109,79	1.130,60
60	05-dic-12	0,00	10,45	1.120,15	1.130,60

Fuente: Banco Pichincha

Elaborado por: Johanna Vivero

5.4 BIBLIOGRAFIA

INTERNET:

- ? www.monografias.com
- ? www.wikipedia.com
- ? www.captur.com
- ? www.gobiernocantonalсанvicente.com

LIBROS:

- ? PHILIP Kotler: Fundamentos de Mercadotecnia, cuarta edición, Editorial McGrawHill.
- ? SAPAGA Reinaldo: Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición.
- ? NARRES Malhotra: Investigación de mercados un enfoque aplicado, cuarta edición, Editorial McGrawHill.
- ? MENESES Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos.
- ? BACA Gabriel: Evaluación de proyectos, cuarta edición, Editorial McGrawHill.
- ? MANTILLA Farid: Un Enfoque a la Investigación de Mercado.
- ? SAPAG Chain: Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición, Editorial McGrawHill.
- ? PRIETO Jorge Elicer: Los proyectos: La razón de ser del presente, Ediciones Ecoe.
- ? ALEGRE Jenner: Formulación y Evaluación de proyectos de inversión.
- ? GOMERO Nicko: Formulación y Evaluación de Proyectos.
- ? BENJAMÍN Enrique: Organización de empresas, Editorial McGrawHill.

- ? CALDA Marco: Preparación y Evaluación de Proyectos.
- ? SALAZAR, Francis: Administración Estratégica 2004.

LEYES:

- ? Reglamento General de Actividades Turísticas
- ? Ordenanzas Municipio de San Vicente
- ? Ley Medio Ambiental
- ? Normatividad Sanitaria
- ? Constitución Política del Ecuador

REVISTAS:

- ? Revista Líderes