

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL.**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS.**



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS RUSTICAS EN EL BARRIO TIGRILLO  
(Montañita)**

**Previa la obtención del Título de:  
INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL.**

**Presentado por:  
MA. JOSÉ LAMIÑA GUNSHA  
ANA TOCAGÓN PILA  
EVELYN REYES FIGUEROA**

**DIRECTORA  
ING PATRICIA VALDIVIEZO**

**Guayaquil- Ecuador  
2011**

## DEDICATORIA

*Dedico este proyecto a Dios quien me dio la fuerza y sabiduría para seguir adelante y terminar mi carrera a mis queridos padres que han sido y son el pilar fundamental en mi vida, también les dedico este trabajo a mis hermanos y a mi tía Alexandra por su apoyo y comprensión.*

*A mi mami Angelita quien me brindo su amor y apoyó en todo momento cuando estaba aquí a mi lado y ahora desde el cielo se que me cuida.*

*Ma. Jose Lamiña Gunsha*

*Este proyecto se lo dedico con todo mi amor a Dios, por darme la fortaleza para seguir adelante con mis metas y a mis queridos padres que son y serán el pilar fundamental en mi vida, gracias mami por tu apoyo incondicional, por tu preocupación de mi bienestar a pesar de estar lejos de casa, por tus consejos, por ser mi amiga y confidente en los momentos difíciles de mi vida, y sobre todo gracias por ser mi madre y mi guía , gracias papi por ser como eres, gracias por tu fortaleza aunque aun soy débil, gracias por ser un hombre cariñoso, persistente ante una caída, emprendedor e innovador en todo lo que hace y se propone, gracias por ser líder en todo momento y lugar , eres un ejemplo en mi vida papi.*

*Y por supuesto también dedico este trabajo a mi hermano Hugo y a mis hermanas Verónica y Miriam que siempre están conmigo.*

*Ana Tocagòn Pila*

*Este trabajo está dedicado especialmente a mis abuelos quienes han sabido formar a unos padres maravillosos. A mis abuelitos Hermógenes y Sofía quienes han sido los pilares principales en mi familia y enseñaron lo importante que es la unidad familiar para superar los obstáculos de la vida. A mis padres Guillermo y Catalina por sus enseñanzas y el apoyo que me han brindado durante toda mi carrera. A mis hermanos Jonathan, Jaime, Iván y su esposa Erika, a mis sobrinos y amigos quienes han estado siempre junto a mí dándome fuerza para continuar y lograr mis metas.*

*Evelyn Reyes Figueroa*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por haberme permitido culminar con bien una etapa más de mi vida, a mis padres Arturo Lamiña y Sarita Gunsha por su constante lucha, por haberme inculcado los principios y valores que han hecho de mí lo que soy, a mis hermanos Emilio ,Fernanda y Belén por su apoyo incondicional, a mi querida tía Alexandra Gunsha por sus consejos y apoyo, a mis compañeras de Tesis y amigas Ana y Evelyn finalmente a todos aquellos amigos y familiares que de una u otra manera siempre estuvieron presentes para ayudarme .*

*Ma. Jose Lamiña Gunsha*

*Agradezco a Dios por que gracias a el estoy aquí, por guiarme a lo largo de mi carrera.*

*A mis padres Rosa y Elías por su constante apoyo y lucha, por enseñarme valores que solo lo aprendemos en la única escuela “El hogar”, y que me han formado y han hecho lo que soy ahora.*

*A mi hermano por ser un ejemplo de que luchando y con paciencia podemos llegar a la meta y ser la diferencia, a mis hermanas que han estado a mi lado, en los buenos y malos momentos;*

*A las personas que creyeron en mí y no dudaron en apoyarme.*

*A mi directora de tesis la Ing. Patricia Valdiviezo por su paciencia, y finalmente a mis amigas de tesis Ma. Jose y Evelyn.*

*Ana Tocagon Pila*

*Para la realización de este proyecto han participado muchas personas, quienes de una u otra manera me han ayudado incondicionalmente.*

*A Dios primeramente por darme la vida; una familia y por todas las bendiciones y oportunidades que me regala cada día, pues sin ellas no pudiera logrado cumplir mis ideales, metas, mis sueños y aspiraciones. A mi familia quienes me han enseñado los buenos valores; me han guiado y apoyado en cada decisión que he tomado, dando así; lo mejor de mi en cada actividad que realizo. Quiero expresar mi gratitud especialmente a mis padres y hermanos, quienes siempre han estado allí, compartiendo alegrías y tristezas y también; se han esforzado para apoyarme a lograr mis objetivos. Y a todas las personas que ayudaron al desarrollo de este trabajo.*

*Evelyn Reyes Figueroa*

## TRIBUNAL DE SUSTENTACION

---

Ing. Ivonne Moreno A.  
Presidente del Tribunal

---

Ing. Patricia Valdiviezo V.  
Directora de Proyecto de Tesis



## **DECLARACION EXPRESA**

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

---

Ma. José Lamiña Gunsha

---

Ana Tocagòn Pila

---

Evelyn Reyes Figueroa

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO.....	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACION.....	8
DECLARACION EXPRESA.....	9

## INDICE GENERAL

### CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2. Descripción General (Resumen Ejecutivo);	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3. Justificación e Importancia de la Investigación .....	20
1.4. Reseña Histórica.....	22
1.5. Planteamiento del problema.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.6. Problemas del proyecto... ..	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.7. Oportunidades del proyecto.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.8. Características del Producto.....	30
1.9. Alcance.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.10. Objetivos del proyecto.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.10.1. Objetivo General.....	33
1.10.2. Objetivos Específicos. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.11. Metodología de la Investigación.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

### CAPITULO 2: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

2.1. La Empresa .....	36
2.1.1. Logo de la Empresa.....	37
2.1.2. Aspectos Legales de su Constitución...;	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

2.1.2.1. Constitución Legal de la Empresa .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.1.2.2. Registro de Nombre Comercial.....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.1.2.3. Registro Único de Contribuyente .....		42
2.1.2.4. Permiso de Funcionamiento de los Bomberos ...;	<b>Error! Marcador no definido.</b>	
2.1.2.5. Permiso Municipal de Funcionamiento.;	<b>Error! Marcador no definido.</b>	
2.2. Misión.....		47
2.3. Visión .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.4. Organigrama.....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.4.1. Descripción de Cargos .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.4.1.1. Gerente General .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.4.1.2. Gerente Financiero .....		49
2.4.1.3. Gerente Recursos Humanos.....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.4.1.4. Recepcionista.....		51
2.4.1.5. Seguridad y Vigilancia .....		51
2.4.1.6. Jardinero .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
2.4.1.7. Mucamas .....		52
2.4.1.8. Cocinero Principal o Chef.....		52
2.4.1.9. Mesero.....		53
2.5. Factores Organizacionales.....		53
2.5.1. Políticas Organizacionales .....		53
2.6. Análisis FODA de la Empresa.....		54

### **CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS**

3.1. Definición de la investigación.....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
3.1.1. Objetivo de la Investigación.....		57
3.1.2. Preguntas de la investigación... ..		57
3.1.3. Hipótesis de la Investigación.....		58

3.1.4.	Diseño de la Investigación y Fuentes de Información.....	58
3.1.4.1.	Fuentes Secundarias.....	59
3.1.4.2.	Fuentes Primarias.....	60
3.2.	Definición de la Población.....	60
3.3.	Definición de la Muestra.....	60
3.3.1.	Tamaño de la muestra.....	61
3.4.	Instrumentos de Recolección de Información .....	62
3.5.	Presentación e Interpretación de Resultados .....	63
3.6.	Conclusiones .....	75

#### **CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING**

4.1.	Antecedentes.....	76
4.2.	Ciclo de Vida del Producto.....	77
4.3.	Objetivos del Plan de Marketing.....	78
4.3.1	Objetivos financieros .....	78
4.3.2.	Objetivos de Mercadotecnia... ..	78
4.4.	Macro segmentación.....	78
4.4.1.	Micro segmentación.....	79
4.5.	Marketing Mix.....	80
4.5.1.	Precio.....	80
4.5.2.	Plaza.....	80
4.5.3.	Promoción.....	80
4.5.3.1.	Publicidad.....	80
4.6.	Fuerzas de Porter.....	81

#### **CAPÍTULO 5: ESTUDIO TÉCNICO**

5.1.	Localización del Proyecto.....	84
5.1.1.	Tamaño del Proyecto .....	85

5.2. Inversión en Obras Físicas.....	90
5.2.1 Planos de construcción.....	92
5.3 Materia Prima Requerida.....	96
5.4. Inversión en Equipamiento.....	97
5.5. Balance de Personal.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## **CAPITULO 6: ESTUDIO FINANCIERO**

6.1. Inversión.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.1.1 Inversión en Capital de Trabajo.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.2. Financiamiento.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.3. Estimación de Demanda.....	106
6.4. Ingresos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.5. Presupuestos de Costos y Gastos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.5.1. Costos Directos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.5.2. Costos Indirectos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.5.3. Gastos Administrativos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.5.4. Gastos Financieros.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.5.5. Gastos Amortización.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.5.6. Gastos Depreciación.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.6. Flujo de Caja.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.7. Evaluación Económica y Financiera.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.7.1. Cálculo de Indicadores de Rentabilidad...;	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.7.1.1. Valor Actual Neto (VAN) .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.7.1.2. Tasa Mínima de Retorno (TIR) .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.8. Período de Recuperación... ..	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.9. Análisis de Sensibilidad Univariable .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Conclusiones .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

Recomendaciones.....**¡Error! Marcador no definido.**

Bibliografía.....**¡Error! Marcador no definido.**

## **FIGURAS**

Figura 1.1.....27

Figura 1.2.....27

Figura 1.3.....**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 1.4.....**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 1.5.....30

Figura 2.1.....**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 2.2.....48

Figura 2.3.....54

Figura 3.1.....63

Figura 3.2.....64

Figura 3.3.....64

Figura 3.4.....65

Figura 3.5.....66

Figura 3.6.....67

Figura 3.7.....68

Figura 3.8.....69

Figura 3.9.....70

Figura 3.10.....71

Figura 3.11.....72

Figura 3.12.....73

Figura 3.13.....74

Figura 4.1 .....	77
Figura 4.2 .....	81
Figura 5.1 .....	85
Figura 5.2 .....	86
Figura 5.3 .....	88
Figura 5.4 .....	92
Figura 5.5 .....	93
Figura 5.6 .....	94
Figura 5.7 .....	95
Figura 5.8 .....	102
Figura 6.1 .....	120

## TABLAS

Tabla 5.1. ....	90
Tabla 5.2. ....	98
Tabla 5.3. ....	99
Tabla 5.4. ....	100
Tabla 5.5. ....	101
Tabla 5.6. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.1. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.2. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.3. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.4. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.5. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

Tabla 6.6. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.7. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.8. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.9. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.10. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.11. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.12. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.13. ....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6.14. ....	1;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6. 15. ....		119
Tabla 6.16. ....		119
Tabla 6.17. ....		120

## **ANEXOS**

ANEXO # 1 Modelo de la Encuesta .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
ANEXO # 2 Mapa de la ruta de Spondylus.....		129
ANEXO# 3 Cotizaciones .....		130-136
ANEXO # 4 Adquisición Activos Fijos .....		136-138
ANEXO # 5 Estado De Situación Financiera (Proyectado) ..	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
ANEXO # 6 Inversión De Capital De Trabajo .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
ANEXO # 7 Ingresos Por Tipo De Cabañas.....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
ANEXO # 8 Ingresos Por Alimentación.....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
ANEXO # 9 Balance Personal Sueldos Anual....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
ANEXO # 10 Tabla de Amortización .....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>
ANEXO # 11 Estado de Resultado Integral.....	;	<b>Error! Marcador no definido.</b>



## **CAPITULO 1**

### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS RUSTICAS EN EL BARRIO TIGRILLO (Montañita)**

#### **1.1. INTRODUCCION**

El clima tropical, la diversidad de paisajes y su excelente ubicación Geográfica, hacen de las playas del Ecuador un país con características únicas e incalculable belleza. Hoy en día somos visitados por miles de turistas de todo el mundo, convirtiéndonos así en un país con un potencial turístico por excelencia. Ejemplo de ello son los balnearios de la Ruta de Spondylus en la Provincia de Santa Elena, que año tras año tienen una afluencia de turistas que aumenta progresivamente.

Esta parroquia posee en la actualidad una demanda habitacional insatisfecha, puesto que cada semana recibe la visita de decenas de turistas de clase media y alta que usualmente se hospedan en otras poblaciones. La construcción de unas Cabañas rusticas en esta parroquia está fundamentada en la demanda existente de turistas que buscan donde alojarse y de los atractivos naturales que son característicos de la zona.

Los recursos de inversión que darían inicio a la primera fase de este proyecto (aspecto que se tratará en el desarrollo del mismo), son totalmente accesibles. Definimos el tema como la realización del estudio previo a la implementación del mismo, puesto que, existe un mercado y los recursos necesarios para llevar a cabo este proyecto de inversión; buscando así aprovechar y rescatar la variedad y calidad de los atractivos ecológicos presentes en la zona; ofreciendo servicios de alta calidad tanto en el diseño y construcción de las instalaciones como en la operación de los servicios orientados al turismo nacional y extranjero de clase socio económica media y alta.

Así mismo, se busca brindar armonía mediante los elementos arquitectónicos y urbanísticos y de esta manera ofrecer una diversidad de opciones al turista.

Tomando esto como referencia, ponemos a consideración el siguiente proyecto con la implementación de una Cabañas en el barrio del Tigrillo, el mismo que consta de seis capítulos los cuales se describen brevemente a continuación.

En el primer capítulo se desarrolla una breve introducción del proyecto, es decir un detalle del problema encontrado al cual nos vamos a enfocar, además se incluirá los servicios que brindara el hospedaje en las cabañas rústicas.

El segundo y tercer capítulo se hace referencia al estudio organizacional y la investigación de mercado, conjuntamente se incluirá en este capítulo los aspectos legales, concernientes a la implementación del mismo. En el cuarto capítulo se desarrollará el plan de marketing mediante el estudio del macro ambiente del servicio, es decir el estudio de la economía en su conjunto para diagnosticar de manera sistemática las

principales presiones competitivas de un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una de ellas: el ambiente industrial y competitivo, legislación y regulaciones, tecnología, demografía de la población, valores sociales y estilos de vida.

El capítulo cinco es el estudio técnico de la infraestructura física y el diseño del desarrollo de las fases de la Cabañas, recursos humanos, maquinarias, e inversiones. El último capítulo contendrá el análisis financiero del proyecto en el cual se evaluará la factibilidad del proyecto, además un análisis de sensibilidad, que indicará las variaciones a las que estarán expuesto por cambios en las variables como ingresos y costos.

## **1.2. DESCRIPCION GENERAL DEL PROYECTO**

El presente proyecto tiene como unos de sus objetivos impulsar la actividad Eco turística en la Ruta Spondylus anteriormente conocida como la Ruta del Sol, ofertando el servicio de hospedaje a través de Cabañas Rusticas, dirigido a potenciales turistas extranjeros como nacionales que visitan el sector de Montañita y sus alrededores como el barrio Tigrillo, ubicado a 10 minutos de Montañita, dirigido a viajeros de economía media alta y alta que buscan nuevas alternativas de diversión y nuevas experiencias.

La implementación de las cabañas rusticas se encuentra localizado al pie del mar a 59 kilómetros de Santa Elena, en el perímetro de la población de montanita de la Ruta de Spondylus.

La construcción se llevará a cabo sobre una superficie de una hectárea en las lomas de Montanita, junto al estero el Chicharon perteneciente al sector del Barrio Tigrillo. Iniciaremos con 4 cabañas, 2 familiares y 2 matrimoniales de estructura rustica a base de caña guadua y

madera, un pequeño restaurante, además de la recepción, garaje y un espacio para acampar.

Con la construcción de las cabañas también se busca reducir el impacto ecológico que sufre el planeta, realizando actividades de preservación ambiental incentivando el reciclaje del consumo de agua de las duchas en cada cabaña para el riego de las plantas que se encuentran en los alrededores de las mismas.

Con este proyecto se espera que la localidad se beneficie de:

- ✓ Mantener una buena imagen ante otros países.
- ✓ Impulsar el desarrollo y eco- turismo en esta región.
- ✓ Fomentar nuevas plazas de empleo.
- ✓ Incentivar el crecimiento económico del sector.
- ✓ Promover la inversión del estado en obras viales.

### **1.3. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DEL PROYECTO.**

La ruta del Spondylus en la actualidad ha demostrado un notable crecimiento en el sector turístico y hotelero, siendo Dos Mangas, Montañita, Tigrillo, Olón los principales lugares turísticos donde acuden la mayoría de turísticas, estos lugares son ideales para realizar diversas actividades deportivas como surf, además se puede observar y estudiar a las aves que habitan en el sector, entre otras actividades.

La provincia de Santa Elena, ha experimentado el crecimiento de visitantes. Como consecuencia de la ampliación de la carretera Guayaquil-Salinas a cuatro carriles, la apertura de oficinas gubernamentales, el desarrollo de proyectos inmobiliarios, nuevas opciones turísticas (alojamiento, alimentación y entretenimiento), la presencia permanente de la Policía Nacional para precautelar la seguridad y controlar el tránsito, y la

ampliación de la Ruta del Spondylus (antes Ruta del Sol) son factores que acrecientan el turismo. Incrementando la demandan de potenciales usuarios.

Aunque la provincia cuenta con playas excepcionales, para romper la estacionalidad del producto de sol y playa, se ha planeado diversificar la oferta promoviendo el turismo de aventura, de naturaleza y cultura. Y privilegiar las actividades productivas tradicionales de cada comunidad: agricultores, ganaderos, artesanos, pescadores, etc.

El proyecto de construir cabañas rústicas en el sector de Tigrillo, es un proyecto basando en la creciente demanda de turistas tanto extranjeros y nacionales que visitan la ruta del Spondylus de la provincia de Santa Elena, en busca de aventura y de un lugar acogedor donde los turistas buscan olvidar el stress de la ciudad y salir de la rutina cotidiana.

La escasa infraestructura hotelera que existe en Tigrillo, y la alta demanda de turistas crea una problemática en el sector hotelero como ya se lo menciono antes, las hostales y hoteles que existen en el lugar no posee una estructura adecuada para satisfacer las necesidades del turista, presentando deficiencias en este servicio, siendo este una debilidad en el mercado hotelero, pero una oportunidad para nosotros.

La oferta existente que hay en Tigrillo deja sin atender a segmentos de potenciales usuarios, tomando características exageradas en razón de los altos costos que esta significa acceder, este sucede tanto en el sector de Tigrillo como en sus alrededores. El elevado costo por acceder a estos servicios adicionales, disminuye la demanda de usuarios, por ello es una oportunidad brindar el servicio de hospedaje a los potenciales usuarios.

La construcción de cabañas rústicas a base de madera, caña y concreto es una forma fácil de solucionar el problema de hospedaje que tienen los turistas extranjeros y nacionales, brindando un lugar acogedor, confortable y satisfaciendo las necesidades de los usuarios, además de ser

una importante fuente de trabajo tanto para los sectores rurales o urbanos. Considerando que el desarrollo de este proyecto mejoraría el nivel de satisfacción que tienen los turistas respecto al hospedaje que existe en Tigrillo.

Muchos turistas buscan hospedarse en lugares rústicos y únicos, lugares que no son comunes o simplemente en cabañas o tiendas de dormir, donde la privacidad es primordial para ellos.

Las cabañas permiten una mayor privacidad en comparación a hospedarse en un hotel u hostel que existe en los alrededores del sector de tigrillo. Para muchos turistas dormir en las cabañas es más acogedor y sienten mayor seguridad, lo mismo sucede con los grupos de familias que visitan este sector, sienten seguridad y confianza cuando todos sus integrantes están en un solo lugar (cabañas).

Un factor importante al momento de justificar un proyecto de esta envergadura es la potencial población beneficiada, lo que con lleva a los habitantes tendrán plazas de trabajo tanto en la construcción de las cabañas como después de la construcción en las siguientes áreas: limpieza, alimentación, administrativo, jardinería y mantenimiento del mismo, adicional de la demanda potencial que existe en este sector debido al incremento de turismo.

#### **1.4. RESEÑA HISTORICA**

La provincia de Santa Elena, descubierta por el español Francisco Pizarro el 18 de Agosto de 1527, es una de las pocas que ha mantenido sus raíces, su personalidad y tradición. Desde la prehistoria cuando formaron parte de la Cultura Valdivia y Guangala, hasta el presente, un gran

porcentaje de esta raza con rasgos propios de cholos costeños se mantiene, unos estudios dicen que devienen de las culturas japonesas.

Desde 1892 es considerado como península de Santa Elena según los informes de estudios que enviaba el científico Teodoro Wolf. A inicios del siglo veinte por el año 1908, el cantón Santa Elena contaba con 11.000 habitantes aproximadamente, y poseía 4 parroquias: Santa Elena que era la cabecera cantonal, Manglaralto, Colonche, Chanduy.

La influencia de los conquistadores españoles en especial del clero, en su afán de catolizar a los pueblos conquistados, estableció desde las épocas colonial en las cabeceras parroquiales y en los recintos como: Olón, Montañita, San Pedro, Valdivia, Salinas, La Barranca, Engabao, Engunga, Muey, San Vicente y Azúcar, la construcción de los templos e iglesias.

La Provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.762,8 km<sup>2</sup>, distribuidas en sus tres cantones: el más grande es Santa Elena con 3.668,90 km<sup>2</sup>, dentro de este cantón encontramos una variedad de lugares turísticos, especialmente sus balnearios, que son las principales ofertas para el turista, que esperamos se incrementa con los nuevos planes y estrategias de las Turístico, el cantón Salinas con 68,7 km<sup>2</sup> de extensión, en el cantón La Libertad tiene 25,3 km<sup>2</sup> de área territorial.

Los principales factores que inciden en las condiciones climáticas de la provincia de Santa Elena son: la corriente cálida de El Niño que se desplaza entre los meses de Diciembre hasta Abril desde Panamá hacia la zona central del Ecuador, la corriente fría de Humboldt, que influye entre los meses de Mayo a Noviembre que al encontrarse con la corriente cálida de El Niño, origina una corriente de aire húmedo que se dirige hacia el este, perdiendo humedad por el efecto de las elevaciones de Chongón-Colonche

Santa Elena es una provincia de la costa de Ecuador creada el 7 de noviembre de 2007, la más joven de las 24 actuales, con territorios que anterior a esa fecha formaban parte de la provincia del Guayas, al oeste de ésta. Su capital es la ciudad de Santa Elena.

En esta provincia se encuentra una gran infraestructura hotelera, una refinería de petróleo, aeropuerto y puerto marítimo. Es muy conocida a nivel internacional la playa de Salinas y la playa de Montañita.

La provincia de la Península de Santa Elena es conocida como la zona de los balnearios, partiendo de la cabecera cantonal Santa Elena, en 5 minutos llegamos al balneario Ballenita, que cuenta con bellas playas, de ahí se inicia un largo recorrido por las denominadas "RUTA DEL SPONDYLUS".

## **LA RUTA DE SPONDYLUS**

La Ruta de Spondylus es una carretera a orillas del Mar Ecuatoriano, que delinea la mayor parte de la costa de Ecuador. Con un recorrido total de 748 km comienza en Mataje, población localizada en la frontera con Colombia, en la provincia de Esmeraldas; y termina en Salinas, en la provincia de Santa Elena.

Una mezcla de factores que harán de un verano el mejor de todos, es seguir la Ruta de Spondylus. Esta famosa ruta empieza en la Península de Santa Elena y se extiende hacia el norte hasta Puerto Cayo. En el recorrido se encontrara con increíbles playas, coloridos pueblos de ancestrales costumbres, un fabuloso Parque Nacional, una cordillera que se detiene casi frente al mar y muchas otras sorpresas.

Montañita se hizo conocida muy lentamente como una playa únicamente para correr tabla hawaiana, con sólo un par de rústicas casas de pescadores nativos de la zona y algún tablista en carpa. Luego comenzó a construirse casas de veraneo, pequeños hoteles y restaurantes rústicos,



implementados por guayaquileños y algunos extranjeros que se visitaron el lugar y actualmente residen en el lugar donde disfrutan el mar las fiestas, el agua tibia.

Actualmente es un balneario multicultural, con turistas de todo el mundo que gozan desde unas lecciones de surf hasta una pizza con camarones. La vida nocturna es un tema aparte en Montañita: bares que se transforman en discotecas y música en las esquinas principales del balneario, gracias a los artesanos y músicos que siempre deciden quedarse en Montañita un tiempo mayor de lo pensado.

La playa de Montañita se ubica a 180 Km. por carretera de Guayaquil, a 60 Km. de la ciudad de Santa Elena. Los límites de Montañita son:

**Norte:** Comuna Olón

**Sur:** Cabecera Parroquial Manglaralto

**Este:** Cordillera Chongón Colonche

**Oeste:** Océano Pacífico

En Tigrillo y Montañita se encuentran a personas de distintos lugares del mundo cada uno formando parte de la cultura viajera; muchos turistas se queda por más tiempo de lo previsto, encontrando un pueblo en donde desde el primer día que se llega la gente lo recibe muy bien, en un ambiente de paz y prometedor de aventuras.

## **1.5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Consideramos como problema principal:

**La falta de lugares de hospedaje en Montanita, sitio visitado continuamente por turistas nacionales y extranjeros, quienes buscan otras aéreas aledañas a este sector.**

Por lo que se ha designado como punto estratégico el barrio Tigrillo de la Provincia de Santa Elena.

Tigrillo es un lugar que no ha sido explotado turísticamente a pesar de contar con maravillosos recursos naturales: porque es poco conocido y además de la carencia de futuros inversionistas. El Barrio del Tigrillo es el sector también denominado "Valle de Montañita".

En los años 1960, el lugar se convirtió en un punto de encuentro para gente, usualmente extranjera, vinculada o inspirada en el movimiento hippie y en otros movimientos alternativos, para la diversión, el descanso y el contacto con la naturaleza.

En esos tiempos hubo alguna afinidad entre la vida alternativa de estos visitantes -tanto nacionales como extranjeros- y la estructura y organización comunitaria y autónoma de la aldea. Este sector se caracteriza por su tranquilidad, vegetación y ambiente campestre. El comienzo del barrio se encuentra ubicado a 200 m de la playa, y a 400 m del centro de Montañita. Actualmente es un balneario turístico.

Sus olas derechas perfectas atraen a turistas nacionales y extranjeros para la práctica de deportes como el surf .El Barrio del Tigrillo es una parada y punto de encuentro de distintos grupos: surfers, turistas nacionales, turistas de todo el mundo, artesanos, malabaristas, viajeros y mochileros.

Tiene una población de 1.000 habitantes, y sus aguas una temperatura de entre 56 - 68 grados. El lugar mantiene competencias de Surfing a lo largo de todo el año.

De febrero a julio, las mejores y más altas olas (hasta 3 m de altura), golpean la costa de este pintoresco pueblo lleno de casas de madera pintadas artísticamente, realmente es un lugar en donde el descanso es tan

placentero como en la playa. La temperatura del agua se extiende hasta los 56-68 grados.

Tigrillo es un lugar mayormente pacífico, con un toque bohemio que se puede comprobar tras caminar por sus calles donde se encuentran restaurantes informales, vendedores de artesanías, fiestas fogatas al atardecer y extranjeros de diversas nacionalidades.

En la actualidad el panorama de esta playa ha cambiado mucho por la llegada de alumbrado y alcantarillado públicos, a pesar de que se puede encontrar aún unos cuantos visitantes con formas de vida alternativa o subcultura.

Las construcciones y las nuevas edificaciones en Montañita siguen manteniendo un estilo rústico, autóctono de la región de la costa, a base de caña y paja, aunque en la actualidad los hostales y casas de hospedaje comunitarios gozan de comodidades para el turista, como agua caliente y potable.

Como la playa es ideal para practicar surf, hay tres competiciones de surf nacionales y una internacional en Montañita. Estos espectáculos atraen multitudes de surfistas durante carnaval a la Punta, la roca característica de "Baja Montañita".



**FIGURA 1.1**  
**Fuente:** [www.en-ecuador.com](http://www.en-ecuador.com)



**FIGURA 1.2**  
**Fuente:** [www.en-ecuador.com](http://www.en-ecuador.com)

- **Stress cotidiano**

Hoy en día, nuestra forma de vida contiene factores agresivos que generan cansancio, irritabilidad y sensibilidad en las personas, convirtiéndose sus momentos de descanso en tiempo muy valioso para tratar de recuperar su tranquilidad la cual se vuelve poco a poco inalcanzable por factores de la prisa y el estrés.

Año nuevo y carnavales ecuatorianos (a fines de febrero) son las temporadas más altas en Tigrillo-Montañita. Hay que hacer reservas por anticipado.

- Temporadas semi altas son enero, febrero y marzo, con mucha gente de Guayaquil y de Sudamérica, con precios similares a las temporadas bajas, pero con los hoteles en su capacidad casi completa.

- Casi todos los fines de semana del año los hoteles y hospedajes llegan a su capacidad casi completa

## **1.6. PROBLEMAS DEL PROYECTO**

- ✓ La competencia existente en el mercado de Tigrillo.
- ✓ Falta de experiencia que poseemos acerca del mercado.
- ✓ Clima variable que no lo podemos evitar pero si prevenir.
- ✓ Obtención de permisos respetivos para la implementación del proyecto.

## **1.7. OPORTUNIDADES DEL PROYECTO**

- ✓ Durante la temporada cubrir la demanda insatisfecha del mercado de alojamiento.

- ✓ La posibilidad de realizar otros proyectos turísticos como la construcción de un mirador, baños privados, planes de ordenamiento turístico, señalización vial y promoción de productos sostenibles para atraer la visita de turistas, de esta manera se contribuye positivamente al desarrollo turístico sustentable de la zona, promovidos conjuntamente con la prefectura y ministerio de turismo,
- ✓ Captar nuevos consumidores a través de estrategias de publicidad mediante el boca a boca.
- ✓ Continúa visita de turistas durante todo el año.
- ✓ Reconocimiento a nivel mundial de las playas y alrededores de montaña.
- ✓ Eventos continuos que se realizan en temporadas.



**FIGURA 1.3**  
FUENTE: [www.en-ecuador.com](http://www.en-ecuador.com)



**FIGURA 1.4**  
FUENTE: [www.en-ecuador.com](http://www.en-ecuador.com)

## 1.8. CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

El proyecto se enfoca en la implementación de cabañas rústicas, en la comuna de Montañita específicamente en el barrio Tigrillo, este perteneciente a la provincia de Santa Elena.

Para nosotros es primordial ofrecer a los turistas una buena imagen de nuestro país, por lo que consideramos importante este servicio de hospedaje, quienes visitan a nuestro país en busca de un ambiente cálido y tranquilo, acompañado de hermosas playas y aventura.

Las cabañas serán un conjunto habitacional amoblado con concreto, caña y madera, en un ambiente libre de ruido e interferencias; ofreciendo cabañas familiares y matrimoniales aquellas que estarán compuesta de la siguiente manera:

### **Cabañas Matrimoniales**

- ✓ Cama de dos plazas (180x20) con su respectivo juego de sobrecamas y almohadas.
- ✓ Dos veladores con sus respectivas lámparas.
- ✓ Un teléfono interno en cada habitación.
- ✓ Un sofá de 3 Pieza.
- ✓ Un televisor a color de 21" con servicio de cable.
- ✓ Un Split ( Aire Acondicionado)
- ✓ Un closet.
- ✓ Servicios de DirecTV
- ✓ Un baño privado con su respectivo lavamanos y tasa.
- ✓ Duchas con agua caliente y fría, y



**FIGURA 1.5**  
FUENTE: [www.montañita.com](http://www.montañita.com)

demás accesorios como toallas y artículos de limpieza biodegradables.

### **Cabañas Familiares.**

- ✓ Las habitaciones contarán con una cama de dos plaza, dos camas individuales (180x20) con su respectivo juego de sobrecamas y almohadas.
- ✓ Veladores con sus respectivas lámparas en cada habitación.
- ✓ Un teléfono interno en cada habitación.
- ✓ Un sofá de 3 piezas.
- ✓ Un televisor a color de 21”.
- ✓ Un Split ( Aire Acondicionado)
- ✓ Un closet en cada habitación.
- ✓ Tasas de baños respectivos lavamanos.
- ✓ Duchas con agua caliente y fría, y demás accesorios como toallas y artículos de limpieza biodegradables.

Además contara con el servicio de un mini-restaurant, ofreciendo desayunos y bebidas.

Actualmente en los alrededores de montaña existe infraestructura de este tipo, pero no satisfacen las expectativas de los turistas nacionales o extranjeros, por otro lado los costos por adquirir este servicio son elevados, provocando que los turistas se decidan por otros sectores de eco- turismo como el hotelero.

Esperamos que este proyecto sea el primero de muchos proyectos que ayuden a la comunidad cuya mayor virtud es la calidez y cariño con el que tratan a propios y extraños.

## **1.9. ALCANCE**

El turismo en nuestro país va en constante crecimiento debido a los hermosos recursos naturales que posee, en especial sus playas, aquellas que son visitadas durante todo el año por miles de turistas de diversos países del mundo, especialmente en la Ruta del Spondylus.

Para el aprovechamiento de los recursos naturales que existen en esta región de nuestro país, el alcance del proyecto es de carácter nacional e internacional, buscando fomentar el eco- turismo y el desarrollo de este lugar y a sus alrededores.

La actual demanda de lugares de descanso en fecha especiales y feriado es abundante y la escasa oferta deja por consiguiente una demanda insatisfecha por tal motivo, la construcción de cabañas rustica es considera como un proyecto rentable por ser una alternativa adicional para solucionar el problema de hospedaje en la Provincia de Santa Elena, específicamente Montañita, conocido por ser una de la playa en la que cada año se realizan campeonato de surf.

Los potenciales turistas nacionales y extranjeros buscan en estas zonas relajarse y estar en contacto con la naturaleza, además de realizar deportes extremos como el surf, pueden hallar un lugar para disfrutar de la playa; como también descubrir un espacio único para deleitarse en la noche, sus discotecas, su gastronomía internacional y conocer hombres y mujeres bellas de todo el mundo.



## **1.10. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.10.1 General:**

- Brindar un servicio de calidad en hospedaje a través de una nueva alternativa como es la implementación de cabañas rústicas elaboradas en cemento, caña guadua y madera en el Barrio del Tigrillo, fomentando así el eco-turismo.

### **1.10.2 Específicos:**

- Impulsar en el mercado regional, nacional la utilización de las cabañas de caña guadua y madera mediante una prestación de servicio con un alto grado de calidad, eficiencia y confort.
- Generar empleos directos e indirectos en el barrio del Tigrillo (Valle de Montañita).
- Contribuir a la conservación del ecosistema, de suelos y la regulación de nuestros recursos hídricos a través de la implementación de cabañas a base de caña y madera en sector de Tigrillo.
- Análisis de nuestras clientas a través de la observación de las preferencias y presupuesto, para lograr su satisfacción en la adquisición del servicio.

## **1.11.METODOLOGIA**

Para determinar la factibilidad del proyecto se realizará una investigación del mercado al que se desea abarcar, aquello que servirá para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el servicio que se piensa ofertar, dentro de un espacio definido, en un periodo de mediano plazo, y establecer la valoración por parte de los consumidores respecto al servicio por medio del precio que están dispuestos

a pagar; y por consiguiente nos llevará a tomar una adecuada decisión en base a lo resultados finales que se obtengan.

Además, en el estudio de mercado se podrá identificar si las características y especificaciones del servicio corresponden a las que desea adquirir los potenciales clientes.

Para lograr nuestros objetivos nosotros realizaremos encuestas, como medio principal para la obtención de informacional, adicionalmente realizaremos entrevistas a personas especializadas en turismo; así como también información de entidades gubernamentales, tales como del ministerio de turismo de Santa Elena, cámara de Turismo.

Para ello Se desarrollara las siguientes actividades, necesarias en los distintos estudios a realizar, tanto de mercado, técnico y financiero.

- ✓ Determinación de la población
- ✓ Determinación de la muestra representativa
- ✓ Elaboración del formulario de la encuesta.
- ✓ Formulación de la encuesta
- ✓ Recolección de la información.
- ✓ Tabulación y procesamiento de la información.
- ✓ Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.
- ✓ Hallazgo de la investigación.
- ✓ Determinación de la demanda actual del servicio.
- ✓ Proyección de la demanda del servicio.
- ✓ Determinación de la oferta actual del servicio.
- ✓ Proyección de la oferta del servicio.
- ✓ Determinación de la demanda insatisfecha.

En esta etapa se va a identificar de manera objetiva, los posibles clientes mediante la determinación del mercado potencial y mercado objetivo que pueden tener el servicio, dónde están, cuántos son, qué características.

Para definir el segmento se necesita conocer datos adicionales tales como:

- ✓ País de origen
- ✓ Edad
- ✓ Frecuencia de viaje
- ✓ Precio adecuado para el servicio
- ✓ Preferencias

## **CAPITULO 2**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **2.1. LA EMPRESA**

La creación de una empresa cuya actividad es el brindar servicios de hospedaje, se constituirá y registrara en la superintendencia de compañías. Los socios aportaran con el capital mínimo para la constitución, dejando en constancia y registrado en el registro mercantil de la ciudad.

La empresa tendrá inicialmente tres socios, los mismos son estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, perteneciente a la facultad de economía y negocios.

Toda la documentación y permisos serán solicitados personalmente a las instituciones correspondientes.

Exponiendo que la empresa es una entidad de confianza y cumple con todos los requisitos para el funcionamiento de la empresa, incluyendo los permisos municipales, registro del nombre comercial, registro único de contribuyentes, permisos del cuerpo de bomberos u otros que la comuna y ministerio de turismo solicite a futuro para el debido funcionamiento para el servicio de hospedaje en cabañas.

### 2.1.1. Logo de la Empresa



**FIGURA 2.1.**  
Elaborado: Las Autoras

### 2.1.2. Aspectos Legales de su Constitución

Nuestra empresa la hemos constituido con un cuerpo legal de responsabilidad limitada, es decir, constituida con un capital social propio aportado íntegramente por sus accionistas, y dividido en partes iguales por acciones. Su denominación comercial será Maneve S.A”, la misma que estará constituida por 3 socios.

## COMPAÑIAS ANONIMAS o SOCIEDAD ANONIMA

### Requisitos:

Se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas.

### Forma de constitución

**Constitución simultánea.-** Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

**Constitución sucesiva.-** Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores.

### **Accionistas**

**Capacidad:** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

**Números de accionistas.-** La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

### **Capital**

**Capital mínimo.-** El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.

Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo **objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional**, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a

esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas (Dieciséis mil dólares de los Estados Unidos de América), según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R. O. 379 de 8 de agosto de 1998.

**Acciones.-** La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley.

#### **2.1.2.1 Constitución Legal de la Empresa**

Para que la empresa societaria se constituya y entre a funcionar, es necesario un capital propio que se integrará por las aportaciones de los accionistas. Esta aportación ha de consistir en dinero o en otra clase de bienes apreciados en dinero.

#### **Requisitos para constitución de empresa.**

Dentro de los requisitos obligatorios tenemos los siguientes:

- a) Ser mayor de edad, y ;
- b) Capaz de contratarse y obligarse.

## **Pasos**

- ✓ Carta dirigida a la superintendencia de compañías, solicitando el nombre de la empresa que se desea constituir (Debe ser solicitada por un abogado)
- ✓ Se apertura una cuenta de integración de capital a nombre de la compañía que se va a crear, determinada cuenta deberá cumplir lo establecido en la ley de compañías (toda compañía anónima aportara el 25% de capital suscrito y las compañías limitadas el 50% del capital suscrito);
- ✓ Emitida la cuenta de integración, la aprobación del nombre de la empresa, copia de cédulas y certificados de votaciones de los accionistas, se lleva toda la documentación antes descrita, a una Notaria, el cual elabora la minuta y procede a elevarlo a escritura pública (4 testimonios entrega la notaria);
- ✓ Mediante una carta firmada por el abogado, se ingresa las escrituras para que un delegado de la superintendencia de compañías, realice el estudio y la aprobación del trámite;
- ✓ Luego de aprobado el trámite se deberá cumplir con los requisitos que se encuentran especificados en la resolución aprobatoria del trámite;
- ✓ El extracto que nos entregan en la superintendencia de compañías, deberá ser enviado a unos de los periódicos de la ciudad, para su respectiva publicación;
- ✓ Se inscribe en el registro mercantil de la ciudad la escritura de constitución, luego de ello;



- ✓ Se procede a inscribir en el registro mercantil de la ciudad los nombramientos de los representantes legales de la compañía y;
- ✓ Con todos estos documentos se solicita a la superintendencia de compañías, que emita la hoja de registro de sociedades (documento obligatorio a presentar en el SRI)

Todos estos requerimientos y pasos, son los exigidos por cada una de las instituciones públicas en las que efectué los trámites respectivos.

Fuente: Superintendencia de compañías Guayaquil.

### **2.1.2.2 Registro de Nombre Comercial**

Para el respectivo registro del nombre comercial, nos acercaremos al instituto Ecuatoriano de la propiedad intelectual. Ubicada en la ciudad de Guayaquil en la av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo.

Los documentos a presentar son los siguientes:

Copia de Cedula de identidad

Copia de la ultima papeleta de votación, y original

Copia de servicio básicos.

Carta solicitando el registro del nombre comercial al director.

### **2.1.2.3. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE.**

Para la obtención del registro único de contribuyente es necesario presentar los siguientes documentos:

- ✓ Original y copia de la escritura de constitución o en efecto copia notariada;
- ✓ Original y copia del nombramiento del representante legal de la compañía;
- ✓ Original y Copia de cedula de identidad y certificados de votación del representante legal;
- ✓ Formularios 01-A y 01-B debidamente llenados y firmados por el representante legal;
- ✓ Original y copia de planilla de agua, luz o teléfono, la cual deberá estar a nombre de uno de los accionistas, gerente general o nombre de la compañía; de no tener estos documentos deberá adjuntar contrato de arrendamiento debidamente inscrito en la corte de justicia y;
- ✓ De realizar el tramite una tercera persona esta deberá adjuntar una carta de autorización por parte del gerente general de la compañía, así como también copia de cedula de identidad y certificado de votación.

#### **2.1.2.5. Permiso de Funcionamiento de los Bombero**

La documentación a presentar en el cuerpo de bomberos de la comuna son los siguientes:

- ✓ Copia de cedula a color y original.
- ✓ Copia de la ultima papeleta de votación y original.
- ✓ Copia de servicio básico y original.
- ✓ Registro único de contribuyente.

El permiso se lo imiten el momento de verificar que cumple las normas de seguridad que sean necesarios para la actividad a ofertar.

#### **2.1.2.6. Permiso Municipal de Funcionamiento.**

### **REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO.**

#### *DOCUMENTOS QUE DEBEN ADJUNTARSE PARA AFILIARSE A LA CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO*

- ✓ Afiliación definitiva.
- ✓ Solicitud debidamente llena.
- ✓ Copias de la escritura de constitución, aprobada por la superintendencia de compañías e inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ Copias de los nombramientos de los representantes legales, inscritos en el registro mercantil.
- ✓ Copia del Registro único de contribuyentes del establecimiento.
- ✓ Copia de cédula de identidad de los representantes legales

## REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil.
- ✓ Copia de registro único de contribuyentes (RUC)
- ✓ Copia de cedula de identidad
- ✓ Copia de la ultima papeleta de votación
- ✓ Copia del contrato de compra venta, en caso de cambio de propietario
- ✓ Certificado del instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IEPI).
- ✓ Fotocopia de de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
- ✓ Lista de precios de los servicios ofertados
- ✓ Declaración de activos fijos para la cancelación de 1 por mil, debidamente suscrita. (Ministerio de Turismo).
- ✓ Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Fuente: Ministerio de Turismo Península de Santa Elena

## MINISTERIO DE TURISMO

### SOLICITUD DE REGISTRO

#### ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS.

Santa Elena,..... Diciembre del 2010.

Yo, ..... en calidad de Representante Legal de La Empresa..... solicito al ( a la ) señor (a) Ministro de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes.

Razón Social (Persona Jurídica)... ..

Nombre del establecimiento: .....

Ubicación del establecimiento: .....

Provincia

Cantón

Ciudad

Calle

No

Transversal

Sector

Teléfono

Fecha de Constitución: .....

Fecha de inicio de operaciones: .....

Registro único de contribuyentes:..... Número de Cédula.....

Monto de inversión: .....

Número de empleados: .....

Número de mesas:..... Número de plazas.....

Número de habitaciones:..... Número de plazas.....

Observaciones.....  
.....

**Atentamente,**

\_\_\_\_\_  
**Representante legal**

--	--	--

**CROQUIS**

--	--	--

**Revisado e ingresado por:** .....

**Fuente: Ministerio de Turismo**

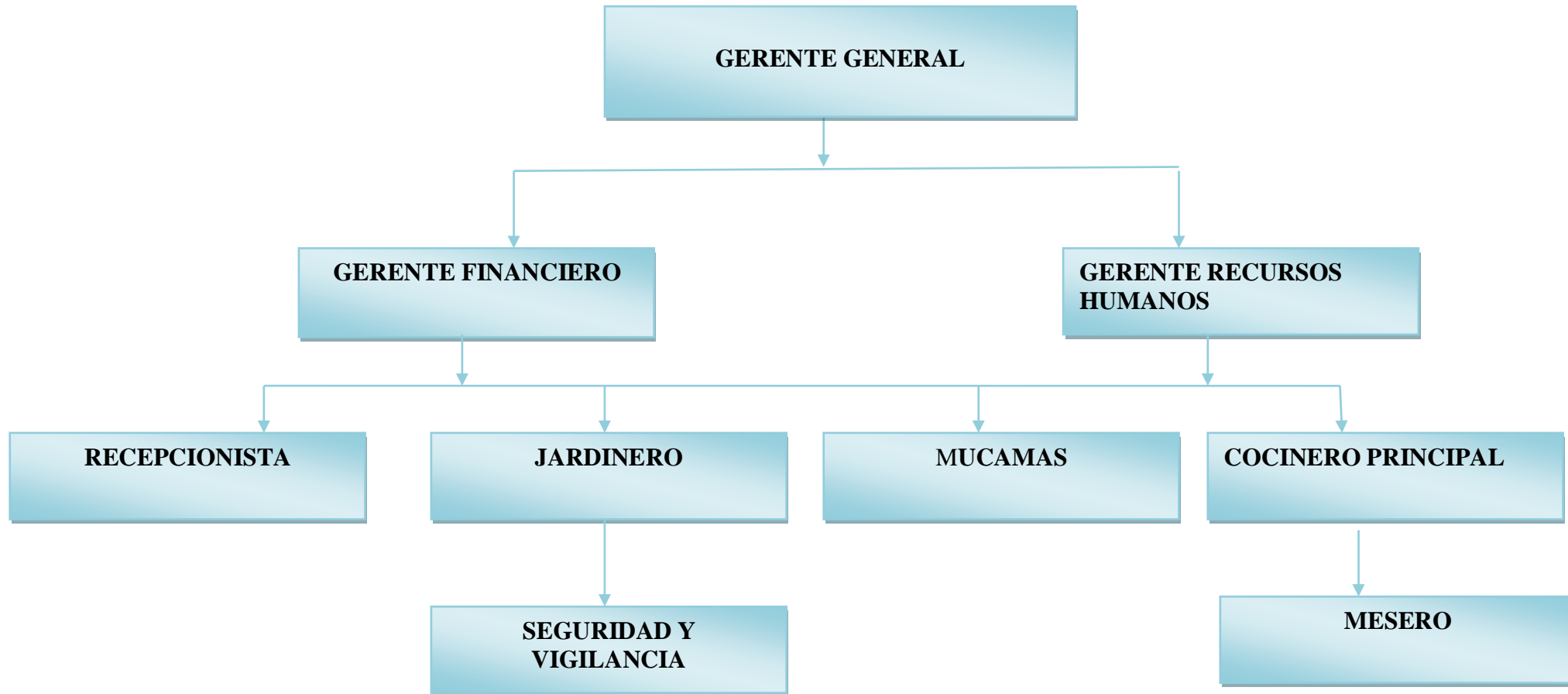
## **2.2. MISIÓN**

Satisfacer a nuestros clientes dándoles a conocer nuestras comodidades a través de un hospedaje confortable, diferenciándonos de la competencia por la excelente calidad en el servicio prestado en la provincia, impulsando así el desarrollo comunitario.

## **2.3. VISIÓN**

Consolidarnos paulatinamente en la región hasta lograr el máximo crecimiento para ser líderes a nivel provincial en el servicio de hospedaje y turismo ecológico, obteniendo una mayor competitividad dentro de este sector por el excelente servicio a nuestros clientes.

## 2.4. ORGANIGRAMA



**FIGURA 2.2**  
Elaborado: Las Autoras



## **2.4.1. Descripción de Cargos**

### **2.4.1.1. Gerente General**

Sexo: Indiferente

Edad: 28 años a 35 años

Experiencia: 3 Años

#### **Funciones**

Le corresponde dirigir la gestión de la empresa como la máxima autoridad, teniendo deberes y atribuciones; de esta manera se debe:

Cumplir y hacer cumplir los estatutos, reglamentos y leyes internas y externas.

Dirigir y supervisar las actividades de la empresa coordinando y controlando el funcionamiento administrativo de los distintos departamentos. Vigilar la administración de la empresa y dar cuenta de ello a los socios (as).

Control de las cuentas de la empresa, que son llevadas por el administrador contable.

Ayudado con el administrador deberá realizar un control de los gastos de la compañía.

### **2.4.1.2. Gerente Financiero**

Sexo: Indiferente

Edad: 28 años a 35 años

Experiencia: 2 Años

## **Funciones**

Será responsable por las actividades de programación, ejecución, control y liquidación de las cuentas generales de la empresa, Además de las adquisiciones, almacenaje, custodia y distribución de bienes muebles y de la administración de las propiedades de la Hostería.

También tomar en cuenta la parte contable de ésta y su función es llevar un registro financiero, preparación de presupuestos y gastos, etc.

### **2.4.1.3. Gerente Recursos Humanos.**

Sexo: Indiferente

Edad: 28 años a 35 años

Experiencia: 2 Años

## **Funciones**

Será el responsable de supervisar y evaluar al personal que labora en las cabañas, seleccionar y capacitar al personal en las funciones a desenvolverse. Diseñar y aplicar un correcto sistema de remuneración para los empleados, sin que esto limite el rendimiento o crecimiento de los empleados.

Deberá presentar al gerente general el presupuesto de salarios y elaborar roles de pago, contratos, pago de comisiones, entre otras funciones relacionadas con el aérea de recursos humanos

#### **2.4.1.4. Recepcionista.**

Sexo: Mujer

Edad: 25 años a 35 años

Experiencia: 1 Año.

#### **Funciones**

La recepcionista contara con una serie de funciones y responsabilidades bajo un concepto de excelente atención al cliente, teniendo entre sus tareas:

- ✓ Proporcionar información precisa
- ✓ Gestionar solicitudes de los clientes, bien sea de forma presente, telefónica, vía correo electrónico, fax, etc.
- ✓ Mantener el sistema de información de entradas, salidas de las habitaciones
- ✓ Hacer cumplir los requerimientos de los turistas durante el tiempo de hospedaje.

#### **2.4.1.5. Seguridad y Vigilancia**

Sexo: Hombre

Edad: 26 años a 35 años

Experiencia: 1 Año.

#### **Funciones**

El guardia de seguridad será la persona encargada de proteger la integridad física de las personas y los bienes materiales de las cabañas.

Deberá tener experiencia en cargos similares, de preferencia hombre y que tenga cursos sobre seguridad personal.

#### **2.4.1.6. Jardinero**

Sexo: Hombre

Edad: 26 años a 35 años

Experiencia: 1 Año.

#### **Funciones**

Cuidado y mantenimiento diario de las áreas verdes, para conservar su buen estado de las áreas verdes, riesgo constante de la misma.

#### **2.4.1.7. Mucamas**

Sexo: Hombre

Edad: 25 años a 35 años

Experiencia: 2 Años.

#### **Funciones**

Realizarán la limpieza diaria de los dormitorios, y el lavado de sus respectivas, sábanas, toallas, etc., serán las encargadas de velar por el orden y la limpieza de las habitaciones. Además de proporcionar un buen trato a los clientes y asistirlos en los pedidos que realicen en la recepción.

#### **2.4.1.8. Cocinero Principal o Chef**

Sexo: Indiferente.

Edad: 26 años a 35 años

Experiencia: 3 Años.

## **Funciones**

Prepararán los alimentos en un ambiente limpio, y despejado, con productos frescos y de calidad, garantizando la frescura de los alimentos que se servirán.

Preparación de platos a la carta con producto frescos y platos nativos de la zona.

Cuidado de la zona de cocina, bodega y cuarto frio, siendo responsable del mismo.

### **2.4.1.9. Mesero**

Sexo: Indiferente.

Edad: 26 años a 35 años

Experiencia: 2 Años

## **Funciones**

Se encargaran de servir al cliente en el restaurant y será el encargado de tomar los pedidos de los clientes, ordenar y atenderlos de forma rápida y oportuna.

## **2.5. FACTORES ORGANIZACIONALES**

### **2.5.1. Políticas Organizacionales**

Las políticas que consideramos importantes en la empresa son las siguientes:

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Cooperación
- ✓ Liderazgo
- ✓ Honestidad

Logrando que el recurso humano tenga comunicación abierta y se promueva la honestidad.

Desarrollando autoridad, poder y liderazgo en cada empleado, fomentando un servicio de calidad hacia los huéspedes.

## 2.6. ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA

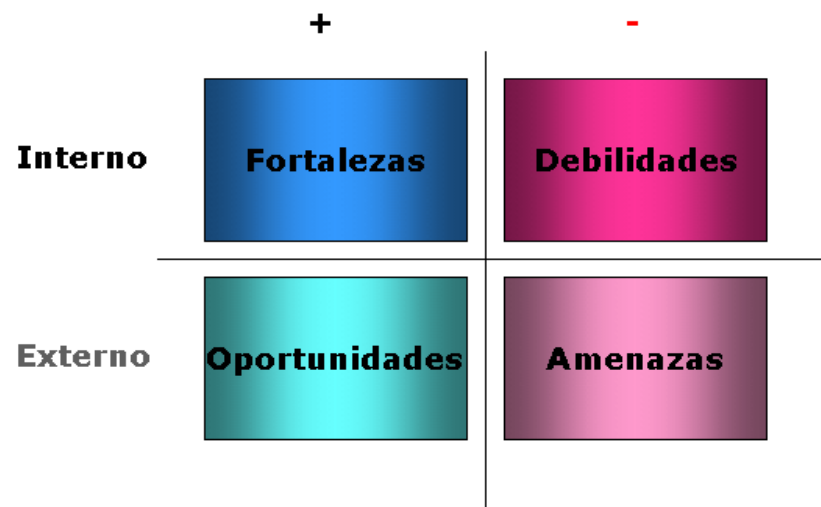


FIGURA 2.3  
Elaborado: Las Autoras

## **Fortalezas**

- ✓ Existe una demanda alta respecto al servicio de hospedaje en este sector, en especial de turistas extranjeros seguidos de locales.
- ✓ El servicio de hospedaje tiene un déficit respecto a la calidad, siendo este una fortaleza para nosotros, explotando de mejor manera la forma de brindar y atender a los huéspedes.
- ✓ Demanda de turistas extranjeros.
- ✓ La ubicación del proyecto tiene buena acogida por parte de quienes visitan el Ecuador.
- ✓ Diferentes actividades recreativas y deportes que se pueden practicar en esta zona.
- ✓ Oportunidad de los consumidores para liberarse del estrés con mayor rapidez por el ambiente acogedor.
- ✓ Precios Accesibles. Capacidad para combinar precios medios con calidad de servicio.
- ✓ Ofrece a los turistas beneficios de salud física, mental y espiritual por el contacto con la naturaleza.

## **Oportunidades**

- ✓ Crecimiento del sector de hospedaje, creando un clima de mayor competitividad.
- ✓ Incremento de la demanda potencial por motivación de la Municipalidad para desarrollar y fomentar el turismo.
- ✓ Crear alianzas con agencias de viajes nacionales e internacionales.
- ✓ Los ofertantes de hospedaje en cabañas familiares o matrimoniales en el sector es mínima, siendo esta una oportunidad.

## Debilidades

- ✓ La inversión inicial es alta, y al ser estudiantes y personas naturales este valor inicial del capital no lo disponemos y es dificultoso tener el capital.
- ✓ Las políticas actuales de los bancos, no permite ser una persona idónea para un crédito empresarial.

## Amenaza

- ✓ Las Políticas del gobierno no favorecen mucho a empresarios que buscan invertir fuera del país, y distribuir el producto dentro del mismo.
- ✓ Incremento de impuestos a estos productos de la construcción respecto a la importación del mismo.
- ✓ Estación invernal que afectan las vías de acceso a Montañita.
- ✓ Iniciativa de promover otros sitios turísticos por parte de las autoridades de la provincia en lugares aledaños.
- ✓ Las altas tasas de interés constituyen un limitante para realizar inversiones para este tipo de proyectos, en el que la deuda es a largo plazo, debido a esto existe incertidumbre en la proyección de los flujo, lo que constituye un riesgo alto invertir el este sector.



## **CAPITULO 3**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANALISIS**

#### **3.1. DEFINICIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la determinación y conocimiento de la demanda hacia las cabañas se procederá a realizar una investigación en este mercado; para lo cual se tomará en cuenta el tamaño de la muestra de quienes se obtendrá información a través de la realización de una de la más conocidas técnicas para la investigación; para así determinar como actúan los posibles clientes y que servicios esperan que se brinden.

##### **3.1.1. Objetivo de la Investigación:**

Determinar si la apertura de cabañas en el Valle de Montañita tendrá suficiente aceptación en los turistas y podría tener éxito en este mercado; al cual está dirigido y además de establecer cuáles serán los diferentes servicios adicionales que desean los clientes en perspectiva para poder solicitar las cabañas.

##### **3.1.2. Preguntas de la Investigación**

- ✓ ¿Cuál es el nivel de aceptación de nuestro servicio?
- ✓ ¿Cuánto están dispuestos a pagar nuestros clientes en perspectiva por adquirir nuestro servicio?

- ✓ ¿Cuáles son los factores relevantes a considerar para un servicio de calidad?
- ✓ ¿En qué intervalo de edad se encuentran nuestros clientes?

### **3.1.3. Hipótesis de la Investigación**

#### **HIPOTESIS GENERAL**

En el estudio de mercado se ha establecido como hipótesis principal que del total de los turistas, ya se nacionales o extranjeros que visitan la Ruta de Spondylus acogerá nuestro servicio, en una proporción no menor de la mitad de las personas que demanda hospedaje de tipo ecológico que le permita realizar actividades de playa y eco- Turísticas.

### **3.1.4. Diseño de la Investigación y Fuentes de Información**

#### **INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA:**

Por tratarse de un proyecto destinado a un mercado del cual tenemos poco conocimiento, se ha buscado información a través de fuentes públicas de turismo e internet.

Para la obtención de información se ha visitado a las siguientes páginas en internet.

- ✓ <http://ecuadorecuadoriano.blogspot.com/2010/11/montanita-ecuador-paraiso-para-el-surf.html>
- ✓ <http://lomejordelecuador.blogspot.com/2009/05/montanita.html>
- ✓ [http://notipeninsula.com/index.php/noticias-peninsulares/components/com\\_jcomments/images/index.php?option=com\\_content&view=article&id=338:montanita-turistica&catid=36:turismo&Itemid=&layout=default&change\\_font=larg](http://notipeninsula.com/index.php/noticias-peninsulares/components/com_jcomments/images/index.php?option=com_content&view=article&id=338:montanita-turistica&catid=36:turismo&Itemid=&layout=default&change_font=larg)

- ✓ <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5728/1/D-36138.pdf>
- ✓ <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/13319/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Centro%20de%20Deportes%20Extremos.pdf>
- ✓ <http://www.expreso.ec/ediciones/2009/02/24/especial/santa-elena-mas-turistas-llegaron-ayer/default.asp?fecha=2009/02/24>

La mayoría de las páginas con respecto a turismo, en especial de cabañas o de servicios similares a los que se pretende ofrecer son extranjeras, pero de igual manera han servido para obtención de información necesaria para el sondeo del mercado a realizar dicha investigación.

### **INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

En esta fase básicamente se realizarán las encuestas; con la finalidad de obtener información del mercado objetivo, el cuestionario se pondrá en práctica durante los últimos días del mes de noviembre e inicios de diciembre del 2010, por ende los datos obtenidos están sujetos a variaciones. Para la ejecución de esta técnica se ha planeado viajar a Montañita para la obtención de la información.

Una vez que se obtenga la información del cuestionario mediante una muestra adecuada se podrá adquirir datos útiles para analizar y contestar nuestras preguntas planteadas anteriormente relacionadas al mercado turístico específicamente en la aceptación del hospedaje en Montañita.

#### **3.1.4.1 Fuentes Secundarias**

Como fuentes de información secundaria, utilizaremos el análisis de competidores, Internet para obtener datos adicionales de cotizaciones con

respecto a costos para realizar análisis y proyecciones del negocio. Obtención de datos proporcionados por el INEC, para la distribución de la población Montañita. Además de otros como:

- ✓ Libros de texto.
- ✓ Revistas de turismo
- ✓ Datos que nos facilite el ministerio de Turismo
- ✓ Datos que nos facilite el municipio de Santa Elena.

#### **3.1.4.2. Fuentes Primaria**

Consiste en información recopilada para el propósito concreto de la investigación. Para ello utilizaremos Métodos de Contacto como son las Encuestas (Cuestionario) de forma presencial, a través del establecimiento de Focus Group.

- ✓ Apuntes de investigación
- ✓ Personas especialistas

### **3.2. DEFINICION DE LA POBLACION**

Para la determinación de la población hemos consultados varias fuentes de internet para identificar el número de turistas nacionales y extranjeros que ingresan en promedio a Montañita de las cuales obtuvimos que 1'500.000 de personas en feriados, temporada playera ingresan a la Provincia de Santa Elena y de esto el 40% se dirige a Montañita. Por lo tanto la muestra se la va a extraer de una población de 600.000 personas.

### **3.3. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA**

Se llevará a cabo un muestreo no probabilístico clasificado como Muestreo por conveniencia: donde el investigador selecciona a los

miembros de la población que más fácil resulta obtener información. El investigador utiliza su propio criterio para seleccionar a los miembros de la población que ofrecen mayor potencial de información.

### 3.3.1. Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra se puede obtener a través de la siguiente forma; mediante la utilización de Fórmulas estadísticas, juicio de los investigadores o estándares sectoriales. En este caso, establecimos como criterio la aplicación de fórmulas estadísticas.

**Muestra.** – Se obtendrá la muestra significativa a través de la siguiente fórmula

**Fórmula:**

n =	PQN		
	(N – 1)	$\frac{e^2}{K^2}$	+ PQ

Donde la simbología representa los siguientes parámetros:

- n = Tamaño de la muestra
- PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = tamaño de la población = 600,000
- e = error máximo admisible (al 5%).
- K = Coeficiente de corrección del error (1,96).

n =	PQ*N		
	(N - 1)	$\frac{e^2}{K^2}$	+ PQ

n =	(0,25) (600.000)		
	(600.000 - 1)	$\frac{(0,05)^2}{(1,96)^2}$	+ 0.25

n =	150,000		
	599.999 *	$\frac{0.0025}{3.8416}$	+ 0.25

n =	31,675		
	(599.999) (0.000650771) + 0.25		

n =	150000		
	390.71		

n = 383 encuestas

### 3.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la obtención y recolección de información se utilizará la encuesta mediante la elaboración de un cuestionario, detallado a continuación:

## ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

Ver ANEXO #1 MODELO DE LA ENCUESTA

### 3.5. PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Información General del Encuestado

<b>Género:</b>	<b>Masculino</b>	.....	<b>Femenino</b>		
<b>Edad:</b>	<b>16 – 25</b>	.....	.....		
	<b>26 – 35</b>	.....	<b>36</b>	<b>–</b>	<b>45</b>
			.....		
			<b>Más</b>	<b>de</b>	<b>46</b>
			.....		

¿Procedencia?

Europa ( )

Norteamérica ( )

Sudamérica ( )

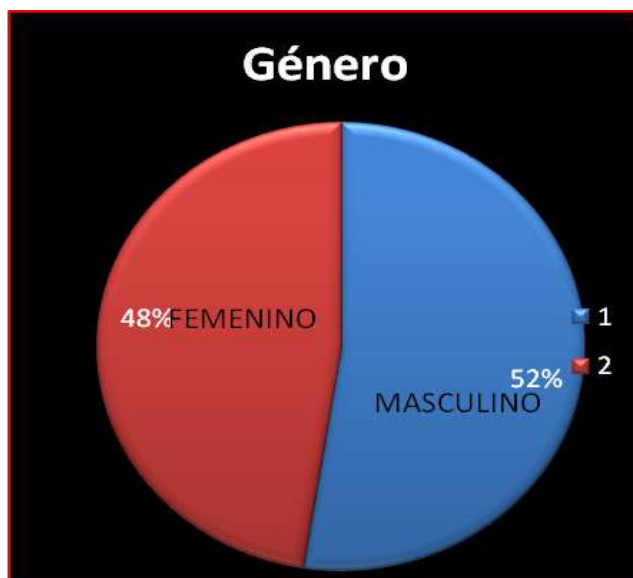


FIGURA 3.1



FIGURA 3.2

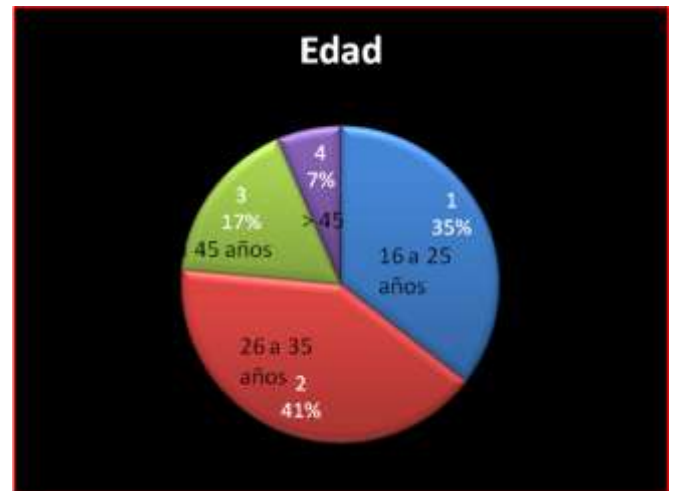


FIGURA 3.3

Más de la mitad de los encuestados fueron Varones en un 52% y que oscilan entre las edades de 16 a 45 siendo un 35% de los encuestados, con nivel de visitas mayor entre las edades de 26 a 35 años en un 41%.

Además que la mayoría de los turistas proceden de Europa y Sudamérica en casi igual proporción de 41% y 39% respectivamente.

Los jóvenes entre 16 a 25 años representan un 35 % de los encuestados, y solamente un 7 % de los visitantes tienen más de 45 años.



¿Cuándo acude a los balnearios, usted ¿con quién va?

Amigos ( )      Padres ( )      Parientes ( )      Solo ( )  
 Con tu pareja ( )



FIGURA 3.4

Al Visitar los balnearios de la Penninsula de Santa Elena los turistas pocas veces lo realizan con algun familiar, por lo general acuden con su pareja, amigos es representado por el 32 % de los encuestados o simplemente solos esto representa un 29 %.

Al visualizar el gráfico estadístico se puede notar que la diferencia entre estas categorias es poco en comparación con las categorias de visita con parientes, padres, representada por 3% y 6% respectivamente.

**¿En qué épocas del año usted acude?**

Solo en temporadas ( )

Durante todo el año ( )



**FIGURA 3.5**

Existe una diferencia considerable en la frecuencia de viajes debido a que en esta parte de la provincia en Temporada playera se realizan diferentes eventos de gran reconocimiento a nivel mundial mientras que quienes ya han visitado esta región del país tienden a regresar por buena acogida por parte de los Ecuatoriano y porque disfrutan realmente de estos recursos naturales.

**Con que frecuencia visita este balneario**

Primera vez ( )                      Dos veces ( )                      Tres veces ( )  
 Mas de cuatro veces ( )

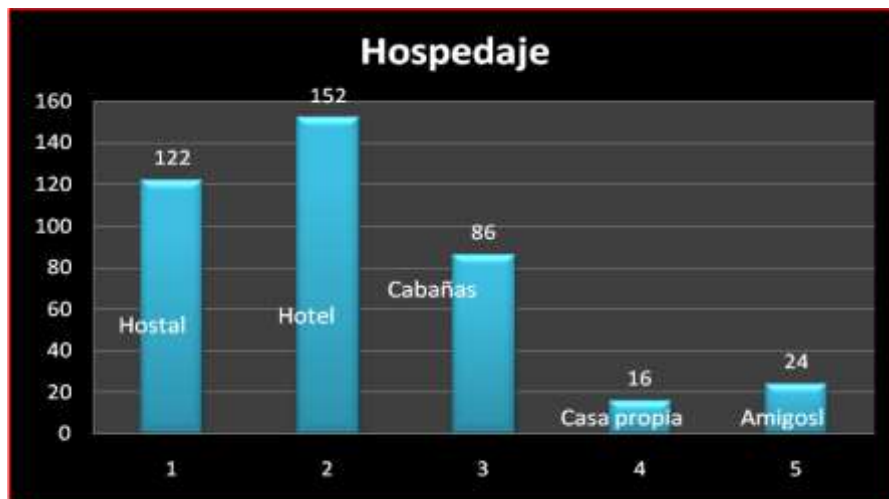


FIGURA 3.6

Este grafico nos indica que un 30 % de los encuestados visitan los balnearios más de 2 veces ya sea en temporada o al año, según los datos obtenidos en la encuesta. Adicionalmente existe un 28% y 17% de encuestados que visitan la playa entre 3 veces y cuatro veces en el año, a diferencia de un 25% que la visitaba por primera vez.

**¿Cuándo va, ¿Dónde se hospeda?**

Hostal ( )    Hotel ( )    Cabañas ( )    Casa Propia ( )    Casa de amigos ( )



**FIGURA 3.7**

Por lo general 152 turistas prefieren los hoteles, 122 personas optan por hospedarse en hostales y 86 personas en cabañas pero el servicio de cabañas en la zona del Barrio Tigrillo es deficiente, por tal razón existe un número considerable de personas que aceptaron la propuesta de que existan cabañas en el barrio Tigrillo; ya que consideran una alternativa adicional cuando no encuentren disponibilidad en los hoteles.

**¿Cuánto usualmente paga por un servicio de hospedaje diario?**

\$26 - \$30 ( )      \$36 - \$40 ( )      \$31 - \$35 ( )      \$41 en adelante ( )

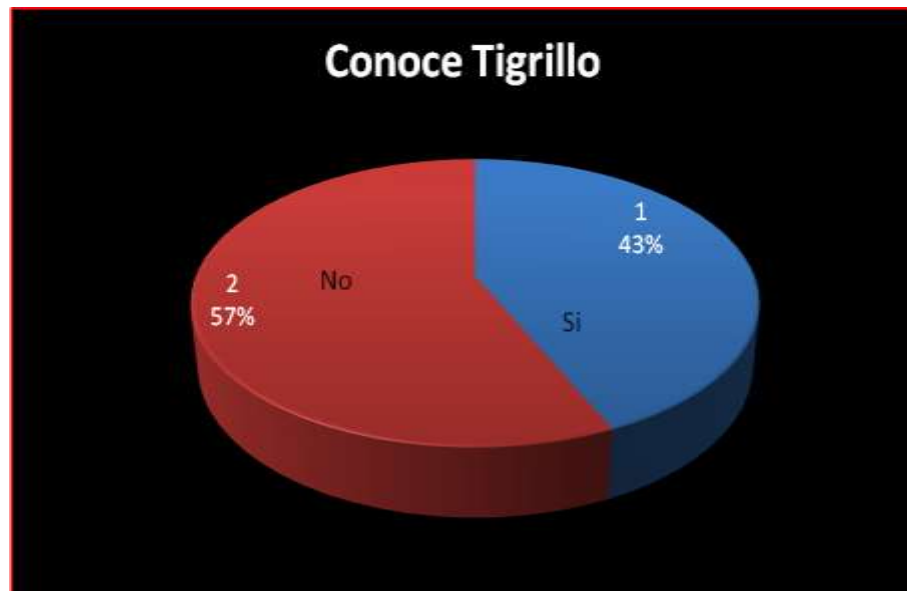


FIGURA 3.8

Los pagos diarios de hospedaje oscilan entre 26 y 40 dólares representada por 48%, son valores que gastan en temporadas bajas; ya que se puede apreciar que no hay gran diferencia entre estas categorías, sin embargo 27 personas las cuales representan un 27% tienen un status social alto gastando en hospedaje más de \$40.00, estos presupuestos varían debido a las temporadas playeras o campeonatos de Surf es decir en temporadas altas.

**¿Conoce el barrio Tigrillo?**

Si ..... No .....

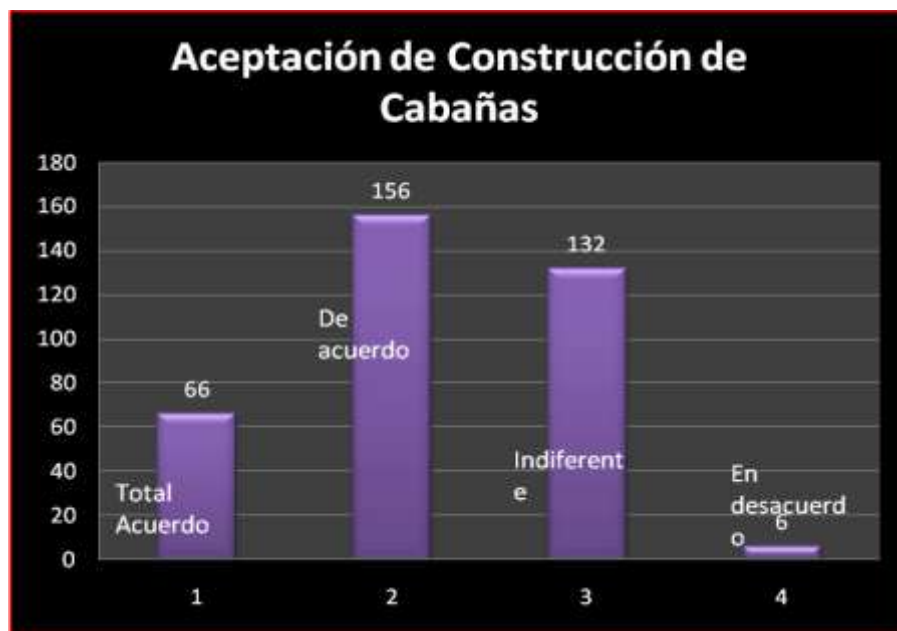


**FIGURA 3.9**

Este Grafico nos indica que un 43% de los encuestados conocen el Barrio Tigrillo, mientras un 57 % desconocen la zona, esto se debe por ser conocido específicamente como el Valle de Montañita y se pudo identificar que realmente si han visitado este lugar, pero desconocían el nombre.

**¿Qué opina usted sobre la construcción de cabañas rústicas en Tigrillo - Montañita?**

Totalmente de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Indiferente ( ) En desacuerdo ( )

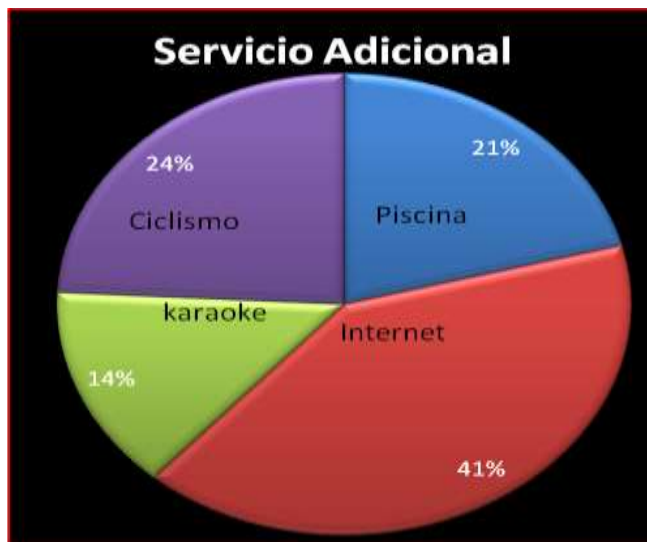


**FIGURA 3.10**

Existe un igual número de personas que opinaron que están de acuerdo con la construcción de las cabañas así como también la indiferencia, por lo tanto se necesitaria de una muestra mayor para identificar la tendencia y determinar la aceptación definitiva, pero hay que rescatar que es considerable el número de personas que aceptan y estarían dispuestos a demandar el servicio.

**¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera la cabaña?**

Piscina ( )      Internet en las habitaciones ( )      Karaoke ( )  
Ciclismo ( )



**FIGURA 3.11**

Un alto porcentaje eligió como servicio adicional el internet dentro de las cabañas representadas por 41% de los encuestados, seguidas por los deportes en especial el ciclismo el cual representa el 24% y la implementación de una piscina presenta solo el 21% del total de los encuestados.



**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales que usted desea?**

Menos de \$15 .....	\$26 - \$30 .....
\$16 - \$20 .....	\$31 - \$35 .....
\$21 - \$25 .....	Más de \$36 .....



**FIGURA 3.12**

En las encuestas realizadas 135 personas estarían dispuestas a cancelar por el servicio adicional un valor menor de \$15,00 dólares americanos; sin embargo 120 personas estarían dispuestas a pagar entre un rango de \$16 a \$20 dólares americanos, estos valores son por los servicios de Ciclismo o Internet.

¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para hospedarse?

	1	2	3	4
Ubicación				
Precio				
Servicio Adicionales (bar, karaoke, juegos, etc...)				
Comodidad de las instalaciones				
Seguridad				
Espacios de parqueo				
Servicio de Cafetería (Desayuno)				



FIGURA 3.13

En el análisis del gráfico de estos factores se puede determinar que para los turistas es de gran importancia en la implementación de las cabañas la seguridad y comodidad para poder decidir en demandar el servicio de hospedaje en cabañas rústicas, colocando éstas características del producto sobre el precio por el alojamiento.

### 3.6. CONCLUSIONES

Mediante la investigación de mercado realizada se ha podido determinar que quienes viajan a Montañita en mayor parte son personas entre 16 – 35 años de edad en especial turistas que vienen de Sudamérica y Europa específicamente, quienes vienen acompañados en mayor parte por sus parejas o con amigos y quienes tienen un mayor nivel de afluencia en temporada playera, por características específicas del clima en esta región.

Mediante el análisis de ésta técnica de recolección de información se ha establecido un perfil de los clientes en perspectiva.

#### **Perfil del turista que asiste a Montañita.**

- ✓ Mayor cantidad de turistas provenientes de costas frías de Sudamérica y Europa.
- ✓ Turistas que se desplazan en grupos con amigos o simplemente viajan solos.
- ✓ Edad promedio de los turistas fluctúan entre los 16 y 35 años, clasificándose así en grupos de “Adolescentes” “Jóvenes” y “Jóvenes mayores”.
- ✓ Personas aficionadas a la práctica de deportes extremos de playa y profesionales.
- ✓ Promedio de gasto disponible de los turistas de nivel bajo (mínimo de \$100).

La aceptación por parte del mercado objetivo en este sector, dependerá no en gran medida del servicio adicional que se brinde sino más bien de lo confortable de las habitaciones, seguridad y comodidad que presten las cabañas.

Por lo tanto, se seguirá con implementación de cabañas matrimoniales y para grupos de personas, como inicialmente se tenía establecido, para atender la demanda inicial.

## **CAPITULO 4**

### **PLAN DE MARKETING**

#### **4.1. ANTECEDENTES**

Las cabañas son ideales para soportar todo tipo de condiciones ambientales extremas, debido a que están emparentadas con lo más básico de la construcción en este tipo de adecuaciones técnicas.

La madera rústica no tiene un muy buen aspecto a considerar por parte de muchos usuarios pero sin duda que es un gran aporte en materia de construcción por lo que logra ser muy resistente y además muy adaptable a ciertas funciones directas.

Por ejemplo, la madera rústica bien puede sumergirse en un terreno muy pedregoso, o muy barroso, o demasiado polvoriento.

Este tipo de construcciones es muy popular por otros aditamentos fundamentales tales como; el bajo coste representativo que significa el construirlas y adaptarlas

En condiciones ideales, las cabañas de madera rústica también tienen la capacidad de mantener su aspecto de manera admirable, de modo que no sufren demasiado por los impases que pueda generar una cierta condición climatológica tales como combaduras, grietas, problemas de hundimiento, etc.

Las cabañas de madera rústica no permiten que se les añada muchos accesorios decorativos en sí, pero de todas formas son importantes a la hora

de mantenerse como un punto de partida en la concepción misma de otros estilos de cabaña.

#### 4.2. CICLO DE VIDA DEL SERVICIO

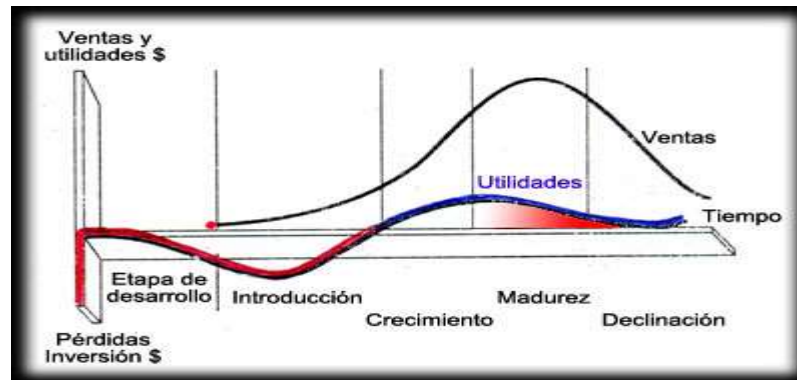


FIGURA 4.1

En el análisis del ciclo de vida el proyecto se encuentra en la etapa inicial; etapa de desarrollo en donde se debe analizar los pro y contras para identificar si es factible o no su ejecución y además se identifica los procesos para llegar a un producto terminado (las cabañas) para poner a disposición de los clientes el servicio. En la etapa de inducción se trabajará en la mentalización a los turistas; es decir que Maneve esté en sus mentes durante la búsqueda de hospedaje en Montañita. Crecimiento es una etapa en la que luego de estar como una alternativa de los viajeros, ya tengan conocimiento del buen servicio y cuando viajen a la Península busquen siempre el servicio; porque para esta etapa se espera contar con más cabañas y en otros lugares de la Provincia. En la declinación se espera que se de en un largo plazo, para lo cual se espera estar preparado para las necesidades, gustos cambiantes de los clientes.

### **4.3. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING**

#### **4.4.1. Objetivos financieros**

- ✓ Alcanzar ingresos que logren cubrir los egresos, de tal forma que generen utilidades.
- ✓ Lograr flujos de caja positivos que superen a los negativos.
- ✓ Recuperar el monto de la inversión inicial en el menor tiempo.
- ✓ Realizar los estudios financieros para obtener la rentabilidad por la

#### **4.3.2. Objetivos De Mercadotecnia**

- ✓ Introducir las cabañas al mercado como un mejor concepto en el servicio de hospedaje.
- ✓ Posicionar las cabañas en la mente de los consumidores
- ✓ Aumentar constantemente la participación del mercado.
- ✓ Lograr al menos el 90 % de satisfacción de los clientes en todos
- ✓ Ser reconocidos a nivel provincial por el excelente servicio de hospedaje en cabañas

### **4.4. MACRO - SEGMENTACIÓN**

Permite tomar un mercado referencial desde el punto de vista del consumidor, considerando tres funciones: necesidad, tecnología y los grupos de compradores.

#### **Necesidad**

La Cabañas pretende satisfacer la necesidad que tienen los turistas sea nacional o internacional al momento de seleccionar un lugar donde hospedarse.

## **Tecnología**

La Cabañas estará dotada de los instrumentos necesarios para satisfacer las necesidades de los consumidores.

## **Grupos/Compradores**

La Cabañas está dirigida a consumidores de nivel medio y medio - alto con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado.

### **4.5.1. Micro - Segmentación**

Es una herramienta que permite identificar los grupos de compradores, mediante una clasificación basada en la localización, género, edad, actividad e intereses.

- ✓ **Localización**

Turistas de estrato social medio y alto.

- ✓ **Género**

Masculino y femenino.

- ✓ **Edad**

Personas de 26 a 35 años.

- ✓ **Actividad**

Personas universitarias, oficinistas, etc.

- ✓ **Intereses**

Seguridad en el hospedaje.

Crecimiento optimó del servicio de hospedaje.

## 4.5. MARKETING MIX

Se denomina Marketing Mix a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. Son las estrategias de marketing o esfuerzo de marketing y deben incluirse en el plan de marketing.

### 4.5.1. Precio

En cuanto al precio, se recomienda que este valor sea de \$26 - \$30 según datos obtenidos por la encuesta.

### 4.5.2. Plaza

La Cabañas estará ubicada en el Barrio del Tigrillo; desde ese lugar es donde se va a dar a conocer con su servicio de hospedaje.

### 4.5.3. Promoción

Se va a dar conocer el servicio a través de volantes, internet ; alianzas con agencias de viajes, entre otras. La Cabañas como serán nuevas en el mercado al inicio se ofrecerá diferentes promociones; tales como; paga la mitad, dos por uno, etc.

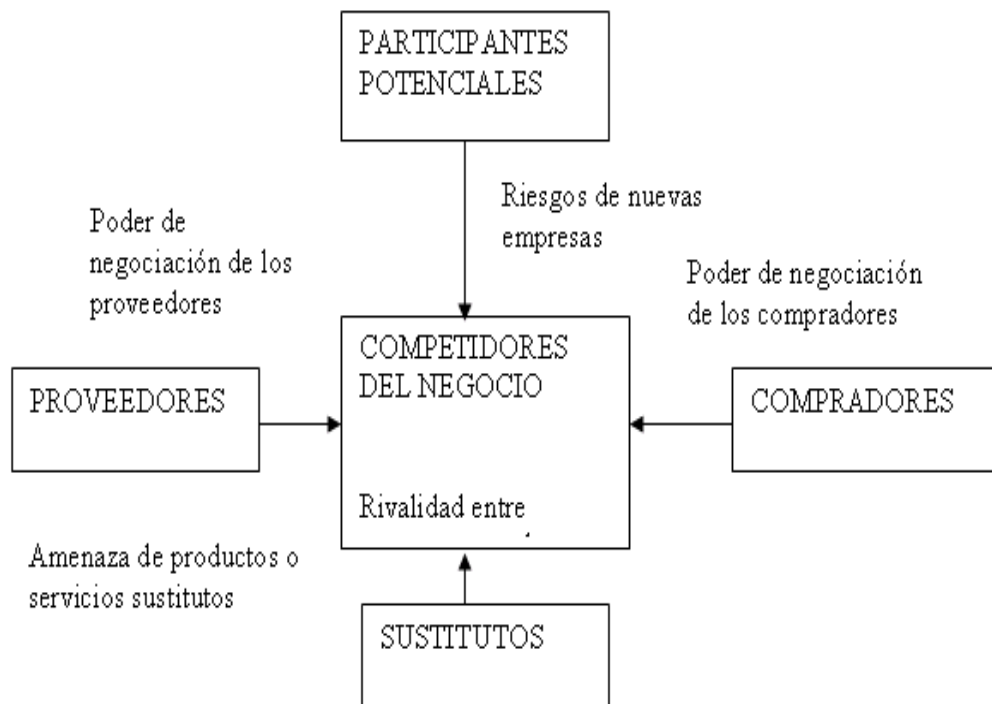
#### 4.5.3.1. Publicidad

**Estrategia Publicitaria de introducción:** Se promocionará el producto por diferentes medios de comunicación: Internet, revistas y Guías de Viajeros.

**Estrategia Publicitaria permanente:** Se basará en promoción por medio de Internet Revistas de viajeros y vallas publicitarias ubicados en lugares estratégicos.



## 4.6. FUERZAS DE PORTER



**FIGURA 4.2.**  
Fuente: Libro Fundamentos de Administración

El análisis de Porter de las 5 fuerzas es un modelo estratégico que permite analizar la rentabilidad de una industria a largo plazo en un mercado.

Lo principal que la empresa debe evaluar son los objetivos y recursos dados por las 5 fuerzas que rigen la competencia de la industria.

## **NUEVOS COMPETIDORES**

En la entrada de nuevos competidores puede ser posible debido a que es un proyecto con facilidades de ejecución y que con su correcta planificación administración es considerado rentable por el turismo en nuestro país y el único inconveniente para poder desarrollarlo sería el financiamiento.

## **COMPETIDORES ACTUALES**

Para una empresa es más difícil competir en un mercado o en unos de sus segmentos donde los competidores están muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estarán enfrentados a los precios, campañas publicitarias, promociones y entradas de nuevos productos.

En la parte de la competencia ya existente en Montañita, existe este servicio hay hospedaje a través de cabañas pero es limitada en esta región solo cuentan actualmente con 15. Los hoteles y hostales si es una competencia considerable por la aceptación que tienen de los turistas, por una diferente infraestructura, servicio y otros aspectos relevantes al considerar el sitio de hospedaje a elegir.

## **PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES**

Si existe poder de negociación con los proveedores siempre y cuando estos sean fuera de la provincia.; sin embargo habría dificultad con los distribuidores locales como por ejemplo; el servicio o compañía de guardianía y seguridad.

## **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES**

No existe poder de negociación porque nos encontramos ante una competencia realmente fuerte, pero contaremos con la oportunidad de ser escogidos sin diferenciación en tiempo de escasos centros de hospedaje. Además se debe tomar en cuenta que al iniciar con la ejecución del proyecto; es decir con la etapa de inducción se debe adaptar a los precios de la competencia que ofrecen similares servicios.

## **PRODUCTOS SUSTITUTOS**

Como sustitutos se puede mencionar al hospedaje comunitario, o quienes presten sus casas para que viajeros puedan disfrutar sus vacaciones y alojarse a un precio menor. Pero se podría considerar que este tipo de sustituto no es tan fuerte ya que no es muy popular y está destinado para otra clase social.

## **CAPÍTULO 5**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **5.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

Debido a las características ecológicas que tiene este proyecto, las cabañas se localizarán en un sitio que integre de manera armoniosa el calor de la playa, aventura y naturaleza que existe en el sector, por lo tanto las cabañas serán ubicadas en el barrio El tigrillo, logrando de esta forma que el turista disfrute la estancia en esta zona mientras disfruta de sus vacaciones en la época de temporada o durante cualquier época del año que visite nuestro país.

Mediante el minucioso análisis para determinar el lugar se confirmó la construcción de las cabañas rústicas en el barrio el Tigrillo, ubicado en montañita, perteneciente a la provincia de la Península de Santa Elena.

#### **Límites de la Provincia de Santa Elena**

**Extensión:** 3,762.8 km<sup>2</sup>.

**Ubicación:** Se encuentra a 120 Km. al este de la ciudad de Guayaquil y a 540 Km. sur-oeste de la ciudad de Quito.

**Límites:**

**Norte:** la Provincia de Manabí.

**Este y Sur:** la Provincia del Guayas.

**Oeste:** el Océano Pacífico. Ver Anexo # 2 Mapa de la ruta de Spondylus



**FIGURA 5.1**  
**Elaborado:** Las Autoras

**5.1.1. Tamaño del Proyecto**

**Espacio requerido y áreas a implementarse**

De acuerdo al análisis de las características del hospedaje que se quiere brindar, para la construcción de las cabañas, se ha considerando técnicamente necesario obtener un terreno 2000 metros cuadrados, en el cual se instalarán seis áreas que contara con todos los servicios antes mencionados, los cuales se quiere abarcar en este proyecto.

Las áreas mencionadas se detallan a continuación:

- ✓ Área de Hospedaje (cabañas para el hospedaje de los turistas).
- ✓ Área Administrativa (cabaña para las oficinas de administración).
- ✓ Área del Mini Restaurant.
- ✓ Área de Naturaleza (jardines).
- ✓ Área de camping (Espacio para turistas que opten por dormir en campo abierto)
- ✓ Área de Entretenimiento (juegos para niños y adultos).
- ✓ Áreas complementarias (cabaña para descanso del personal, parqueadero, entre otros)

## Área de Hospedaje

Esta área albergará inicialmente cuatro cabañas distribuidas en forma de U a lo largo con vista a la playa, se utilizara 312 metros cuadrados para la construcción de las mismas.

Del total de cabañas, dos serán destinadas para cabañas familiares y dos para cabañas matrimoniales y finalmente una para la recepción y departamento administrativo de la empresa. En conjunto estas tendrán un total de seis habitaciones, es decir ocho camas sin contar las camas adicionales.

La cubierta de estas cabañas (techo) estará elaborada con caña guadua picada, una fina capa de concreto y cubierto de fibrocemento o paja para evitar futuras filtraciones en la misma debido al invierno en los meses de diciembre, enero.

Las habitaciones estarán amobladas con muebles estilos lineales de la empresa Muebles de El Bosque, adicionalmente de algunos arreglos o adornos de construcción rustica propia de la zona.



**FIGURA 5.2**  
Elaborado: Las Autoras

## **Área Administrativa**

Conformada sólo por una cabaña grande localizada al ingreso frente al parqueadero. Desde este lugar de operaciones se llevaran a cabo todas las acciones Administrativas, reservaciones y control del servicio del hospedaje.

La instalación posee una estructura mixta en madera y concreto acorde con la vista de las cabañas para hospedaje, cuenta con una sola planta en la cual se distribuyen las oficinas de las áreas de recepción con una pequeña y cómoda sala donde estará ubicado el counter para el registro de los turistas y en esta área también estarán las oficinas administrativas de la empresa. En la parte posterior, se halla una bodega amplia para el Almacenaje de la proveeduría requerida.

## **Área Mini Restaurant**

Esta zona comprenderá 80 metros cuadrados, el área de la cocina estará equipada con los mejores equipos industriales y electrodomésticos básicos para brindar un excelente servicio a los huéspedes.

El comedor estará equipado con muebles lineales de colores neutros haciendo contrastes con la parte exterior, donde el huésped podrá apreciar la naturaleza del lugar.

El Área de la cocina estará a cargo de un chef Principal con experiencia en comidas internacionales, muy común en esta zona, debido al auge de visitantes extranjeros, adicionalmente el chef dará la oportunidad a los estudiantes de escuelas de cocina a realizar sus prácticas.

Inicialmente ofreceremos desayunos , cuyo valor se reflejará en el hospedaje de cada huésped, los desayunos consistirán en frutas de la zona picadas envueltas en almíbar, Jugo natural, café o Chocolate según la preferencia, huevos revueltos con algún acompañamiento adicional, una rodaja de tostada a la francesa.

Todo este servicio será prestado por personal capacitado, y nativo de la zona. También se prepara platos a la carta, según la exigencia del huésped.

### **Área de Naturaleza**

Tiene por objetivo brindar al turista la oportunidad de conocer las variedades de flores y plantas silvestres que existen en la zona mediante el cultivo de las mismas.

El visitante podrá apreciar la naturaleza de la zona desde el momento que ingresa a las Cabañas Maneve, observando gran variedad de flores y arboles existentes en la zona.



**FIGURA 5.3**  
Fuente: [www.senacultural.com](http://www.senacultural.com)



### **Área de camping**

Esta área está dedicada a los huéspedes que gustan del aire libre, ellos podrán acampar y disfrutar de la naturaleza con la seguridad y comodidad. Esta área estará disponible para todo huésped que desee hacer uso del mismo.

### **Área de Entretenimiento**

Estará destinada para la diversión de los huéspedes, para lo cual se ha dispuesto una serie de adecuaciones como varios juegos para niños y adultos.

En cuanto a juegos recreativos para jóvenes y adultos, tenemos algunos como mesas de billar, ping pong y fútbolín, además de hamacas para el descanso, sitio que se encuentra adornado con plantas ornamentales que le dan un toque especial.

### **Áreas complementarias**

Estará integrada por los sitios o edificaciones necesarias para el buen funcionamiento. En este grupo constan las cabañas destinada para el descanso de todo el personal que colabora en las instalaciones, los lugares destinados al personal que se encarga de la seguridad, además del área de parqueo para los huéspedes.

## 5.2. INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS

### BALANCE OBRAS FÍSICAS

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (US\$)	COSTO TOTAL (US\$)
Terreno El tigrillo (Terreno) 100*20	m2	2000	20	40,000.00
Cabaña Familiar 11 largo x8 ancho (88 mt)	m2	176	135	23,760.00
Cabaña matrimonial 10 largo x6.8 ancho (68 mt)	m2	136	135	18,360.00
Recepción 9,9 x 8,3 (82.17)	m2	87.17	190	16,562.30
Mini Restaurant 8x 10 (80 mt)	m2	80	145	11,600.00
Área de entretenimiento 15*13 (195mt)	m2	195	130	25,350.00
Área Complementarias 10*9(90mt)	m2	90	125	11,250.00
Área de camping 11*12 (132)	m2	132	80	10,560.00
Local (Parqueadero) 10*4 (40)	m2	40	80	3,200.00
<b>Total</b>	m2	2936.17	1040	160,642.30

**TABLA 5.1**  
Elaborado: Las Autoras

Se realizará la compra de un terreno de aproximadamente 2000 metros cuadrados, del cual 312 metros estarán destinados para las 4 cabañas que se construirán inicialmente.

La recepción tendrá un área de 62 metros cuadrados, el mini restaurant por ser el principal servicio el de hospedaje este tendrá un área de 80 metros cuadrados, el área de entretenimiento, donde el huésped podrá relajarse y divertirse está constituida por 195 metros cuadrados.

La zona para acampar es un servicio, en que el huésped podrá disfrutar de la naturaleza para ello tendrá una área de 132 metros cuadrados, la que estará complementada cubierta de césped y en sus alrededores flores y plantas silvestres.

Adicionalmente las zonas complementarias y el parqueadero tendrán 130 metros cuadrados.

La construcción de las cabañas estará a cargo de un Arquitecto, Ingeniero Civil y maestros de la zona especializados en construcciones similares, se espera mantener el estilo rustico que existe en esta zona frecuentada por turistas extranjeros y nacionales, para ésta edificación se utilizará tabloncillos de roble; para el revestimiento, los soportes y pilares se emplearán tabloncillos de chanul, el techo será construido de caña picada, una pequeña y delgada capa falsa de concreto y finalmente estarán cubiertas por un material fibrocemento o paja, de esta forma se mantendrá el estilo rustico existente.

El costo por la construcción de las cabañas varía según la edificación a realizarse, como se mencionó anteriormente se construirá solo 4 cabañas, no todas las infraestructuras a construirse tienen una misma función o tamaño, sin embargo se realizó un cálculo promedio del total del presupuesto en obras por las edificaciones (\$160 642.30) dividido por cada metro cuadrado (936,17mt) que se empleará en la construcción de las cabañas y otras áreas necesarias para ofrecer un excelente servicio de hospedaje a los turistas, siendo este el costo promedio de \$171.59.

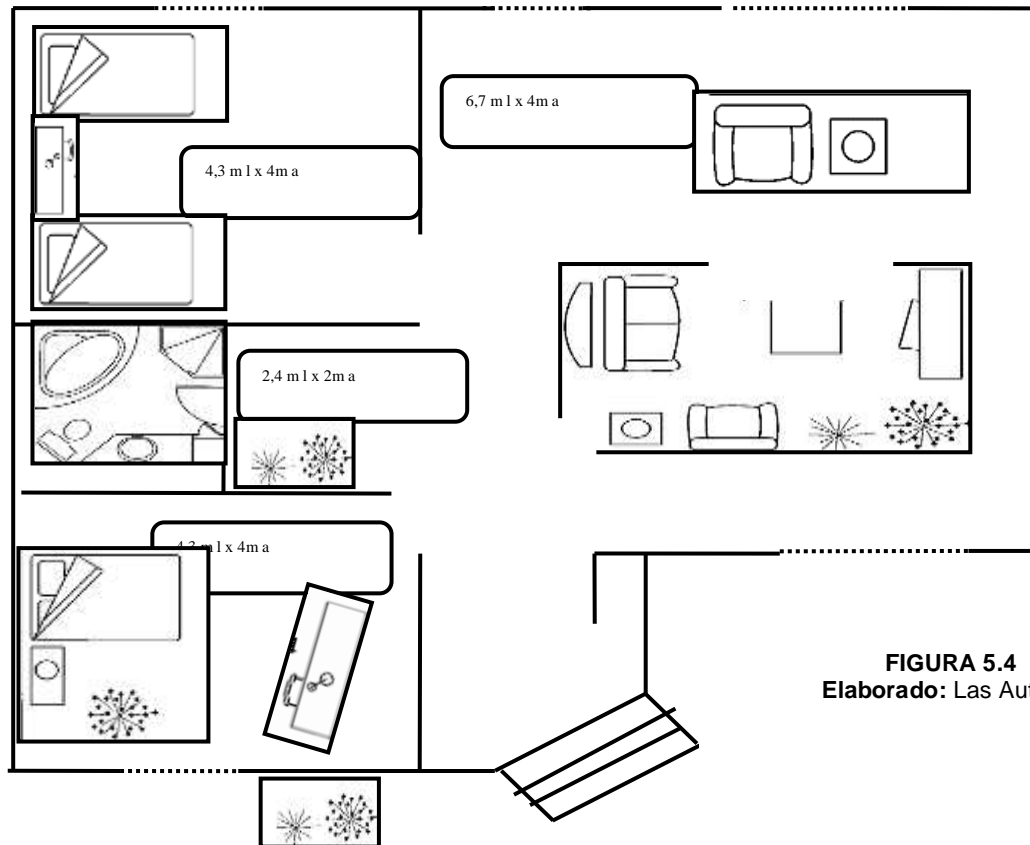
Favoreciéndonos de 1063.83 metros cuadrados por construir para futuras ampliaciones de cabañas.

### 5.2.1. Planos de Construcción

En el terreno que se adquirió contara con cabañas familiares y matrimoniales, la primera tendrá un área de 88 metros cuadrados donde podrán estar cómodamente 6 personas, esta cabaña tendrá las siguientes dimensiones 11 metros de largo y 8 metros de profundidad, divididas en 2 habitaciones:

Una matrimonial y una habitación con dos camas, baño principal y una amplia sala, amoblada con muebles estilo lineal en colores neutros semejantes a la madera natural.

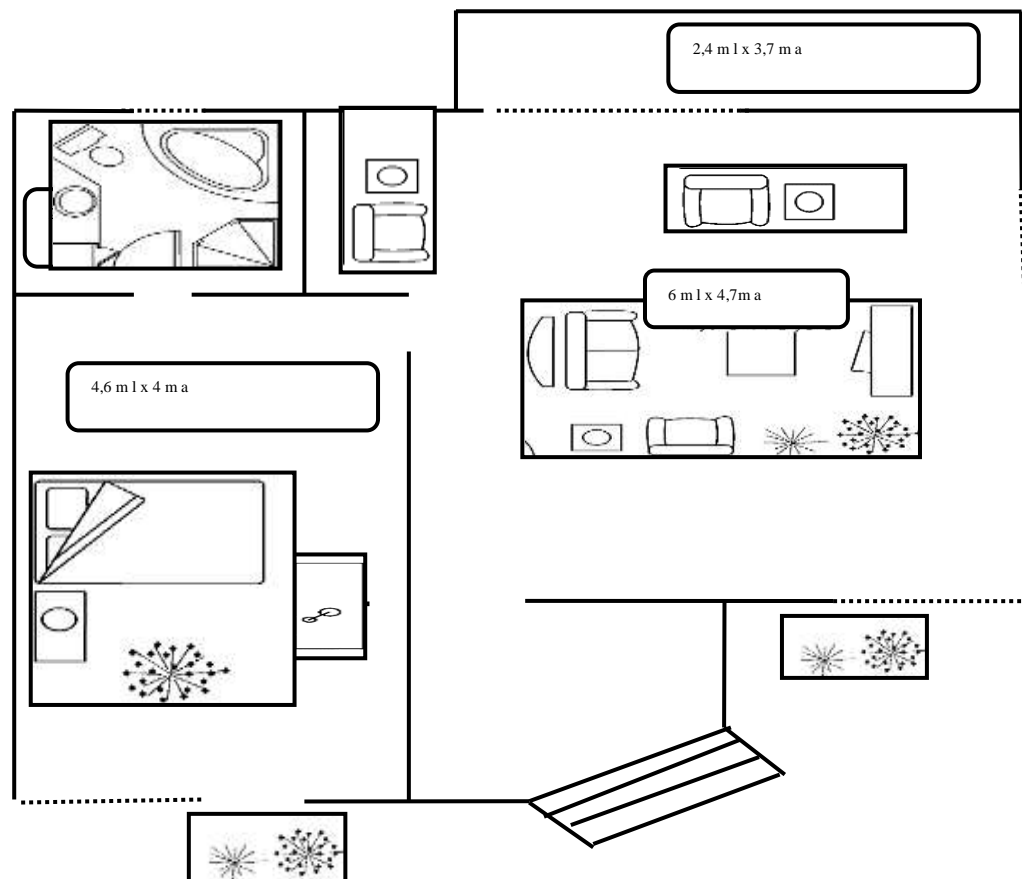
### PLANO CABAÑA FAMILIAR



**FIGURA 5.4**  
Elaborado: Las Autoras

## PLANO CABAÑA MATRIMONIAL

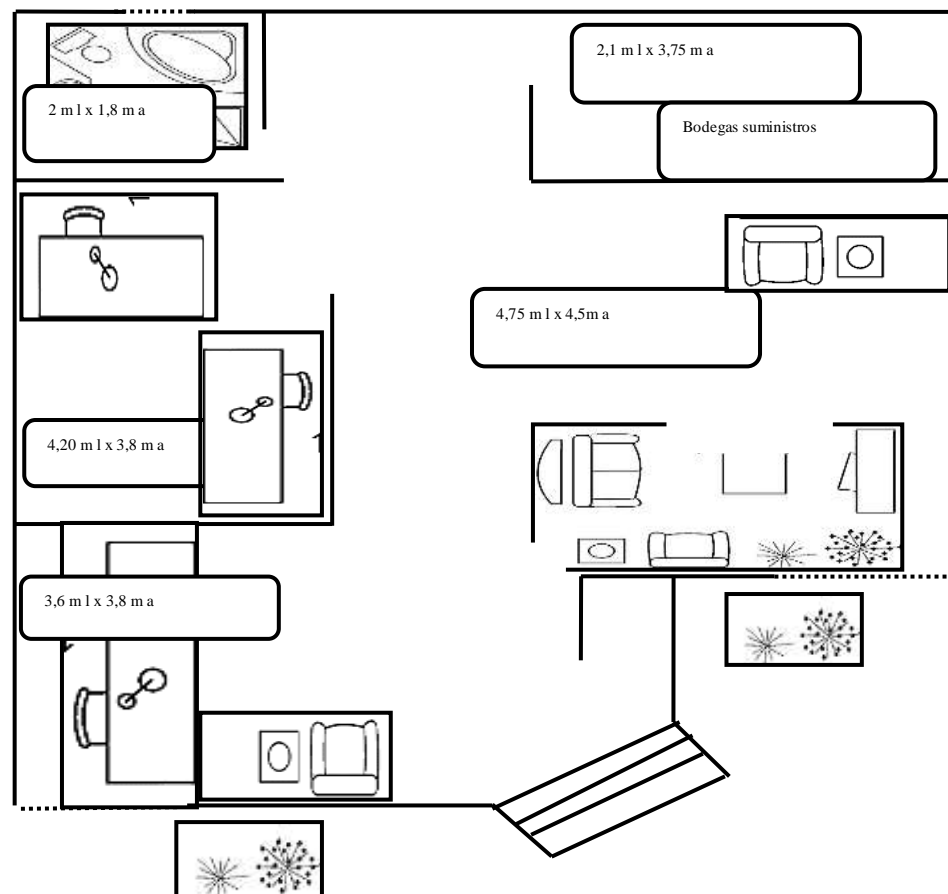
La cabaña tendrá una área de 68 metros cuadrados, donde podrán hospedarse 2 personas y disfrutar de todas las comodidades que le brinda la cabaña, la dimensión de la cabaña es 10 metros de largo y 8,7 metros de ancho, estará compuesta por una habitación matrimonial, baño privado, una amplia sala y un mirador que permitirá apreciar la naturaleza del sector, la cabaña será amoblado con muebles estilo lineal y colores neutros, además la decoración interior tendrá toques rústicos propio de la zona, como artesanías, lámparas de caña guadua entre otros.



**FIGURA 5.5**  
Elaborado: Las Autoras

## PLANO RECEPCIÓN

La cabaña tendrá un área total de 82,17 metros cuadrados, constara de una oficina amplia divida por paneles donde se desarrollara toda la parte financiera y administrativa, también tendrá una amplia sala de recepción, aquí se encuentra el counter para las reservaciones de los hospedes, un baño principal y finalmente contara con una bodega donde se almacenara suministros y otros materiales.

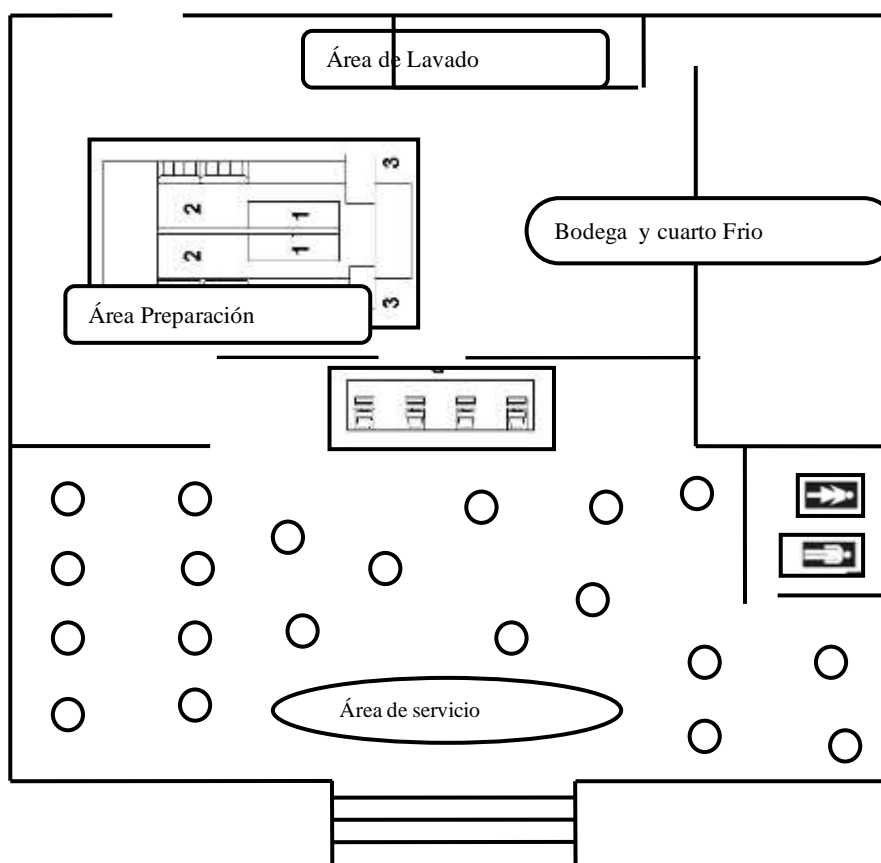


**FIGURA 5.6**  
Elaborado: Las Autoras

## PLANO DE MINI- RESTAURANT

El mini Restaurant es ser un servicio adicional pero a la vez necesario para ofrecer un servicio de calidad, sin embargo nuestro proyecto se enfoca en brindar el servicio de hospedaje de cabañas, por ello el área a construirse es solo de 80 metros cuadrados, formado por 8 metros de ancho y 10 metros de profundidad.

Esta zona se equipara con equipos industriales y electrodomésticos básicos, contara con una bodega y un cuarto frio para almacenar los víveres, verduras y carnes que se emplearan en las comidas a degustar por el huésped.



**FIGURA 5.7**  
ELABORADO: Las Autoras

### 5.3. MATERIA PRIMA REQUERIDA

La materia a usarse en la construcción de las cabañas serán propias de la zona y otras serán traídas de la provincia de Guayaquil y de la ciudad de Santa Elena.

A continuación se realiza un detalle de los productos a usarse en la construcción de la cabaña, los mismos que serán adquiridos por el Arquitecto encargado de la obra.

- ✓ Tablones de Roble
- ✓ Cuartones Chanul
- ✓ Caña Guadua
- ✓ Teca
- ✓ Placas de Eternit Ecuatoriana
- ✓ Clavo para la construcción 2 ½ “
- ✓ Clavo para la construcción 3 “
- ✓ Bloques Rocafuerte PL9- 1st
- ✓ Enlumar 50 kg.
- ✓ Cemento Holcim Rocafuerte
- ✓ Piso Flotante
- ✓ Tubería Plastigama
- ✓ Grifería Fv y Edesa
- ✓ Sanitarios Edesa
- ✓ Sistema Eléctrico (Producto Bticino )



#### 5.4 INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO

Aquí indicamos las inversiones que se harían acorde al tipo de las cabañas, siendo la más significativa la inversión de equipos en las cabañas familiares dándonos un costo de \$4424.24, seguida de las cabañas matrimoniales la que tendría un costo de \$3409.24 y la inversión en equipos en el área de recepción la cual tendría un costo de \$2808.24, las cabañas tendrán muebles estilo lineales, las camas serán individuales no se optara por literas, este tipo de mueble solo lo encontramos en Ecuador en hostales y hoteles de categoría 3 estrellas, por ende es primordial dar calidad en el servicio del hospedaje a los turistas.

## INVERSIÓN CABAÑA FAMILIAR

<b>BALANCE DE EQUIPAMIENTO - CABAÑAS FAMILIARES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDA D</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Teléfono</b>	1	36.32	36.32
<b>Camas Helena 180x200</b>	1	273.75	273.75
<b>Camas krista 120x200</b>	2	273.75	547.50
<b>Velador Annete</b>	3	111.25	333.75
<b>Sofá 3 puestos Inza</b>	1	437.48	437.48
<b>Mesa Tv Art con 2 repisas</b>	1	498.75	498.75
<b>Televisor LCD 22 Pulgadas</b>	1	458.58	458.58
<b>Mesa de centro Nell</b>	1	98.75	98.75
<b>Armario Caribe</b>	1	223.75	223.75
<b>Aire Acondicionado Split 18000 btu</b>	1	697.23	697.23
<b>Sanitario Edesa</b>	1	120.00	120.00
<b>Juegos de Sábanas Floppy back</b>	3	72.80	218.40
<b>Tachos de Basura</b>	1	20.00	20.00
<b>Toallas</b>	2	28.56	57.12
<b>TOTALES</b>			4.021.38

**TABLA 5.2**  
Elaborado: Las Autoras

Fuente: Muebles el bosque, Electrodomésticos Créditos Económicos, Deprati, Indumaster.

**Ver ANEXO # 3 COTIZACIONES**

## INVERSIÓN CABAÑA MATRIMONIAL

<b>BALANCE DE EQUIPAMIENTO - CABAÑA MATRIMONIAL</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Teléfono</b>	1	36.32	36.32
<b>Camas Helena 180x200</b>	1	273.75	273.75
<b>Velador Annete</b>	1	111.25	111.25
<b>Sofá 3 puestos Inza</b>	1	437.48	437.48
<b>Mesa Tv Art con 2 repisas</b>	1	498.75	498.75
<b>Televisor LCD 22 Pulgadas</b>	1	458.58	458.58
<b>Mesa de centro Nell</b>	1	98.75	98.75
<b>Juegos de Sábanas Floppy back</b>	2	72.80	145.60
<b>Armario Caribe</b>	1	223.75	223.75
<b>Aire acondicionado Split 18000 btu</b>	1	697.23	697.23
<b>Sanitario Edesa</b>	1	120.00	120.00
<b>Tachos de Basura</b>	1	20.00	20.00
<b>Toallas</b>	2	28.56	57.12
<b>TOTALES</b>			<b>3.178.58</b>

**TABLA 5.3**  
Elaborado: Las Autoras

Fuente: Muebles el bosque, Electrodomésticos Créditos Económicos, Deprati, Indumaster.

**Ver ANEXO # 3 COTIZACIONES**

## INVERSIÓN RECEPCIÓN

<b>BALANCE RECEPCIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Teléfono</b>	1	36.32	36.32
<b>Escrit. Esquinero demetrios 120cm</b>	3	198.76	596.28
<b>Equipo de Computación</b>	1	860.04	860.04
<b>Televisor Lcd 22 Pulgadas</b>	1	458.58	458.58
<b>Sofa 3 puestos Inza</b>	1	437.48	437.48
<b>Aire Acondic. split 18000 btu</b>	1	697.23	697.23
<b>Sanitario</b>	1	120.00	120.00
<b>Silla Ejecutiva</b>	2	35.00	70.00
<b>TOTAL</b>			<b>3.205.93</b>

**TABLA 5.4**  
Elaborado: Las Autoras

Fuente: Muebles el bosque, Electrodomésticos Créditos Económicos, Deprati, Indumaster.

Ver anexo#3 Cotizaciones

## INVERSIÓN MINI-RESTAURANT

<b>BALANCE MINI- RESTAURANT</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Mesa comedor Gianna 160x80</b>	6	248.75	1.492.50
<b>Vajilla 20 piezas con filos dorados</b>	4	26.88	107.52
<b>Utensilios de Cocina</b>	1	500.00	500.00
<b>Silla Comedor Katty</b>	20	61.25	1.225.00
<b>Charoles</b>	20	3.00	60.00
<b>Vajillas y Cubiertos</b>	10	10.00	100.00
<b>Mantelería</b>	4	10.00	40.00
<b>Refrigeradora</b>	1	2.179.33	2.179.33
<b>Cocina Industrial</b>	1	3.000.00	3.000.00
<b>TOTAL</b>			<b>8.704.35</b>

**TABLA 5.5**  
Elaborado: Las Autoras

Fuente: Muebles el bosque, Electrodomésticos Créditos Económicos, Deprati, Indumaster.

Ver anexo#3 Cotizaciones

### 5.5. BALANCE DE PERSONAL

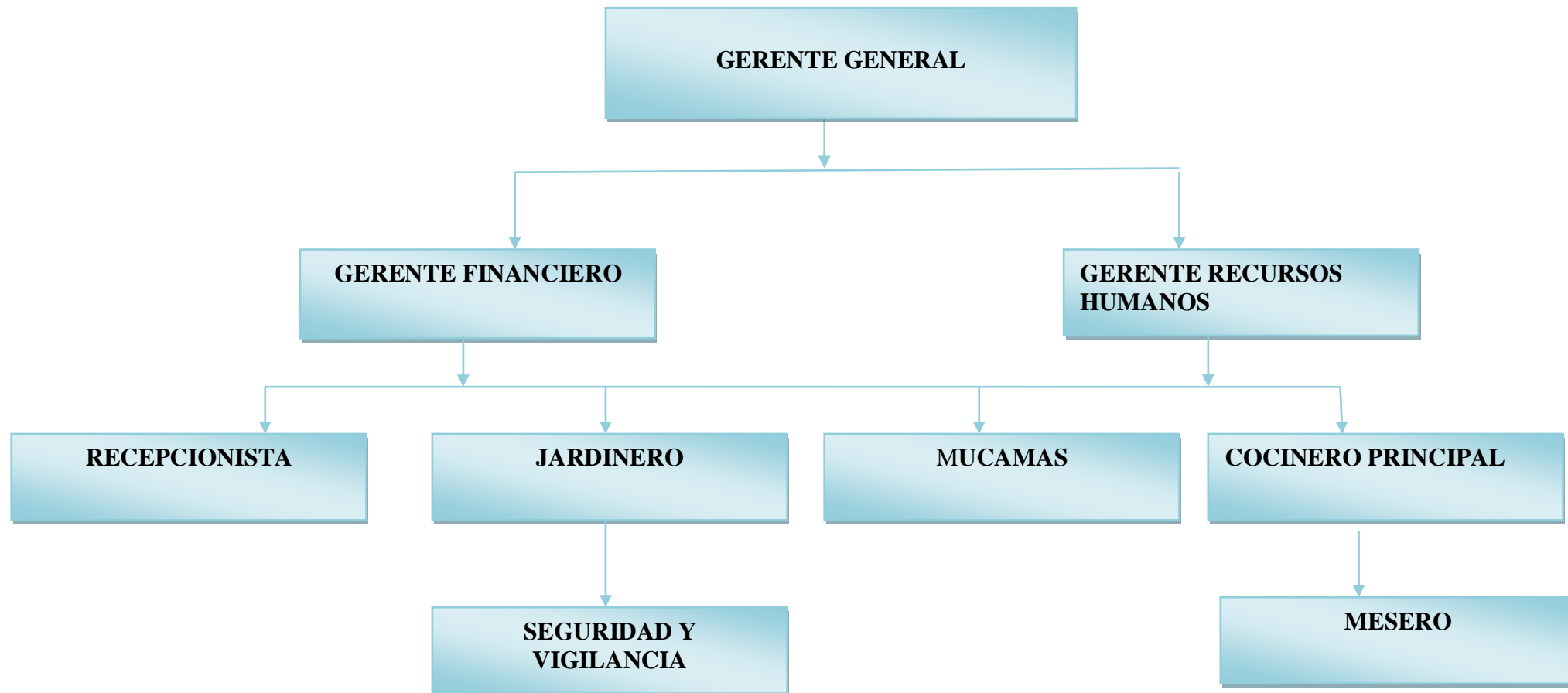


FIGURA 5.7  
Elaborado: Las Autoras

## Balance Personal

El sueldo del Gerente General y el del Gerente Financiero son los únicos que tienen un alto ingreso de \$800 cada uno, mientras los demás empleados gozaran del Sueldo Básico que rige en la actualidad en el Ecuador.

PERSONAL	NUMERO DE PERSONAS	COSTO POR EMPLEADO	COSTO TOTAL MENSUAL
<b>Gerente General</b>	1	800	800
<b>Gerente Financiero</b>	1	800	800
<b>Recepcionista</b>	1	280	280
<b>Jardinero</b>	1	280	280
<b>Mucamas</b>	2	280	560
<b>Cocinero Principal</b>	1	350	350
<b>Mesero</b>	2	280	560
<b>Seguridad y Vigilancia</b>	2	280	560
<b>TOTALES</b>	<b>13</b>	<b>3350</b>	<b>4190</b>

**TABLA 5.6**  
**Elaborado: Las Autoras**

## **CAPITULO 6**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. INVERSIÓN**

Para el inicio de las operaciones del proyecto, se ha estimado necesario contar con una inversión de \$ 215 016.73, destinados a la construcción de las instalaciones y diferentes divisiones que presentará MENEVE S.A. tales como mini-restaurant, las cabañas de hospedaje, recepción de clientes y su respectiva implementación con la adquisición de los activos fijos; indispensable para la puesta en marcha del proyecto, **(Ver ANEXO # 4 ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS) Y ANEXO # 5 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA).**

##### **6.1.1. Inversión en Capital de Trabajo**

La inversión en capital de trabajo se ha calculado bajo el método de déficit acumulado máximo, en base a los ingresos y egresos previstos del primer año de operación. De donde se obtuvo el valor de \$ 100,597; que corresponden a recursos necesarios para el inicio del Ciclo Operativo del Proyecto, que permitirá cubrir en los primeros años desembolsos tales como sueldos, publicidad entre otros, mientras MENEVE S.A. obtiene ingresos operativos para cubrirlos.

Para que el cálculo de capital de trabajo sea más real, se estableció que existirá un incremento anual del 5% de la demanda. **(Ver más detalles ANEXO # 6 INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO).**



## 6.2. FINANCIAMIENTO

Para la ejecución de este proyecto los accionistas aportarán el 40% de la inversión y para cubrir la diferencia equivalente al 60%; se realizará un préstamo a una entidad bancaria, a través del Banco del Pacífico, a una tasa de interés del 15.2%, se escogió esta institución por que ofrece los créditos a una tasa menor en comparación con las otras entidades bancarias que se consulto.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>		
<b>Capital Propio</b>	40%	86,006.69
<b>Préstamo</b>	60%	129,010.04
<b>TOTAL (\$)</b>		215,016.73

**TABLA 6.1**  
Elaborado: Las Autoras

**(Ver ANEXO # 10 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO).**

### 6.3. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Según las investigaciones realizadas se ha obtenido que en promedio un 1'500.000 personas viajan a la Provincia de Santa Elena cada año; de los cuales el 40% tiene como destino Montañita y por los datos obtenidos en las encuestas realizadas el servicio de hospedaje a través de las cabañas rústicas tiene un nivel de aceptación del 39%, determinando así los clientes potenciales equivalente a 234.000 personas.

<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	
<b>PROMEDIO DE TURISTAS</b>	
<b>PROVINCIA</b>	1'500.000
<b>SABTA ELENA</b>	
<b>DESTINO MONTAÑITA</b>	40%
	600.000
<b>HOSPEDAJE CABAÑAS</b>	39%
	234.000
<b>ESTIMACIÓN DE DEMANDA</b>	5%
	11700

**TABLA 6.2**  
**Elaborado:** Las Autoras

### 6.4. INGRESOS

Los ingresos por servicio de alojamiento y de alimentos (desayuno) se indican en las siguientes tablas, donde se ha considerado las variaciones que el sector turístico afronta por temporadas altas y bajas; así como también el número de hospedados que puede cubrir cada cabaña, ingreso por habitación, además del tipo de cabaña con el que dispone nuestro establecimiento; es decir matrimoniales (2 personas) y familiares (6

personas). Más adelante en el flujo de caja se presentará los ingresos anuales proyectados.

TIPO DE HOSPEDAJE	Nº PERSONAS	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	
		PRECIO * DIA	PRECIO TOTAL	PRECIO * DIA	PRECIO TOTAL
<b>CABAÑA MATRIMONIAL</b>	2	40.00	40.00	50.00	50.00
<b>CABAÑA FAMILIAR</b>	6	150.00	150.00	210.00	210.00
<b>TOTAL DIA</b>		190.00		260.00	

**TABLA 6.3**  
Elaborado: Las Autoras

**(Ver ANEXOS # 7 INGRESOS POR TIPO DE CABAÑAS)**

<b>INGRESOS POR ALIMENTACION</b>					
TIPO DE HOSPEDAJE	Nº PERSONAS	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	
		PRECIO * DÍA	PRECIO TOTAL	PRECIO * DIA	PRECIO TOTAL
<b>CABAÑA MATRIMONIAL</b>	2	6.00	6.00	10,00	10.00
<b>CABAÑA FAMILIAR</b>	6	18.00	18.00	30.00	30.00
<b>TOTAL DIA (\$)</b>		<b>24.00</b>		<b>40.00</b>	

**TABLA 6.4**  
Elaborado: Las Autoras

**(Ver ANEXO # 8 INGRESOS POR ALIMENTACIÓN)**

## 6.5. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

### 6.5.1. COSTOS DIRECTO

Los costos detallados a continuación están relacionados directamente con el servicio que se quiere ofrecer y dependen de la demanda de nuestros clientes; es decir existe una relación positiva entre ambos y fueron determinados mediante una proyección de la demanda para 5 años.

<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Alimentos/Bebidas</b>	3,597.00	3,776.85	3,965.69	4,163.98	4,372.18
<b>Servicios Básicos</b>	7,566.60	8,701.59	10,006.83	11,507.85	13,234.03
<b>TOTAL ANUAL (\$)</b>	11,163.60	12,478.44	13,972.52	15,671.83	17,606.21

**TABLA 6.5**  
Elaborado: Las Autoras

### 6.5.2. COSTOS INDIRECTOS

Los costos indirectos presentes en la siguiente tabla son aquellos en los que se debe incurrir para la operación del negocio, se ven afectados también por la demanda pero no directamente; son necesarios para la prestación del servicio, por lo que deben ser considerados dentro del análisis de factibilidad. Dentro de estos costos podemos encontrar desembolsos por el mantenimiento de los activos fijos adquiridos y por el cuidado, mantenimiento y limpieza de las instalaciones

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Gastos de Mantenimiento Equip.</b>	1,400.00	1,470.00	1,543.50	1,620.68	1,701.71
<b>Gastos de Instalación</b>	2,100.00	2,205.00	2,315.25	2,431.01	2,552.56
<b>Gastos de Mant./Limpieza Instalaciones</b>	420.00	441.00	463.05	486.20	510.51
<b>TOTAL ANUAL (\$)</b>	<b>3,920.00</b>	<b>4,116.00</b>	<b>4.321.80</b>	<b>4.537.89</b>	<b>4.764.78</b>

**TABLA 6.6**  
Elaborado: Las Autoras

### 6.5.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS

Otros gastos relacionados al giro del negocio son los gastos administrativos integrado por los sueldo del personal requerido para el funcionamiento de MANEVE S.A.

(Ver detalles en ANEXO # 7 SUELDOS ADMINISTRATIVOS), además de los desembolsos por publicidad que se realizarán por diferentes medios y los suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Pendrive 4G Kingston</b>	2	20.00	40.00	480.00
<b>Lápiz</b>	8	0.10	0.80	9.60
<b>Esferográficos (negro, azul)</b>	3	0.25	0.75	9.00
<b>Resma de papel A4</b>	5	3.00	15.00	180.00
<b>Tinta Impresora</b>	1	50.00	50.00	600.00
<b>Archivadores</b>	6	2.50	15.00	180.00
<b>TOTAL (\$)</b>			<b>121.55</b>	<b>1,458.60</b>

**TABLA 6.7**  
Elaborado: Las Autoras

<b>PUBLICIDAD</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Revistas	1,250.00
Guías de Viajeros	900.00
Agencias de Viajes	1,000.00
Internet	100.00
<b>TOTAL</b>	<b>3,250.00</b>

**TABLA 6.8**  
Elaborado: Las Autoras

#### 6.5.4. GASTOS FINANCIEROS

El 60% de la inversión total requerida para la ejecución y puesta en marcha del proyecto será financiada a través del Banco del Pacífico en un valor equivalente a \$ 129,010.04 a 5 años plazo y a una tasa de interés del 15.2% anual, los periodos de pago serán de forma anual.

<b>PRESTAMO (60% INVERSIÓN)</b>	<b>129,010.04</b>
<b>TASA</b>	<b>15.20%</b>

**TABLA 6.9**  
Elaborado: Las Autoras

(Ver ANEXO # 10 TABLA DE AMORTIZACIÓN FINANCIAMIENTO)

#### 6.5.5. GASTOS DE AMORTIZACIÓN

En los gastos amortizables se han incluido la dirección técnica de un arquitecto; los planos y maqueta de las diferentes divisiones que integran el proyecto y los costos de constitución como tramites, tasas, permisos, entre otros documentos necesarios para la respectiva legalización. Todos estos desembolsos se amortizarán en un periodo de 5 años; por lo que estos representan a los activos diferidos de la empresa. En la siguiente tabla se indica las respectivas amortizaciones.

DESCRIPCIÓN	AÑO					
	VALOR	1	2	3	4	5
Dirección Técnica	16,064.23	3,212.85	3,212.85	3,212.85	3,212.85	3,212.85
Planos y Maqueta del proyecto	2,000.00	400	400	400	400	400
Documentos de Constitución	10,000.00	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
<b>TOTAL GASTO AMORTIZACIÓN (\$)</b>		<b>5,612.85</b>	<b>5,612.85</b>	<b>5,612.85</b>	<b>5,612.85</b>	<b>5,612.85</b>

**TABLA 6.10**  
Elaborado: Las Autoras

### 6.5.6. GASTOS DE DEPRECIACIÓN

La depreciación de los Activos Fijos se determinaron bajo el método de línea recta; tomando como valor de salvamento el calculado mediante la utilización del valor de mercado que se espera que tenga el activo al finalizar su vida útil; que para el análisis se ha considerado tanto para maquinaria y equipo así como también muebles y enseres una vida útil inferior a la aplicada generalmente debido al uso continuo de los mismo que se requiere dentro de este sector, por tal motivo se deteriorarán de forma acelerada.

<b>GASTO DEPRECIACIÓN</b>	<b>DE</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR SALV.</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
<b>EQUIPO COMPUTACIÓN</b>	<b>DE</b>	<b>860.04</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>286.68</b>
<b>MAQUINARIA EQUIPO</b>	<b>Y</b>	<b>23,104.27</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>4,620.85</b>
<b>MUEBLES ENSERES</b>	<b>Y</b>	<b>2,345.89</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>469.18</b>
<b>INFRESTRUCTURA</b>		<b>120,642.30</b>	<b>20</b>	<b>29638.71</b>	<b>6,550.18</b>
<b>TOTAL GASTO DEPRECIACIÓN (\$)</b>					<b>11,926.89</b>

**TABLA 6.11**  
Elaborado: Las Autoras

### 6.6. FLUJO DE CAJA

La proyección del Flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de la posibilidad de desarrollo o no de un proyecto de inversión (prestación de servicio de hospedaje en cabañas rústicas); ya que la evaluación del mismo se efectuará en base a resultados que éste arroje.



Mediante la utilización del flujo de caja que refleja los ingresos y costos proyectados para 5 años se podrá determinar la factibilidad del proyecto a través de los flujos esperados traídos a valor presente. Para esto el VAN debe ser mayor a cero, lo que indica que los gastos esperados durante los años de proyección han sido cubiertos con los ingresos y además que se obtiene una ganancia. Otra herramienta utilizada para determinar si es adecuado o no la inversión en un proyecto es midiendo la rentabilidad a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR), la misma que se compara con la TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno). Un proyecto será rentable si  $TIR > TMAR$ .

<b>INGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Alojamiento Cabaña Matrimonial</b>		18,640.00	19,572.00	20,550.60	21,578.13	22,657.04
<b>Alojamiento Cabaña Familiar</b>		76,200.00	80,010.00	84,010.50	88,211.03	92,621.58
<b>Alimentacion</b>		12,672.00	13,305.60	13,970.88	14,669.42	15,402.90
<b>TOTAL INGRESOS ANUAL (\$)</b>		107,512.00	112,887.60	118,531.98	124,458.58	130,681.51
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		11,163.60	12,478.44	13,972.52	15,671.83	17,606.21
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		3,920.00	4,116.00	4,321.80	4,537.89	4,764.78
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		92,428.40	96,293.16	100,237.66	104,248.86	108,310.52
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>50,324.15</b>	<b>50,324.15</b>	<b>50,324.15</b>	<b>50,324.15</b>	<b>50,324.15</b>
Gasto de Amortización (de intangibles)		5,612.85	5,612.85	5,612.85	5,612.85	5,612.85
Gasto de Depreciación Equipo de Comp.		286.68	286.68	286.68	0.00	286.68
Gasto de Deprec. Muebles y enseres		469.18	469.18	469.18	469.18	469.18
Gasto de Deprec. Infraestructura		6,550.18	6,550.18	6,550.18	6,550.18	6,550.18
Gasto de Deprec. Maquinaria y Equipo		4,620.85	4,620.85	4,620.85	4,620.85	4,620.85
Gasto de Publicidad		3,250.00	3,367.00	3,488.21	3,613.79	3,743.88
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL (\$)</b>		2,255.94	25,062.27	28,885.56	33,057.86	36,702.75
<b>(-) GASTOS NO OPERACIONALES</b>						

<b>Gastos de Intereses</b>		19,609.53	16,712.62	13,375.39	9,530.90	5,102.04
<b>(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impuestos</b>		-17,353.59	8,349.65	15,510.17	23,526.97	31,600.70
(-) 15% Participación de Trabajadores		-2,603.04	1,252.45	2,326.53	3,529.05	4,740.11
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		-14,750.55	7,097.20	13,183.64	19,997.92	26,860.60
(-) 25% Impuesto a la Renta		-3,687.64	1,774.30	3,295.91	4,999.48	6,715.15
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		-11,062.91	5,322.90	9,887.73	14,998.44	20,145.45
(+) Amortización (de Intangibles)		5,612.85	5,612.85	5,612.85	5,612.85	5,612.85
(+) Total Depreciación		11,926.89	11,926.89	11,926.89	11,640.21	12,140.21
(-) Inversión	-215,016.73					
(-) Reinversión en Equipo de Computación					-1,500.00	
(+) Préstamo	129,010.04					
(-) Amortización Capital del Prestamo		38,668.10	38,668.10	38,668.10	38,668.10	38,668.10
(-) Capital de Trabajo	-100,597.36					
(+) Recuperación Capital de Trabj.						100,597.36
(+) Valor de Desecho						60,518.95
<b>(=) FLUJO NETO DE CAPITAL (\$)</b>	-186,604.05	39,532.08	55,917.90	60,482.73	63,806.76	232,070.07

**TABLA 6.12**  
Elaborado: Las Autoras

## 6.7. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 6.7.1. CÁLCULO DE INDICADORES DE RENTABILIDAD

#### 6.7.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Como se ha mencionado anteriormente el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) nos dará a conocer si realmente el proyecto a desarrollar generará ganancias a los inversionistas, de acuerdo a la rentabilidad exigida; que incluye costo de oportunidad y otros factores que la determinan. Con el flujo anterior en este proyecto se obtuvo un VAN de \$ 87,516.86.

#### 6.7.1.2. Tasa Mínima de Retorno (TIR)

Al comparar TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno; considerado como un costo de oportunidad y la TIR (Tasa Interna de Retorno), que es el beneficio que obtendría si se invierte en el proyecto de análisis, se tiene como resultado que TIR (27.70%) es mayor a TMAR (14.31%) lo que indica que es factible el proyecto.

La TMAR se obtuvo por medio del método de CAPM; en donde el beta (sensibilidad) se calculó de acuerdo al apalancamiento de las cabañas, el  $R_m$  de acuerdo al sector económico y la tasa libre de riesgo vigente.

$$\begin{array}{l}
 \text{Tasa de rendimiento} \\
 \text{requerida o esperada} \\
 \uparrow \\
 \underbrace{\hspace{10em}} \\
 k_e
 \end{array}
 =
 \begin{array}{l}
 \text{tasa libre de riesgo} \\
 \uparrow \\
 \underbrace{\hspace{10em}} \\
 R_f
 \end{array}
 +
 \begin{array}{l}
 \text{premio por el riesgo} \\
 \text{no diversificable} \\
 \uparrow \\
 \underbrace{\hspace{10em}} \\
 \beta (R_m - R_f)
 \end{array}$$

<b>Beta Apalancado a la cía.</b>	<b>1.22</b>
<b>Rm</b>	<b>12.50%</b>
<b>Rf</b>	4.26%
<b>Rm-Rf</b>	8.2%
<b>Ke (TMAR)</b>	<b>14.31%</b>

**TABLA 6.13**  
Elaborado: Las Autoras

## 6.8. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

### PAY BACK

Al realizar el análisis del período de recuperación de la inversión en Maneve S.A., más conocido como PAYBACK se obtuvo como resultado que demorará 4 años con 3 meses aproximadamente en que los inversionistas puedan haber recuperado su capital.

	0	1	2	3	4	5
<b>PAYBACK SIMPLE</b>	-					232,070.0
	186,604.05	39,532.08	55,917.90	60,482.73	63,806.76	7
	-	-		-		265,205.4
	186,604.05	147,071.97	-91,154.07	30,671.34	33,135.41	8
	<b>3.4807</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>5.77</b>	<b>MESES</b>		
<b>PAYBACK DESCONTADO</b>	-					118,889.8
	186,604.05	34,582.37	42,791.85	40,489.91	37,366.91	6
	-	-	-	-	-	
	186,604.05	152,021.67	109,229.82	68,739.91	31,373.00	87,516.86
	4.26388	<b>4 AÑO</b>	<b>3.17</b>	<b>MESES</b>		

**TABLA 6.14**  
Elaborado: Las Autoras

## 6.9. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En la puesta en marcha del proyecto, tanto la TIR como el VAN pueden sufrir variaciones, sean estas que aumenten o disminuyan, debido a esto se analiza a continuación varios escenarios, para el estudio de eventualidades que se puedan presentar.

Los diferentes escenarios nos permitirán observar variaciones que pueden perjudicar o beneficiar a la rentabilidad, siendo la parte más influyente los cambios que tenga el país o factores externos que afectan la economía del mismo y que están relacionados directamente con los costos, como por ejemplo la inflación o escases de los recursos que influyen en los costos directos, aquellos que aumentarían y disminuirían la rentabilidad.

Dependiendo de cuando se de la ejecución del proyecto, estos factores externos, también afectarían a los precios de los materiales para la construcción, ocasionando un aumento en la inversión inicial y posiblemente también en el tiempo que se estima recuperar la inversión.

Otro escenario posible es la disminución de los ingresos esperados; sean estos por disminución de la demanda o por variación en los precios, esta situación hace que el proyecto sea muy sensible y disminuya el valor de la TIR.

Todos estos escenarios son posibles a través del tiempo por lo que es importante analizarlos para poder prevenir y demostrar a los inversionistas los diferentes cambios a los que está sujeta su rentabilidad.

En las siguientes tablas se presentan las variaciones tanto del VAN como de la TIR si hay variaciones en los ingresos y gastos.

<b>ANALISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A INGRESOS</b>				
		<b>VAN</b>	<b>TIR</b>	<b>RESULTADO</b>
<b>VARIACIÓN</b>	-20%	-1,028.29	14.13%	NO FACTIBLE
	-15%	13,425.56	16.61%	FACTIBLE
	-10%	29,382.10	19.22%	FACTIBLE
	-5%	46,963.59	21.95%	FACTIBLE
	0%	66,297.57	24.78%	FACTIBLE
	5%	87,516.86	27.70%	FACTIBLE

**TABLA 6.15**  
Elaborado: Las Autoras

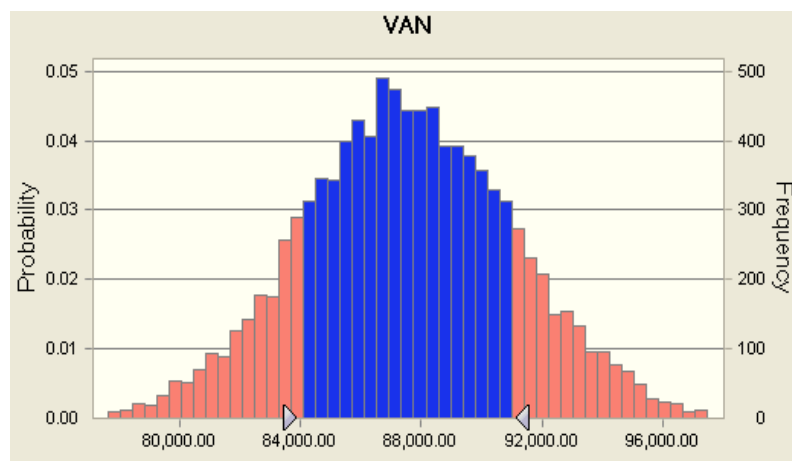
<b>ANALISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A COSTOS</b>				
		<b>VAN</b>	<b>TIR</b>	<b>RESULTADO</b>
<b>VARIACIÓN</b>	-5%	105,680.29	30.09%	FACTIBLE
	0%	93,917.95	28.55%	FACTIBLE
	5%	81,008.64	26.82%	FACTIBLE
	10%	66,868.35	24.87%	FACTIBLE
	15%	51,409.88	22.64%	FACTIBLE
	20%	38,676.43	20.71%	FACTIBLE

**TABLA 6.16**  
Elaborado: Las Autoras

Adicionalmente a este análisis se utilizó el software Crystal Ball para calcular la probabilidad de que el VAN sea mayor o menor que algún valor predeterminado, con un nivel de confianza del 95% en la que se obtuvo los siguientes resultados.

VAN	PROBABILIDAD
VAN > 87,493.00	24.48 %
83,950.82 < VAN < 91,035.18	68.60%

**TABLA 6.17**  
Elaborado: Las Autoras



**FIGURA 6.1**  
Elaborado: Las Autoras



## CONCLUSIONES

El implementar cabañas rústicas es un proyecto que surgió por la necesidad de brindar a los turistas que nos visitan a nivel mundial de un espacio apropiado, alejado del estrés de la ciudad; sin dejar a un lado las comodidades que requieren quienes adquieren el servicios, el mismo que tiene como lugar de desarrollo en Montañita provincia de Santa Elena, balneario que cuenta con un excelente y acogedor paisaje.

Según la información obtenida en la investigación realizada a través de encuestas se concluyó que el proyecto está dirigido a personas de clase media alta a alta tanto nacionales como extranjeras quienes por lo general tienen una edad que oscila entre 16 – 35 años de edad, quienes principalmente nos visitan de Sudamérica y Europa, y que por lo general viajan con su pareja o amigos y quienes tienen un mayor nivel de afluencia en temporada playera, por características específicas del clima en esta región.

Además, se llegó a la conclusión que para obtener éxito en el desarrollo y operación de las cabañas se debe de establecer una campaña de culturalización de las cabañas rústicas como un sustituto perfecto al hospedaje en hoteles, de manera que constituya una alternativa más cuando se trata de buscar un lugar de reposo para pasar unas agradables vacaciones.

Es importante resaltar que el análisis está basado en un escenario optimista, es decir considerando que las cabañas estarán ocupadas al menos los fines de semana, por lo que hay que considerar otros escenarios para afirmar la decisión de inversión.

Dentro del estudio financiero se obtuvo diferentes resultados en donde es necesario realizar un análisis de los mismos. Al generar un VAN de \$ 87,516.86 nos indica que es válido desarrollarlo porque los inversionistas esperan que al final del periodo del negocio obtengan beneficio. Por otro lado tenemos la TIR de un 27.70% que casi duplica a la rentabilidad que se espera, pero cabe recalcar que el análisis solo fue realizado para un periodo de 5 años lo que influye en el resultado final, aparte de las distintas variaciones que pueden afectar a la TMAR utilizada para el cálculo, factores que son difíciles de controlar por parte de la cía.

Los resultados anteriores confirman que es recomendable la construcción de las cabañas, por el retorno que se espera recibir pero al considerar los 5 años de vida del proyecto, a través del PAY BACK, se llegó a la conclusión que los inversionistas recuperarán su inversión ya en la finalización.

Con el análisis de sensibilidad mediante la variación de más de una variable se ha llegado a la conclusión que para obtener un VAN mayor a \$ 87,493.00 que es menor al valor resultante en el flujo tiene una probabilidad del 24.48%; porque solo se contará con 4 cabañas y para que esto ocurra deberían estar ocupadas la mayor parte del año.

El período de análisis se ha tomado solo de 5 años por la devaluación de las instalaciones, que serán afectadas por los cambios de clima que enfrenta esta región, y el constante uso; por esta razón dependiendo del tipo de inversionista del proyecto se podrá ampliar o vivificar nuevamente el proyecto.

Si cumple con las expectativas de los inversionistas sean estos propensos o adversos al riesgo se recomienda la ampliación del proyecto a

través de la construcción de más cabañas por la rentabilidad que regeneran o el establecimiento de áreas de alquiler para turistas que quieran acampar.

## RECOMENDACIONES

Luego de la evaluación y terminación del estudio que hemos realizado se plantean las siguientes recomendaciones para el presente proyecto:

- ✓ Se recomienda la puesta en marcha de las cabañas debido a la gran afluencia de turistas en esta región año tras año.
- ✓ Con un excelente asesoramiento técnico y adecuada implementaciones de estrategias de mercado se puede incrementar la demanda de alojamiento de las cabañas permitiendo ampliar el servicio de la misma.
- ✓ Realizar convenios con agencias de promoción y publicidad que ofrezcan el servicio tanto a nivel nacional como internacional.
- ✓ Los empresarios deben trabajar con honestidad y vocación de servicios, cumpliendo con las exigencias de la categoría correspondiente, esto a fin de cuidar el flujo de turistas, la imagen del Ecuador y por lo tanto su negocio.
- ✓ Se debe dar importancia a la seguridad del turista, para que se lleve una buena imagen del país y vuelva a visitarlo.
- ✓ Se debe tener una visión estratégica, una cultura empresarial orientada a la calidad, y un equipo de trabajadores basado en la creatividad e innovación, con una capacidad de adaptación y

reacción a los cambios constante y a los nuevos retos que exige la nueva era de conocimientos y globalización.

- ✓ Cuidar siempre la buena atención hacia los clientes, manteniendo comunicación continua con ellos, para de esta manera obtener información de los servicios adicionales que requieran.

La actividad turística demanda cabañas de clase media con buena calidad que sirva tanto a turistas extranjeros como nacionales. También se necesita reforzar la educación y entrenamiento turístico para mejorar la calidad de los servicios

## BIBLIOGRAFIA

- ✓ [www.en-ecuador.com](http://www.en-ecuador.com)
- ✓ [www.en-ecuador.com](http://www.en-ecuador.com)
- ✓ [www.montañita.com](http://www.montañita.com)
- ✓ Superintendencia de compañías Guayaquil
- ✓ Ministerio de Turismo Península de Santa Elena
- ✓ <http://ecuadorecuadoriano.blogspot.com/2010/11/montanita-ecuador-paraiso-para-el-surf.html>
- ✓ <http://lomejordelecuador.blogspot.com/2009/05/montanita.html>
- ✓ [http://notipeninsula.com/index.php/noticias-peninsulares/components/com\\_jcomments/images/index.php?option=com\\_content&view=article&id=338:montanita-turistica&catid=36:turismo&Itemid=&layout=default&change\\_font=large](http://notipeninsula.com/index.php/noticias-peninsulares/components/com_jcomments/images/index.php?option=com_content&view=article&id=338:montanita-turistica&catid=36:turismo&Itemid=&layout=default&change_font=large)
- ✓ <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5728/1/D-36138.pdf>
- ✓ <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/13319/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Centro%20de%20Deportes%20Extremos.pdf>
- ✓ <http://www.expreso.ec/ediciones/2009/02/24/especial/santa-elena-mas-turistas-llegaron-ayer/default.asp?fecha=2009/02/24>
- ✓ Libro Fundamentos de Administración

# ANEXOS

**ANEXO #1**  
**MODELO DE ENCUESTA**

Buenos días/tardes, soy estudiante de la ESPOL y estoy haciendo una encuesta para mi tesis de graduación. Por favor, concédame 5 minutos de su tiempo ya que su opinión es muy valiosa e importante.

<b>Género:</b>	Masculino .....	Femenino .....
<b>Edad:</b>	16 – 25 .....	36 – 45 .....
	26 – 35 .....	Más de 46 .....

**¿Procedencia?**

**Europa ( )**

**Norteamérica ( )**

**Sudamérica ( )**

**1. Cuando acude a los balnearios, usted ¿con quién va?**

Amigos ( )    Padres ( )    Parientes ( )    Solo ( )    Con tu pareja ( )

**2. En que épocas del año usted acude**

Solo en temporadas ( )    Durante todo el año ( )

**3. Con que frecuencia visita este balneario**

Primera vez ( )    Dos veces ( )    Tres veces ( )    Mas de cuatro veces ( )

**4. Cuando va, ¿Dónde se hospeda?**

Hostal ( )    Hotel ( )    Cabañas ( )    Casa Propia ( )    Casa de amigos ( )

**Si usted se hospeda en casa propia, o casa de amigos de por terminada la encuesta, GRACIAS.**

**5. ¿Cuánto usualmente paga por un servicio de hospedaje diario?**

\$26 - \$30 ( )    \$36 - \$40 ( )    \$31 - \$35 ( )    \$41 en adelante ( )

**6. ¿Conoce el barrio Tigrillo?**

Si .....    No .....

**En caso de que NO conozca el barrio Tigrillo, esta queda ubicada a 10 minutos de este balneario y cuenta con una playa hermosa donde usted puede descansar y disfrutar de la tranquilidad del lugar.**

7. **¿Qué opina usted sobre la construcción de cabañas rústicas en Tigrillo - Montañita?**

Totalmente de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Indiferente ( ) En desacuerdo ( )

8. **¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera la cabaña?**

Piscina ( ) Internet en las habitaciones ( ) Karaoke ( ) Ciclismo ( )

9. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales que usted desea?**

Menos de \$15 .....	\$26 - \$30 .....
\$16 - \$20 .....	\$31 - \$35 .....
\$21 - \$25 .....	Más de \$36 .....

Acorde a la importancia califique del 1 al 4, siendo **1=muy importante**, **2=importante**, **3=indiferente** y **4=nada importante**.

10. **¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para hospedarse?**

	1	2	3	4
<b>Ubicación</b>				
<b>Precio</b>				
<b>Servicio Adicionales (bar, karaoke, juegos, etc...)</b>				
<b>Comodidad de las instalaciones</b>				
<b>Seguridad</b>				
<b>Espacios de parqueo</b>				
<b>Servicio de Cafetería (Desayuno)</b>				



**ANEXO # 2**

**MAPA RUTA DE SPONDYLUS**



**ANEXO #3**  
**COTIZACIONES**



**Créditos Económicos**

Televisor LCD de 22 pulgadas de alta definición

**\$458.58**



**PRM**

Vajilla de 20 piezas con filos dorados

**\$26.88**



Cocina de 4 quemadores a gas 24 pulgadas

**\$279.00**



Refrigeradora Side by Side de 25 pies

**\$2,179.33**



Aire Acondicionado Split de 18.000 BTU

**\$697.23**



**Panasonic**

Teléfono inalámbrico con id de llamada

\$36.32



**COMPAQ**

CPU Presario con 2 GB RAM

\$621.14



Monitor LCD de 19 pulgadas

\$238.90



Cama Krista 120x200  
\$ 273.75



Cama Helena 180x200  
\$273.75



Velador Annette  
\$ 111.25



Mesa para tv Aart con 2 repisas  
\$ 498.75



Sofá 3 puestos Niza

\$ 437.48



Mesa comedor Gianna 160x80

\$ 248.75



Silla comedor Katty

\$ 61.25



Mesa de centro Nell

\$ 98.75



Armario caribe

\$ 223.75



Escritorio esquinero Demetrios 120cm  
\$ 198.76



Silla Cuerina C 206  
\$35.00



**Jgo. Sáb. Floppy Black**

**\$72.80**



**Toalla Boss blanca**

**\$19.60**



**Toalla Boss M.**

**\$8.96**



**Cocina industrial de 4 quemadores y plancha**

Código:MM076

Dimensión: Largo=1,22m; Ancho=0,6 m; Alto=0,9m

**\$3000.00**

**ANEXO #4**  
**ADQUISICIÓN ACTIVOS FIJOS**

INVERSION CABAÑAS FAMILIARES

<b>BALANCE DE EQUIPAMIENTO - CABAÑAS FAMILIARES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Teléfono	1	36,32	36,32
Camas Helena 180x200	1	273,75	273,75
Camas krista 120x200	2	273,75	547,50
Velador Annete	3	111,25	333,75
Sofa 3 puestos Inza	1	437,48	437,48
Mesa Tv Art con 2 repisas	1	498,75	498,75
Televisor Lcd 22 Pulgadas	1	458,58	458,58
Mesa de centro Nell	1	98,75	98,75
Armario Caribe	1	223,75	223,75
Aire Acondicionado split 18000 btu	1	697,23	697,23
Sanitario Edesa	1	120,00	120,00
Juegos de Sábanas Floppy back	3	72,80	218,40
Tachos de Basura	1	20,00	20,00
Toallas	2	28,56	57,12
<b>TOTALES</b>			<b>4.021,38</b>

INVERSION CABAÑAS MATRIMONIAL

<b>BALANCE DE EQUIPAMIENTO - CABAÑA MATRIMONIAL</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Teléfono	1	36,32	36,32
Camas Helena 180x200	1	273,75	273,75
Velador Annete	1	111,25	111,25
Sofa 3 puestos Inza	1	437,48	437,48
Mesa Tv Art con 2 repisas	1	498,75	498,75
Televisor Lcd 22 Pulgadas	1	458,58	458,58



Mesa de centro Nell	1	98,75	98,75
Juegos de Sábanas Floppy back	2	72,80	145,60
Armario Caribe	1	223,75	223,75
Aire acondicionado split 18000 btu	1	697,23	697,23
Sanitario Edesa	1	120,00	120,00
Tachos de Basura	1	20,00	20,00
Toallas	2	28,56	57,12
<b>TOTALES</b>			<b>3.178,58</b>

<b>BALANCE RECEPCIÓN</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Teléfono	1	36,32	36,32
Escrit. Esquinero demetrios 120cm	3	198,76	596,28
Equipo de Computación	1	860,04	860,04
Televisor Lcd 22 Pulgadas	1	458,58	458,58
Sofa 3 puestos Inza	1	437,48	437,48
Aire Acondic. split 18000 btu	1	697,23	697,23
Sanitario	1	120,00	120,00
Silla Ejecutiva	2	35,00	70,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.205,93</b>

<b>BALANCE MINI- RESTAURANT</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Mesa comedor Gianna 160x80	6	248,75	1.492,50
Vajilla 20 piezas con filos dorados	4	26,88	107,52
Utensilios de Cocina	1	500,00	500,00
Silla Comedor Katty	20	61,25	1.225,00
Charoles	20	3,00	60,00
Vajillas y Cubiertos	10	10,00	100,00
Mantelería	4	10,00	40,00
Refrigeradora	1	2.179,33	2.179,33
Cocina Industrial	1	3.000,00	3.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>8.704,35</b>



**ANEXO # 5**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

	P. PREOPERATIVO	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja y Banco		20,000.00	32,000.00	34,000.00	36,200.00	38,300.00
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>20,000.00</b>	<b>32,000.00</b>	<b>34,000.00</b>	<b>36,200.00</b>	<b>38,300.00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Terreno	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
Infraestructura	120,642.30	120,642.30	120,642.30	120,642.30	120,642.30	120,642.30
Dep. Acumulada de Infraestructura		-6,550.18	-13,100.36	-19,650.54	-26,200.72	-32,750.90
Muebles y Enseres	2,345.89	2,345.89	2,345.89	2,345.89	2,345.89	2,345.89
Dep. Acum. De Muebles y enseres		-469.18	-938.36	-1,407.53	-1,876.71	-2,345.89
Maquinarias y Equipos	23,104.27	23,104.27	23,104.27	23,104.27	23,104.27	23,104.27
Dep. acumulada de Maquinaria y Equipo		-4,620.85	-9,241.71	-13,862.56	-18,483.42	-23,104.27
Equipo de Computación	860.04	860.04	860.04	860.04	1,500.00	1,500.00
Dep. acumulada E		286.68	573.36	860.04	-	500.00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS (\$)</b>	<b>186,952.50</b>	<b>175,598.97</b>	<b>164,245.44</b>	<b>152,891.90</b>	<b>141,031.61</b>	<b>129,891.40</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
G. Constitución	28,064.23	28,064.23	28,064.23	28,064.23	28,064.23	28,064.23

(-) Amortización Acumulad. G Constitución		-5,612.85	-11,225.69	-16,838.54	-22,451.38	-28,064.23
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO (\$)</b>	<b>28,064.23</b>	<b>22,451.38</b>	<b>16,838.54</b>	<b>11,225.69</b>	<b>5,612.85</b>	<b>0.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO (\$)</b>	<b>215,016.73</b>	<b>218,050.35</b>	<b>213,083.97</b>	<b>198,117.60</b>	<b>182,844.46</b>	<b>168,191.40</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Deudas a Largo Plazo	129,010.04	109,951.46	87,995.98	62,703.27	33,566.06	0.00
Intereses por pagar		19,609.53	16,712.62	13,375.39	9,530.90	5,102.04
<b>TOTAL PASIVO (\$)</b>	<b>129,010.04</b>	<b>129,560.99</b>	<b>104,708.60</b>	<b>76,078.66</b>	<b>43,096.96</b>	<b>5,102.04</b>
<b>PATRIMONIO (\$)</b>	<b>86,006.69</b>	<b>88,489.37</b>	<b>108,375.37</b>	<b>122,038.94</b>	<b>139,747.50</b>	<b>163,089.36</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO (\$)</b>	<b>215,016.73</b>	<b>218,050.35</b>	<b>213,083.97</b>	<b>198,117.60</b>	<b>182,844.46</b>	<b>168,191.40</b>

**ANEXO # 6**  
**INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO**

	0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS ALOJAMIENTO CABAÑA MATRIMONIAL		200.00	175.00	200.00	200.00	191.67	80.00	80.00	46.67	46.67	66.67	66.67	200.00
INGRESOS ALOJAMIENTO CABAÑA FAMILIAR		840.00	735.00	840.00	840.00	805.00	300.00	300.00	175.00	175.00	250.00	250.00	840.00
ALIMENTACIÓN		299.75	299.75	299.75	299.75	299.75	299.75	299.75	299.75	299.75	299.75	299.75	299.75
EGRESOS	35,383.61	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84	6,392.84
SALDO MENSUAL	-35,383.61	-5,053.09	-5,183.09	-5,053.09	-5,053.09	-5,096.42	-5,713.09	-5,713.09	-5,871.42	-5,871.42	-5,776.42	-5,776.42	-5,053.09
SALDO ACUMULADO	-35,383.61	-40,436.70	45,619.79	50,672.88	55,725.97	60,822.39	66,535.48	72,248.57	78,120.00	-83,991.42	-89,767.84	-95,544.27	100,597.36
<b>CAPITAL DE TRABAJO (\$)</b>		<b>-100,597.36</b>											

**ANEXO # 7**  
**INGRESOS POR TIPO DE CABAÑAS**

TIPO DE HOSPEDAJE	Nº PERSONAS	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	
		PRECIO * DIA	PRECIO TOTAL	PRECIO * DIA	PRECIO TOTAL
CABAÑA MATRIMONIAL	2	40.00	40.00	50.00	50.00
CABAÑA FAMILIAR	6	150.00	150.00	210.00	210.00
<b>TOTAL DIA</b>			190.00	260.00	260.00

INGRESOS CABAÑAS MATRIMONIALES					
MESES	INGRESO P. CABAÑAS POR DIA	Nº CABAÑAS	DIAS OCUPADOS (FINES DE SEMANA)	% OCUPACIÓN DEL MES	INGRESOS \$
ENERO	50	2	24	0.47	2.400.00
FEBRERO	50	2	21	0.47	2.100.00
MARZO	50	2	24	0.43	2.400.00
ABRIL	50	2	24	0.4	2.400.00
MAYO	50	2	23	0.50	2.300.00
JUNIO	40.00	2	12	0.3	960.00
JULIO	40.00	2	12	0.33	960.00
AGOSTO	40.00	2	7	0.23	560.00
SEPTIEMBRE	40.00	2	7	0.23	560.00
OCTUBRE	40.00	2	10	0.33	800.00
NOVIEMBRE	40.00	2	10	0.33	800.00
DICIEMBRE	50.00	2	24	0.4	2.400.00
<b>TOTAL INGRESOS ANUALES</b>					<b>18.640.00</b>

INGRESOS CABAÑAS FAMILIARES					
MESES	INGRESO P. CABAÑAS POR DIA	Nº CABAÑAS	DIAS OCUPADOS (FINES DE SEMANA)	% OCUPACIÓN DEL MES	INGRESOS \$
ENERO	210	2	24	0.47	10.080.00
FEBRERO	210	2	21	0.47	8.820.00
MARZO	210	2	24	0.43	10.080.00
ABRIL	210	2	24	0.4	10.080.00
MAYO	210	2	23	0.50	9.660.00
JUNIO	150.00	2	12	0.3	3.600.00
JULIO	150.00	2	12	0.33	3.600.00
AGOSTO	150.00	2	7	0.23	2.100.00
SEPTIEMBRE	150.00	2	7	0.23	2.100.00
OCTUBRE	150.00	2	10	0.33	3.000.00
NOVIEMBRE	150.00	2	10	0.33	3.000.00
DICIEMBRE	210.00	2	24	0.4	10.080.00
<b>TOTAL INGRESOS ANUALES</b>					<b>76.200.00</b>

**ANEXO # 8**

**INGRESOS POR ALIMENTACIÓN**

INGRESOS POR ALIMENTACION					
TIPO DE HOSPEDAJE	Nº PERSONAS	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	
		PRECIO * DIA	PRECIO TOTAL	PRECIO * DIA	PRECIO TOTAL
CABAÑA MATRIMONIAL	2	6,00	6,00	10,00	10,00
CABAÑA FAMILIAR	6	18,00	18,00	30,00	30,00
<b>TOTAL DÍA</b>			24,00	40,00	

DETALLE	PRECIO UNITARIO	ING. MENSUAL	INGRESO ANUAL
INGRESO ESTIMADO ANUAL-MATRIMONIAL	24	198	4752
INGRESO ESTIMADO ANUAL-FAMILIAR	40	198	7920
<b>TOTALES INGRESOS ALIMENTACION</b>			12.672,00



**ANEXO # 9**

**BALANCE PERSONAL SUELDOS ANUAL**

<b>PERSONAL</b>	<b>NUMERO DE PERSONAS</b>	<b>COSTO POR EMPLEADO</b>	<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<b>Gerente General</b>	1	800	800	9600
<b>Gerente Financiero</b>	1	800	800	9600
<b>Recepcionista</b>	1	280	280	3360
<b>Jardinero</b>	1	280	280	3360
<b>Mucamas</b>	2	280	560	6720
<b>Cocinero Principal</b>	1	350	350	4200
<b>Mesero</b>	2	280	560	6720
<b>Seguridad y Vigilancia</b>	2	280	560	6720
<b>TOTALES</b>	<b>13</b>	<b>3350</b>	<b>4190</b>	<b>50280</b>

**ANEXO # 10**

**TABLA DE AMORTIZACIÓN FINANCIAMIENTO**

<b>PRESTAMO (60% INVERSIÓN)</b>	<b>129.010.04</b>
<b>TASA</b>	<b>15.20%</b>

<b>PERIODO</b>	<b>PAGO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>SALDO</b>
0				129010.04
1	38.668.10	19058.58	19609.53	109951.46
2	38.668.10	21955.48	16712.62	87995.98
3	38.668.10	25292.71	13375.39	62703.27
4	38.668.10	29137.21	9530.90	33566.06
5	38.668.10	33566.06	5102.04	0.00

**ANEXO # 11**  
**ESTADO RESULTADO INTEGRAL**  
**MANEVE S.A.**  
**ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL (Proyectado)**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
<b>Alojamiento Cabaña Matrimonial</b>		18.640.00	19.572.00	20.550.60	21.578.13	22.657.04
<b>Alojamiento Cabaña Familiar</b>		76.200.00	80.010.00	84.010.50	88.211.03	92.621.58
<b>Alimentacion</b>		12.672.00	13.305.60	13.970.88	14.669.42	15.402.90
<b>TOTAL INGRESOS ANUAL</b>		107.512.00	112.887.60	118.531.98	124.458.58	130.681.51
<b>COSTOS</b>						
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		<b>11.163.60</b>	<b>12.478.44</b>	<b>13.972.52</b>	<b>15.671.83</b>	<b>17.606.21</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>3.920.00</b>	<b>4.116.00</b>	<b>4.321.80</b>	<b>4.537.89</b>	<b>4.764.78</b>
<b>COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS</b>						
<b>GASTOS DEDUCIBLES</b>						
<b>Sueldos y Salarios</b>		<b>50.280.00</b>	<b>50.280.00</b>	<b>50.280.00</b>	<b>50.280.00</b>	<b>50.280.00</b>
<b>Aporte Seguro Social</b>		<b>10.810.20</b>	<b>10.810.20</b>	<b>10.810.20</b>	<b>10.810.20</b>	<b>10.810.20</b>
<b>Suministro de Oficina</b>		<b>1458.6</b>	<b>1458.6</b>	<b>1458.6</b>	<b>1458.6</b>	<b>1458.6</b>
<b>Gasto de Publicidad</b>		<b>3250.0</b>	<b>3367.0</b>	<b>3488.2</b>	<b>3613.8</b>	<b>3743.9</b>
<b>Gastos Varios</b>		<b>121.6</b>	<b>121.6</b>	<b>121.6</b>	<b>121.6</b>	<b>121.6</b>
<b>Gastos de Intereses</b>		<b>19609.5</b>	<b>16712.6</b>	<b>13375.4</b>	<b>9530.9</b>	<b>5102.0</b>
<b>Depreciacion de Activos</b>		<b>11.926.89</b>	<b>11.926.89</b>	<b>11.926.89</b>	<b>11.640.21</b>	<b>12.140.21</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>		<b>73.017.09</b>	<b>73.017.09</b>	<b>73.017.09</b>	<b>72.730.41</b>	<b>73.230.41</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>19.411.31</b>	<b>23.276.07</b>	<b>27.220.57</b>	<b>31.518.45</b>	<b>35.080.11</b>

