

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL
LITORAL**



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN

EMPRESARIAL

VI PROMOCIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

TEMA:

**"OPTIMIZACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA
HOSTERIA COMUNITARIA SAN PEDRO"**

AUTORA:

ING. PATRICIA MONCERRATE CEDEÑO MEJÍA

AÑO

2006

GUAYAQUIL - ECUADOR

TABLA DE CONTENIDO

Capítulos	Páginas
RESUMEN EJECUTIVO	1
MISIÓN	3
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	3
Objetivo General	3
Objetivos específicos	3
LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA	3
DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO A VENDER	5
MERCADO OBJETIVO	7
LA COMPETENCIA	8
FODA	10
Fortalezas	10
Oportunidades	10
Debilidades	10
Amenazas	11
ESTRATEGIA DE VENTAS	11
ESTRATEGIA DE PRECIO	12
ESTRATEGIA PROMOCIONAL	12



ESTRATEGIA CORPORATIVA	14
Tecnología	14
Organización Administrativa	14
PROPUESTA DE ORGANIGRAMA FUNCIONAL Y ESTRUCTURAL DE LA HOSTERÍA SAN PEDRO"	
	16
Organigrama Estructural	16
RELACIONES COMUNITARIAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	17
Principios y valores de la empresa	18
ANÁLISIS DEL DESARROLLO DE GÉNERO EN LA COMUNIDAD DE SAN PEDRO DE LA AMÉRICA DEL CANTÓN JIPIJAPA.	20
CONCLUSIONES DEK DESARROLLO EN LA MICROREGIÓN	23
RECOMENDACIONES GENERALES	27

RESUMEN EJECUTIVO

La Hostería Comunitaria San Pedro es una iniciativa que se está trabajando en la parroquia “La América” del cantón Jipijapa específicamente en la “Comunidad San Pedro” desde noviembre del 2004. La actividad que se desarrolla es una propuesta de turismo rural forestal y ecológica encaminada a mejorar los niveles de ingreso de la comunidad a través del incremento de la capacidad de uso de sus instalaciones. PROLOCAL co-financia esta iniciativa que integra a la comunidad de la parroquia La América y promueve el desarrollo socio-económico del sector.

El negocio está dirigido a dar servicio de hospedaje, alimentación y áreas de recreación a los visitantes tanto nacionales como extranjeros, que visiten las instalaciones.

La hostería estará dirigida por un Junta general de Socios, administrada por el Gerente General (Administrador), quien es también representante legal, judicial y extrajudicial de la compañía, los socios realizarán aportes de dinero para su ejecución y recibirán beneficios en proporciones acordadas.

El turismo comunitario nacional e internacional es una importante fuente de ingresos para las familias asentadas en ellas, un ejemplo de ello lo es Costa Rica, país que a pesar de tener una extensión reducida y riquezas naturales limitadas ha sabido explotar esta actividad a tal punto que constituye su principal fuente de ingresos económicos; esto se debe al apoyo e importancia que le han dado las autoridades a esta fuente de trabajo y al manejo Técnico-Científico para su sostenibilidad, actitud que debemos tomar como ejemplo y llevarla a la práctica en nuestro medio; en la parroquia América específicamente en la comunidad de San Pedro existe una maravillosa biodiversidad la misma que con un manejo adecuado permitirá el surgimiento económico de esta zona y el bienestar de sus habitantes, en el marco de la potenciación de los recursos locales.

Fomentar el ecoturismo es prioridad dentro de la Parroquia San Pedro, la comunidad se dedica a desarrollar turismo receptivo de temporada el cual es sumamente incipiente, dado que los servicios que se brindan a las familias turistas (que constituyen la mayoría de visitantes) es de escaso nivel de aceptabilidad en cuanto a diversidad de entretenimientos y de calidad de alojamiento. Una encuesta aplicada a 600 visitantes,

mayores de 15 años y menores a 65 expresó su aspiración a que se fomente el ecoturismo en el sector.

MISIÓN:

Promover e impulsar el desarrollo de la Hostería comunitaria San Pedro para convertirla en una creativa, dinámica y rentable empresa eco-turística local.

OBJETIVO GENERAL

- Mejorar los niveles de ingresos de la Comunidad San Pedro a través del incremento de la capacidad de uso de la Hostería Comunitaria "San Pedro".

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Contribuir al desarrollo local a través del impulso de la actividad turística.
- Mejorar el nivel de vida de las comunidades beneficiarias.
- Constituir a San Pedro en una alternativa preferencial en el ecoturismo local y provincial.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

A la hostería comunitaria San Pedro, se llega por un tramo de vía semiasfaltada de 4.5 kilómetros que empalma a la carretera asfaltada Jipijapa-Guayaquil, en

el kilómetro 9; la superficie de la parroquia es de alrededor de 100 kilómetros cuadrados, geográficamente está ubicada a 80° 38' 17" de longitud Oeste y 01° 28' 45" de latitud Sur.



DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO A VENDER:

San Pedro es un proyecto eco-turístico que proporciona los siguientes servicios, para la atención de sus visitantes.

Alojamiento: Está en capacidad de alojar a 40 personas, en sus habitaciones.

Se dispone de un ambiente acogedor propio para inspirar descanso y comodidad, lejos del ruido de la ciudad.

Todas las habitaciones tienen las siguientes características:

Televisión a color

Baño privado

Agua permanentemente.

En las áreas de recreación se han construido cinco chozas con material biodegradable que están decoradas con adornos naturales propios de la zona para que sus visitantes descansen en hamacas y se relajen observando la naturaleza.

El servicio de alojamiento es la mejor carta de presentación que se ofrece a clientes, a más de otro tipo de servicios complementarios, que en todo momento pretenden satisfacer en mejor forma las exigencias y necesidades de los clientes.

Servicio de Alimentación.- El servicio de alimentación ofrece a la clientela, la más variada gama de platos típicos, especialmente del sector, desayunos, almuerzos, meriendas, postres, jugos y demás bebidas.

Además de ofrecer comida típica de zona también ofrecen platos de mariscos frescos que son traídos de Puerto Cayo.

Sala de Eventos: Para seminarios, bailes, convivencia y toda reunión social.

Áreas de recreación y deportes: Están destinadas a ofrecer la más variada distracción al cliente, en ellas se realizan paseo en bicicleta, paseos en acémilas, caminatas con guías, visita a los dos pozos azufrados y juegos deportivos.

Jardines y entornos: Decorado con la mayor variedad de flores y árboles que permitan descanso, aire puro y esparcimiento.

Safari fotográfico: Para que los visitantes puedan captar las mejores imágenes.

Observación de aves: Los huéspedes de San Pedro podrán observar diferentes especies de aves (62 especies) en la zona., en su estado natural y silvestre.

MERCADO OBJETIVO:

Nuestro mercado objetivo está direccionado a personas cuyas edades están comprendidas entre 10 a 65 años sean estos nacionales o extranjeros, cuyos ingresos fluctúen entre \$450,00 a \$800,00 mensuales sin importar el género.

Las personas que visiten la hostería pueden ser empleados públicos, privados o personas con negocio establecido, su estado civil puede ser soltero, casado o familias constituidas de hecho que estén conformadas por cuatro o cinco personas, su nivel de educación así como también su raza no es de mayor importancia.

La calidad de los servicios que se entregarán serán de excelente calidad para que las personas que nos visiten se sientan en un ambiente agradable y acogedor que

haga que nuestro servicio sea reconocido. Los clientes que queremos captar serán de las ciudades de Portoviejo, Manta, Jipijapa, Paján y 24 de Mayo cuyas poblaciones son:

No	Cantones	Población		Total
		Hombres	Mujeres	
1	Paján	18.964	16.988	35.952
2	Jipijapa	33.397	32.399	65.796
3	24 de Mayo	14.703	13.591	28.294
5	Portoviejo	117.023	121.407	238.430
6	Manta	94.486	97.836	192.322
Total		67.064	62.978	560.434

LA COMPETENCIA:

El Ecuador es un país que presenta una gran cantidad de lugares turísticos que han sido focos de atracción de innumerables turistas de todos los rincones del planeta, debido a esta afluencia de turismo, nos vemos en la necesidad de ofrecer a nuestros visitantes, especialmente extranjeros, **toda clase de comodidades y confort,** creando de esta manera una opción empresarial positiva en el ámbito de los negocios de hospitalidad y entretenimiento.

El turismo es una actividad que aún no ha sido adecuadamente explotada en nuestro medio, por cuanto siempre hemos sido dependientes de una economía basada en la exportación del petróleo, que es un recurso no renovable.

Se conoce que el promedio de los ingresos familiares anuales en la zona de influencia de la microempresa turística es buena, pero hay un factor importante que se tiene que considerar que es la migración existente de nativos a otras ciudades lo que implica ingresos económicos al lugar turístico; ya que estos al venir a visitar a sus familiares visitarían San Pedro.

En el aspecto cultural se destaca positivamente las fiestas religiosas de la comunidad, y las romerías en homenaje San Pedro, todo esto congrega a las familias que viven en la comunidad y los que vienen de visita como familiares y amigos.

En la zona donde se encuentra ubicada San Pedro no existe ningún negocio con iguales características por lo tanto no hay competencia alguna por lo que se considera una ventaja comparativa, lo cual permitirá posesionarse en el mercado con los servicios que ofrece.

Tampoco se constituye en una amenaza puesto que no existe en la zona otro lugar turístico que ofrezca estos servicios. La aparición en escena de otro negocio similar permitiría mejorar e implementar más servicios que lo diferencien de la competencia.

FODA

FORTALEZAS

- Precios accesibles
- Comida típica de la zona
- Paseo en acémilas a bajo costo
- Cabañas construidas con material biodegradable.
- Clima ideal en diferentes épocas del año
- Bellezas escénicas (pozos azufrados, cerros).

OPORTUNIDADES

- Alquiler del local para eventos sociales
- Captación de turistas extranjeros.
- Captación de turistas nacionales, mediante paquetes turísticos de acuerdo a la capacidad del gasto.
- Pasantías a estudiantes de nivel primario, medio y superior para concienciar sobre conservación y preservación del medio.

DEBILIDADES

- Sitio desconocido
- No contar con personal capacitado.
- No contar con dieta alimentaría adecuada.
- No contar con primeros auxilios.
- Falta de diseño arquitectónico.

AMENAZAS

- Sequía
- Inundaciones
- Proliferación de insectos.
- Mortalidad de caballos y epidemia.
- Deslizamiento de tierra.
- Incendios forestales.

ESTRATEGIA DE VENTA

Los clientes iniciales serán los pobladores de la parroquia la América y los visitantes que acuden a éste lugar proveniente de los cantones Jipijapa, Paján y 24 de Mayo. Los clientes potenciales se identificarán a través de las estadísticas de turistas que visitan la provincia de Manabí y que siguen la ruta turística de la zona sur de esta provincia.

Para la venta de nuestros servicios turísticos se enfatizará en el segmento de mercado al que atenderemos, con la diversificación de los servicios turísticos como hospedaje y alimentación de excelente calidad, paseos en acémilas, safari fotográfico, actividades deportivas y de recreación de campo, servicio de alimentación entre otros.

ESTRATEGIA DE PRECIO

La política de precio se fijará de acuerdo a los costos de producción de los servicios y en base al precio fijado en el mercado y por la competencia. Además se ofrecerán promociones por paquetes turísticos. El precio aproximado por persona se ha determinado en base a la competencia directa de la localidad, la noche de alojamiento será de 20,00 dólares.

La estrategia de precios representa la forma en que se fijará la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el servicio de manera satisfactoria. La hostería comunitaria busca una maximización de sus ingresos, reducción de sus costos e impulsar sus beneficios, es por eso que el precio juega un papel fundamental.

ESTRATEGIA PROMOCIONAL

La estrategia básica de promoción es informar y dar a conocer las distintas alternativas de servicio que ofrece la presente hostería comunitaria, la empresa turística entregará a sus clientes información a través de trípticos, dícticos, cuñas radiales, colocación de guías estacionales, spocks televisivos, para informar sobre los servicios que oferta.

- En la actualidad una favorable perspectiva para dar a conocer el mercado turístico es a través del Internet, ya que según el mercado globalizado y competitivo, el futuro es el comercio electrónico, por el cual, se logra dar a conocer al extranjero las bondades y atractivos de la hostería, de igual manera el cliente obtiene información acerca de los precios, ubicación, servicios, reservaciones, contactos e imágenes atractivas del lugar.
- Establecer alianzas estratégicas exclusivas con Agencias de Viajes las cuales aseguren clientes para los meses de temporada baja, así como con organismos que fomentan el ecoturismo en el Ecuador a nivel internacional, a fin de comercializar productos y servicios de forma cooperativa especialmente para la realización de turismo cultural y comunitario.
- Fijar una tarifa especial a través de una estructura de descuento que tiene por finalidad constituir una recompensa e incentivo que estimule la compra y el consumo de los clientes, especialmente si los clientes llegan en grupos de más de diez personas.

ESTRATEGIA CORPORATIVA.

La estrategia de la hostería se basa en brindar servicios turísticos alternativos a visitantes interesados en conocer el turismo rural, a través de deportes, observación flora y fauna, caminatas por senderos y vivencias culturales que este lugar ofrece, esto permite que sea un servicio diferenciado ante la competencia y satisfaga las necesidades de los clientes con la mayor calidad y eficiencia para conseguir preferencia en el mercado.

TECNOLOGÍA:

Actualmente San Pedro cuenta con guías turísticos propios de la comunidad los mismos que han sido capacitados por un profesional en el área de turismo que ha venido apoyando el trabajo comunitario y a las nuevas iniciativas de los habitantes de la comunidad, ya que si estos conocimientos hubiera sido imposible continuar con labores como la apertura de nuevos senderos, manejo ideal de bosque entre otras actividades.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Los ejecutores de proyectos de desarrollo y las personas que trabajan con las empresas asociativas rurales deben tener los conocimientos teóricos y prácticos para que de

una manera objetiva puedan transmitir a los usuarios finales.

La organización sea ésta simple o compleja, dependiendo de la naturaleza de la empresa rural, deberá estar orientada al mejoramiento continuo, como factor de crecimiento permanente. Una microempresa rural, debe ser considerada siempre una empresa, es decir, tener una estructura y una organización de empresa.

El orgánico funcional de la empresa Turística San Pedro es sencillo y especificará claramente las responsabilidades particulares de cada uno de los integrantes del grupo de trabajo que conforma la microempresa.

Los cargos que se proponen en este organigrama, deben ser ocupados por personas con ciertas habilidades y experticias para esas funciones, de manera que se logre un trabajo eficiente de la empresa.

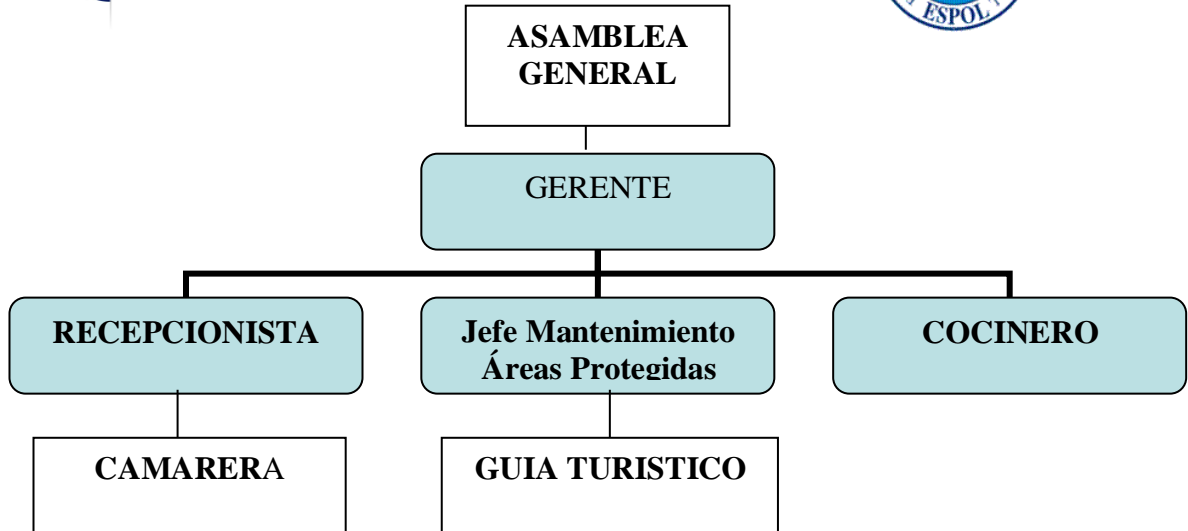
El organigrama propuesto está estructurado por un Gerente que administrará la hostería, un jefe de mantenimiento de áreas protegidas con el suficiente conocimiento en el área de ecoturismo para la conservación de las áreas protegidas y de recreación.

Propuesta de Organigrama Funcional y Estructural de la “Hostería Comunitaria San Pedro”

La Organización.- La Hostería San Pedro mantendrá una organización administrativa sencilla pero a la vez estratégica y muy técnica, y estará constituida por la Asamblea de Socios, Gerente, Jefe de Mantenimiento de Áreas Protegidas. Se debe tener claro que la organización administrativa es dinámica y se acoplará de una forma flexible a los cambios necesarios en el tiempo.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural está en función de las características específicas de los requerimientos propios de la hostería, es decir racionalizando todas las actividades, destacando la división del trabajo, la coordinación de las tareas, delegación de autoridad y el manejo del personal.



Relaciones comunitarias y responsabilidad social

La crisis económica y social del Ecuador ha ocasionado que las microempresas rurales se vayan extinguiendo lo que trae como consecuencia la migración de las familias por la carencia de capacitación y especialización, convirtiéndose en un sector marginado del mercado laboral.

El turismo es una gran fuente de riqueza y con el impulso de esta actividad se pretende cristalizar las aspiraciones de este grupo de familias pobres de la parroquia La América del cantón Jipijapa.

Desde un perspectiva socioeconómica, el turismo rural presenta una serie de oportunidades muy interesantes a

las comunidades que cuentan con sectores privilegiados dentro de sus territorios, ya que como lo hemos venido diciendo es una fuente de ingresos para las familias asentadas en esos lugares.

PRINCIPIOS Y VALORES DE LA EMPRESA

La empresa San Pedro concibe a los principios como fundamentos sobre los cuales basa su gestión y a los valores como aceptaciones éticas de vital importancia para el funcionamiento de la organización.

- Honestidad expresada en el cumplimiento de compromisos adquiridos con los clientes, miembros de la organización y la sociedad en general.
- Respeto por clientes y consumidores; brindando orden, rapidez y limpieza a través del uso racional de los elementos, materiales y equipos destinados a la satisfacción del cliente.
- Lealtad; ser fieles a unos principios y filosofía que busca el bien común. Estar comprometidos con una empresa que brinda un trabajo dignificante, honesto y remunerativo.
- Desarrollo integral del ser humano mediante el reconocimiento y respeto de la dignidad de los

demás; ya que la organización considera al recurso humano la principal fuente motora del progreso.

- Conservación, defensa y cuidado del medio ambiente, minimizando los posibles impactos que se puedan presentar durante el accionar de la empresa.
- Compromiso con el desarrollo sostenible, al ser responsable en el uso racional de los recursos naturales, para garantizar un ambiente sano a las generaciones de hoy y del futuro.
- Mejoramiento continuo que se adapte a las dinámicas de los cambios en la sociedad y permita mantener niveles de flexibilidad que generen alternativas creativas y viables de crecimiento.
- Vivir y entregar calidad integral entendiendo que solo al ofrecer lo mejor se alcanza la excelencia. Trabajar con entusiasmo, responsabilidad y vocación de servicio.
- Actuar con responsabilidad social al estar comprometidos y participar en la construcción de una sociedad mejor, de la cual formamos parte. Buscando el bien común y el progreso permanente.
- Conducirse de forma ética conociendo y practicando los principios y valores que regulan las relaciones de las personas entre sí.

ANÁLISIS DEL DESARROLLO DE GENERO EN LA COMUNIDAD DE SAN PEDRO DE LA AMÉRICA DEL CANTÓN JIPIJAPA.

En los últimos años, muchos proyectos y programas de desarrollo rural que han llegado a Jipijapa se han propuesto incorporar la dimensión de género al conjunto de las acciones que se diseñan, ejecutan y evalúan. En estos casos, los diversos componentes de los proyectos o programas están cruzadas por un enfoque y análisis de género cuyo objetivo es garantizar la participación y la equidad de género y generacional en los proyectos y en la cotidianidad. Se espera que, de esta manera, las acciones de desarrollo respondan a las dinámicas reales de la vida y de la población rural-hombres y mujeres de todas las edades – puedan tener acceso equitativo a los beneficios de los proyectos y los programas.

Este desafío significa que tanto los dirigentes, técnic@s, y promotor@ de los programas y proyectos y la población involucrada – hombre mujer – debe asumir este enfoque de trabajo participativo. La incorporación del eje transversal de género es responsabilidad del conjunto de los actores del proyecto o programas, quienes lo deberán

considerar en el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones del proyecto.

Como es conocido por todos, PROLOCAL busca "Reducir la Pobreza Rural y Local, mejorando la equidad y la inclusión a través del acceso de los pobres a oportunidades de empleo, producción, generación de ingresos, manejo de recursos naturales y otras soluciones sostenibles y no asistencialitas.

Uno de los mayores obstáculos identificados para el desarrollo de la parroquia América y demás parroquias de la micro-región Sur de Manabí es la gran discriminación hacia la mujer que se ha asociado de manera casi 'funcional' con las condiciones de extrema pobreza y marginalidad de grandes grupos humanos en el continente creciente. Esta realidad se evidencia progresivamente en las áreas rurales de Manabí donde, fruto de las creencias ancestrales desde aproximadamente la segunda mitad de siglo XIX.

Aunque no existen suficientes datos que permitan mayores precisiones dentro del proyecto en implementación, una mirada a los datos empíricos es suficiente para constatar que la vida cotidiana de la comunidad transcurre en el marco de profundas diferencias socioeconómicas, desencuentros y

discriminaciones socioculturales donde la pobreza y la marginalidad tienen rostro de mujer.

En el caso concreto de la comunidad de San Pedro en la parroquia La América podemos establecer que la participación de la mujer antes del apoyo de PROLOCAL se evidenciaba solo en unas pocas, es decir, la participación era mínima y casi imperceptible en las charlas para el desarrollo del Plan de Desarrollo Parroquial. La creación de esta iniciativa (Proyecto Turístico "Hostería Comunitaria") productiva hace que las mujeres de la zona de San Pedro se incentiven en la realización y diseño del mismo.

Al momento de la implementación y ahora que el proyecto está concluido podemos definir que la participación de los "jefes de Familias" en la implementación del proyecto fue limitada, resaltando si, la participación de la mujer en las actividades de limpieza, organización y adecuación del centro turístico.

Los hombres de las familias beneficiarias en su gran parte salían a trabajar en las jornadas diarias de campo y las mujeres representaban al grupo familiar en las acciones de implementación del proyecto. Esta participación inicial hizo que el empoderamiento de las mujeres en este

proyecto sea mucho más efectivo, teniendo una participación fundamental en las decisiones del hogar, ya que se dejaba de realizar labores marginales del hogar conversándolo con el esposo y se emprendían en mejorar el desarrollo de esta nueva alternativa de ingresos que llegaba a la comunidad.

En el presente estudio se busca aportar con elementos de análisis desde la situación de las mujeres de la zona del proyecto (Comunidad San Pedro), para entender los mecanismos de la discriminación étnica y de género en la región, aquellos a los cuales las clases dominantes apelan para reproducir tipos de dominación atentando a los derechos humanos de los grupos y las articulaciones de subordinación-resistencia que éstos producen en los grupos discriminados.

CONCLUSIONES DEL DESARROLLO EN LA MICRO REGIÓN.

Ser mujer y ser indígena, mestiza o negra equivale, en la mayoría de los casos, a experimentar a lo largo de toda una existencia formas de discriminación social que, articuladas en la vida de una persona, vulneran de manera sistemática, profunda y permanente su calidad de vida y sus derechos humanos, proporcionando a sus

posibilidades de desarrollo como ser humano un déficit que supera la simple sumatoria de las distintas opresiones.

La mayoría de las mujeres discriminadas en nuestra micro región pertenece a grupos marginados social y económicamente o a grupos cuyo origen étnico y cultural está afincado en las culturas montubia. Los indicadores sociales proporcionados por la CEPAL (2001a) muestran que son precisamente estas poblaciones las que de manera casi mayoritaria viven condiciones de vida precarias y están expuestas a las mayores violaciones de sus derechos humanos, en un ámbito de impunidad selectiva avalada por las culturas dominantes.

Las diferentes formas de discriminación que han desarrollado las sociedades contemporáneas no pueden verse como sistemas separados y paralelos, sino como mecanismos articulados mediante los cuales se hace ejercicio del poder en función de la acumulación de bienes tangibles o simbólicos.

Cualquiera de estas formas de discriminación, asociadas a la discriminación de género, forman una trama aún más compleja que deberá desentrañarse en la perspectiva de crear las mejores condiciones para el desarrollo de las personas y de la sociedad. En la realidad latinoamericana,

como probablemente en todo el mundo, se articulan de manera predominante tres formas de discriminación: clase, género y etnicidad, dando como resultado una estratificación social basada en la relatividad del valor de las personas y una cuestionada legitimidad de sus derechos en función al lugar que ocupan en la escala.

El fenómeno más característico de este período de implementación del proyecto son las masivas migraciones montubias hacia los espacios urbanos de Guayaquil, Quito y Manta. Es importante profundizar en el conocimiento de los efectos de estas nuevas situaciones en sus códigos culturales y relaciones de género, en relación con sus espacios comunitarios y culturas propias, sobre todo en lo que se refiere a las relaciones y representaciones de género (Arnold y Yapita, 1996; Paulson, 1996).

Así mismo, los Gobiernos Locales no consideran todavía de manera sistemática y permanente la importancia de información sistematizada sobre etnicidad, género y raza en las políticas de desarrollo con equidad; es decir, datos que precisen sus condiciones de vida, que relacionen formas de discriminación económica social y de género, pero también datos que permitan visibilizar el aporte que las mujeres realizan a las economías rurales y urbanas, a la reproducción de patrones culturales, a la



**Escuela Superior Politécnica del Litoral
Centro de Educación Continua**



administración del ecosistema, a los procesos de representación social, y otros de importancia vital para el desarrollo.

RECOMENDACIONES GENERALES:

- El proyecto en base a los análisis de los cuadros de los estados financieros y de evaluación se considera viable para ser ejecutado.
- El flujo de fondos del proyecto genera un VAN positivo 14.529, y un TIR de 21.47% lo que significa que el proyecto es viable.
- El proyecto permitirá una recuperación relativamente rápida de la inversión lo que determina que sea considerado como muy buena inversión.
- Crear una buena imagen de la empresa para que las instituciones vinculadas con el turista recomienden la utilización de los servicios que serán ofrecidos por esta propuesta de inversión.
- Determinar políticas de precios según las capacidad adquisitiva de los turistas, de tal manera que existan preferencia con relación a la competencia.
- Establecer alianzas estratégicas exclusivas con Agencias de Viajes las cuales aseguren clientes para los meses de temporada baja, así como con organismos que fomenten el ecoturismo en el Ecuador a nivel internacional.