ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas

PROYECTO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL CAMPESTRE Y FINCAS RECREATIVAS EN BUCAY

Propuesta de proyecto de grado presentada al Consejo Directivo

Previa a la obtención del Título de:

Ingeniero Comercial con Mención en Gestión Empresarial, especialización Finanzas

Presentado por

Silvia Cevallos Salcedo

Guayaquil-Ecuador

2008

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por permitirme hacer realidad uno de mis grandes sueños convertirme en una profesional. A mi familia que siempre me brindó todo su apoyo para salir adelante y vencer los obstáculos que se presentan durante la vida universitaria. Al Ing. Tobalina por ayudarme con todo lo correspondiente a la tesis y por todas sus enseñanzas durante mi carrera.

A mi padre por enseñarme que la mejor herencia que me puede dejar es haberme dado la oportunidad de convertirme en una excelente profesional.

A mis amigos que me apoyaron en todos los momentos y durante la realización de la tesis.

Silvia Cevallos Salcedo

DEDICATORIA

A dios por darme toda la fortaleza para seguir adelante con mis metas, a mi familia y amigos que me motivaron en todo momento durante la elaboración de la tesis de grado. A mi querida jefa Sara Hungría por apoyarme y brindarme su ayuda con respecto a todo lo de mi tesis y mi carrera.
Y en especial a mis padres que han sido los que me han inculcado la importancia del estudio durante toda mi vida.

Silvia Cevallos Salcedo

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Oscar Mendoza M.
Presidente del tribunal

Ing. Constantino Tobalina
Director de Tesis

Ec. Ma. Elena Romero
Vocal Principal

Ec. Samary Goya
Vocal Principal

DECLARACION EXPRESA

La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

(Reglamento de exámenes y títulos profesionales de la ESPOL).

Silvia Cevallos Salcedo

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO 7: ESTUDIO FINANCIERO

RESUMEN

El estudio de factibilidad financiera para la creación de un hotel campestre y fincas recreativas en Bucay, se realizó con el objetivo de poder determinar la viabilidad de realizar este proyecto, para esto se dividió el estudio en algunas áreas relevantes para la ejecución de este.

Se empezó con una investigación del lugar escogido, para localizar nuestro proyecto (Bucay), en el que se establecieron las principales características y ventajas turísticas del cantón.

A continuación se elaboró un análisis minucioso de los aspectos de la empresa y el servicio, complementándolo con el análisis del micro y macroentorno.

Posteriormente se realizo una investigación de mercado para poder establecer las necesidades y preferencias de nuestros futuros clientes potenciales y adicionalmente determinar nuestro mercado objetivo.
Una vez identificado el mercado objetivo se procedió a realizar el plan de marketing y se determinó la estrategia de marketing que será aplicada para el proyecto.

Se realizo un estudio de la estructura organizacional que tendrá el proyecto, para su puesta en marcha.

Posteriormente se realizó el estudio técnico del proyecto en el que se describió la ubicación del resort, los datos generales de la obra y las distribuciones y descripción de las áreas del resort y se determinó el presupuesto de las obras a ejecutarse.

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

INTRODUCCIÓN

Previa a la creación de este proyecto de inversión, es necesario llevar a cabo todos los estudios pertinentes, para poder determinar su viabilidad.

La idea de crear un hotel campestre surgió de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberase de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

La propuesta de La Campiña Resort Club es convertirse en uno de los lugares preferidos para el turista que desea recrearse en nuestras fincas campestres, cuyo atractivo y diferenciación con otros resort clubs es la interacción con su medio natural y su origen primario.

La Campiña Resort Club estará ubicada en el cantón de Bucay, debido a la cercanía con la ciudad de Guayaquil y por su hermosa naturaleza y paisajes.

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

Después de haber realizado un breve análisis del servicio que se brindará, se procederá ha evaluar la factibilidad de invertir en este proyecto, y los medios que emplearemos para financiarla.

CAPITULO 1

CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE BUCAY COMO DESTINO TURISTICO

1.1 Antecedentes históricos


Figura 1. Vista de Bucay.

La región donde hoy se asienta el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay) inicialmente fue ocupada por tribus nómadas en la búsqueda de un lugar que les pueda proveer de los recursos propios para su subsistencia.

Posteriormente Bucay se fue poblando de gente blanca a consecuencia de la majestuosa obra del ferrocarril, que se inició con la construcción del tramo Yaguachi-Milagro-Naranjito-Bucay; para cuya realización se contó con aporte extranjero quienes se fueron asentando poco a poco en este cantón.

La Historia de Bucay se inicia el 28 de agosto de 1887, cuando se crea la primera Parroquia llamada El Carmen, donde hoy se encuentran los recintos de Santa Rosa de Agua Clara y La Victoria, siendo esta última una gran Hacienda que se fue parcelando con el transcurso de los años. Como recuerdo todavía existe la casa de hacienda en La Victoria, y ruinas de lo que fue la estación de los talleres del ferrocarril a orillas del río Chimbo, junto a un proyecto en el que se iba a construir una planta hidroeléctrica, que proveería de luz a toda la provincia del Guayas.

Fue el 31 de octubre de 1887 cuando el presidente de la República Don Plácido Caamaño, decretó que se elevara a la categoría de parroquia al sitio denominado El Carmen que pertenecía al cantón Yaguachi; su Ilustre Concejo Municipal decreta los siguientes límites: Norte: Cresta de la montaña por cuyas faldas corre el río Chimbo; Sur: el Río Blanco desde su origen y el río Chimbo hasta Agua Clara; Este: El meridiano 79 que pasa por el río Blanco y Oeste: Cascada de Agua Clara.

Su historia está marcada por una obra de trascendental importancia como es la construcción del ferrocarril, cuyo primer tendido de rieles se inició el 6 de marzo de 1988, con una ruta que partía desde Yaguachi hasta El Carmen (Bucay). Esto constituyó un punto de intercambio provincial ya que unía tanto Sierra y Costa a través de caminos de herradura.

Figura 2. Construcción de Ferrocarril

En el año 1900 el Presidente de la República, General Eloy Alfaro después de evaluar con los técnicos constructores del ferrocarril, Juan Courtis, N. Perning y Modesto López los daños permanentes en la ruta hacia El Carmen por los constantes aguaceros y derrumbes que muchas veces sepultaban indistintamente a pobladores y trabajadores, decidieron emprender una nueva vía siguiendo el margen del río Chanchán hasta unir con la población de Huigra.

Con la construcción del ferrocarril se dio un gran intercambio de productos entre Sierra y Costa; así los fréjoles producidos en la Sierra (panamito, bolón, gualicón, cholo, canario, frutilla) eran llevados por medio del ferrocarril desde Bucay hasta Yaguachi y de allí por canoa hacia Guayaquil.

El Concejo de Yaguachi en vista del cambio que tomó la vía del ferrocarril y atendiendo el desarrollo comercial e industrial del nuevo recinto acuerda suprimir la parroquia El Carmen para crear la parroquia Mires en honor al Gral. José de Mires que participó en la causa de nuestra independencia.

El 19 de agosto del mismo año queda aprobado por acuerdo No. 817 por el Sr. Presidente de la República Gral. Eloy Alfaro en atención al oficio del Gobernador de la Provincia del Guayas dado el 16 de Julio de 1907, la modificación del nombre del caserío Bucay que en vez de llamarse Mires, se le denomine General Antonio Elizalde.

Uno de los hijos que Bucay debe recordar es el Sr. Honorio Rivera Sigüenza, quien sembró la inquietud de elevarla a la categoría de Cantón, el mismo que se hizo realidad cuando el plenario de las Comisiones en segunda sesión del 9 de Noviembre de 1994 aprueba que la parroquia General Antonio Elizalde sea elevado a la categoría de Cantón el mismo que fue oficializado con la publicación del Registro Oficial el 24 de Enero de 1995.

1.2 Etimología

Existen algunas fuentes que señalan el origen del nombre “Bucay”. Una de ellas es que se cuenta, que en este lugar durante la construcción del ferrocarril entre los jamaicanos que llegaron para ésta obra se encontraba uno muy característico y conocido por todos, llamado Buckay, desde entonces se comenzó a conocer el lugar como las tierras del negro Buckay, cambiándose con el tiempo con el nombre de Bucay.

Otras fuentes sostienen que la palabra que se compone de dos vocablos quechuas: BOC que significa Garza y CAY que significa Río, debido a que el lugar era conocido como Río de las Garzas, por los ríos que la recorren y las garzas que aún pululan por el sector.

1.3 Antecedentes Geográficos

Mapa No.1.- Ubicación de Bucay

Bucay tiene una extensión de 210 Km2; se encuentra ubicado en la parte Este de la provincia del Guayas, es uno de los cantones más alejados de esta y es la centinela que resguarda los intereses territoriales de la misma, dado que Bucay se encuentra en medio de las provincias de Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar, razón por la cual han estado en constante lucha con éstas provincias y sus moradores piden al Concejo Provincial que se preocupe por los linderos del Guayas y de este cantón.

Bucay, esta asentado en las estribaciones de un ramal de la Cordillera Occidental y al pie del río Chimbo. Al llegar a General Antonio Elizalde (Bucay), se comienza a sentir el cambio del clima de un calor agobiante a un cálido tropical a templado subtropical realmente adecuado y atractivo para sus visitantes.

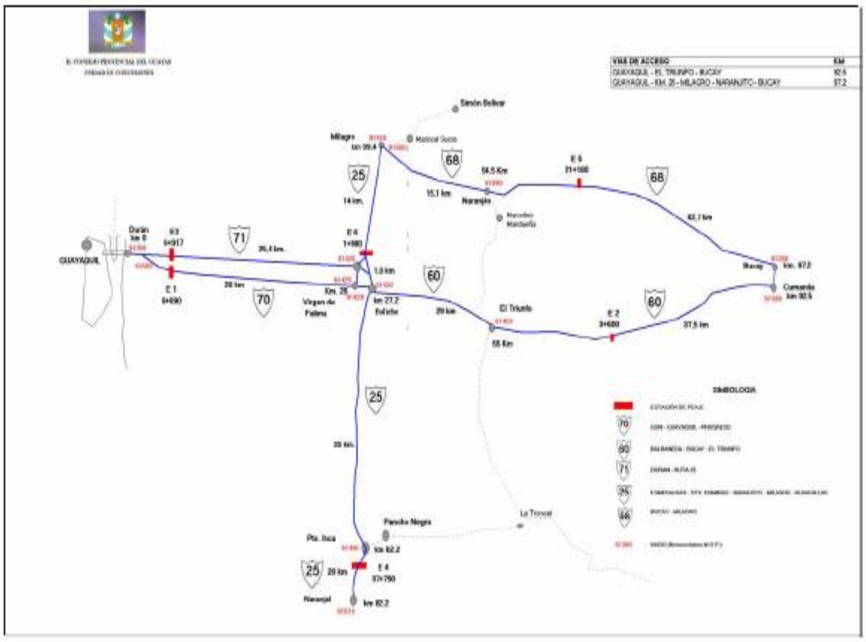
Límites:

- Bucay limita al Norte y al Este: con la provincia de Bolívar
- Al Este y al Sur, con la provincia del Chimborazo.
- Al Oeste, con el Cantón Naranjito
- Al Sur con el Río Chimbo.

Este cantón solo posee una parroquia urbana que es Bucay, pero en cambio existen recintos con una gran producción agrícola y ganadera que fortalece el trabajo de sus pobladores. Entre sus recintos están: Guadalupe (La Esperanza vía a Chillantes), Río Limón, Paquita, Betania, Batán, Santa Rosa, Agua Clara y sus más importantes por su produción son: Matilde Esther, San Pedro y La Esperanza (vía Bucay – Naranjito).

<u>Principales vías de acceso:</u>

MAPA No. 2
VÍAS QUE CONDUCEN A BUCAY



Por encontrarse en medio de algunas provincias de la costa y sierra es muy fácil acceder por cualquiera de estas dos regiones.

Existen tres vías que nos conducen a Bucay:

<u>Desde Guayaquil tenemos dos vías:</u>

1. Guayaquil – Virgen de Fátima (Km. 26) – El Triunfo – Bucay
2. Guayaquil – Yaguachi – Milagro – Naranjito – Bucay

<u>Desde la sierra se puede acceder por la vía:</u>

3. Quito – Riobamba – Pallatanga – Bucay.
4. Vía Riobamba – Alausí – Huigra – Bucay.

1.4 Clima y temperatura:

De mayo a mediados de Diciembre Bucay tiene la estación seca; y de mediados de Diciembre a finales de Abril, la estación lluviosa.

En general posee climas que van desde el cálido tropical al templado subtropical, el cual es ideal para varios cultivos y con una temperatura que oscila entre 18 a 24º C., puede tender a variar cuando hay fenómenos como el Niño o la Niña.

1.5 Suelo:

Su suelo es de tipo arcilloso apto para la agricultura y pasto. Entre los productos agrícolas que se desarrollan en este sector tenemos las frutas cítricas: naranjas, mandarinas, limones, pomelos (toronja); diferentes clases de banano: guineo de seda, orito que es el mejor orito del país que se exporta a Estados Unidos y Europa, plátano de sal, barraganete, dominico, morado (Denominado popularmente “el mata hambre”), guineos manzanas, filipinos, maqueños, así como cacao, caña de azucar (materia prima para la elaboración de las panelas y el aguardiente conocido en el argot popular como “bucaína o puntita”). Cabe recalcar también la producción de maderas como: guayacán, caña guadua, bambú, teca, limoncillo, laurel.

Otra fuente de riqueza es la ganadería ya que aquí se produce una de las mejores leches, carnes y quesos.

Las numerosas haciendas que existen en Bucay y sus alrededores confirman el gran desarrollo de éstos productos de las que podemos citar a Dolores, Changuil, Victoria, Fronda, Equs, San Rafael, La Pastora (dedicada a la crianza de caballos), entre las más importantes.

El potencial de la región ha dado lugar a que familias que han incidido en el quehacer nacional tengan sus haciendas en las cercanías de Bucay. Así han sido o son propietarios de haciendas familias como Aspiazu Seminario, Noboa, Molestina, Febres Cordero, Valarezo, Loor, Pérez-Sucre.

1.6 Hidrología:

Por encontrarse en la falda de la Cordillera esta bañado por un sinnúmero de ríos entre ellos. San Antonio, Limón, Chagüe Grande, Chagüe Chico, Agua Clara, Alvarado, Mallahuan, Blanco, Chanchán y su río más grande: el Chimbo.

Figura 3. Río Chanchán

1.7 Flora y Fauna:

Figura 4. Flora Bucay

Flora: Con respecto a la flora existe una gran variedad, entre los principales árboles maderables encontramos el guayacán, negro, limoncillo, candelo, fernán Sánchez, balsa, cabo de hacha, matapalo, guarumo. cauchillos, etc. Entre las plantas menores podemos nombrar a orquídeas, helechos, bromelias, heliconias, todos de diversos olores y con aromas penetrantes muy característicos del entorno natural de Bucay.

Fauna:

En lo relacionado con la fauna de esta cabecera cantonal y sus alrededores; en el bosque situado en el recinto La Esperanza se puede encontrar:

Mamíferos: Guantas, guatusas, armadillos, cuchuchos, osos hormigueros, tigrillos, leopardos, venados, gato montés, perros de agu, ardillas, pericos ligeros, cabeza de mate, etc.

Aves: Podemos distinguir innumerables variedades como: gallos de la peña, tucanes, pichilingos, loros, pericos, ruiseñores, jilgueros, colibríes, patillo pescador, garzas blancas, cabecera de bandera, gavilanes, lechuzas, búhos, caciques, pájaros carpinteros, pavas de monte, azulejos, palomas, etc.

Reptiles: Serpientes x, corales, sallamas, verdes, chontas, lagartijas, escorpiones, etc.

Insectos: escarabajos, mariposas (morphos), ciempiés, luciérnagas, cucuyos, grillos, caracoles, etc.

1.8 Inventario de los atractivos turísticos

Sitios Naturales:

Altas Montañas
- Mirán Alto
- Torre Loma (limit. Prov. Guayas y Bolivar)
- Cerro de Bucay

Esteros y Ríos
- Chimbo
- Chagüe Grande
- Chagüe Chico
- Limón
- San Antonio (Matilde Esther)

Caídas de Agua
- 18 Cascadas (La Esperanza: Bosque Húmedo Subtropical
- Cascada (Agua Clara)

Lugares de Observación de Flora y Fauna
- Bosque la Esperanza

Lugares de Pesca → Todos los ríos

Comida y Bebidas típicas
- Fritada, Llapingacho, hornado, yaguarlocro. bebidas: bucayna, guarapo

Tabla 1. Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas:

Tipo	**Subtipo**
Obras de Ingeniería	Represa de Agua Clara Represa de Río Blanco Planta Potalizadora “La Lolita”
Explotaciones Agropecuarias	Cultivo de palmito, caña de azúcar, orito, plátano, mandarina. naranja, limón, melón, toronja, yuca, leche y sus derivados Ganadería. Flores de Exportación.
Explotaciones Industriales	Tabaquera Tagua (marfil vegetal) Balsa Caña Guadua

Tabla 2. Esparcimiento en Bucay

Atractivo	**Actividades**
Torre Loma	Trekking (caminatas), cabalgatas, rappel (descenso), parapente, etc. Observación de Flora y Fauna. Parapente, rappel, climbing
La Mirán Alto	Trekking, cabalgatas. Observación de Flora y Fauna.
Cerro de Bucay	Trekking, ciclismo, caminatas, senderismo. Observación de Flora y Fauna.
Bosque La Esperanza	Caminatas, baño en cascadas, climbing (ascenso), rappel (descenso). Observación de Flora y Fauna.
Agua Clara	Paisaje Natural, balneario
Río San Antonio (Matilde Esther)	Paisaje Natural, balneario, puente colgante, piedras llamativas
Río Chimbo	Rafting, pesca

CAPITULO 2

ASPECTOS DE LA EMPRESA Y EL SERVICIO

2.1 Antecedentes

Bucay, ubicado entre 5 provincias tanto serranas como costeñas, bordeado por un río de increíble belleza, y de un clima primaveral, con un entorno montañoso, hace de éste el lugar ideal para desarrollar éste proyecto, cuyo atractivo principal es la convivencia con la diversidad de paisajes que caracterizan a nuestro país.

En el cantón General Elizalde (Bucay) actualmente existen dos hoteles reconocidos por el ministerio de Turismo del Guayas, por lo que "La Campiña Resort Club" tendrá una excelente acogida, ya que no sólo brindará el servicio de hospedaje, sino también diferentes actividades de esparcimiento para hacer de la estadía del turista nacional o extranjero un momento inolvidable.

En éste cantón habitan cerca de 8.696 habitantes: 4.413 hombres y 4283 mujeres, de los cuales 3714 habitan en el campo y 4.982 en la ciudad. La mayoría se dedica al comercio, agricultura, ganadería y ebanistería.

Figura 5. Actividades de los habitantes de Bucay

La mayoría de las personas son comerciantes y poseen sus negocios propios, otros tienen una actividad paralela a la habitual en la agricultura y ganadería, y en un menor porcentaje se dedican a la ebanistería, siendo una zona propicia para el desarrollo de éstas actividades

Bucay posee en general dos climas que van desde el cálido tropical al templado subtropical, el cuál es ideal para varios cultivos y con una temperatura que oscila entre 18 a 24 C.

La población de Bucay cuenta con los siguientes servicios básicos: luz, eléctrica, teléfono, agua entubada, de los cuales 5.2% del campo y el 57.7% de la ciudad se abastecen de agua por red pública de tubería dentro de la vivienda; y alcantarillado, en el que el 8.3% del campo y 50.1% de la ciudad poseen acceso a la red pública.

La mayoría de los atractivos turísticos de Bucay, no han sido debidamente promocionados, ya que no poseen la planta turística necesaria para ofrecer un servicio completo al turista, razón por la cual estos no son visitados por las personas de otras provincias más lejanas, ni por extranjeros, sin embargo en un alto porcentaje son concurridos todos los fines de semana por las personas del cantón y de los lugares cercanos como Milagro. El Triunfo y en una menor escala de la ciudad de Guayaquil.

El Municipio de Bucay conjuntamente con la Cámara de Turismo del Guayas, están analizando varias propuestas para desarrollar y fomentar el turismo en Bucay y por ello han estudiado algunos proyectos; los mismos que darán impulso al movimiento turístico de la zona.

Por la posición en la que se encuentra Bucay es muy fácil acceder a otros sitios de interés en otras provincias de la sierra, además por la corta distancia que existe desde la ciudad de Guayaquil, se convierte en un destino turístico diferente, ya que pueden realizar actividades de aventura, conocer y visitar otros lugares, estando éstos no muy lejos a su sitio de residencia.

2.1.1 Breve descripción del Proyecto

“La Campiña Resort Club” es un proyecto que será creado para satisfacer las necesidades del turista más exigente. Nuestro proyecto no sólo brindará el servicio de hospedaje, sino también actividades de esparcimiento para incentivar al turista a recrearse en compañía de la naturaleza, inmerso en la diversidad ecológica de su entorno.

Contaremos con cómodas cabañas, baños con agua caliente, restaurante exclusivo, hamacarios, piscina, canchas múltiples. También se podrá realizar caminatas dirigidas a las montañas, observación de aves y de toda la agricultura que caracteriza al cantón, así como también de baños energizantes en las cascadas.

Adicionalmente en las noches se realizarán fogatas a orillas del lago acompañadas por grupos que nos deleitarán con su música y bailes.

Nuestra misión, no es sólo de ofrecer un buen servicio de alojamiento y alimentación, sino de formar una sola familia entre empleados, visitantes y amigos. Además de conservar la naturaleza para llegar a un equilibrio biológico entre el hombre y el medio ambiente.

2.1.2 Justificación del proyecto

La Campiña Resort Club es una propuesta para los turistas que desean disfrutar de un agradable descanso, combinando confort y un acogedor estilo campestre.

La ubicación del hotel campestre "La Campiña Resort Club" fue escogida en base a la cercanía de Bucay con la ciudad de Guayaquil, y por su diversidad ecológica. "La Campiña Resort Club" estará ubicada sólo a 61Km. de la ciudad de Guayaquil, y su maravillosa naturaleza crea un lugar propicio para desarrollar este proyecto.

La idea de crear un hotel campestre surgió de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberase de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

La Campiña Resort Club causará un gran impacto a nivel económico y social en el cantón de Bucay, ya que fomentará la inversión y plazas de empleo para sus habitantes.

Actualmente en Bucay existen sólo dos Hoteles reconocidos por el Consejo Provincial del Guayas, por este motivo un proyecto del nivel que deseamos desarrollar en Bucay, es una excelente alternativa para los turistas que desean visitar Bucay y disfrutar de su vida campestre.

2.1.3 Objetivos del Proyecto

Objetivo General:

Evaluar la factibilidad financiera de crear un hotel campestre y cabañas recreativas en el cantón de Bucay, y determinar las estrategias ha emplearse para lograr posicionar a “La Campiña Resort Club” como la mejor opción para el turista que desea recrearse y reencontrarse con su medio natural.

2.2 LA EMPRESA

2.2.1 Constitución de la empresa

Nuestra empresa la hemos constituido con un cuerpo legal de Sociedad Anónima, es decir, constituida con un capital social propio aportado íntegramente por sus accionistas, y dividido en partes iguales por acciones.

Su denominación comercial será “La Campiña S.A.”, la misma que estará constituida por 4 socios.

2.2.2 Macroentorno

Entre las fuerzas que afectan la estructura competitiva de nuestra empresa se encuentran:

- Las fuerzas económicas
- Las fuerzas tecnológicas
- Las fuerzas legales y políticas
- Las fuerzas sociales
- Las fuerzas demográficas

2.2.2.1 Fuerzas económicas: Los tres factores más importantes en el macroambiente son la tasa de crecimiento de la economía, las tasas de interés y las tasas de inflación.

Tasa de crecimiento de la economía.- La relación de la tasa de crecimiento de la economía con respecto a la demanda de nuestro servicio es positiva, es decir, si ésta incrementa, los clientes potenciales de nuestro hotel campestre también, ya que este incremento conduce a una ampliación del gasto de los consumidores, y esto a la vez, tiende a producir un aflojamiento general de las presiones competitivas dentro de nuestra industria.

- El dinamismo experimentado por la economía ecuatoriana desde la dolarización se mantiene en el año 2006, que cierra con un crecimiento del 3.9%. Esta variación es inferior a las experimentadas en los años 2004 y 2005 (8% y 6% respectivamente), y superior al crecimiento del año 2003 (3.6%).

- Con respecto a la participación de los hoteles, bares y restaurantes en la actividad económica del país, ésta ocupa el tercer lugar en la producción nacional.

  A continuación se representa un cuadro de la actividad hotelera, clasificado por provincia:

Cuadro 1. **Actividad Hotelera por Provincia**

PROVINCIAS	REST. BARES Y CANTINAS
GUAYAS	35.228
PICHINCHA	148.478
OTRAS	7.104
TOTAL	190.810

Fuente: INEC

- El número de establecimientos de Hoteles, Restaurantes y bares ha aumentado en los últimos años y por consecuencia el personal ocupado y la producción total. A continuación se presenta la serie histórica del número de establecimientos desde 1992 hasta 2005.

Cuadro 2. **Serie Histórica del Número de establecimientos**

SERIE HISTORICA
(1.992-2.005)

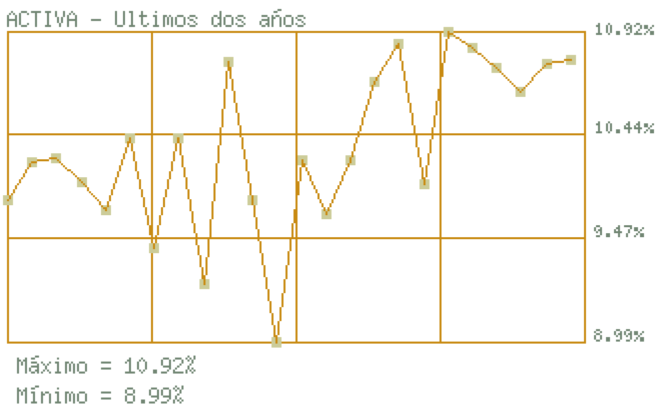
AÑOS	NÙMERO ESTABLEC.	PERSONAL OCUPADO	REMUNE-RACIONES	PRODUCCIÒN TOTAL
1992	585	26.483	107.869.417	786.073.060
1993	593	28.186	190.657.400	1.148.984.806
1994	625	30.183	281.864.448	1.712.831.418
1995	688	32.353	374.765.760	2.221.626.888
1996	676	32.427	490.685.291	2.745.711.278
1997	714	39.488	704.899.743	4.587.294.700
1998	728	42.700	1.088.808.498	7.359.164.129
1999	712	40.575	1.657.953.338	13.588.214.085
2000	724	44.940	156.307.484	1.311.773.204
2001	748	48.855	240.673.627	1.760.462.057
2002	817	56.893	324.872.657	2.022.004.257
2003	911	65.614	385.450.363	2.299.064.726
2004	1005	74.355	431.004.180	2.475.049.756
2005	1007	79.266	500.312.590	2.860.238.502

Fuente: INEC

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

En lo que respecta a la tasa interés activa referencial de los últimos años, esta ha reflejado un continuo incremento, por lo que esto hace que nuestro negocio sea más riesgoso, ya que el costo de capital es mayor.

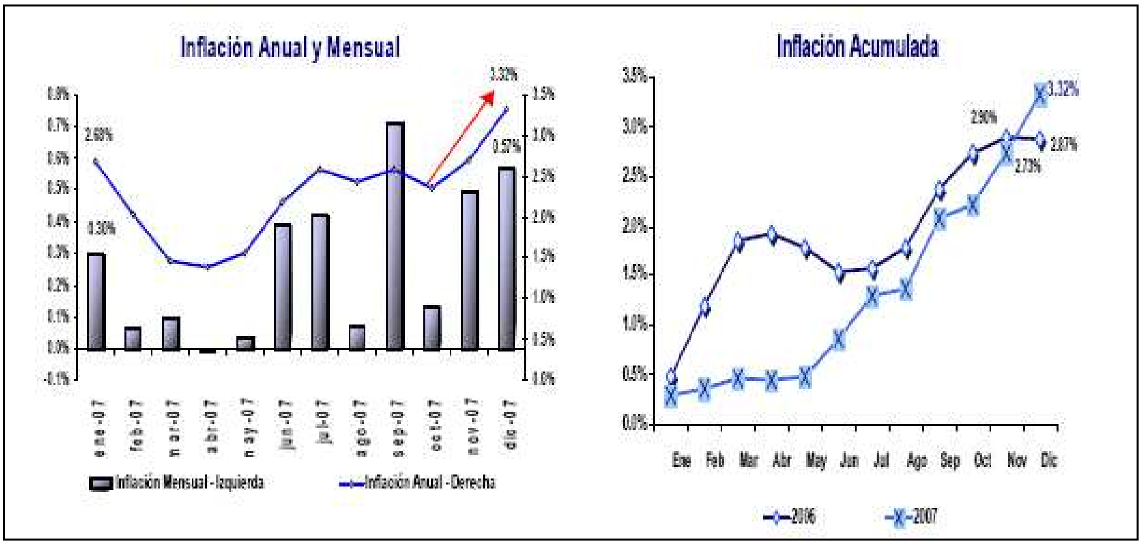
<u>Grafico 1.</u> Tasa de interés activa referencial (Año 2006-2007)



Fuente: BCE

Tasa de inflación.- La inflación del precio puede desestabilizar la economía y provocar un crecimiento económico más lento, mayores tasas de interés, y movimientos volátiles en el circulante. Los precios al consumidor en el área urbana del país durante el mes de diciembre del año 2007 aumentaron en 0.57% a nivel mensual, valor superior al registrado en noviembre (0.50%). Por su parte, la inflación acumulada en el año 2007, da cuenta que los precios al consumidor crecieron en menor proporción con relación a los del 2006 durante todos los meses del año, excepto en diciembre en que se superó significativamente el crecimiento del mismo mes del año anterior, terminando el 2007con una inflación acumulada del 3.32%.

<u>Grafico 2.</u> Inflación Anual vs. Inflación Mensual, Inflación Acumulada



Fuente: BCE

La escalada de precios en los mercados influirá para que el 2008 tenga una inflación más elevada. El Banco Central del Ecuador (BCE) proyecta que este año terminará con un indicador de entre 2,92% y 3,76%.

En un ambiente inflacionario como el nuestro, es casi imposible poder predecir con precisión el valor real de los ingresos que se pueden ganar de un proyecto a cinco años

<u>2.2.2.2 Fuerzas tecnológicas:</u> La relación que existe entre las fuerzas tecnológicas y nuestro servicio se refiere al tipo de equipos con los que podemos contar en nuestras instalaciones como resort club, ya que debemos considerar que para estar posicionados en la mente del consumidor, debemos proporcionarles a nuestros huéspedes todas las comodidades posibles, por lo que nuestros equipos deben ser lo más eficientes y modernos, cómo por ejemplo en el caso de los equipos para el karaoke y bar.

<u>2.2.2.3 Fuerzas políticas y legales.-</u> Las leyes ecuatorianas tienen un gran aporte hacia el fomento del turismo.

- ❖ El plan de competitividad turístico puesto en marcha por la vigente Constitución Política de la República del Ecuador, tiene como objetivo promover el desarrollo turístico del país, a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía.
- ❖ Son principios de la actividad turística, los siguientes:

  a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

  b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

  c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

  d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

  e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

- Estos derechos y obligaciones de los prestadores y los usuarios del sector turístico expedidos en la Ley de Turismo son los que regirán para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, con objetivo de fomentar la actividad turística tanto interna como externa y con la misión de ofrecer un producto turístico competitivo, garantizando el uso racional de los recursos naturales, y la protección del turista.

2.2.2.4 Fuerzas sociales: Las fuerzas sociales se refieren a la manera en que las costumbres de las personas afectan a nuestra industria, por ejemplo, en la actualidad existe una creciente tendencia de conciencia de la salud, y esto es un aspecto que nos beneficia como resort, ya que la mayoría de los estudios científicos le atribuyen al stress muchas enfermedades, por lo que la gente tiene la costumbre de relajarse y olvidarse de la vida cotidiana en lugares fuera de la ciudad y donde puedan realizar actividades de esparcimiento, por lo que nuestro resort se convierte en una de las mejores opciones al momento de escapar del stress.

2.2.2.5 Fuerzas demográficas: El cantón Bucay cuenta con una población de 8.696 habitantes, actualmente la población se divide entre 4413 hombre y 4283 mujeres. La mayoría de ellos se dedican a la ganadería, agricultura, por lo que con nuestro proyecto estaríamos creando plazas de empleo para todos sus habitantes, ya sean hombres o mujeres, dado que las mujeres han ingresado a la fuerza de trabajo en número crecientes.

Cuadro 3. Población de Bucay

01. POBLACIÓN CANTONAL - GUAYAS - GENERAL ELIZALDE
CENSO 2001

ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	8.696	4.413	4.283
URBANA	4.982	2.497	2.485
RURAL	3.714	1.916	1.798

Fuente: INEC

2.2.3 Microentorno.- El análisis interno nos proporciona la información necesaria para escoger las estrategias y el modelo de negocios que nos permitirá lograr una ventaja competitiva sostenida.

Con objetivo de crear una ventaja competitiva en relación a las otras empresas dentro de nuestra industria, se decidió formular una distinción fundamental basada en la diferenciación.

La diferenciación de nuestro servicio se refiere a la manera de combinar nuestros recursos y capacidades para poder brindar un servicio de calidad a nuestros clientes potenciales y lograr una ventaja competitiva con relación a nuestros competidores, y por lo tanto un rendimiento superior.

La empresa.- El departamento de marketing tendrá el apoyo de toda la alta gerencia, con lo que respecta al logro de sus objetivos de liderar el mercado, por lo que se ha decidido destinar un presupuesto de $ 28.100,00 (*ver Cuadro 14. Presupuesto anual de Comunicación*), para cumplir dichos objetivos.

2.2.3.1 Clientes internos.- La Campiña Resort Club está dirigida al mercado nacional, conformado por clientes potenciales que buscan otras alternativas de recreación y tener contacto con la naturaleza, familias guayaquileñas y de la sierra (Riobamba y pueblos cercanos), otro grupo de clientes potenciales son los turistas extranjeros, que buscan en el Ecuador alternativas de distracción, aventura y naturaleza.

2.2.3.2 Clientes externos.- Con lo que respecta a los proveedores, a continuación se detalla una lista de los que hemos elegido, para poder brindar un servicio de calidad a nuestros huéspedes:

- ✓ Alimentos y bebidas para el restaurante se los comprará en Supermecados La Favorita de la ciudad de Guayaquil, en base a la calidad de sus productos y por la cercanía con el cantón de Bucay, ya que Bucay no posee ningún comercial donde podamos abastecernos de todos los alimentos y bebidas necesarios.
- ✓ La luz se obtendrá de la corriente pública urbana y en caso de faltar esta, el resort contará con un generador de luz.
- ✓ Suministros para las cabañas como: sabanas, almohadas, colchones, toallas, etc. Serán proporcionados por almacenes Sukasa de Guayaquil.
- ✓ Los manteles y reposición de cubiertos, vasos o vajilla serán adquiridos también de almacenes Sukasa.
- ✓ Reparaciones del resort serán efectuadas por el personal técnico contratado para casos eventuales.
- ✓ Materiales indirectos como son: detergente, limpia pisos, jabón, etc. también serán proporcionados por Supermecados La Favorita de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ El personal de servicio será contratado del cantón Bucay, los cuales serán previamente entrenados para su profesional desempeño, por el Gerente de alimentos y bebidas y el gerente Administrativo/Marketing, en las instalaciones del resort, 1 mes antes de la apertura.
- ✓ El Gerente de alimentos y bebidas. gerente Administrativo/Marketing y el chef, serán contratados de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Las distracciones deportivas serán provistas por el hotel o concesionadas a otras empresas.

- ✓ Las actividades de ecoturismo serán provista por otra empresa, la cual se encargará de llevar a los turistas a las caminatas y excursiones por las montañas y sus alrededores.

2.2.3.3 Intermediarios comerciales.- Entre los intermediarios comerciales podemos mencionar los siguientes, que son los que nos ayudarán a promocionar nuestro resort:

- ✓ Agencias de viajes, son las encargadas de promover el resort al turista. Aunque su trabajo es sólo de informar y no de persuadir. Se le entregarán a las agencias: catálogos, afiche, videos e información con tarifas y precios.
- ✓ Internet se publicará una página web, y se harán avisos publicitarios, y contacto con clientes mediante este medio.
- ✓ Revistas, se utilizará este medio para promocionar al resort.

2.2.3.4 La competencia.- Al no existir resorts en Bucay, La Campiña Resort Club no contará con competencia directa, en la zona. La competencia indirecta serían los hoteles que existen por Papallacta, entre esos se encuentran dos hoteles reconocidos por el ministerio de turismo: Ecovita (Pallatanga), Hotel Termas Papallacta.

2.2.3.5 Los públicos:

Financieros.- El banco que concede el préstamo, serán quienes analizarán si el proyecto generará los flujos necesarios para que pueda cubrir los respectivos requerimientos de capital.

Personal interno.- Se harán boletines y revistas mensuales que motiven al empleado del resort haciéndolo parte de la misión de la empresa.

2.3 EL SERVICIO

2.3.1 Características del Servicio.- La Campiña Resort Club, es un hotel campestre, cuyo diferencial con los otros hoteles de la zona, es su calidad de resort, por lo que adicionalmente a brindar los servicios de estadía, nos preocupamos de que nuestros turistas se recreen en compañía de sus seres queridos y en un medio natural inigualable.

Figura 6. Modelo de Resort

La Campiña Resort Club, será un espectacular proyecto fuera de lo común con un cuidadoso manejo del paisajismo, con lagos, senderos, de cabalgata y bellos jardines tropicales. Uno de sus objetivos es desarrollar un proyecto innovador y rentable.

El proyecto estará ubicado en la Provincia del Guayas, entre Bucay y Naranjito Km. 80 a una hora y media aproximadamente de Guayaquil.

El Cantón General Antonio Elizalde se encuentra al este de la provincia del Guayas y limita: al norte y este con el Cantón Chillanes de la provincia de Bolívar, al sur con el Río Chimbo y el Cantón Cumandá de la provincia de Chimborazo y al oeste con el Cantón Naranjito de la provincia del Guayas. La cabecera cantonal se encuentra a 350 metros sobre el nivel del mar y en el pie de la Cordillera Occidental.

El cantón abarca una extensión de 210 Km2, que comparte su territorio con una gran planicie y la parte irregular de las montañas.

Principales Vías de acceso:

- Guayaquil, Kilómetro 26, El Triunfo, Bucay.
- Guayaquil, Yaguachi, Milagro, Naranjito, Bucay
- Quito, Riobamba, Colta, Pallatanga, Bucay
- Cuenca, Azoguez, Gun, La Troncal, El Triunfo, Bucay

La Campiña Resort Club contará con diez cabañas para disposición de sus huéspedes, con vías pavimentadas, servicios públicos, senderos para caminar, y montar a caballo. El servicio eléctrico será proporcionado por Bucay y dispondremos para casos de emergencia de una planta energética, adicionalmente de agua potable.

Existirán dos tipos de cabañas, para elección de nuestros huéspedes, las matrimoniales (una cama) y las familiares (2- 4 camas). Las cabañas disponen de baños completos, agua fría y caliente, TV cable, teléfono, mini-bar, room service y todos esos pequeños detalles relacionados con el máximo confort del viajero.

La construcción de la misma estará dada en una estructura de cemento y partes decorativas en caña guadua y madera.

Durante su estadía en La Campiña Resort Club, disfrutarán de todo su entorno y de las actividades propias de una hacienda, caminatas alrededor por senderos ecológicos, paseos por el lago, etc.

Adicionalmente tendrán servicio de restaurante, derecho al área de piscina y sala de juegos (billar, juegos de mesa), así como también durante las noches podrán disfrutar de nuestro bar/karaoke.

2.3.2 Propiedades del Servicio

La Campiña Resort Club, cuyo nombre significa vida ecológica, dedicada al ecoturismo, agroturismo y educación ambiental, ubicada en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), a sólo una hora y media de la ciudad de Guayaquil, donde usted podrá disfrutar de la naturaleza inmerso en la diversidad biológica de su entorno.

Contamos con cómodas cabañas, restaurante exclusivo, bar/karaoke, hamacarios, piscina, canchas múltiples. También podrá disfrutar de caminatas dirigidas a las montañas, observación de aves y nuestros bellos jardines, baño energizante en la cascada, noche de fogatas a la orilla del lago y grupos de música y de danza artística.

Nuestra misión, no es sólo de ofrecer un buen servicio de alojamiento y alimentación, sino de formar una sola familia entre empleados, visitantes y amigos. Además de conservar la naturaleza para llegar a un equilibrio biológico entre el hombre y el medio ambiente.

Instalaciones:

- **Instalaciones sanitarias** cómodas y funcionales para satisfacer las necesidades de los visitantes
- **"Club Campiña"** donde encontramos nuestro restaurante, construido de bambú, ubicado dentro de un entorno que los hará disfrutar mejor de los alimentos naturales que serviremos.
- **Hamacarios**, para los que prefieren de un descanso paradisíaco, la lectura de un libro o la tertulia.

- **Piscina, camping y cabañas** cómodas que dispondrán de todos los servicios necesarios para que disfrute de confort durante su estadía.

Actividades:

- **Caminatas y Excursiones.-** En los alrededores de "La Campiña" existen infinidad de lugares interesantes para visitar. La exuberante naturaleza predomina y privilegia sitios que son verdaderos paraísos. Destacan las cascadas que son apropiadas para caminatas guiadas. Dependiendo de su pericia y la motivación, es posible acceder a las distintas montañas de los alrededores luego de una caminata de 2 o 3 horas de duración. Caminando inmerso en las montañas de los alrededores podrá observar las hermosas bromelias, helechos, cola de caballo, siete vueltas, aguacates, café, cultivos de fréjol, tomate y papa, etc.

- **Observación de Mariposas y Aves.-** Podremos observar una gran variedad de mariposas, además de observar y oír el cantar de los mirlos, tórtolas, colibríes, garrapateros, azulejos, carpinteros entre otros.

- **Visitas a miradores.**- Existen miradores naturales para aquellos que gustan de la contemplación de hermosos paisajes.

- **Karaoke y Fogatas.**- Donde podremos reunirnos a orillas del lago cerca de la luz y el calor del fuego, compartiendo con música, guitarra, bailes, anécdotas y mucho más.

Paquetes "La Campiña Resort Club":

- **<u>"Campiña" Full day (1 día): ($ 30) (No incluye opcionales)</u>**

Programa Incluye:

- 1 piqueo campesino con delicioso chocolate caliente
- 1 almuerzo tipo menú
- 1 caminata dirigida a las montañas, cascada, con observación de flora y aves
- Uso de instalaciones
- Consumo de agua ilimitado
- Cabalgatas

Opcionales:

✓ Deportes extremos: parapente

- **<u>"Campiña" Weekend Camping (2 días 1 noche) ($ 80) (No incluye opcionales)</u>**

Programa Incluye:

- 1 noche de alojamiento en cabañas cuádruples
- 1 desayuno campesino con frutas
- 2 almuerzos tipo menú con ensaladas
- 1 cena tipo menú
- 1 caminata dirigida a las montañas, cascada, con observación de flora y aves
- Uso de instalaciones
- Karaoke o fogata
- Consumo de agua ilimitado

CAPITULO 3

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACION

La investigación de mercado especifica el método a utilizar para recolectar la información necesaria para conocer las necesidades y características de los clientes potenciales y del mercado en general y mediante el análisis e interpretación de los resultados determinar aspectos relevantes para el proyecto.

En el caso concreto de este proyecto, la investigación de mercado nos ayudará a comprender el ambiente actual, identificar problemas y oportunidades, evaluar y desarrollar alternativas de acción de la mercadotecnia.

3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Determinar las necesidades y preferencias de nuestros clientes potenciales e identificar las variables relevantes al momento de escoger nuestro resort, como destino turístico.

3.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

3.3.1 Objetivos Generales

Nuestros objetivos están dirigidos a la satisfacción de los deseos y necesidades de nuestros turistas. El propósito de la investigación de mercado es proporcionar la información necesaria sobre el mercado, clientes y demanda futura, para resolver el problema sobre la segmentación de mercado, producto, promoción y distribución.

3.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un análisis completo acerca del servicio que brindaremos como resort para identificar y analizar las fortalezas y debilidades en relación a la diferenciación de nuestro servicio con respecto a la competencia.

- ✓ Realizar un estudio de mercado que permita establecer los clientes potenciales y características deseadas de los clientes respecto al servicio.

- ✓ Determinar las variables que influyen al momento de demandar nuestro servicio y su grado de importancia.

A continuación se detalla el proceso de investigación de mercado realizado:

3.3.3 Mecanismos y procesos de investigación

Dentro de estos mecanismos y procesos de investigación se encuentran:

- ❖ Investigación Exploratoria o Cualitativa
- ❖ Investigación Cuantitativa o Descriptiva

La investigación exploratoria o cualitativa, busca exclusivamente tener una idea concreta sobre las cualidades del servicio en el que se desea incursionar. Se puede realizar por medio de entrevistas, que suministran datos actuales sobre el comportamiento, percepciones y actitudes de los clientes potenciales. También puede realizarse por medio de un Focus Group, el mismo que debe estar conformado por quince personas de diversos conocimientos profesionales y/o estratos sociales. En este focus group a las personas se les planteará algunas preguntas para obtener información sobre sus gustos y preferencias, dándonos así como resultado la aceptación que el producto o servicio tendría en el mercado.

La investigación cuantitativa o descriptiva consiste en describir las características de una población: hábitos de compra, tamaño del mercado, acciones de competidores, etc. Además de determinar las respuestas a las preguntas quién, qué, dónde, cómo y cuándo.

Es recomendable utilizar ambos métodos, debido a que pueden ayudar a proporcionar mayor información al momento del análisis de la investigación,

Para nuestro proyecto decidimos utilizar la investigación cuantitativa como mecanismo de investigación, cuyo proceso detallamos a continuación.

3.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR

3.4.1 Descripción del Perfil del Cliente.- Nuestros clientes potenciales serán personas de las clase media alta a alta, ya sean familias o grupo de amigos de la sierra (Riobamba, ciudades cercanas) o Guayaquil, que disfruten de la vida campestre y deseen relajarse por unos días del stress de la ciudad en compañía de sus seres queridos y del medio ambiente que caracteriza al cantón Bucay, pero con las comodidades de la ciudad.

3.4.2 Segmentación de Clientes.-

- Parejas jóvenes o grupos de amigos, ya sean de Guayaquil o de la sierra, interesados en realizar actividades de eco-turismo y aventura.
- Personas mayores, ya sean matrimonios de la tercera edad, que desean salir para descansar y disfrutar del campo junto con su familia, especialmente los nietos.

3.5 PLAN DE MUESTREO

3.5.1 Definición de la Población.- La población que se consideró para nuestro proyecto son todas las personas de la ciudad de Guayaquil con ingresos mensuales mayores a $ 2.000,00, que estén interesados en disfrutar de unas vacaciones rodeado de la hermosa naturaleza que ofrece Bucay.

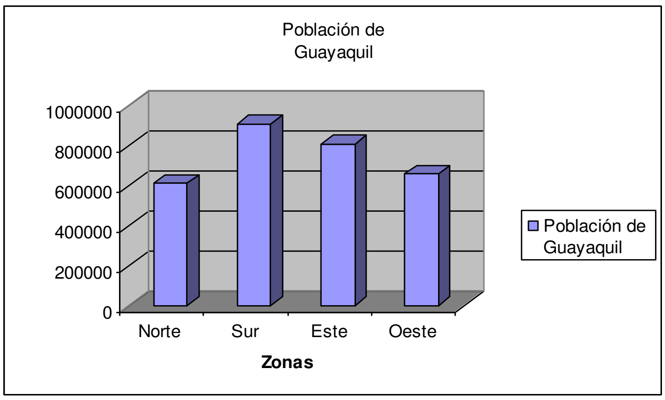
3.5.2 Definición de la muestra.- El procedimiento para la determinación del tamaño de la muestra es mediante el uso de la fórmula para muestreo proporcional, cuando no se conoce la probabilidad de ocurrencia.

Primero se debe determinar si el universo es finito o infinito. Para nuestro caso el tener que encuestar a personas de una ciudad representa un universo finito, es también claro que no se puede precisar un valor exacto, debido a que la población de Guayaquil supera a las 100.000 personas, procedimos a aplicar las fórmulas para el cálculo de la muestra con una población infinita.

Cuadro No. 4 Población de Guayaquil, para la definición de la muestra.

Zona	Población de Guayaquil
Norte	612.300
Sur	912.260
Este	812.387
Oeste	663.053
Total	**3´000.000**

Grafico 3. Población de Guayaquil, para la definición de la muestra.



Cuando no se conoce el porcentaje de personas, usuarios o consumidores de un producto o servicio, a P se le da un valor máximo que es de 0,5, lo mismo que a Q que son los literales empleados para determinar ocurrencia o no ocurrencia de un evento. Se determina el error máximo que puede aceptarse en los resultados, máximo en un 6%, ya que variaciones mayores hacen dudar de la validez de la información.

3.5.2.1 Tamaño de la muestra

Obtenemos entonces la siguiente fórmula:

$$n = \frac{4\,PQ}{e^2} \qquad \text{(universo considerado infinito)}$$

n= tamaño de la muestra

P= probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q= probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

e= error permitido.

- **Nivel de Confianza (Z)**

Para este factor se utilizará un nivel de confianza del 95%.

$$\boxed{n = ((4) *(0.5)*(0.5))/(0.05)^2}$$

$$\boxed{n = 400}$$

3.6 DISEÑO DE LA ENCUESTA

La base de nuestro proyecto es encontrar o inferir los gustos, preferencias y necesidades de los turistas y hacer de su estadía en nuestro resort un momento inolvidable.

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa nos planteamos una encuesta que consta de 7 preguntas, las mismas que nos ayudarán a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

Para esto es necesario vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes. En mercadeo, la escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del producto y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos

Los procedimientos para la medición de actitudes dependen de los datos de los encuestados. Para esto es necesario vincular el comportamiento con escalas de medición.

La fuente potencial de datos, obviamente son los turistas, los cuales nos proporcionarán la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos. Nuestra encuesta fue realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente.

3.6.1 Diseño del procedimiento de recolección de datos

La recolección de los datos y la determinación de la muestra a usar, son las claves para reducir el margen de error en las investigaciones de mercado. La forma en que recopilamos la información fue la siguiente:

- Mediante cuestionarios, entrevistas personales a propietarios de hoteles o resorts, y con bibliografía actualizada referente al tema.
- Las encuestas se las realizó en sitios de concurrencia turística como los centros comerciales, hoteles y también realizando encuestas en las calles.
- El periodo en que se realizó las encuestas fue en Enero/24/2008 a Enero 31/2008.

De acuerdo al cuestionario que se utilizó en la investigación las escalas que se utilizaron fueron las siguientes:

- ✓ La escala nominal se caracteriza por ser la más simple en donde las creencias del encuestado se clasifican en dos o más categorías. Por ejemplo puede desarrollarse una escala nominal a partir de preguntas con respuestas de Si, No, No se, etc. Esta escala fue aplicada a las preguntas 1, 2, 3, 5, 7 y 8, con esta, pueden asignarse números a las categorías para el propósito de análisis de datos.
- ✓ La escala de clasificación requiere que el encuestado indique su posición de categorías ordenadas que corresponden a su actitud. Esta escala se aplicó a las preguntas 4 y 6.

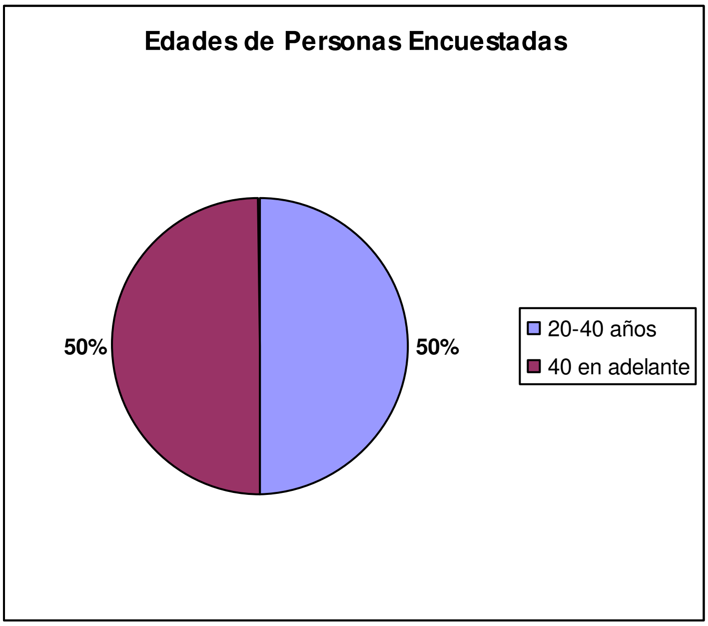
3.7 PRESENTACION DE RESULTADOS

3.7.1 Presentación de Resultados

<u>Cuadro 4.</u> Composición de la Muestra

EDADES	# Personas	%
20-40 años	200	50,00%
40 en adelante	200	50,00%
TOTAL	**400**	**100,00%**

<u>Gráfico 4.</u> Composición de la Muestra

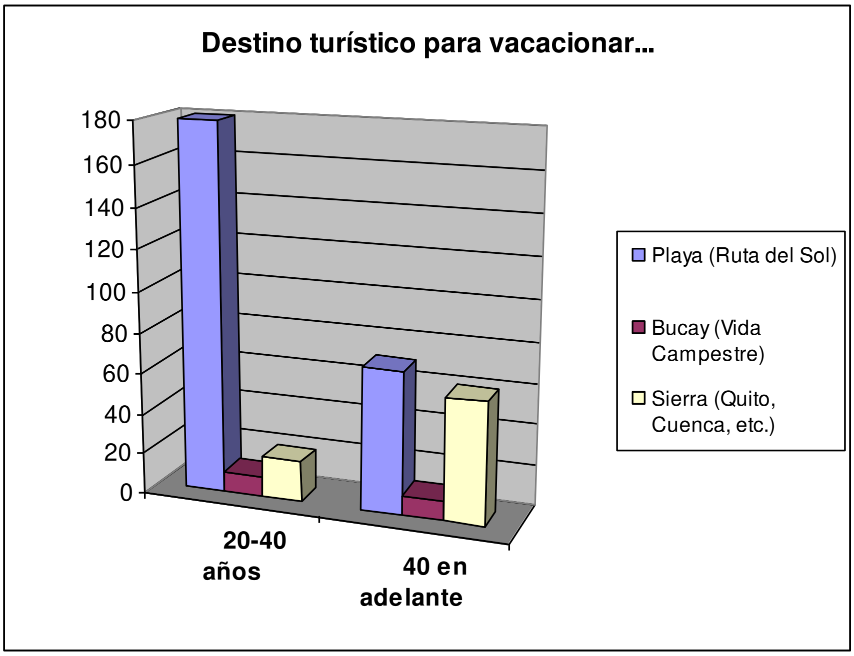


Elaborado por: Silvia Cevallos

Se tomó en consideración los dos segmentos objetivos para nuestro negocio: los jóvenes de 20-40años y las personas de 40 años en adelante.

1. Al momento de escoger un destino turístico, usted prefiere…

<u>Gráfico 5.</u> Destino turístico para vacacionar



Elaborado por: Silvia Cevallos

Esta pregunta revela la preferencia de nuestros clientes potenciales entre edades de 20-40 años por la Playa (Ruta del Sol), como destino turístico al momento de elegir un lugar para sus vacaciones, con lo que respecta a Bucay sólo el 5% escoge este lugar como destino turístico, ya que mucho de ellos no conocen sus atractivos turísticos, por lo que debemos trabajar en dar a conocer a nuestros clientes potenciales todas las ventajas de Bucay frente a otros lugares del Ecuador.

2. ¿Ha visitado usted alguna vez Bucay?

Cuadro 5. Destino turístico para vacacionar

RESPUESTA	# Personas	%
SI	100	25,00%
NO	300	75,00%
TOTAL	**400**	**100,00%**

Elaborado por: Silvia Cevallos

El 25% de los encuestados en Guayaquil, han visitado alguna vez el cantón General Antonio Elizalde Bucay, por lo que debemos dirigir nuestros recursos a promocionar tanto el cantón como nuestro resort, para atraer más clientes.

3. ¿Identifica usted a Bucay, como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo?

Cuadro 6. Identificación de Bucay como lugar donde se realizan actividades de ecoturismo

RESPUESTA	# Personas	%
SI	85	21,25%
NO	315	78,75%
TOTAL	**400**	**100,00%**

Elaborado por: Silvia Cevallos

El 79% de las personas encuestadas no identifican a Bucay, como un lugar donde se puede realizar actividades de ecoturismo, por lo que debemos explotar este atractivo turístico por medio de la publicidad, para que se convierta en la característica de diferenciación frente a otros resorts de nuestro país.

4. ¿Cuáles de éstas características considera usted importante al momento de escoger un lugar turístico como una Hostería campestre?

Elija en orden de importancia, siendo 1 = Más importante y 6 = Menos importante.

<u>Cuadro 7.</u> Tabla cruzada Grado de Importancia de Características del hotel campestre vs. Edad

Características/Edad	20-40 años	%	40 en adelante	%
Precio				
1-3 =Importante	125	62,50%	50	25,00%
4-6 = Menos Importante	75	37,50%	150	75,00%
Comodidad				
1-3 =Importante	50	25,00%	200	100,00%
4-6 = Menos Importante	150	75,00%	0	0,00%
Atractivos turísticos				
1-3 =Importante	100	50,00%	150	75,00%
4-6 = Menos Importante	100	50,00%	50	25,00%
Actividades Recreativas				
1-3 =Importante	175	87,50%	90	45,00%
4-6 = Menos Importante	25	12,50%	110	55,00%
Distancia/Tiempo de viaje				
1-3 =Importante	85	42,50%	175	87,50%
4-6 = Menos Importante	115	57,50%	25	12,50%
Comida				
1-3 =Importante	150	75,00%	180	90,00%
4-6 = Menos Importante	50	25,00%	20	10,00%

Elaborado por: Silvia Cevallos

Con lo que respecta a las características que influyen al momento de escoger un lugar turístico como una Hostería campestre, se decidió reflejar los resultados por medio de una tabulación cruzada, en la que podamos observar con facilidad el grado de importancia de las distintas características de acuerdo a la edad del encuestado. A continuación se presenta un breve análisis de los resultados:

<u>Precio</u>.- Para los encuestados entre las edades de 20-40 años, el precio representa una variable relevante, ya que entre estas edades es cuando la persona esta comenzando a generar el poder adquisitivo de sus primeros años laborales, por lo que la proporción de los ingresos que destinen a diversión y actividades recreativas es relevante al momento de escoger un lugar para vacacionar, por lo contrario para las personas encuestadas de 40 años en adelante, son personas que están comenzando a disfrutar de sus ahorros producto de sus ingresos obtenidos durante sus años laborales mas productivos, por lo que el precio correspondiente a actividades de recreación, no es muy relevante al momento de escoger un lugar, ya que para ellos existen otras variables más importantes.

Comodidad.- Esta variable representa una característica importante para las personas de 40 años en adelante, ya que la comodidad es primordial al momento de escoger un lugar para vacacionar, ya sea con su familia o sus amigos, sin embargo para las personas entre 20 y 40 años, son personas que van en busca de aventura y nuevas experiencias, por lo que la comodidad no es una variable que tenga una consideración importante al momento de elegir un destino turístico.

Atractivos turísticos.- Los atractivos turísticos del destino turístico son relevantes al momento de escoger un lugar turístico para las personas de 40 años en adelante, ya que son personas que disfrutan del paisaje y de la naturaleza en compañía de sus seres queridos y para las personas de 20 a 40 años es una variable que si es considerada pero no es la que más predomina al escoger un lugar turístico.

Actividades recreativas.- Esta variable tiene un grado de importancia considerable para los encuestados entre 20 y 40 años, ya que son personas que les gusta realizar actividades fuera de lo común, como actividades de ecoturismo, y hacer deportes de todo tipo, por lo contrario, las personas de 40 años en adelante ya no son personas tan aventureras y disfrutan más de un lugar con un paisaje hermoso y compañía agradable, y la mayoría recurren a estos lugares en busca de relajación y descanso.

<u>Distancia/Tiempo de viaje</u>.- Para lo encuestados mayores a 40 años es una variable muy importante al momento de emprender un viaje hacia algún destino turístico, ya que son personas que no pueden estar mucho tiempo viajando, y buscan algún lugar fuera de la ciudad, pero que no necesitan mucho tiempo para llegar a éste, por lo que Bucay es una excelente alternativa, ya que el viaje dura alrededor de 1 hora y media, y no necesita muchas horas de viaje para disfrutar de nuestros servicios como resort.

<u>Comida</u>.- Esta variable es relevante para los encuestados sin distinción de edad, es decir, para todos nuestros clientes potenciales es importante la comida al momento de escoger algún lugar como destino turístico.

5. Entre las siguientes actividades de eco-aventura, ¿cuál de éstas estaría interesado en realizar?

<u>Cuadro 8.</u> Tabla cruzada Preferencia de las actividades de eco-aventura vs. Edad

Actividades/Edad	20-40 años	%	40 en adelante	%
Rafting	200	100,00%	25	12,50%
Ciclismo/montaña	150	75,00%	70	35,00%
Observación/Aves	20	10,00%	125	62,50%
Caminatas (Trekking)	125	62,50%	100	50,00%
Cabalgatas	95	47,50%	150	75,00%
Baños naturales	40	20,00%	180	90,00%

Elaborado por: Silvia Cevallos

Esta pregunta se la realizó con el objetivo de poder determinar el grado de preferencia de nuestros turistas potenciales con respecto a las actividades que ofrece el resort y se segmento en base a la edad de nuestros clientes, por lo que se empleó una tabla cruzada para representar los resultados.

Clientes de 20-40 años.- Estos clientes son personas que por lo general debido a su juventud, prefieren actividades que se caracterizan por la aventura como deportes de riesgos como Rafting, Ciclismo de montaña, caminatas a las montañas (trekking), y cabalgatas, estas fueron las actividades más elegidas por estos clientes.

Clientes de 40 años en adelante.- Estas personas eligieron las actividades de menor riesgo, ya que son personas más conservadoras y que disfrutan de actividades relacionadas a la naturaleza, entre ellas las más optadas fueron la observación de aves, caminatas, cabalgatas y los baños naturales.

6. ¿Estaría usted interesado en que el resort campestre, brindara los siguientes servicios adicionales?

Cuadro 9. Tabla cruzada Preferencia de Servicios Adicionales del resort vs. Edad

Servicios Adicionales/Edad	20-40 años	%	40 en adelante	%
Fogatas a orillas del lago				
1-3 =Importante	120	60,00%	150	75,00%
4-6 = Menos Importante	80	40,00%	50	25,00%
Grupos de entretenimiento: música y baile				
1-3 =Importante	80	40,00%	125	62,50%
4-6 = Menos Importante	120	60,00%	75	37,50%
Concursos de Karaoke				
1-3 =Importante	125	62,50%	100	50,00%
4-6 = Menos Importante	75	37,50%	100	50,00%
Discoteca				
1-3 =Importante	180	90,00%	60	30,00%
4-6 = Menos Importante	20	10,00%	140	70,00%
Bar				
1-3 =Importante	160	80,00%	130	65,00%
4-6 = Menos Importante	40	20,00%	70	35,00%
Hamacarios				
1-3 =Importante	50	25,00%	180	90,00%
4-6 = Menos Importante	150	75,00%	20	10,00%

Elaborado por: Silvia Cevallos

Clientes de 20-40 años.- Entre los servicios adicionales que eligieron los encuestados entre estas edades con más frecuencia se encuentran: Discoteca, Bar, Concursos de Karaoke y Fogatas a orillas del lago, esta elección coincide con los intereses propios de la edad de estas personas.

Clientes de 40 años en adelante.- Estos clientes prefirieron los siguientes servicios adicionales: hamacarios, fogatas a orillas del lago, bar, grupos de entretenimiento (música y baile), estas actividades las eligieron en base a sus intereses ya que estas personas disfrutan de actividades en donde puedan compartir un momento agradable y relajado con sus seres queridos.

7. ¿Emprendería usted un viaje a Bucay, en un clima templado con un programa turístico en el que le ofrecen algunas de las actividades anteriormente mencionadas?

Cuadro 10. **¿Emprendería usted un viaje a Bucay, con un programa que le ofrezca las actividades antes mencionadas?**

RESPUESTA	# Personas	%
SI	295	73,75%
NO	105	26,25%
TOTAL	**400**	**100,00%**

Elaborado por: Silvia Cevallos

El 73,75% de las personas encuestadas estarían interesadas en visitar un resort campestre como "La Campiña Resort Club", por lo que debemos aprovechar esta oportunidad para promocionar nuestro servicio y hacerle conocer a nuestros clientes todas nuestras ventajas con respecto a otros lugares turísticos.

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un paquete turístico de 2 días 1 noche?

Cuadro 11. Precio del Paquete turístico

RESPUESTA	# Personas	%
$ 50 – 60	375	93,75%
$ 70- 80	25	6,25%
TOTAL	400	100,00%

Elaborado por: Silvia Cevallos

La mayoría de los encuestados decidieron que estarían dispuestos a pagar por un paquete turístico de 2 días y 1 noche alrededor de $50- 60 dólares, por lo que tendremos en cuenta esta información al momento de determinar los precios de los paquetes.

3.7.2 Conclusiones de la Investigación de Mercado

Al finalizar el estudio de mercado realizado podemos concluir lo siguiente:

❶ La encuesta fue realizada a nuestros dos mercados objetivos:

- ✓ **Personas jóvenes (20-40 años):** personas en busca de aventura y nuevas experiencias cuyos intereses van acorde a nuestro tipo de negocio, ya que como resort les ofrecemos todo tipo de actividades de eco-turismo, en donde pueden recrearse en un ambiente natural y olvidarse del stress de la ciudad.
- ✓ **Personas mayores de 40 años:** personas que desean disfrutar con sus seres queridos de unos días agradables y relajados en compañía de la hermosa naturaleza y paisajes que caracteriza a Bucay, y realizar actividades relacionadas con la naturaleza. como caminatas a las montañas, fogatas a orillas del lago, etc.

❷ Con lo que respecta a las preguntas de conocimiento de Bucay y de identificación de éste como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo, un porcentaje considerable de los encuestados no han tenido el placer de conocer Bucay y tampoco lo identifican como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo, por lo que debemos de emplear todos los recursos necesarios para dar a conocer este hermoso lugar por medio de la promoción de éste y de sus ventajas y características, es decir poder convertir a Bucay en un lugar preferido por nuestros clientes objetivos al momento de elegir un lugar para vacacionar.

❸ Las características que consideraron relevantes nuestros clientes potenciales al momento de escoger un lugar turístico como “La Campiña S.A.” dependen de la edad y de sus intereses, por lo que para poder satisfacer las necesidades de cada uno de estos segmentos, tenemos que prestar un servicio completo en el que podamos atender cada uno de sus requerimientos.

“La Campiña Resort Club” tiene que contar con las siguientes características: precio accesible dirigido al estrato medio alto a alto, comodidad y confort de nuestras instalaciones, atractivos turísticos, ofrecer actividades recreativas, proporcionar buenos buffets, y estar ubicados lejos del ruido de la ciudad pero a la vez cerca de ésta, para que el turista no tenga que viajar muchas horas para poder disfrutar de nuestros servicios.

❹ "La Campiña Resort Club" ofrecerá actividades recreativas para todas las edades y gustos, desde las más riesgosas para las personas aventureras hasta la más tranquilas pero igual de divertidas para las personas conservadoras como:

- ✓ Rafting
- ✓ Ciclismo de montaña
- ✓ Caminatas a las montañas (Trekking)
- ✓ Cabalgatas
- ✓ Observación de aves
- ✓ Baños naturales en lagunas y ríos

❺ Entre los servicios adicionales que brindaremos como resort podemos destacar los siguientes: Fogatas a orillas del lago, Grupos de entretenimiento: música y bailes, concurso de karaoke, y en nuestras instalaciones contaremos con un área social de discoteca, bar y hamacarios.

❻ Un porcentaje considerable de los encuestados estaría interesado en visitar un resort que ofrezca todos los servicios anteriormente mencionados, por lo que debemos aprovechar esta ventaja y dar a conocer nuestro resort, para posicionarnos en la mente de nuestros consumidores potenciales, como la mejor alternativa al momento de salir de la ciudad, y a la vez brindándoles calidad de servicios con precios accesibles.

CAPITULO 4

PLAN DE MARKETING

4.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING: El plan de marketing que se realizará tendrá por objetivo desarrollar las estrategias necesarias en el mercado para obtener la satisfacción del cliente, aprovechando las fortalezas de la empresa.

4.1.1 Objetivos Financieros:

- ✓ Realizar los estudios financieros necesarios para poder obtener la rentabilidad de crear un hotel campestre en el cantón de Bucay.
- ✓ Determinar el monto de la inversión necesario para poder desarrollar este proyecto.
- ✓ Estimar las ventas en base a la demanda potencial de este tipo de negocio.
- ✓ Determinar el periodo de recuperación de la inversión.

4.1.2 Objetivos de Mercadotecnia

- ✓ Realizar un estudio sobre las necesidades de los turistas potenciales y de los posibles servicios que podríamos prestar como Resort.

- ✓ Analizar las fortalezas y debilidades de nuestro servicio para poder maximizar nuestras fortalezas y minimizar nuestras debilidades, para que La Campiña Resort Club se convierta en el lugar de preferencia para los turistas.

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

- ✓ Formular el Plan de Marketing para posicionar a "La Campiña Resort Club" como lugar de preferencia para los turistas nacionales y extranjeros durante su estadía en Bucay.

MISION: Ofrecemos todas las comodidades de un resort, combinando la naturaleza y las actividades recreativas, para hacer de la estadía del turista, tanto nacional como extranjero un momento inolvidable e incomparable.

VISION: Convertirnos en el resort campestre preferido por los turistas nacionales y extranjeros en un plazo de 4 años.

4.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO: Se refiere a la forma en que se utilizarán las fortalezas de nuestra empresa para aprovechar las oportunidades atractivas que ofrezca el entorno.

4.2.1 Cuadro 12. Análisis FODA

FORTALEZAS:	DEBILIDADES:
Excelente ubicación: Bucay posee una naturaleza incomparable a la de cualquier zona del Ecuador, y hace de éste el lugar indicado para desarrollar un proyecto de este tipo, en el que el medio ambiente es el atractivo principal. **Actividades recreativas:** La Campiña Resort Club ofrecerá actividades recreativas al turista, para que pueda dejar a un lado el estrés de la vida cotidiana y el ruido de la ciudad. **Precios accesibles:** Capacidad para combinar precios medios con calidad de servicios. **Producción Agrícola y ganadera:** El rico suelo de esta región nos permite disponer de diversidad de cultivos como los cítricos, bananas, caña de azúcar, caña guadúa, también existen grandes extensiones de variados pastos propias para la ganadería, actividad que se ha convertido en la zona de mayor importancia de producción lechera. **Salud:** La mayor ventaja, es la salud física, mental y espirtual que le brindará el contacto con la naturaleza, haciendo parte de ella y disfrutándola.	**Falta de promoción:** con lo que respecta a Bucay, este cantón posee una hermosa naturaleza y algunos atractivos turísticos, pero no es un lugar muy visitado por los turistas, ya que no se ha explotado su imagen como lugar turístico del Ecuador. **Clima:** En Bucay existen dos temporadas: una seca y una lluviosa. En la temporada lluviosa los campos permanecen siempre verdes, pero también la humedad atrae a los insectos, por lo que para esta época del año los turistas tienen que llevar repelentes y esto es un poco incómodo para ciertos turistas. **Temporada baja:** Con lo que respecta a los meses de Enero a Mayo, está es una temporada baja para el negocio, ya que un porcentaje importante de los turistas prefiere la playa como lugar turístico.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Bucay constituye un atractivo turístico nacional y mundial. **Crecimiento del sector hotelero:** La incorporación de nuevos hoteles y resorts en la región, cubrirá la demanda futura, creando un clima de mayor competitividad. El **Municipio de Bucay**, está analizando varias propuestas para desarrollar y fomentar el turismo de la zona, y esto nos beneficiará como resort ya que incrementarán nuestra demanda potencial. **Inventario de la planta turística:** Se realizó un inventario de la planta turística que posee Bucay, en lo que respecta al alojamiento, se puede indicar que existe 1 Hostería, 2 Hoteles y 1 pensión; casi todos estos lugares ofrecen sólo lo que es hospedaje, cabe mencionar que para el servicio de alimentación existen alrededor de 12 restaurantes y un restaurante de comidas rápidas, y que en su mayoría no cumplen con todo lo reglamentario. Como lugares de esparcimiento se puede citar que hay 3 discotecas y un karaoke, por lo que esto representa una ventaja para nuestro proyecto, ya que nosotros brindaremos un servicio completo como resort: hospedaje, alimentación y actividades recreativas y de esparcimiento.	**Estación invernal:** puede causar daños en ciertas vías para llegar a Bucay. **Preservar la naturaleza:** No tomar las necesarias medidas preventivas. que ayuden a conservar la hermosa naturaleza. **Disminución del flujo turístico hacia el Ecuador:** Esto constituye una gran desventaja para atraer al turista extranjero debido a la inseguridad que persiste actualmente en el Ecuador, **Altas tasas de interés:** constituyen un limitante para realizar inversiones para este tipo de proyecto, en el que la deuda es a largo plazo, y debido a esto existe incertidumbre al momento de proyectar los flujos futuros, por lo que el riesgo de invertir en este sector es alto. **Deficiente infraestructura en vías**, servicios básicos y comunicaciones. **Excesivos impuestos** y derechos que paga el sector.

Elaborado por: Silvia Cevallos

4.3 MERCADO OBJETIVO DEL PROYECTO

El mercado potencial está conformado por diferentes grupos de clientes con diferentes motivaciones, preferencias, necesidades y con percepciones distintas.

Mercado Potencial: Conformado por clientes potenciales que buscan otras alternativas de recreación y tener contacto con la naturaleza, familias guayaquileñas y de la sierra (Riobamba y pueblos cercanos), otro grupo de clientes potenciales son los extranjeros que buscan en el Ecuador alternativas de distracción, aventura y naturaleza.

4.4 SEGMENTO DE MERCADO: Con objetivo de tener éxito en el sector hotelero y turístico, hemos decidido segmentar nuestro mercado en dos tipos de clientes potenciales, para poder satisfacer las necesidades de estos dos grupos y poder servirles con provecho y mejor que nuestros competidores potenciales.

4.4.1 Macrosegmentación

El mercado al que se dirige el proyecto será en cuanto a su uso final, para la distracción y recreación que se puede brindar en un negocio de hostelería, especialmente del tipo vacacional en el que se ofrezca actividades de eco-turismo, aprovechando la naturaleza que caracteriza al cantón Bucay.

Nuestro servicio será dirigido a un grupo de personas, ya sean familias o amigos, de poder adquisitivo medio alto a alto.

4.4.2 Microsegmentación

"La Campiña Resort Club" está orientada a satisfacer las necesidades más exigentes de personas de estrato medio-alto, alto que buscan alternativas de entretenimiento, descanso y salud, para una mejor salud física, mental y espiritual de la familia. Con personalidad inquieta, activa, visionarios, que se preocupan por el bienestar familiar. Nuestro grupo objetivo busca principalmente diversión, distracción, descanso y comodidad. Con ingresos superiores anuales a $ 2,000.00

Clientes objetivo:

- Parejas jóvenes o grupos de amigos, ya sean de Guayaquil o de la sierra, interesados en realizar actividades de eco-turismo y aventura.
- Personas mayores, ya sean matrimonios o de la tercera edad, que desean salir para descansar y disfrutar del campo junto con su familia, especialmente los nietos.

4.5 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento de la **"La Campiña Resort Club"** se centrará en la **diferenciación** del servicio, es decir, brindaremos servicios adicionales a los de un hotel, no sólo hospedaje sino actividades de eco-turismo y de aventura relacionadas con la naturaleza, y todas las comodidades propias de un resort como alimentación y lugares de entretenimiento, para que su estadía en nuestro hotel resort campestre sea inolvidable e incomparable a la de otros hoteles de la zona, y así convertirnos en su primera opción al momento de tomarse unos días de descanso fuera del ruido y del stress de la ciudad.

En el sector donde se desarrollará el proyecto existen actualmente 2 hoteles que prestan el servicio de hospedaje de primera categoría según la clasificación asignada por CETUR, estos hoteles no se consideran competencia directa del hotel resort por cuanto no atienden al mercado objetivo que busca el proyecto. Esto nos da una ventaja para el posicionamiento con respecto a nuestro grupo objetivo.

4.5.1 Declaración del Posicionamiento

Un proyecto espectacular, fuera de lo común, con un cuidado manejo del paisajismo, con jardines tropicales, que representa una alternativa para las personas que les gusta disfrutar de la vida campestre, pero con las comodidades de la ciudad.

- **"La Campiña Resort Club"** le ofrece un agradable descanso junto a lo suyos en armonía con la naturaleza, disfrutando de sus paisajes, flora y fauna.

4.5.2 Matriz Importancia – Resultados

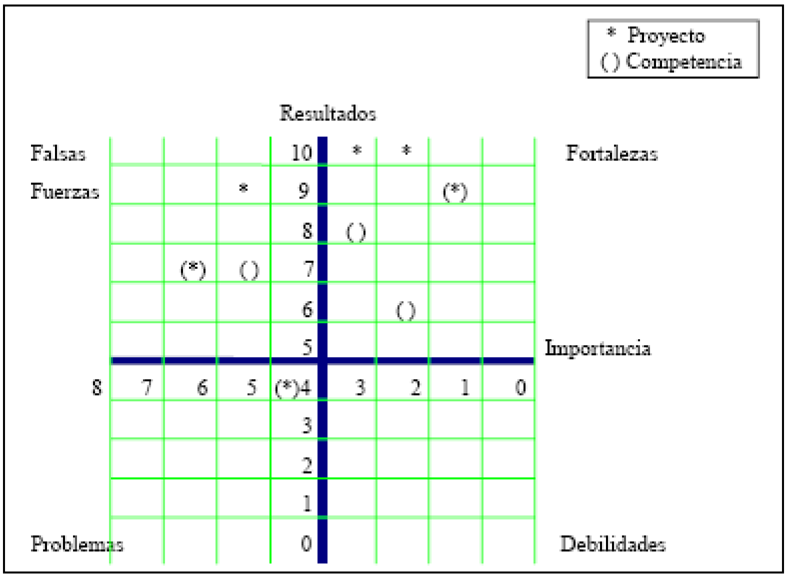
A continuación se presenta una matriz en donde se destacan algunas ventajas del resort frente a la competencia local de la zona:

Cuadro 13. Matriz Importancia – Resultados de "La Campiña Resort Club" frente a los otros hoteles ubicados en Bucay.

Atributos	Proyecto	Competencia
1. Precio	9	9
2. Calidad (servicio)	10	6
3. Ubicación	10	8
4. Imagen	4	4
5. Personal calificado	9	7
6. Efecto experiencia	7	7

Elaborado por: Silvia Cevallos

<u>Gráfico 5.</u> Matriz Importancia – Resultados de "La Campiña Resort Club" frente a los otros hoteles ubicados en Bucay.



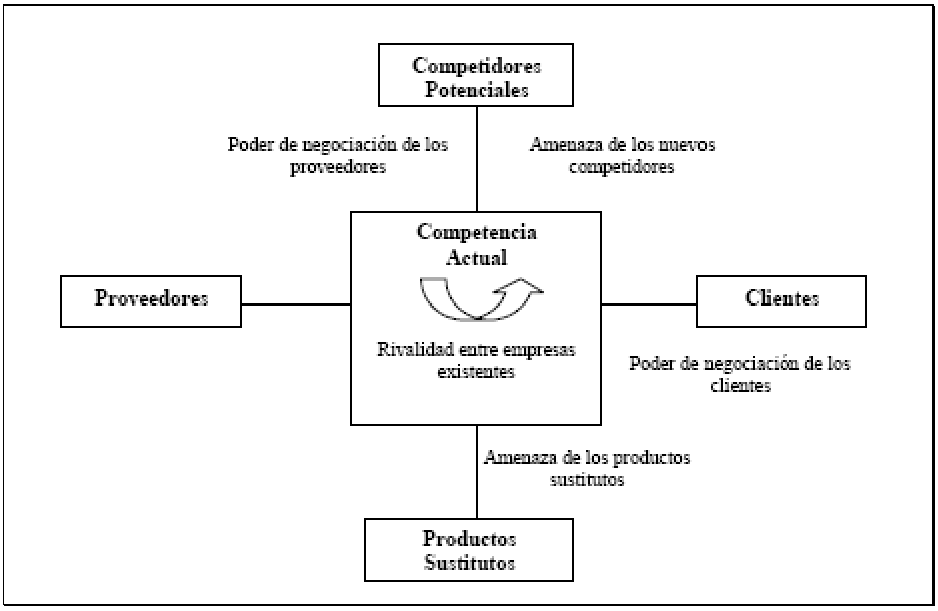
Elaborado por: Silvia Cevallos

- Entre las fortalezas de **"La Campiña Resort Club"** podemos destacar su estrategia para combinar precios accesibles para el segmento objetivo y niveles de calidad en servicio muchos más altos frente a los de la competencia, por lo cual sus estrategias van a ser enfocadas a comunicar esta ventaja.
- La ubicación del proyecto es un lugar estratégico, debido a que en sus alrededores podemos disfrutar y contemplar todos los atractivos naturales de Bucay, ya que cerca de nuestras instalaciones se encuentran los senderos para las caminatas a las montañas y los lagos y cascadas que caracterizan al cantón, por lo que aprovecharemos esto como una de las principales ventajas diferenciales del proyecto.
- La imagen es una de las debilidades en las que debemos de emplear nuestros esfuerzos y recursos para introducir nuestro servicio por medio de campañas publicitarias, ya sea en prensa escrita o televisiva.

- Con lo que respecta al personal capacitado se tiene falsas fuerzas debido a que los clientes perciben que un hotel 5 estrellas implica tener un buen personal, por lo que no consideran importante tener mucha información sobre este tema.
- El efecto experiencia de la industria hotelera nacional, también es una falsa fuerza ya que los clientes no se preocupan de que tan adelantado este el país en general con respecto a esta actividad, lo que les interesa es tener un servicio de calidad al momento de su estadía.

4.5.3 Situación Competitiva – Análisis de Porter

Figura 7. Análisis de Porter



Elaborado por: Silvia Cevallos

- **Proveedores.-** Se tendrá un cierto poder de negociación con respecto a la mayoría de estos, pues en este mercado van a existir una cantidad de oferentes, por lo que puede resultar fácil obtener mejores precios.
- **Los clientes.-** son básicamente nuestro grupo objetivo. Tendrán cierto poder de negociación o podrán ejercer alguna presión sobre los precios del servicio, ya que tienen la ventaja de poder comparar precios y tarifas en otros hoteles locales.
- **Competencia actual.-** entre nuestros competidores se encuentran dos hoteles que están ubicados en Bucay, pero no representan una competencia agresiva, ya que no se dirigen al mismo mercado meta que nosotros, ya que mas que un hospedaje nosotros brindamos actividades recreativas y todas las comodidades de un resort, por lo que no van a ejercer ningún tipo de presión con respecto al precio o a la calidad del servicio.
- **Competidores potenciales.-** son aquellos hoteles de igual magnitud y que ofrecen el mismo tipo se servicios que se encuentran en la ruta de Bucay a Pallatanga, que pueden representar una amenaza para nuestros clientes potenciales que provienen de la sierra, ya que por motivos de distancia, y similitud de servicios van a preferir estos resorts.
- **Productos sustitutos.-** se tiene a los otros tipos de hospedaje, es decir como los hoteles con los que cuenta actualmente Bucay, que no poseen muchas actividades recreativas, pero brindan el servicio de hospedaje y alimentación, ya que algunas actividades de eco-turismo se las puede realizar independientemente, sin que estén incluidas en los servicios del hotel, como las caminatas a las montañas.

4.6 MARKETING MIX

Con el objetivo de producir la respuesta deseada en el mercado meta, la empresa ha decidido combinar de la siguiente manera las herramientas tácticas del marketing controlables conocidas como las "cuatro pes":

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

4.6.1 Producto

Nuestra oferta de servicios es brindar calidad de servicios como resort, y así diferenciarnos de la competencia, y esto se logrará en base a nuestras instalaciones físicas, personal capacitado y material de comunicación y promoción.

"La Campiña Resort Club" tambien ofrecerá confort, buen gusto, descanso, relajación, contacto con la naturaleza y convivencia familiar junto a una cultura diferente.

En cuanto a las instalaciones físicas del hotel estas incluyen:

- **Bar**/**Restaurant**//**Discoteca**/**Karaoke:** El resort contará con una zona para atender y entretener a sus clientes como se lo merecen, estará dividido en cuatro ambientes, el primero dirigido al sector del bar, para que se puedan deleitar con una de nuestras bebidas especiales preparada por nuestro barman, el sector del restaurant en donde ofreceremos platos típicos a su elección, y por último los dos sectores de entretenimiento del resort la discoteca/karaoke en el que nuestros huéspedes podrán pasar un momento agradable en las noches divirtiéndose en compañía de sus seres queridos.

- **Otros servicios:** contaremos con una Piscina, cancha de volley, lavandería, camareras, recepción, cafetería, actividades de eco-turismo organizadas por la empresa contratada especializada en estos servicios. Servicio al cuarto las 24 horas del día, estacionamiento para automóviles.
- **Atracciones locales:** cascadas, lagos, producción agrícola y ganadera, fauna, senderos para cabalgata, arborización, reserva ecológica y bellos jardines tropicales.
- **Habitaciones simples y dobles:** ofreceremos 10 cabañas al inicio del proyecto, que se irán incrementando en el futuro dependiendo de la demanda potencial. Contaremos con dos tipos de cabañas, las dobles y simples.
  - **Cabaña simple:** Cuenta con mesa, baño (1 lavamanos, 6 toallas, papel higiénico, shampoo, rinse, jabón), TV de 14 pulgadas a color con cable, 1 cama de 2 plaza (sabanas y sobrecama), aire acondicionado, 2 veladores, 2 lámparas, teléfono, silla, mesa, persianas, servicio de camarera 2 veces al día, armario con 6 armadores y cajones, toallas adicionales, secador de pelo, mini-bar.
  - **Cabaña doble:** Cuenta con mesa, baño (2 lavamanos, 6 toallas, papel higiénico, shampoo, rinse, jabón), TV de 14 pulgadas a color con cable, 1 cama de 2 plazas (sabanas y sobrecama) 1 cama litera de 1 ½ plaza, aire acondicionado, 2 veladores, 2 lámparas, teléfono, silla, mesa, persianas, servicio de camarera 2 veces al día, armario con 6 armadores y cajones, toallas adicionales, secador de pelo, mini-bar.
- **Restaurante:** Cuenta con 20 mesas de madera labradas, 80 sillas, cubiertos, vajillas, cuadros hechos por artistas nacionales, persianas, baño, piso de madera.
- En lo que respecta al personal todo será dirigido por personal capacitado para las diferentes áreas de atención en el resort, para que puedan brindar un servicio rápido, cortés y siempre con una atención personalizada a los clientes.

<u>4.6.2 Precio</u>

En la determinación del precio de nuestros servicios se consideró que debido a que nuestra estrategia está enfocada en la diferenciación, para poder lograr ofrecer servicios de calidad, debemos de establecer precios que nos ayuden a cubrir los costos para poder satisfacer las necesidades del turista más exigente, por lo que nuestros clientes meta tendrán el poder adquisitivo suficiente para acceder a nuestros servicios.

Los parámetros que se utilizaron para establecer los precios fueron:

- En base a los precios de los paquetes que ofrece la competencia.
- **Forma de determinarlo**: El precio está calculado en función de los costos fijos y variables del resort, rendimiento esperado del inversionista, precios de la competencia nacional, así como también influyeron la situación política y económica del destino turístico y las temporadas altas y bajas del negocio.

  - **Descuentos:** Se ofrecerán descuentos por grupos que utilicen mínimo 6 cabañas, del 10% sobre el precio de las habitaciones.
  - **Periodo de pago:** Los clientes podrán pagar en efectivo o con tarjetas de crédito obteniendo en este último un crédito de 30 días sin intereses.

A continuación se detalla los precios de los servicios hoteleros que se brindarán en el resort:

<u>Precios Nominativos:</u>

- **Cabañas:**
  - Simples → 25 dólares
  - Dobles → 40 dólares
  - Triples → 50 dólares

- **Restaurante: Comidas típicas ecuatorianas**
  - **Cafetería:** Continental ⟶ $ 4
    Americano ⟶ $ 6
    Buffet ⟶ $ 8.5
  - **Restaurante : Menú de Almuerzo ⟶ $ 7**
    Menú de la cena ⟶ $ 8
- **Paquetes:** Se ofrecen paquetes turísticos ya sea para grupos familiares o de amigos:

- <u>**“Campiña” Full day (1 día): ($30) (No incluye opcionales)**</u>

Programa Incluye:

- ✓ 1 piqueo campesino con delicioso chocolate caliente
- ✓ 1 almuerzo tipo menú
- ✓ 1 caminata dirigida a las montañas, cascada, con observación de flora y aves
- ✓ Uso de instalaciones
- ✓ Consumo de agua ilimitado
- ✓ Cabalgatas

Opcionales:

- ✓ Deportes extremos: parapente

- <u>**“Campiña” Weekend Camping (2 días 1 noche) ($ 80) (No incluye opcionales)**</u>

Programa Incluye:

- ✓ 1 noche de alojamiento en cabañas cuádruples
- ✓ 1 desayuno campesino con frutas
- ✓ 2 almuerzos tipo menú con ensaladas
- ✓ 1 cena tipo menú

- ✓ 1 caminata dirigida a las montañas, cascada, con observación de flora y aves
- ✓ Uso de instalaciones
- ✓ Karaoke o fogata
- ✓ Consumo de agua ilimitado

Opcionales:

- ✓ Deportes extremos: parapente

4.6.3 Plaza- Canales de Distribución

Para distribuir nuestro servicio, se contará principalmente con las agencias de viajes nacionales, para darnos a conocer como lugar turístico, esta será una de nuestras principales herramientas para llegar a nuestros consumidores meta.

También se consideró la posibilidad de participar de las actividades de promoción turística organizadas a nivel nacional, como ferias, exposiciones, conferencias entre otros eventos.

Adicionalmente se publicará una página de Internet del resort, en la cual se describa los servicios que ofrecemos como resort, y se brindará las facilidades necesarias para poder realizar las reservaciones por esta vía, cotizando precios de los paquetes turísticos y las actividades y servicios que incluye cada uno.

4.6.4 Promoción- Comunicación

Debido a la alta influencia que ejerce la comunicación en las ventas. Es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer a **"La Campiña Resort Club"** a sus clientes potenciales.

Para la mezcla promocional, se utilizarán las siguientes, por considerarlas las más óptimas para comunicar nuestros servicios:

- Publicidad
- Publicidad no pagada
- Merchandising visual (folletos y afiches)
- Relaciones Públicas
- Venta personal

4.6.4.1 Publicidad

"La Campiña Resort Club" en su fase inicial en junio 2008, arrancará su promoción por medio de las agencias de viajes nacionales.

El material publicitario que se presente a continuación es sólo de apoyo para una mayor difusión de nuestros servicios y para la captación de nuestros clientes meta.

Se realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: Ubicación, precios, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y de eco-turismo, contacto con la naturaleza que caracteriza al cantón de Bucay y el enfoque familiar.

La campaña se otorgará a una agencia publicitaria, que se encargará de crear una manera más eficiente de comunicar los servicios del resort.

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

- **Revistas especializadas de negocios y periódicos nacionales**: Se harán publicaciones en las revistas nacionales como Pacificard, América Economía, y en revistas especializadas en turismo y en deportes de aventura, adicionalmente se aprovechará los artículos en los periódicos nacionales de mayor circulación en el mercado que se refieran al turismo en el Ecuador para presentar al mercado una nueva opción para recrearse en compañía de la naturaleza. El costo aproximado de estas publicaciones que se realizarán dos veces al año será aproximadamente de US$ 2.500,00 anuales.
- **Guías del Viajero**: **"La Campiña Resort Club"** estará presente en las principales guías del viajero que se publican en el país como " El ABC del Viajero", etc., el costo aproximado de suscripción es de US$ 5,00 y las publicaciones especiales de ¼ de página con gráfico tienen un valor de US $ 200,00 que se harán en los meses de junio, noviembre y diciembre de todos los años en operación. Costo aproximado US $ 1.300,00.
- **Agencias de Viajes:** Se entregarán catálogos en 10 agencias de cada ciudad que se consideran objetivos de mercado como: Quito, Riobamba, Cuenca y Guayaquil. También se les entregará material de video. Costo aproximado US$ 14.000,00 anuales.
- **Internet:** Se utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico y el que mejor comunicación del resort puede prestar después de las agencias de viaje. Por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de nuestros clientes potenciales, hacer reservaciones, descuentos y

ofrecer toda información necesaria sobre el resort y sus servicios. Costo aproximado US$ 100,00 anuales.

4.6.4.2 Publicidad No pagada

En este enfoque publicitario, no se tendrá que invertir dinero, debido a que los encargados de esta promoción sin costo son los medios de comunicación, al realizar comentarios, avisos, anuncios, reportajes del hotel resort campestre. Se tratará de captar medios de comunicaciones nacionales e internacionales como al programa de “La Televisión” de Ecuavisa, ya que este programa se dedica a reportajes de turismo y de zonas del Ecuador que no son muy visitadas por la población, debido a su falta de promoción, y se les invitará a pasar una estadía de una noche y 2 días en el resort, mientras realizan el reportaje. Costo aproximado US$ 1.000,00 anuales.

Este tipo de publicidad, ayudará a conseguir el posicionamiento deseado en la mente de los consumidores. Además de mantener y mejorar la imagen del proyecto.

4.6.4.3 Comercialización (Merchandising)

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

- Folletos
- Videos ilustrativos
- Fotografías del proyecto

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

4.6.4.4 Relaciones Públicas

El crear una aceptación por parte de la comunidad, es primordial. Objetivo que se buscará conseguir con el uso de las Relaciones Públicas.

Es importante contar con un departamento encargado de establecer vínculos no sólo con los clientes, sino también con miembros de la comunidad, ya que juegan un papel importante en el proceso de adquirir y mantener de calidad sólida. Por esto la administración del resort debe trabajar y ser solidaria en obras comunitarias como siembra de árboles o cualquier actividad relacionada con el medio ambiente y su preservación. Costo aproximado US$ 3.200,00 anuales.

4.6.4.5 Venta Personal

Se contará con una fuerza de ventas agresiva con miras a incrementar la distribución de los servicios del hotel, y además ayudarán a captar nuevos clientes por medio de la venta personal.

La labor se verá limitada básicamente al mercado nacional, puesto que el mercado internacional será cubierto principalmente por las agencias de viajes. Costo aproximado US $ 6.000,00 anuales,

4.6.5 Presupuesto para la promoción de "La Campiña Resort Club"

A continuación se presenta un presupuesto para la comunicación del resort con sus respectivos rubros destinados a publicidad, folletos, relaciones públicas, y ventas personales para el año 2008.

Cuadro 14. Presupuesto de la Comunicación del Resort

Presupuesto Anual de Comunicación (Año 2008)

Detalle	Precio US $	Porcentaje (%)
Revistas	2.500,00	0.09
Guías de Viajero	1.300,00	0.05
Agencias de Viajes	14.000,00	0.50
Internet	100,00	0.004
Publicidad No Pagada	1.000,00	0.04
Relaciones Públicas	3.200,00	0.11
Ventas Personales	6.000,00	0.21
Total	28.100,00	1

Elaborado por: Silvia Cevallos

CAPITULO 5

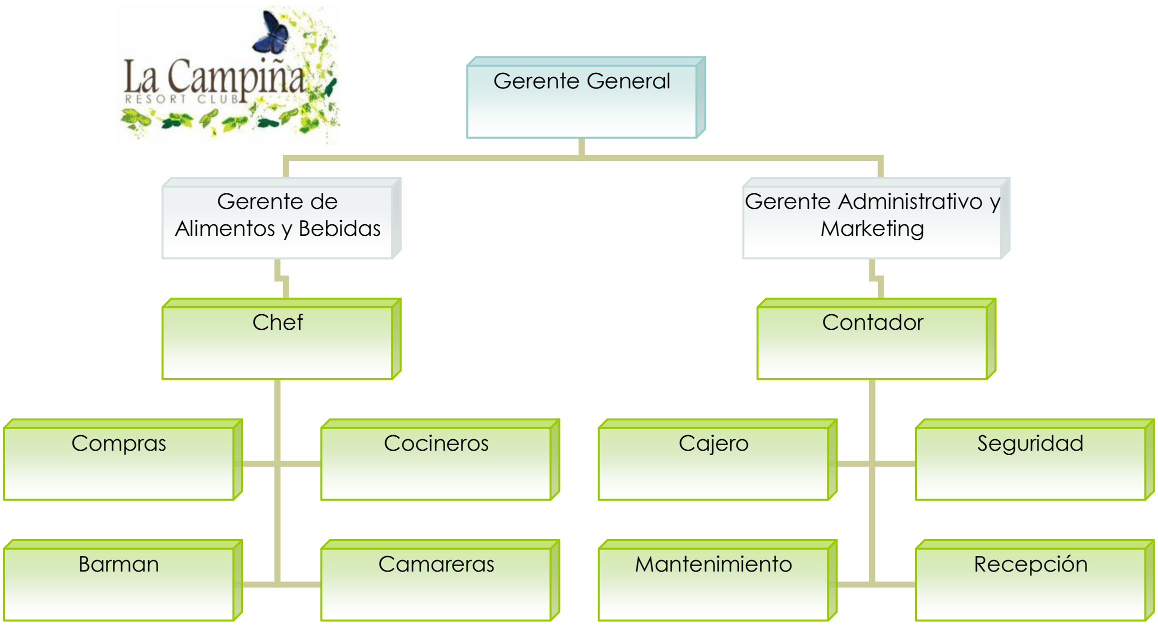
ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de "La Campiña S.A." estará conformada por los siguientes mandos altos, y estos a la vez contarán con personal que les colaborará en cada unos de éstas áreas, y adicionalmente las actividades de ecoturismo serán concesionadas a otra empresa.

- Gerente General
- Gerente Administrativo y Marketing
- Gerente de Alimentos y Bebidas
- Empresa contratada para actividades de ecoturismo.

Gráfico 6. Estructura Organizacional de "La Campiña Resort Club"



Elaborado por: Silvia Cevallos

Las responsabilidades y funciones de cada uno de los miembros de la empresa, se detallan a continuación:

Gerente General.- El gerente general va ser nombrado por la junta de accionistas, y será uno de ellos, que estará encargado de supervisar todo el negocio, es decir, que adicionalmente al derecho de recibir utilidades como accionista, recibirá un sueldo mensual fijo correspondiente a su labor como administrador.

Gerente de Alimentos y Bebidas.- Sus funciones serán las de coordinar y vigilar que todo proceso con respecto a la preparación de los alimentos y bebidas para nuestros huéspedes, sean bajo los estándares de calidad y sanidad de nuestro resort. Adicionalmente deberá administrar a su personal subordinado para que realicen el trabajo de manera óptima.

Chef.- Esta persona será la encargada de decidir los tipos de menús que se ofrecerán en el restaurante del Resort, para que estos sean del gusto de nuestros turistas y a la vez coordinará con los cocineros para preparar los alimentos.

Cocineros.- Serán los encargados de preparar las comidas según lo acordado con el chef.

Compras.- Esta persona se dedicará ha realizar las compras semanales de los alimentos que se necesitarán para los diferentes menús.

Barman.- Se encargará de atender a nuestros huéspedes preparándoles las bebidas a su elección.

Camareras.- Serán las personas encargadas de servir a nuestros huéspedes, ya sea en la sección del Bar/restaurant, así como también cualquier servicio a la habitación.

Gerente Administrativo y Marketing.- Esta persona será la encarga de supervisar y controlar todo proceso contable del proyecto, es decir, deberá vigilar que toda cuenta se lleve de manera adecuada, y para esto se apoyará en su personal como el contador y la cajera.

Adicionalmente estará encargado de las ventas y de la publicidad del resort, para atraer más clientes utilizando todos los medios descritos en el capítulo de marketing con el fin de comunicar a nuestros clientes potenciales todas nuestras ventajas y atractivos turísticos, es decir, uno de sus objetivos será posicionar al resort en la menta de nuestros turistas potenciales, como su lugar de preferencia para recrearse en el medio ambiente natural que caracteriza a Bucay.

Contador.- Se encargará de llevar toda la contabilidad del resort, para poder suministrarle todo los reportes necesarios al gerente administrativo, y así poder llevar un control de las finanzas de la compañía.

Cajero.- Es la persona encargada de cobrar y registrar todos los ingresos del resort, así como también administrar la caja, para la cancelación de todos los gastos que necesite realizar La Campiña.

Seguridad.- Serán los encargados de resguardar as instalaciones del resort, para asegurarles a los huéspedes una estadía tranquila.

Mantenimiento.- Se dedicarán a supervisar y realizar todo trabajo necesario, para que las instalaciones del resort estén a la altura de las necesidades del turista.

Recepcionista.- Será la persona de recibir nuestros huéspedes e indicarle todos los detalles, para poder brindarle una estadía acorde a las exigencias de nuestros clientes potenciales.

CAPITULO 6

ESTUDIO TECNICO

6.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

"La Campiña Resort Club" estará ubicada en la Provincia del Guayas, entre Bucay y Naranjito Km. 80 a una hora y media aproximadamente de Guayaquil, rodeada de un maravilloso ecosistema, donde se puede disfrutar de la tranquilidad que brinda la naturaleza de Bucay, complementada con la comodidad de los servicios y estructura que tendrá el proyecto.

Características:

- El proyecto se entregará con portón de ingreso para el Hotel.

- Las vías, servicios públicos, senderos para caminar y montar a caballo, bicicleta, cuentan con servicio eléctrico de Bucay y una planta de emergencia. Agua potable y pozo séptico.

- En terreno de tres hectáreas (30.000 m2) promedio se desarrollaran 10 cabañas para hospedaje de nuestros huéspedes y todas las demás instalaciones necesarias para el resort, como canchas múltiples, piscina, área social (discotec, bar, restaurante, karaoke), adicionalmente los jardines y áreas verdes.

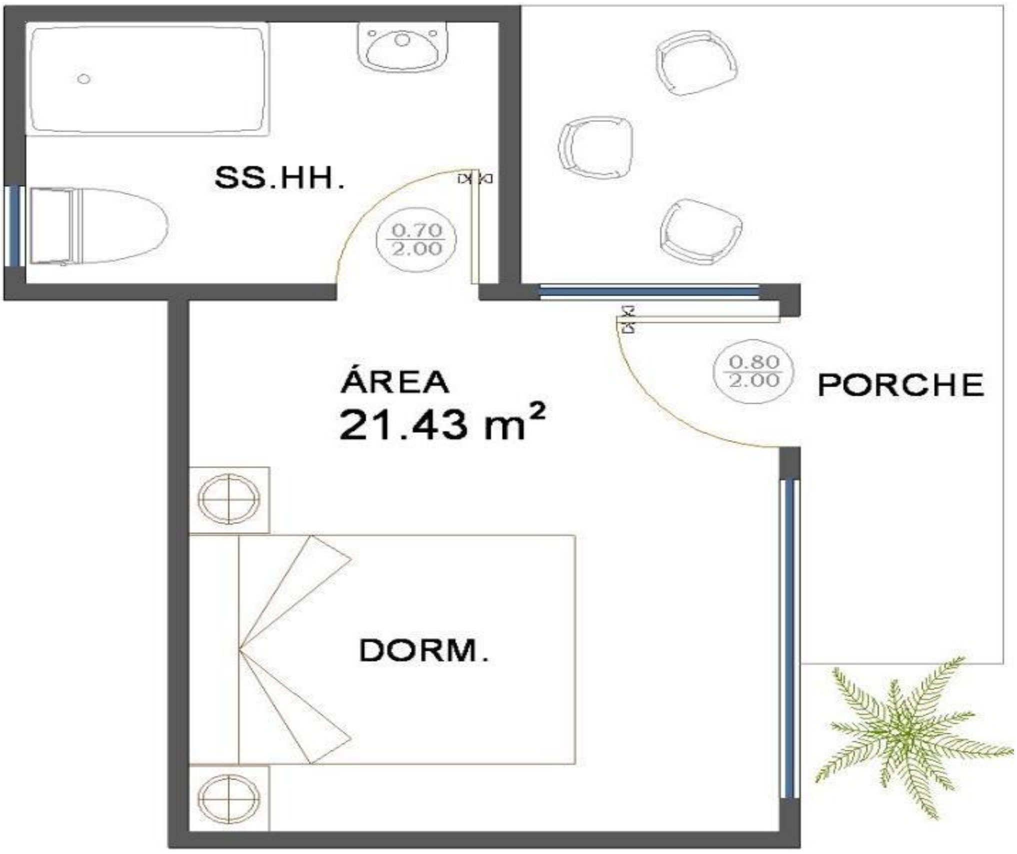
- Cabañas: El resort contará con 10 cabañas divididas de la siguiente manera. 5 serán habitaciones matrimoniales (capacidad para 2 personas), las cuales tendrán en su interior su respectivo baño como también un porche en la entrada lo que permitirá el contacto con la naturaleza y demás instalaciones del resort club. El área de éstas a será 21.43 m2. Las 5 cabañas restantes con capacidad para 4 personas tendrán un área de 35.47 m2 lo que incluye dos dormitorios, un baño, sala de estar y porche en su exterior.

Tabla 3. Capacidad de Cabañas del Resort

Cantidad	Tipo	Plazas (máx)
5	Cabañas Matrimoniales	**10**
5	Cabañas familiares	**20**
	Total huéspedes	**30**

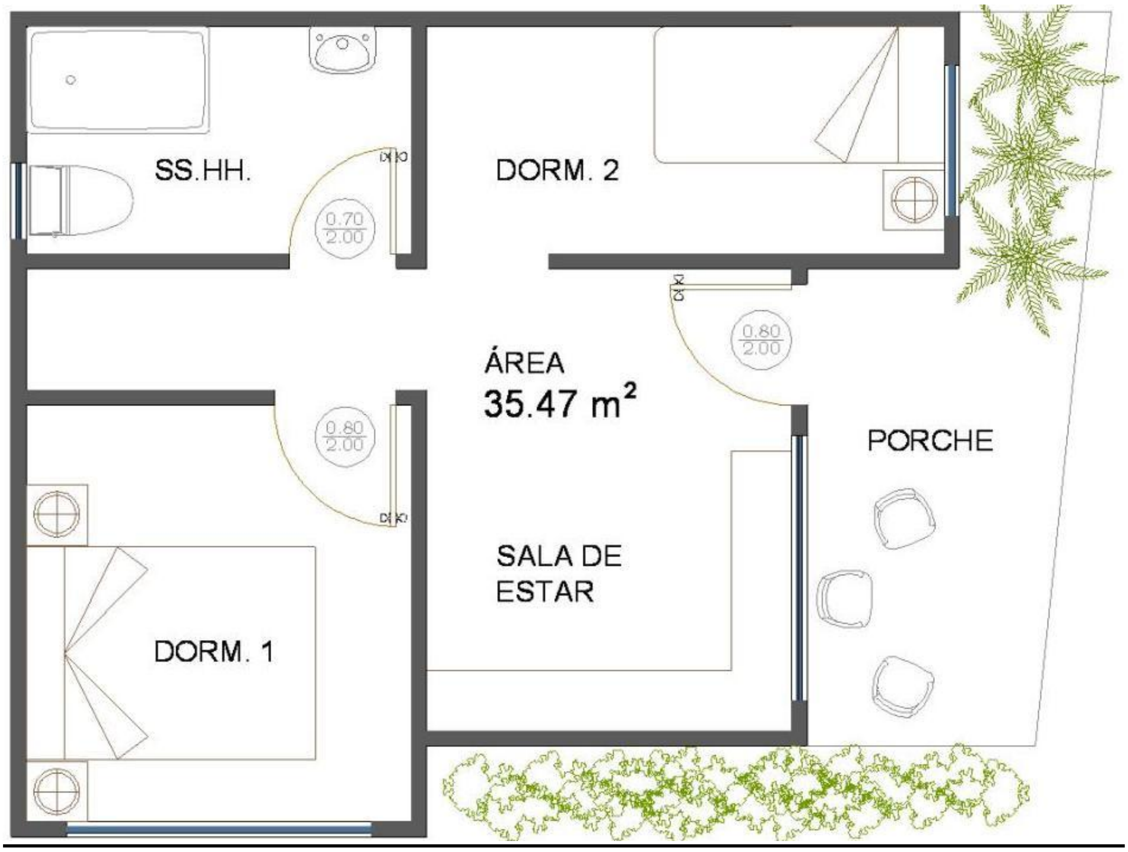
Elaborado por: Silvia Cevallos

Figura 8. Cabañas Matrimoniales



Elaborado por: Arq. Natalie Wong

<u>Figura 9.</u> Cabañas Familiares



Elaborado por: Arq. Natalie Wong

6.2 DATOS GENERALES DE LA OBRA: “LA CAMPIÑA RESORT CLUB”

Diseño y Estudios

Arquitectura	Inmocost, Arq. Roberto Pazmiño
Suelos	Cevaconsult
Estructuras	Ing. Ricardo Armijos
Electricidad	Ing. José Collado
Sanitarios	Inmocost, instalasa

Contratistas de Construcción

Cabañas e Instalaciones	Gapa, Varabo
Jardinería	Jardín Botánico
Vías	Maquisup
Alcantarillas	Maquisup
Topografía	Ing. Luis Baños

Estas serán las Compañías y Contratistas a cargo de la obra de construcción del resort, deberán dominar el área local, conseguir mano de obra barata, obtener toda la infraestructura manual en cuanto a empleados, y contar con alguien especializado en trámites de permisos e impuestos, para poder dar ejecución a la obra sin ningún inconveniente.

6.3 TRABAJOS A EFECTUARSE PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL RESORT

1. Compra de Solar A: 30.000 mts2 a US $ 4.00 c/m2 = US $ 120.000,00. Tiempo de ejecución: 6 meses.

2. Delimitación del terreno y ubicación del lote: Para trazar el lote, marcamos primero sus colindancias y la línea de construcción utilizando una cuerda y cercas colocadas en los vértices o esquinas. 8

3. Preparación del terreno: Delimitado el terreno, limpio de basuras y maleza, se procederá a su nivelación quitando la capa de tierra vegetal y eliminando lomas y obstáculos que dificulten el trazado del resort.

4. Topografía y tipo de terreno: Antes de iniciar las obras, debemos asegurarnos de que el terreno es apto para la construcción del modelo de resort escogido, y que se ajusta a la forma y tamaño del lote.

5. Construcción de cabañas e instalaciones resort: iniciar la construcción de las 10 cabañas con dos contratistas Gapa y Varabo, con todas las comodidades, 5 cabañas simples y 5 dobles. Adicionalmente construcción de las instalaciones del resort, como piscina, canchas de volley, área social (bar, restaurante, discoteca).

6. Dotación Jardinería: Construcción de los jardines y la finca orgánica. Este trabajo será realizado por Jardín Botánico.

7. Permisos: Tramitar todos los permisos e impuestos necesarios para poder ejecutar la obra.

8. Ingreso/Portón: Construir el portón de ingreso al Hotel.

9. Vías, Instalaciones Eléctricas y Sanitarias, a cargo de Maquisup, Ing. José Collado e Inmocost, respectivamente.

10. Lotización: Desbroce y Limpieza, Trazado y Replanteo, Lastrado, instalación eléctrica, sanitaria y sistema de bombeo

11. Obras de defensa: Con el objeto de precautelar las instalaciones existentes y no causar potenciales daños a las obras es necesario la construcción de muros de escolleras que tendrán por objeto precautelar las futuras avenidas de la posible crecida de los Ríos Chagüe y Chimbo.

Con una buena consultoría se podrá determinar la altura que puede alcanzar la cota de la creciente del Río, pronosticar potenciales inundaciones y determinar la intensidad de la misma y poder diseñar con absoluta seguridad la altura y espesores de los muros de contención. En esta fase debe de estudiarse el río aguas arriba, limpiar su cauce y sus riberas así como garantizar la salud y abundancia de la flora y fauna local.

6.4 DISTRIBUCIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS AREAS DEL RESORT

El resort tendrá un área de construcción total de 1.800 m2 en la tabla a continuación se detallará los respectivos tamaños de cada área del hotel.

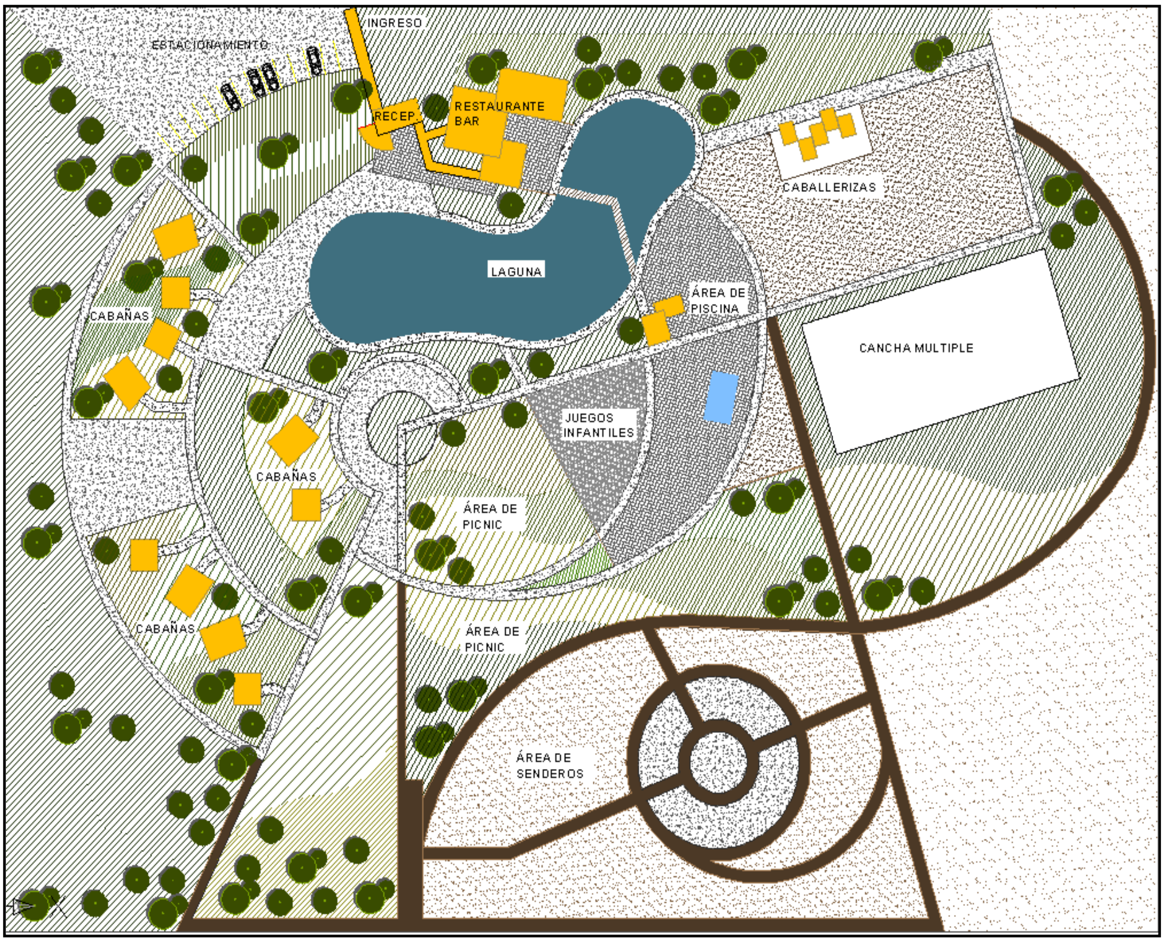
Cuadro 15. Distribución de áreas del resort y tamaño de cada área

Códigos	AREAS DEL RESORT	Unidad	Tamaño
200	Portón de Ingreso	m²	80,00
205	Hall de Ingreso	m²	35,00
210.1	Cabañas Simples	m²	107,15
210.2	Cabañas Dobles	m²	177,35
215	Restaurante	m²	190,00
220	Piscina	m²	90,00
225	Vestidores	m²	34,00
230	Juegos para Niños	m²	40,00
235	Bar/Karaoke	m²	50,00
240	Laguna	Gbl	1,00
245	Senderos	Gbl	1,00
250	Area Verde	Gbl	1,00
255	Zona de Parqueo (100 plazas)	u	15,00
260	Caballerizas	m²	40,00
265	Canchas Múltiples	m²	880,00
270	Cuarto de Equipos	m²	6,00
275	Guardianía (2)	m²	3,00

Elaborado por: Silvia Cevallos

Lo anterior mencionado se puede visualizar mediante el siguiente gráfico que representa el plano del proyecto turístico el cual fue elaborado por la Arq. Natalie Wong Chauvet.

<u>Plano 1.</u> Plano de la distribución de las áreas de "La Campiña Resort Club"



Elaborado por: Arq. Natalie Wong Ch.

a) **Hall de ingreso:** El área destinada a este espacio será 35 m2. Desde este los usuarios se podrán dirigir a las cabañas, o demás áreas del resort. Dicha área incluye:

- Hall → 10 m2
- Recepción → 7 m2
- Oficina → 6 m2
- 2 Baños → 12 m2

b) **Resturante:** Tendrá un área de 190 m2 para 60 usuarios. Éste contará con:

- Cocina y equipamiento → 85 m2
- Comedor → 105 m2

c) **Karaoke – bar:** El lugar estará destinado para 30 usuarios dentro de un área de 50 m2.

d) **Guardianía:** 1,5m2 c/u = 3 m2

e) **Área de Juegos:** Con el fin de brindar ciertas actividades a los usuarios del resort, este contará con las siguientes instalaciones:

- ❖ Piscina: 3m2 x persona (15 personas) = 45 m2 de superficie (profundidad 1.5m) 67,5m3
- ❖ Cuarto de equipos: 6m2
- ❖ 2 Vestidores – baños (hombres – mujeres): 17 m2 c/u = 34 m2
- ❖ Cancha Múltiple: 44 x 22
- ❖ Juegos para niños: 40m2

f) **Senderos:** Existirán senderos de dos clases:

- Senderos para cabalgatas como para ciclismo
  - Ancho: 2 m
  - Material: Terreno compactado

- Senderos para dirigirse a las diferentes instalaciones del resort
    - Ancho: 1,5m
    - Material: piedra chispa

g) **Área verde**: Complementando la naturaleza del sector, dentro del resort se contará con jardines. Dentro de esta área verde se incluirá un espacio destinado para picnic.

h) **Laguna:** Se podrá disfrutar de fogatas a su orilla y de paseos en botes.

i) **Caballerizas:** El resort contará con 4 caballos para que los usuarios puedan realizar recorridos en caballo por los senderos. Existirá una bodega donde se guardará los accesorios de los caballos.

- 4 Caballerizas: 2,5 x 3,5 = 8,75m^2 c/u Para 4 caballos = 35m^2
- 1 Bodega**:** 5m^2

6.5 PRESUPUESTO DE LAS OBRAS A REALIZAR

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto de las obras cuyo precio esta establecido por m2. Los costos fueron determinados en base al tamaño de cada área del resort y calculados de acuerdo al precio unitario asignado por la dirección arquitectónica.

Cuadro 16. Presupuesto de las obras a realizarse

Códigos	AREAS DEL RESORT	Unidad	Tamaño	Precio Unitario	Costo Total
200	Portón de Ingreso	M²	80,00	120,00	9.600,00
205	Hall de Ingreso	M²	35,00	150,00	5.250,00
210.1	Cabañas Simples	M²	107,15	130,00	69.647,50
210.2	Cabañas Dobles	M²	177,35	130,00	115.277,50
215	Restaurante	M²	190,00	140,00	26.600,00
220	Piscina	M²	90,00	210,00	18.900,00
225	Vestidores	M²	34,00	110,00	3.740,00
230	Juegos para Niños	M²	40,00	60,00	2.400,00
235	Bar/Karaoke	M²	50,00	110,00	5.500,00
240	Laguna	Gbl	1,00	20.000,00	20.000,00
245	Senderos	Gbl	1,00	3.500,00	3.500,00
250	Area Verde	Gbl	1,00	80,00	80,00
255	Zona de Parqueo (100 plazas)	U	15,00	4.000,00	60.000,00
260	Caballerizas	M²	40,00	110,00	4.400,00
265	Canchas Múltiples	M²	880,00	12,00	10.560,00
270	Cuarto de Equipos	M²	6,00	120,00	720,00
275	Guardianía (2)	M²	3,00	100,00	300,00
	TOTAL		**1.750,50**		**356.475,00**

Elaborado por: Silvia Cevallos

6.6 CRONOGRAMA DE LAS OBRAS A REALIZARSE

Para la construcción de las respectivas obras se requerirá un periodo de 8 meses; obras que se muestran en la siguiente tabla presentada a continuación:

Cuadro 17. Cronograma de las obras a realizarse

Nombre de la Tarea	Días	Comienza	Fin	Predecesora
1. Elaboración de Planos	5	01/05/08	07/05/08	
2. Elaboración de Maqueta	4	08/05/08	11/05/08	1
3. Estudio del Suelo	10	14/05/08	25/05/08	2
4. Preparación del Terreno	15	28/05/08	16/06/08	3
5. Permisos de Construcción	10	19/06/08	30/06/08	
6. Construcción de Cabañas	45	02/07/08	01/08/08	5
7. Dotación Jardinería	15	04/08/08	22/08/08	
8. Construcción Portón de Ingreso	20	25/08/08	19/08/08	
9. Construcción Hall de Ingreso	15	22/08/08	10/10/08	8
10. Construcción Restaurante	15	13/10/08	31/10/08	
11. Construcción Área de Juegos	15	04/11/08	24/11/08	
12. Construcción Bar/Karaoke	15	25/11/08	15/12/08	
13. Construcción Parqueo	15	16/12/08	02/01/09	
14. Construcción Caballerizas	10	05/01/09	16/0109	
15. Instalación Eléctrica	10	19/01/09	30/01/09	
16. Instalación Sanitaria	10	02/02/09	13/02/09	
17. Sistema de Bombeo	10	16/02/09	27/02/09	

Elaborado por: Silvia Cevallos

CAPITULO 7

ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Balance General

7.1.1 Inversión

Para la puesta en marcha del resort se estima una inversión de $699.981,63; de los cuales el 82.04% corresponden a la inversión en activos fijos, y el 7.92% en gastos de constitución.

Cuadro 18. Balance General de "La Campiña"

Balance General			
ACTIVOS	**Periodo Pre-operativo**	**Primer Año**	**Segundo Año**
Activo Corriente			
Caja y Banco		50000	70000
Gastos Pagados por Adelantado	70.276,75		
Total Activo Corriente	**70.277**	**50.000**	**70.000**
Activo Fijo			
Terreno	120.000	120.000	120.000
Infraestructura	356.475	356.475	356.475
Muebles y Enseres (Dotación)	40.640	40.640	40.640
Equipos de Oficina	375	375	375
Equipo de Computación	4.800	4.800	4.800
Maquinarias y Equipos	52.000	52.000	52.000
Menos: Depreciación Acumulada		(25.913,36)	(51.826,73)
Total Activo Fijo Neto	**574.290**	**548.377**	**522.463**
Activo Diferido			
Gastos de Constitución	55.415	55.415	55.415
Menos: Amortización Acumulada		(11.082,98)	(22.165,95)
Total Activo Diferido	**55.415**	**44.332**	**33.249**
TOTAL ACTIVO	**699.982**	**642.709**	**625.712**
PASIVOS			
Documento por Pagar	419.989	65.457	73.639
Intereses por Pagar		52.499	44.316
TOTAL PASIVOS	**419.989**	**117.956**	**117.956**
PATRIMONIO			
Capital propio	279.993	524.753	479.632
TOTAL PATRIMONIO	**279.993**	**524.753**	**479.632**
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	**699.981,63**	**642.709**	**597.587**

Elaborado por: Silvia Cevallos

Terreno

La obra se realizará en la Provincia del Guayas, entre Bucay y Naranjito Km. 80 a una hora y media aproximadamente de Guayaquil, ahí se encuentra ubicado él terreno donde se construirá el resort; el mismo que tiene un área de 30.000 m2., que tiene un avalúo de $ 4,00 por m2. Obteniendo un valor total de $ 120.000,00 por el terreno.

Infraestructura

La infraestructura se refiere a todos los costos de construcción del resort. Este valor asciende a $ 356.475,00; a continuación se puede observar en la siguiente tabla el detalle de estos costos:

Cuadro 19. Costos de Construcción (Infraestructura)

Códigos	Rubros	Unidad	Tamaño	Precio Unitario	Costo Total
	COSTOS DE CONSTRUCCION				
200	Portón de Ingreso	M²	80,00	120,00	9.600,00
205	Hall de Ingreso	M²	35,00	150,00	5.250,00
210.1	Cabañas Simples	M²	107,15	130,00	69.647,50
210.2	Cabañas Dobles	M²	177,35	130,00	115.277,50
215	Restaurante	M²	190,00	140,00	26.600,00
220	Piscina	M²	90,00	210,00	18.900,00
225	Vestidores	M²	34,00	110,00	3.740,00
230	Juegos para Niños	m²	40,00	60,00	2.400,00
235	Bar/Karaoke	m²	50,00	110,00	5.500,00
240	Laguna	Gbl	1,00	20.000,00	20.000,00
245	Senderos	Gbl	1,00	3.500,00	3.500,00
250	Area Verde	Gbl	1,00	80,00	80,00
255	Zona de Parqueo (100 plazas)	u	15,00	4.000,00	60.000,00
260	Caballerizas	m²	40,00	110,00	4.400,00
265	Canchas Múltiples	m²	880,00	12,00	10.560,00
270	Cuarto de Equipos	m²	6,00	120,00	720,00
275	Guardianía (2)	m²	3,00	100,00	300,00
Total Gastos de Construcción					$356.475,00

Elaborado por: Silvia Cevallos

Tabla 4. Equipos de Computación

En la siguiente tabla se muestra el valor de los equipos de computación:

Equipos de Computación	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Laptop Sony VAIO	3	$ 1.600,00	$ 4.800,00
TOTAL			**$ 4.800,00**

Muebles y Enseres

A continuación se detalla todos los muebles y enseres necesarios para equipar el resort de manera que posea todas las comodidades posibles para nuestros clientes.

Cuadro 20. Dotación General del Resort

Dotación general del Resort			
Muebles y Enseres	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Escritorio (área administrativa)	4	100	400
Silla Ejecutiva	4	35	140
Juego de mesa comedor (4 sillas)	20	200	4.000
Charoles	40	3	100
Vajillas y Cubiertos	50	10	500
Mantelería	20	10	200
Camas matrimoniales	10	500	5.000
Camas literas	5	800	4.000
Sabanas	15	100	1.500
Lamparas	10	30	300
Armarios	10	150	1.500
Veladores	20	150	3.000
Sofas	10	800	8.000
Baños	10	1.000	10.000
Tachos de Basura	20	10	200
Secador de manos	10	100	1.000
Implementos de Limpieza	20	15	300
Utensilios de cocina	1	500	500
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**$40.640**

Elaborado por: Silvia Cevallos

<u>Maquinarias y Equipos</u>

En el Cuadro 21. se detalla las maquinarias y equipos necesarios para la puesta en marcha del resort.

<u>Cuadro 21.</u> Maquinarias y Equipos

Maquinarias y Equipos del Resort	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Televisores	10	2.000	20.000
Aire acondicionado	10	1.000	10.000
Minibar (refrigeradoras pequeñas)	10	1.200	12.000
Lavadora	1	2.000	2.000
Cocina industrial	1	3.000	3.000
Equipo de sonido y karaoke	1	5.000	5.000
TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS DEL RESORT			**$52.000**

<u>Gastos de Constitución e Instalación</u>

En la siguiente tabla se detalla el valor de los gastos de constitución e instalación que están conformado por: la Dirección técnica que es el asesoramiento arquitectónico que se necesita para la construcción de la infraestructura del resort, los mismos que cobran alrededor del 10.5% del valor total de la obra por sus servicios que es de $ 413.475,00 dando un valor total de $ 43.414,88. Así mismo por los planos y maqueta cobran un valor total de $ 2.000,00, y adicionalmente para la constitución es necesario pagar algunos impuestos, tasas y permisos para poder proceder con el avance de la obra, por el valor de $ 10.000,00.

<u>Tabla 5.</u> Gastos de Constitución/Instalación

Gastos de Constitución/Instalación	Costo Total
Dirección Técnica	$ 43.414,88
Planos y Maqueta	$ 2.000,00
Impuestos, tasas y permisos	$ 10.000,00
<u>TOTAL</u>	**<u>$ 55.414,88</u>**

Elaborado por: Silvia Cevallos

Publicidad y Promoción

En la tabla a continuación se muestran los costos de publicidad a efectuarse para el resort, detallados anteriormente en el capitulo 4.

Tabla 6. Presupuesto Anual de Comunicación

Presupuesto Anual de Comunicación (Año 2008)		
Detalle	**Precio US $**	**Porcentaje (%)**
Revistas	2.500,00	0.09
Guías de Viajero	1.300,00	0.05
Agencias de Viajes	14.000,00	0.50
Internet	100,00	0.004
Publicidad No Pagada	1.000,00	0.04
Relaciones Públicas	3.200,00	0.11
Ventas Personales	6.000,00	0.21
Total	28.100,00	1

Útiles de Oficina

En la tabla a continuación se detallan los costos de los suministros de oficina requeridos inicialmente para el área administrativa del resort.

Cuadro 22. Suministros de Oficina

Suministros de Oficina			
Suministros de Oficina	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Resmas de Papel	6	3	18
Pluma	5	3	13
Toner para impresora	3	20	60
Caja de Clips	4	0	1
Post it pequeños	5	1	4
Archivadores	8	2	16
Lapiz	8	0	2
Sellos	2	4	8
Pendrives	4	20	80
TOTAL			**$200**

Elaborado por: Silvia Cevallos

7.2 FINANCIAMIENTO

Como se presenta en la inversión inicial, el monto requerido para la puesta en marcha del proyecto es de $ 699.981,63 el mismo que será financiado con 40% capital propio aportado de manera equitativa entre sus cuatro accionistas, y el resto de la inversión será financiada vía préstamo bancario; lo que nos da un total de:

Tabla 7. Estructura de Financiamiento

Inversión	Porcentaje	Valor
Capital Propio (4 Socios)	40%	$ 279.992,65
Préstamo (Produbanco)	60%	$ 419.988,98
TOTAL	100%	**$ 699.981,63**

El aporte del capital por parte de los cuatro accionistas será cada uno por $ 69.998,16 y con lo que respecta al crédito para financiar el proyecto será a través del Banco Produbanco por el monto de $ 419.988,98 a 5 años y a una tasa de interés anual del 12.50%, los periodos de pago serán anuales.

7.3 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

7.3.1 Costos

7.3.1.1 Costos Directos

Estos costos corresponden a los gastos que son principales durante la operación del resort y que dependen de la demanda de nuestros clientes, es decir este es un costo que tiene relación positiva con la demanda, ya que si existen más clientes hospedados en el resort, el consumo de alimentos y bebidas y servicios básicos es mayor. A continuación se describe los costos directos necesarios en los que se deberá de incurrir proyectados a diez años.

Cuadro 23. Costos Directos

Costos Directos										
Detalle	**AÑOS**									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Alimentos y Bebidas	10.000	10.644	11.329	12.059	12.835	13.662	14.542	15.478	16.475	17.535
Servicios Básicos	8.000	8.515	9.063	9.647	10.268	10.929	11.633	12.382	13.180	14.028
TOTAL COSTOS DIRECTOS	**18.000**	**19.159**	**20.393**	**21.706**	**23.104**	**24.591**	**26.175**	**27.860**	**29.654**	**31.564**

7.3.1.2 Costos Indirectos

Los Costos Indirectos son los costos que se ven afectados también por la demanda pero no de forma indirecta, entre estos podemos mencionar el mantenimiento de la infraestructura, ya que cuando existe más demanda de turistas algunas instalaciones o equipos se desgastan. A continuación se detalla estos costos con sus respectivos valores, que fueron determinados por entrevistas con arquitectos expertos en el área hotelera.

Cuadro 24. **Costos Indirectos de Construcción**

Detalle	Costos Indirectos AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materiales Indirectos (limpieza)	600	639	680	724	770	820	872	929	988	1.052
Mantenimiento de Instalaciones	3.000	3.193	3.399	3.618	3.851	4.099	4.362	4.643	4.942	5.261
Mantenimiento de Equipos	2.000	2.129	2.266	2.412	2.567	2.732	2.908	3.096	3.295	3.507
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	**5.600**	**5.961**	**6.344**	**6.753**	**7.188**	**7.651**	**8.143**	**8.668**	**9.226**	**9.820**

Elaborado por: Silvia Cevallos

7.3.2 Gastos

7.3.2.1 Gastos Administrativos

Se refieren a los gastos que se incurren con la implementación del proyecto como son: sueldos del personal del resort, publicidad y promoción del resort para atraer más clientes, y los suministros de oficina, los mismos que se detallan a continuación.

Las responsabilidades del personal se detallaron en el capitulo 5 de Estudio organizacional.

Cuadro 25. Gastos Administrativos

Personal	Costo
Gerente General	18.000
Gerente Administrativo y Marketing	14.400
Contador	6.000
Cajero	3.000
Seguridad (3 personas)	5.400
Mantenimiento (3 personas)	5.400
Recepción	2.400
Gerente de Alimentos y Bebidas	12.000
Chef	9.600
Cocineros (4 personas)	16.800
Barman (2 personas)	6.000
Asistente de Compras	2.400
Camareras (3 personas)	7.200
Empresa Contratada para actividades de ecoturismo	12.000
Sueldos Administrativos	**120.600**
Gastos Administrativos	
Publicidad y Promoción	28.100
Suministros de Oficina	200
Gastos Varios	**28.300**
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**148.900**

Elaborado por: Silvia Cevallos

7.3.2.2 Gastos Financieros

El financiamiento es del 60% de la inversión, será a través del Banco Produbanco por el monto de $ 419.988,98 a 5 años plazo y a una tasa de interés anual del 12.50%, los periodos de pago serán anuales. En la tabla mostrada a continuación se detalla los dividendos e intereses que le corresponden por año:

<u>Cuadro 26.</u> Cálculo del Costo Financiero

Préstamo (60% Inversión)	419.988,98
TASA	12,50%

Periodo	Capital	Interes	Pagos	Saldo
0		0	0	419.988,98
1	65.456,98	52.498,62	117.955,60	354.532,00
2	73.639,10	44.316,50	117.955,60	280.892,90
3	82.843,99	35.111,61	117.955,60	198.048,91
4	93.199,49	24.756,11	117.955,60	104.849,42
5	104.849,42	13.106,18	117.955,60	0,00

7.3.2.3 Gastos de Amortización

Todos los valores de gastos de constitución se amortizan a 5 años, ya que estos representan a los activos diferidos del proyecto, en la siguiente tabla se muestra la respectiva amortización.

<u>Cuadro 27.</u> Cálculo del Gasto de Amortización

DESCRIPCION	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dirección Técnica	43.414,88	8.682,98	8.682,98	8.682,98	8.682,98	8.682,98
Planos y Maqueta del Proyecto	2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Documentos para la constitución	10.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL GASTOS AMORTIZACIÓN		11.082,98	11.082,98	11.082,98	11.082,98	11.082,98

Elaborado por: Silvia Cevallos

Planos y maqueta del Proyecto: Estos planos y maqueta son requeridos para poder conocer el área de cada distribución del resort y donde van a estar ubicadas, para así poder proceder con la construcción de cada instalación.

Honorarios de Construcción (Dirección técnica).- Para poder efectuar todos estos trabajos debemos de contar con la mano obra y dirección arquitectónica requerida para que nuestras instalaciones sean lo más acogedoras y cómodas posible para nuestros clientes potenciales.

Documentos para la constitución.- son los impuestos, tasas y permisos necesarios para la puesta en marcha del resort y para el comienzo de la construcción.

7.3.2.4 Gastos de Depreciación

La siguiente tabla muestra la respectiva depreciación de los activos del resort, para lo cual se utilizó el método de la línea recta, con el porcentaje (%) y años correspondientes para cada uno de los activos.

Cuadro 28. Cálculo del Gasto de Depreciación

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	VS. %	VALOR SALVAMENTO	DEPRECIACION ANUAL
Muebles y Enseres	40.640,00	10	10%	4.064,00	3.657,60
Equipos de Computación	4.800,00	5	33%	1.584,00	643,20
Infraestructura	356.475,00	20	5%	17.823,75	16.932,56
Maquinarias y Equipos	52.000,00	10	10%	5.200,00	4.680,00
TOTAL DEPRECIACION	**453.915,00**			**28.671,75**	**25.913,36**

Elaborado por: Silvia Cevallos

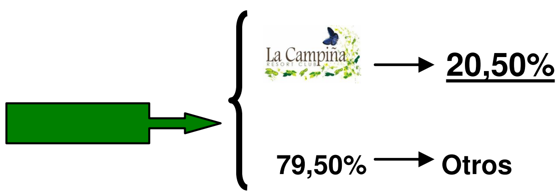
7.4 RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA

7.4.1 Demanda Proyectada

Se estimó la demanda en base a la información que nos proporcionó la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil, por lo que se consideró que nuestro mercado objetivo será la ciudad de Guayaquil, de los cuales nuestros clientes potenciales pertenecen al porcentaje de la clase social media alta a alta (46%), y de este valor se calculó el porcentaje de clientes que estarían interesados en emprender un viaje a Bucay de acuerdo a los servicios que se ofrecerán en el resort, pero con el objetivo de proyectar la demanda lo más real posible se escogió solo el porcentaje de clientes que escogen como destino turístico Bucay, ya que estos serán nuestros clientes potenciales. Después de determinar nuestros clientes potenciales se estableció que durante el primer año lograremos captar el 20.50 % de estos clientes, ya que recién estaremos introduciendo nuestros servicios en el mercado y tratando de posicionarnos en la mente del consumidor mediante la publicidad, ya que de acuerdo a la entrevista pocas personas conocen de los atractivos turísticos de Bucay.

<u>**Cuadro 29.**</u> **Demanda Proyectada del Resort.**

DEMANDA POTENCIAL RESORT	
Población Ciudad de Guayaquil	1.985.379,00
Clase social media alta/alta	46,00%
Clientes potenciales Guayaquil	**913.274,34**
Porcentaje emprendería viaje a Bucay	74,00%
Clientes potenciales del Resort	**675.823**
Porcentaje Destino turístico Bucay	5,00%
Clientes potenciales reales del Resort	**33.791**



Elaborado por: Silvia Cevallos

Después de haber determinado los clientes potenciales del resort, se procedió a establecer el porcentaje de cuantos pertenecían a familias de 4 miembros, cuantos eran parejas y e resto que pertenecía a grupos de amigos de 4 miembros.

Número de clientes 0anuales del Resort	6.927,19

32% **Familias de 4 miembros** → **2.217**
40% **Parejas** → **2.771**
28% **Amigos de 4 miembros** → **1.940**

Adicionalmente se establecieron ciertos supuestos basados en entrevistas a expertos en el área hotelera de la Cía. Pronobis S.A., necesarios para poder determinar la demanda. Se procedió a dividir el año en dos temporadas con respecto al porcentaje de ocupación de nuestro resort. La demanda potencial de Enero a Mayo se la denominó temporada baja y de Junio a Diciembre temporada alta, de acuerdo a la concurrencia de los turistas a este tipo de resort. Después de haber obtenido la ocupación anual por tipo de cliente y por mes, se establecieron los precios de los paquetes y su respectiva demanda tanto en temporada baja como en temporada alta.

Cuadro 30. Tipos de paquetes turísticos y precios por paquete.

Tipos de Paquetes Turísticos	Precio/Paquete	Precio/Paquete Cabaña Doble	% Demanda en Temporada Baja	% Demanda en temporada alta
Paquete "Campiña Full Day" (1 día)	$20,00	-	60,00%	5,00%
Paquete "Campiña Weekend" (2 días 1 noche)	$50,00	$70,00	40,00%	70,00%
Paquete "Campiña Full Adventure" (3 días 2 noches)	$90,00	$110,00	0,00%	25,00%
TOTAL			**100,00%**	**100,00%**

Elaborado por: Silvia Cevallos

Con todos los supuestos anteriormente mencionados se estimó la demanda anual por tipo de cliente, a continuación se muestra una tabla resumen de la demanda anual, para más detalle ver Demanda Proyecta en los anexos.

Cuadro 31. Demanda Anual proyectada por tipo de cliente

Demanda Anual		
Tipo de clientes	**Número de Clientes**	**DEMANDA ANUAL TOTAL**
Familias de 4 miembros	2.217	$147.464,58
Parejas	2.271	$140.604,98
Grupo de Amigos de 4 miembros	1.940	$129.031,51
TOTALDEMANDA ANUAL	**6.927**	**$417.101,07**

Elaborado por: Silvia Cevallos

7.4.2 Proyección del Estado de Resultados

Después de establecida la inversión, costos, gastos e ingresos, se procedió a pronosticar el estado de resultados, el mismo que refleja los ingresos y egresos en que se incurrirá durante el periodo de 10 años.

7.4.3 Flujo de Caja

El flujo de caja que en este caso fue proyectado a 10 años, refleja los ingresos proyectados para el resort traídos a valor presente. Lo óptimo es que el resultado del VAN sea mayor a cero. Al mismo tiempo; el Flujo de Caja permitirá estimar la Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual representa la tasa de rentabilidad del proyecto que el inversionista recibirá; la misma que será comparada con la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR); donde la TIR > TMAR para que el proyecto sea rentable.

El Flujo de Caja y sus respectivos valores para el resort se muestran en el Anexo H.

La proyección del Flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

7.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

7.5.1 Cálculo de indicadores de Rentabilidad

7.5.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) indica que es conveniente la realización de un proyecto siempre y cuando el VAN sea superior o igual a cero. En los cálculos realizados mediante el Flujo de Caja, se obtuvo un Valor Actual Neto de $ 243.977,05.

7.5.1.2 Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

La Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) indica que un proyecto debe implementarse siempre y cuando su valor sea menor al de la Tasa Interna de Retorno (TIR) , que para el caso del resort es 12.11%, valor que fue estimado a través de el método de Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) que se muestra a continuación.

Figura 10. Fórmula del costo de capital

$$\overbrace{ke}^{\text{Tasa de rendimiento requerida o esperada}} = \overbrace{R_f}^{\text{tasa libre de riesgo}} + \overbrace{\beta\,(R_m - R_f)}^{\text{premio por el riesgo no diversificable}}$$

Cuadro 31. Cálculo del Ke

rm – rf	9.00%
Rf	4,25%
Beta apalancado Campiña	1,33
Re	**16.21%**

Elaborado por: Silvia Cevallos

$$WACC = K_a = \underbrace{K_d(1-t)}_{\text{Tasa de costo de la deuda después de impuestos}} \underbrace{\frac{D}{D+PN}}_{\text{Proporción de la deuda sobre el total del financiamiento}} + \underbrace{K_e}_{\text{Tasa de costo del capital propio}} \underbrace{\frac{PN}{D+PN}}_{\text{Proporción del capital propio sobre el total del financiamiento}}$$

<u>Cuadro 32.</u> Cálculo del CAPM (WACC)

Rd	**12,50%**
(1-t)	0,75
D	**419.988,98**
D + PN	**699.981.63**
Re	**16,21%**
PN	**279.992,65**
CAPM (WACC)	**12.11%**

7.5.1.3 Análisis de Sensibilidad

La TIR y el VAN del proyecto pueden sufrir variaciones, siendo estas positivas o negativas, en este análisis de sensibilidad se estudió las distintas eventualidades que pueden ocurrir una vez que se haya puesto en marcha el proyecto.

Este análisis es realizado para obtener los posibles escenarios como se muestra en el cuadro 33, los mismos que pueden perjudicar o beneficiar a la rentabilidad del resort; siendo la parte influyente los cambios o variaciones que tenga el país o algún factor externo de la economía del mismo como puede ser: "el alza de los costos anuales", ya sea por inflación o falta de los recursos que afectan a los costos directos, un buen ejemplo puede ser el aumento en los costos de los materiales de construcción, y debido a que estos son indispensables para la construcción del resort, esto puede influir de manera negativa en el proyecto, incrementando el valor de la Inversión Inicial y alejando el periodo en que se estima recuperar la inversión.

Otro escenario posible es el de la disminución de los Ingresos, ya sea por el lado de la demanda o por reducción de precios, esta situación hace que el proyecto sea muy sensible; esto puede ser ocasionado por factores externos en el país o precios de los servicios que ofrecerá el resort, estos dos eventos producirán una disminución de la TIR; lo que le perjudicaría al proyecto, pero que es necesario realizarlo para poder prevenir y demostrar al inversionista diferentes tipos de escenarios y siendo así cual sería la rentabilidad por su inversión.

Adicionalmente a esto se realizó el estudio de un escenario contradictorio al planteado anteriormente; es decir cuando el proyecto tendría variables o posibles cambios positivos siendo estos una disminución de los costos directos, o un aumento de la demanda por las diferentes influencias como el incremento del turista tanto nacional como extranjero, esto traería consigo un aumento o mayor rentabilidad a la tasa de inversión o el VAN, mientras que si ocurre una disminución de costos y un aumento de la demanda al mismo tiempo, se produce el mejor escenario ya que generaría la mayor rentabilidad.

Cuadro 33. Análisis de sensibilidad

#	ESCENARIOS	VARIACION	VAN	TIR	TMAR	ACEPTABLE
1	Aumento de Costos Directos	**15%**	$ 232.408,14	25.14%	12.11%	**SI**
2	Aumento de Costos de Construcción	**10%**	$ 189.301,87	21.42%	12.11%	**SI**
3	Disminución de la demanda	**-15%**	$ 16.955,58	13.06%	12.11%	**SI**
4	Aumento de Costos Construcción y Disminución de la Demanda	**10%, -10%**	$ 37.954,22	14.00%	12.11%	**SI**
5	Disminución de costos directos	**-10%**	$ 251.689,65	26.18%	12.11%	**SI**
6	Aumento de la Demanda	**10%**	$ 395.324,70	34.23%	12.11%	**SI**
7	Disminución de costos y Aumento de la demanda	**-15%, 15%**	$ 553.011,28	53.14%	12.11%	**SI**

Elaborado por: Silvia Cevallos

Adicionalmente a este análisis se utilizó el software CristalBal para calcular la probabilidad de que el VAN sea mayor o menor que algún valor predeterminado, en la que se obtuvo los siguientes resultados.

Cuadro 34. Análisis de sensibilidad

ESCENARIO	PROBABILIDAD	DESVIACIÓN ESTANDAR
VAN > 1.000.000,00	53.55%	5%
VAN > 800.000,00	43.20%	5%

Elaborado por: Silvia Cevallos

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Campiña Resort Club es un proyecto que surgió de la necesidad de brindarle al turista tanto nacional como extranjero un lugar en donde se pueda alejar del ruido y estrés de la Ciudad en compañía de sus seres queridos, rodeados de los hermosos y acogedores paisajes que caracterizan al Cantón General Antonio Elizalde (Bucay).

Bucay es un cantón que posee una variedad de atractivos turísticos acompañado de un clima templado agradable para todos los turistas.

Este proyecto va dirigido a las personas de la clase media alta a alta de la ciudad de Guayaquil y de ciudades de la Sierra, que disfrutan de la vida campestre pero con las comodidades de la ciudad, por lo que La Campiña S.A. brindará a sus clientes todos los servicios e instalaciones necesarias para hacer de su estadía en nuestro resort un momento reconfortante y divertido.

En base a las encuestas realizadas en nuestro mercado meta de la ciudad de Guayaquil, se pudo segmentar nuestros mercado objetivo en dos tipos de clientes potenciales, el proyecto centrará sus recursos para captar clientes correspondientes a las edades de 20-40 años y personas mayores a 40 años. Se realizó esta segmentación, ya que son dos tipos de clientes diferentes con necesidades y preferencias distintas, con respecto al grupo de 20-40 años nuestra ventaja competitiva frente a otros lugares es la variedad de actividades de eco-aventura que se puede realizar en Bucay, y para nuestro otro segmento, Bucay es un lugar que les brinda toda la tranquilidad y diversidad ecológica necesaria para ofrecerles un ambiente relajante, para olvidarse de la vida cotidiana de la Ciudad.

La encuesta fue una herramienta útil para poder determinar los servicios que brindaremos como resort, con el objetivo de poder satisfacer nuestros dos tipos de clientes potenciales, así mismo se pudo establecer el grado de importancia de ciertas variables con respecto a la edad del cliente.

“La Campiña Resort Club” tiene que contar con las siguientes características: precio accesible dirigido al estrato medio alto a alto, comodidad y confort de nuestras instalaciones, atractivos turísticos, ofrecer actividades recreativas, proporcionar buenos buffets, y estar ubicados lejos del ruido de la ciudad pero a la vez cerca de ésta, para que el turista no tenga que viajar muchas horas para poder disfrutar de nuestros servicios.

“La Campiña Resort Club” ofrecerá actividades recreativas para todas las edades y gustos, desde las más riesgosas para las personas aventureras hasta la más tranquilas pero igual de divertidas para las personas conservadoras como: Rafting, Ciclismo de montaña, Caminatas a las montañas (Trekking), Cabalgatas, Observación de aves, Baños naturales en lagunas y ríos.

Adicionalmente se pudo determinar que muchas personas no tienen conocimiento de los atractivos turísticos que posee Bucay y de las actividades que se pueden realizar, por lo que uno de nuestros objetivos principales será promocionar el cantón por medio de la publicidad para atraer más clientes y dar a conocer este lugar turístico del Ecuador, que no ha sido debidamente explotado y desarrollado en su totalidad y con la ayuda del municipio fomentar tanto el turismo nacional como extranjero.

Nuestra estrategia de marketing será dirigida a la diferenciación, es decir nuestra misión no sólo será la de brindar un servicio de hospedaje, sino ofrecerle al turista paquetes turísticos que incluyan actividades, en las que puedan disfrutar de la naturaleza, ya sea realizando deportes de aventura o caminatas dirigidas a las montañas, para apreciar la diversidad ecológica del cantón.

En el cantón de Bucay existen en la actualidad pocos hoteles, que realmente estén en la capacidad de brindar los servicios necesarios para ofrecerle calidad de servicio y hospedaje al turista, debido a que no cuentan con la infraestructura necesaria, por lo que “La Campiña Resort Club, tendrá una ventaja competitiva frente a estos establecimientos.

Nuestras instalaciones estarán conformadas por un hall de ingresos, en donde se ubicará la recepción, oficinas administrativas, el área del club social que será el restaurante, el área de entretenimiento como el Karaoke/Bar, y 10 cabañas para el hospedaje de nuestros turistas, que estarán compuestas de 5 simples (2 personas) y 5 dobles (máx. 4 personas.) y finalmente las áreas verdes y el área de la piscina y laguna.

Para comodidad de nuestros clientes se ofrecerán tres tipos de Paquetes turísticos, el paqueta Campiña Full Day (1 día), paquete Campiña Weekend (2 días y 1 noche) y el paquete Campiña Full Adventure (3 días y 2 noches). A continuación se presenta el precio de cada uno de los paquetes:

Tipos de Paquetes Turísticos	Precio/Paquete	Precio/Paquete Cabaña Doble
Paquete "Campiña Full Day" (1 día)	$20,00	-
Paquete "Campiña Weekend" (2 días 1 noche)	$50,00	$70,00
Paquete "Campiña Full Adventure" (3 días 2 noches)	$90,00	$110,00
TOTAL		

Para la puesta en marcha del proyecto se requerirá de una inversión inicial de $ 699.981,63 donde el 60% ($ 419.988,98) será financiado vía préstamo bancario del Produbanco a una tasa de interés del 12.50% a un plazo de 5 años, y el 40% restante ($ 279.992,65) mediante capital propio, aportado por partes iguales entre sus cuatro accionistas.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) según el financiamiento escogido es de 25.77%, que comparada con la Tasa Mínima de Retorno (TMAR) que se encuentra alrededor del 12.11% muestra al proyecto como una gran alternativa dada la diferencia entre las antes mencionadas; por otra parte se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de $ 243.977,05; con estos resultados se puede notar que la ejecución del proyecto sería rentable tanto para el inversionista como para el país.

Después de haber realizado un completo análisis de la factibilidad financiera de crear un resort campestre en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), se concluyó que la implementación de este proyecto sería muy ventajosa tanto para el inversionista como para el cantón Bucay, ya que promovería el desarrollo económico y comercial, creando al mismo tiempo más fuentes de trabajo para sus habitantes.

Una vez desarrollado el proyecto se recomienda:

-Llevar un estricto control en cada uno de los servicios que se ofrecerán como resort, asegurando la calidad de cada uno de ellos, satisfaciendo las necesidades del turista más exigente.

-Estar siempre en constante innovación, realizando acciones que llamen la atención de los turistas por ejemplo: actualización de la página Web, trípticos, afiches, reportajes, entre otros.