



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIOS:
HOSTAL CAFÉ LA RUEDA**

AUTORES:
Grace Sánchez Mora
Richard Arce Baque

DIRECTORA:
Nayeth Solórzano de Nan

Guayaquil – Ecuador

Octubre 2011

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por permitirme este nuevo logro en mi vida y como siempre demostrarme su existencia, a mi familia, en especial a mi esposo por todo el apoyo que durante el transcurso de esta maestría me brindó en todo momento, a mis compañeros que me apoyaron y me permitieron entrar en sus vidas y convivir dentro y fuera del salón de clases en estos dos años; a todos los profesores de ESPAE por su enseñanza y amistad, a la tutora Nayeth por su guía y valioso aporte al presente Plan de Negocios, a todos gracias, muchas gracias!!.

Grace Sánchez M.

AGRADECIMIENTO

Primeramente doy gracias a Dios por haberme dado la confianza y seguridad en los momentos más difíciles de los cambios que enfrente durante la trayectoria del desarrollo de la maestría, gracias a los amigos que fueron los encargados de llevarme el mensaje de apoyo y confianza para continuar. En segundo lugar agradezco a mi familia por el apoyo incondicional y su comprensión para entender mi ausencia en las noches, madrugadas y fines de semana. Finalmente a todos los profesores de ESPAE y compañeros de maestría por haberme transmitido sus conocimientos y experiencias, las cuales cambiaron mi vida profesional, muchas gracias.

Richard Arce B.

DEDICATORIA

En primer lugar quiero dedicarme esta tesis a mí misma, por mi esfuerzo y constancia; sobre todo por la realidad de convertir este proyecto en el negocio de mi vida que en un futuro cercano me convertirá en una empresaria exitosa.

También dedico esta tesis a mi hija Grace Carolina por cederme su tiempo, pero sobre todo a mi esposo Ricardo por todo el apoyo y su tiempo que con mucho amor me brindó para que pudiera culminar con este nuevo reto que me impuse. Sin ellos no hubiera sido posible lograr este sueño.

Grace Sánchez M.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis amigos, a mi familia pero principalmente a dos personas que fueron mis motivadores para tomar la decisión de iniciar la maestría, gracias a ellos hoy tengo el conocimiento para saber lo que significa realmente administrar con ética, profesionalismo y liderazgo una empresa. Los resultados que obtengamos finalmente serán la carta de presentación y hoy después de dos años, estoy seguro que el haber ingresado a ESPAE fue la mejor decisión que he tomado en mi vida.

Richard Arce B.

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad miles de personas que viajan al balneario de General Villamil Playas aprovechando los días de feriado o temporada playera sienten frustración al verse obligados a buscar otros sitios cercanos dónde hospedarse debido a la falta de sitios de alojamiento y en la mayoría de los casos optan por regresar a sus lugares de orígenes.

La presente propuesta de Negocios consiste en crear un Hostal de primera clase en su orden en el sector del Km 9,5 de la Vía a Data de Villamil, del Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas.

Contribuyendo de esta manera a solucionar la deficiencia de infraestructura hotelera que actualmente existe en dicho lugar, especialmente en temporadas altas, tales como: carnaval, semana santa, vacaciones región litoral y región sierra, festividades de fin de año, etc.; además de contribuir con el desarrollo turístico de esta región.

La idea de este negocio surge de la necesidad de contar con espacios saludables y de distracción para los adultos profesionales que buscan formas de liberar sus estados de estrés provocados por el trabajo, el ritmo de la ciudad, la contaminación, el ruido. Dicho esto el enfoque de este Plan de Negocios de construir un Hostal en un lugar cerca al mar que brinde confort, relax, entretenimiento, distanciamiento de la rutina y el ruido.

Este negocio está dirigido para personas de nivel económico medio-alto, de edades comprendidas de 20 – 45 años, profesionales, ejecutivos, a nivel nacional y extranjeros.

La principal ventaja competitiva de este negocio será el crear un vínculo emocional con el cliente, posicionando en su mente la grata estadía en las instalaciones del Hostal, mediante una atención personalizada, en un ambiente acogedor y natural. Los servicios de recreación y cafetería a ofrecer nos diferenciarán de ser un lugar de solo alojamiento, esto, con relación a la competencia directa e indirecta.

Se contará con programas integrales deportivos libre de riesgo (ciclo paseos en la playa, aeróbicos, organizar caminatas, juegos de mesa; programar tours a lugares turísticos cercanos tales como: Santuario de la virgen de la Roca, La isla de los pájaros, cerro del muerto, entre otros).

La inversión del proyecto es de USD 238,875, financiados el 30% con recursos propios de los accionistas y 70% con financiamiento de recursos de la Corporación Financiera Nacional. Con una rentabilidad de USD 139,282 en un análisis de 10 años con un costo de capital promedio del 12.55%, recuperado en 4 años.

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**PROMOCIÓN 13****ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO**

En la ciudad de Guayaquil, a los doce días del mes de octubre de 2011, en el Aula A2 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **CAFÉ HOSTAL LA RUEDA** el Sr. **RICHARD DANIEL ARCE BAQUE**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Jacqueline Mejía L.**, **Raquel Donoso R.** y **Nayeth Solórzano A.**, quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


RAQUEL DONOSO R.


NAYETH SOLÓRZANO A.
TUTORA

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**PROMOCIÓN 13****ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO**

En la ciudad de Guayaquil, a los doce días del mes de octubre de 2011, en el Aula A2 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **CAFÉ HOSTAL LA RUEDA** la Srta. **GRACE ELIZABETH SANCHEZ MORA**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Jacqueline Mejía L.**, **Raquel Donoso R.** y **Nayeth Solórzano A.**, quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.
RAQUEL DONOSO R.
NAYETH SOLÓRZANO A.
TUTORA

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1: PRESENTACION DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO	01
1.1. Antecedentes y motivación del proyecto	01
1.2. Aspectos estratégicos de la empresa	01
1.3. Definición del problema	02
1.4. Propuesta de valor	02
1.5. Modelo de negocio	03
1.6. Misión y visión	03
CAPITULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	04
2.1. Estado y tendencias del sector	04
2.2. Análisis del mercado potencial	12
2.2.1. Análisis de cliente	14
2.2.2. Fuentes de información	14
2.2.3. Determinación tamaño de muestra	15
2.2.4. Selección de la encuesta	17
2.2.5. Resultados obtenidos en la investigación	17
2.2.6. Definición del perfil del cliente	24
2.2.7. Tamaño de mercado objetivo	25
2.3. Análisis de la competencia	27
2.3.1. Objetivo del estudio	27
2.3.2. Fuentes de información	27
2.3.3. Determinación de la investigación	27

2.3.4. Resultados de la investigación	28
2.4. Análisis de la industria de Michael Porter	33
CAPITULO 3: ANALISIS FODA	36
CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING	38
4.1. Objetivos	38
4.1.1 objetivo de venta	38
4.1.2 objetivo de posicionamiento	38
4.1.3 objetivo de rentabilidad	38
4.2. Estrategia global	39
4.2.1 estrategia de producto	39
4.2.2 estrategia de precio	39
4.2.3 estrategia de distribución	40
4.2.4 estrategia promocional y ventas	40
CAPITULO 5: ANALISIS TECNICO	43
5.1. Especificaciones del servicio	43
5.2. Control de proceso	43
5.3. Tamaño de la planta y diseño de infraestructura	45
5.3.1 Tamaño	45
5.3.2 Diseño de infraestructura	45
5.4. Equipos y maquinarias	48
5.5. Infraestructura requerida	50
5.6. Plaza	50
5.6.1 Ubicación	50

5.6.2	Emplazamiento	51
5.6.3	Ubicación de proveedores y clientes	51
5.6.4	Facilidades de transporte	51
5.7.	Dimensiones de área requerida y costos de construcción	52
5.8.	Distribución arquitectónica del hostal	52
CAPITULO 6: ANALISIS ADMINISTRATIVO		53
6.1.	Grupo empresarial	53
6.2.	Estructura organizacional	54
6.3.	Dirección organizacional	55
6.4.	Personal ejecutivo	55
6.5.	Empleados	56
6.6.	Políticas de administración de personal	57
6.7.	Políticas financieras	58
6.7.1	Políticas de cartera de clientes	58
6.7.2	Política de cartera de proveedores	58
6.7.3	Política de efectivo	59
6.8	Política y procedimientos operacionales	59
CAPITULO 7: ANALISIS LEGAL		61
7.1.	Aspectos legales	61
7.2.	Aspectos de legislación urbana	62
CAPITULO 8: ANALISIS AMBIENTAL Y SOCIAL		63
8.1.	Manejo de desperdicios	64
8.2.	Riesgos del trabajo	64

8.3. Impacto social del proyecto	64
CAPITULO 9: ANALISIS ECONOMICO	66
9.1. Inversión total	66
9.2. Inversión en activos fijos	66
9.3. Gastos pre-operativos	67
9.4. Inversión en capital de trabajo	67
9.5. Rotación de inventario	67
9.6. Presupuestos de ingresos	67
9.7. Presupuesto de materias primas	68
9.8. Presupuesto de personal	68
9.9. Presupuesto de gastos	68
9.10. Punto de equilibrio	70
CAPITULO 10: ANALISIS FINANCIERO	71
10.1. Balance general inicial	71
10.2. Balance general	72
10.3. Estado de resultados	73
10.4. Flujo de caja	73
CAPITULO 11: ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	74
CAPITULO 12: EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO	76
12.1. Evaluación de contado	76
12.2. Evaluación con financiamiento	77
12.3. Análisis de sensibilidad	78
12.4. Análisis de estructura financiera	79

12.5. Sostenibilidad del negocio	80
13. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION DEL NEGOCIO	81
14. FUENTES DE INFORMACION	82
15. ANEXOS	
Anexo 1. Plazas de Alojamiento a nivel nacional	
Anexo 2. Establecimientos ubicados en General Villamil Playas	
Anexo 3. Modelo de encuesta preliminar	
Anexo 4. Modelo de encuesta definitiva	
Anexo 5. Tablas estadísticas y entrevistas a expertos	
Anexo 6. Roles de pago proyectados	
Anexo 7. Detalle de instalaciones y activos fijos	
Anexo 8. Comparación de ingresos por turismo	
Anexo 9. Estructura porcentual del PIB	
Anexo 10. Establecimientos y capacidad de alojamiento	
Anexo 11. Estado de resultados y flujo de caja con financiamiento	
Anexo 12. Estado de resultados y flujo de caja sin financiamiento	
Anexo 13 Código Producción capítulo 1 Art. 24 punto 2 sectoriales	
Anexo 14. Decreto ejecutivo # 757 Inversiones y fomento Productivo	

1. PRESENTACION DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO

1.1 ANTECEDENTES Y MOTIVACION DEL PROYECTO

Al haberse constituido el Cantón General Villamil “Playas”, en el único balneario turístico marítimo de la provincia del Guayas luego de la separación de la Península de Santa Elena y seguido a ello la construcción de la carretera de primer orden que conduce hacia dicho Cantón. Se ha visto una oportunidad de negocios atractiva para invertir en dicho sector.

El compromiso de parte del gobierno local y la prefectura de la Provincia del Guayas en fomentar y desarrollar turísticamente el Cantón Playas, está permitiendo la implementación de muchos proyectos que garantizan el crecimiento del sector turístico. Sumado a ello las facilidades de crédito a proyectos de inversiones turísticas que el Gobierno Central a través de instituciones financieras públicas está impulsando, así también las exenciones tributarias, lo que nos permite considerar al Cantón General Villamil “Playas” como una buena opción para desarrollar un Plan de Negocios en el sector del turismo.

1.2 ASPECTOS ESTRATEGICOS DE LA EMPRESA

Hostal Café la Rueda, será una empresa turística a crear como sociedad anónima, dedicada especialmente a brindar el servicio de hospedaje y alimentación en un ambiente sano y saludable alejado del ruido de la ciudad y cerca del mar, así como de proveer prácticas de deportes libres de riesgo. La empresa comenzará con su construcción a partir de enero del año 2012 y se espera culminar con la misma con todos sus acabados y lista para operar para el mes de diciembre del mismo año, de esta manera iniciaría sus actividades en paralelo a la celebración de fiestas de fin de año e inicio de temporada playera 2013.

El público objetivo hacia el cual se está enfocando esta idea de negocios, son personas de clase socio económica medio-alta, entre ellos, turistas y pobladores de la región costa, austro por su cercanía al Cantón Playas, en especial a los habitantes de la

ciudad de Guayaquil, información que estaría dada en relación a los resultados que se logren producto del estudio de mercado a efectuarse.

1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA

Es evidente la insatisfacción y frustración que enfrentan los miles de turistas que en busca de esparcimiento viajan a Playas de Villamil, enfrentando una realidad por la falta de lugares de alojamiento, lo que hace que sus planes de pernotar varios días en dicho balneario sea modificado, buscando otras alternativas de hospedaje en lugares cercanos o en su defecto decidan regresar a su lugar de origen, la ciudad de Guayaquil de donde provienen la mayoría de turistas.

Producto de la investigación de mercado realizada y de información primaria obtenida, se destaca la falta de infraestructura hotelera y de servicios de alimentación que adolece el Balneario de General Villamil Playas. Adicional a esto se identifica la poca atención y calidad en el servicio que actualmente se brindan a los huéspedes. Esto es consecuencia de que la mayoría de los hoteles, hostales, y otros sitios relacionados con hospedaje son atendidos por administradores sin mayor preparación, especialmente en lo relacionado con atención al cliente.

1.4 PROPUESTA DE VALOR

Este negocio cuenta con un concepto innovador de alojamiento orientado a mitigar el impacto negativo del estrés y el perjuicio psicológico en las personas que trabajan y viven en la cotidianidad de la gran ciudad, es por ello que esta propuesta incluye programas integrales deportivos para los turistas, a través de los cuales los clientes pueden tener contacto con la naturaleza en actividades tales como: ciclo paseos en la playa, baile y aeróbicos al aire libre y otros tipos de deportes y entretenimiento relacionados con el entorno natural. Así también animaciones en vivo con instrumentos y artistas autóctonos. Adicionalmente se brindará servicios de paseos, tours y visitas a algunos lugares turísticos. Complementando su atención con servicio de alimentos y bebidas.

1.5 MODELO DE NEGOCIO

Involucra principalmente la renta de plazas de hospedaje individuales o compartidas, también ofrecerá el servicio de alimentos que incluirá desde refrigerios hasta platos a la carta, los mismos que serán preparados por una empresa tercerizada de la localidad que brinda el servicio de cáterin, utilizando las instalaciones del Hostal. Como valor agregado se incluirá paseos dirigidos y actividades de recreación.

Respecto al servicio de Bar se ofrecerá la venta de bebidas, tales como: aguas, bebidas gaseosas, jugos de frutas, vinos, licores, cocteles y snacks; Bar que estará a cargo de la administración del Hostal.

1.6 MISION Y VISION

Visión.- El Hostal Café La Rueda tiene como visión en los próximos cinco años ser reconocido como la primera opción de descanso preferido por turistas y visitantes nacionales e internacionales debido a sus instalaciones, calidad en los servicios y atención personalizada.

Misión.- El Hostal Café La Rueda es una empresa que ofrece el servicio de hospedaje a través de una excelente infraestructura, belleza escénica, descanso y confort, para brindar a los turistas un trato cordial, personalizado con eficiencia, que nos permita tener un cliente frecuente y fiel.

Valores Corporativos.- los atributos diferenciadores de la empresa serán:

- Orientación hacia el cliente
- Instalaciones que brinden confort
- Ambiente familiar y acogedor
- Profesionalismo en cada servicio
- Personal capacitado

2. ESTUDIO DE MERCADO

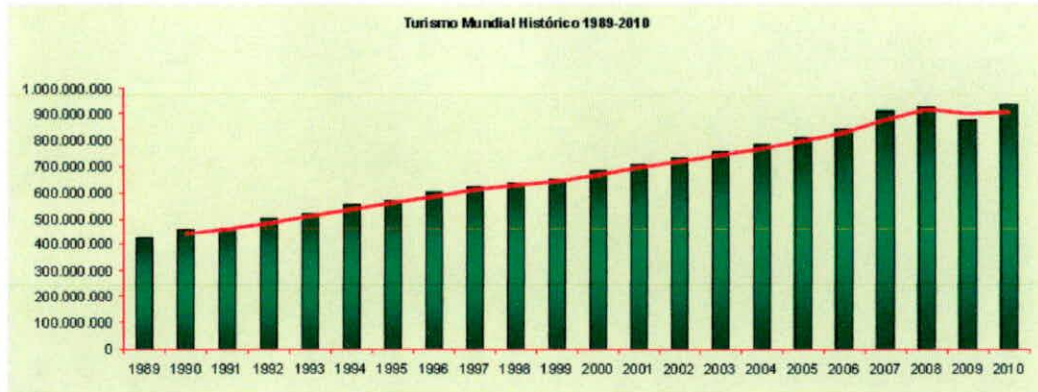
2.1. ESTADO Y TENDENCIAS DEL SECTOR

Este Plan de negocios tiene su enfoque básicamente en el sector turístico, en la actividad de alojamiento, alimentos y bebidas, cabe mencionar que en este último sector se incursiona marginalmente debido a que este servicio es tercerizado.

La Organización Internacional de Trabajo OIT, en una publicación indicó que el turismo generaría el 9% del PIB a nivel mundial en el año 2010 y ocuparía 235 millones de personas, un 8 % del empleo mundial. Así también se mencionó que a pesar de la crisis económica y social a nivel internacional del año 2009, se prevé que la industria del turismo tenga un desarrollo durante la próxima década. Según datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) el sector generará 296 millones de puestos de trabajo hasta el año 2019.¹

EL Observatorio turístico del Perú, en base a los datos de OMT –Badatur, presenta una gráfica de la evolución del turismo mundial entre el periodo 1989-2010, la misma que se muestra a continuación:

¹ Revista Hosteltur. “El turismo generará en 2010 el 9% del PIB mundial” [En línea]. Actualizada: 22 noviembre 2010. Disponible en: http://www.hosteltur.com/71938_turismo-generara-2010-9-pib-mundial.htm/



Fuente: OMT - BADATUR
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Este estudio determina que la tasa de crecimiento media anual en los últimos dieciocho años del turismo receptor mundial ascendió al 3.81% promedio. Sin embargo la OMT estima que en el año 2009 el arribo de visitantes mundiales a todo el mundo se contrajo respecto al año 2008 en un -5.41%, producto de la crisis económica y social.²

El gobierno ecuatoriano está fortaleciendo el sector turístico en los ámbitos económico, social y político con la finalidad de incentivar la inversión, ya que considera que este sector es uno de los rubros importantes de la economía que aporta con la generación de ingresos, fuentes de trabajo y mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones. Para el año 2011 el Gobierno ha destinado un fondo aproximado de 8 millones de dólares para posicionar la marca país en el extranjero. Se estima que para el año 2012, 1.13 millones de turistas visiten el país.³

Las fuentes de información estadística disponibles sobre el sector turístico en el Ecuador son muy escasas, como lo indica el Plan estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible del Ecuador al 2020 (PLANDETUR 2020). Proyecto liderado por el

² Observatorio Turístico del Perú. "Turismo mundial histórico 1989-2010" [En línea]. Disponible en: <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/tmundialh.pdf>

³ Fuente: publicación Diario El Universo sección economía y negocios, 1 de junio 2011.

Ministerio de Turismo (MINTUR) y llevado a cabo por la empresa Turismo & Leisure Advisory Services (T&L), es por ello que este informe ha sido tomado como una fuente de datos que sirvan de base para el análisis del presente proyecto⁴.

Dicho informe presenta la composición del sector turístico en el Ecuador, las diferentes actividades que se desarrollan alrededor de esta industria, las fuentes de empleo que se generan y las oportunidades de incursionar en nuevos proyectos en sectores con alto potencial turístico no desarrollados. Así también se ha considerado información estadística publicada por el ministerio de Turismo en su portal web.

Dentro de las ramificaciones de la industria del turismo se encuentran el desarrollo de actividades como el transporte, alojamiento, servicio de alimentación y bebidas, agencias de viaje, actividades recreativas y de esparcimiento.

El turismo interno en el Ecuador alcanzó casi los diez millones de visitantes según la encuesta de turismo interno realizada por el Mintur en el periodo de junio 2002 a julio 2003, de donde 6'354.341 (64%) son turistas y 3'504.131(36%) son excursionistas.

La misma encuesta reveló las preferencias de los atractivos turísticos preferidos por los turista nacionales, determinándose las Playas como segunda actividad ocupando el 29.10%. Este resultado afianza la decisión de construir un Hostal en la zona costera de General Villamil Playas. A continuación se muestra los resultados de las preferencias de los atractivos turísticos.

⁴ Informe final, diseño del Plan estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020". Tourism & Leisure Advisory Services (T&L)[En línea] Actualizado: 26 septiembre 2007. Disponible en: www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=389&Itemid=79

Preferencia de visita a atractivos turísticos nacionales

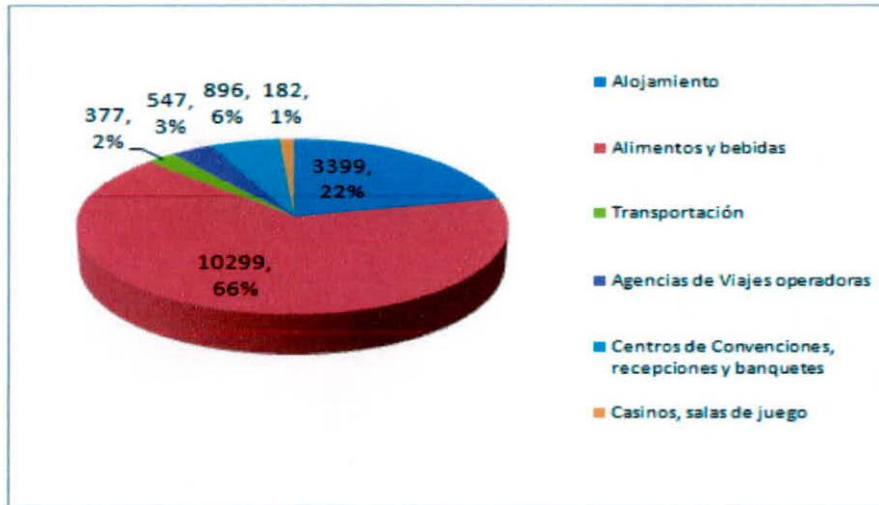
Atractivo visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios termales	404.860	15,2
Sitios de diversión	221.414	8,3
Sitios de comida	144.161	5,4
Fiestas y mercados	102.281	3,8
Fiestas religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0,3
Total del universo	2.666.315	100

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador.

EL Ministerio de Turismo en su portal web, presenta un informe de los establecimientos turísticos registrados desde el año 2004 hasta el año 2008. Dicho informe indica que al año 2008 existían 15.700 establecimientos turísticos a nivel nacional, de los cuales 3.399 se dedicaban al servicio de alojamiento lo que representaba el 21.6%, como se lo muestra a continuación en la siguiente gráfica: ⁵

⁵ Ministerio de Turismo “Establecimientos turísticos registrados en el ministerio de turismo años: 2004- 2008”) [En línea] Actualizado: 03 de Diciembre 2007. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/servicios/459-estadisticas-turisticas>

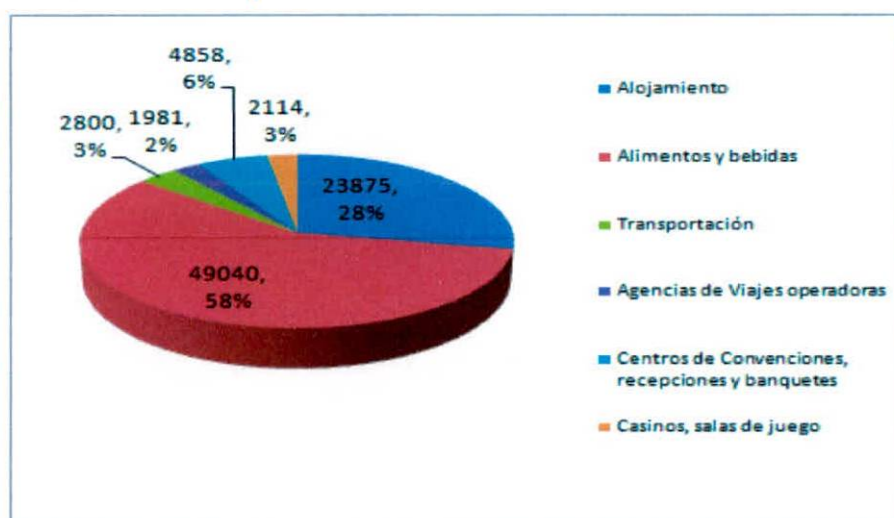
Establecimientos Turísticos Registrados en el Ministerio de Turismo Año 2008



Fuente : Catastros de Establecimientos Turísticos 2009 - Dirección de Regulación y Control - Subsecretaría de Gestión Turística - Ministerio de Turismo

Las fuentes de empleo generadas por la actividad turística en el Ecuador al año 2008 alcanzaron un total de 84.668 plazas de trabajo. La actividad de alojamiento aportó con 23.875 puestos de trabajo que representaban el 28% de los empleos en la actividad turística.

Personal ocupado en los establecimientos Año 2008



Fuente : Catastros de Establecimientos Turísticos 2009 - Dirección de Regulación y Control - Subsecretaría de Gestión Turística - Ministerio de Turismo

En un informe preparado por el Ministerio de turismo se comparó los ingresos generados por la actividad turística con los de las exportaciones de productos tradicionales. Al año 2008 esta actividad ocupaba el quinto lugar antecedido por el petróleo, banano y plátano, derivados del petróleo y otros elaborados productos del mar en su orden.⁶ Ver anexo # 8.

Según el informe Plandetur 2020 al año 2005 este sector representaba el 4.4% del PIB, no obstante aún no alcanzaba una participación de acuerdo al contexto mundial, cuya ubicación era del 10.9 %.⁷

⁶ Ministerio de Turismo "Ingresos por turismo comparado con los ingresos de las exportaciones por producto principal" [En línea] Actualizado: 03 Diciembre 2007. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/servicios/459-estadisticas-turisticas>

⁷ Informe final, diseño del Plan estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020". Tourism & Leisure Advisory Services (T&L) [En línea] Actualizado: 26

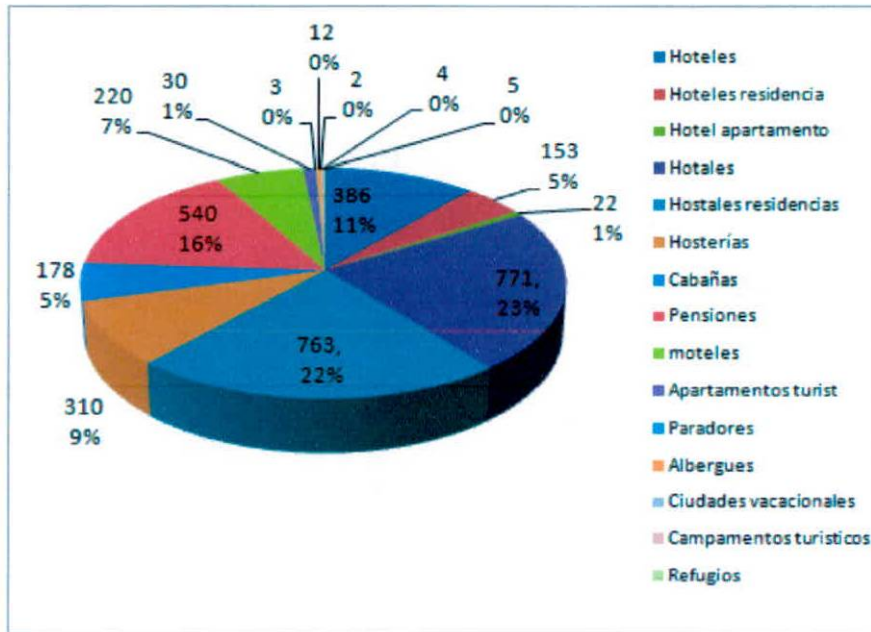
Dentro de la información publicada por el Banco Central del Ecuador en su informe Previsiones macroeconómicas 2011 se presenta la estructura porcentual del PIB por actividad económica, sin embargo esta no identifica a la actividad turística de forma específica, por lo que se considera que esta se encuentra dentro de la clasificación “Otros Servicios” cuya participación al 2011 se proyecta en 16.5% mientras que en los años 2010 y 2009 fue 16.3% y 16.10% respectivamente.⁸ Ver anexo # 9

La actividad turística de alojamiento al año 2008 estaba compuesta por 3.399 establecimientos según los datos del Ministerio de Turismo. Dichos establecimientos están distribuidos en categorías según la tabla que se muestra a continuación:

septiembre 2007. Disponible en:
www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=389&Itemid=79

⁸ Banco Central del Ecuador “Previsiones macroeconómicas 2011- Producto interno bruto por clase de actividad económica (Estructura porcentual a precios de 2000)” [En línea] Actualizado: junio 2011. Disponible en: www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955

Establecimientos de alojamiento registrados en el Ministerio de Turismo Año 2008



Fuente : Catastros de Establecimientos Turísticos 2009 - Dirección de Regulación y Control - Subsecretaría de Gestión Turística - Ministerio de Turismo

El Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2010 - 2014 será implementado por el Ministerio de Turismo del Ecuador. Proyecta un crecimiento promedio de cerca del 10% anual en el ingreso de dólares por turismo hasta el año 2014. En un escenario optimista, este ingreso podría ser de hasta un 16%. El crecimiento de ingresos por turismo al país no sólo respondería a un aumento en el número de turistas que visitan el Ecuador, sino también a un incremento en la estancia media y el gasto por turista, que son los objetivos del Plan de Marketing Turístico del Ecuador.⁹

⁹ Metropolitan touring mención al "Plan integral de marketing turístico del Ecuador 2010-2014". Ministerio de Turismo [En línea] Actualizado: 28 agosto 2009. Disponible en: http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=1431

Es de considerarse que actualmente es el momento más adecuado para desarrollar un proyecto turístico en el Cantón General Villamil Playas, siendo hoy el balneario principal de una de las ciudades más importantes del país y más cercano en distancia desde la ciudad de Guayaquil. Sumado a ello su reciente carretera construida que invita para que los turistas prefieran el viajar a Playas de Villamil que en tiempo les toma solo 1 hora y media.

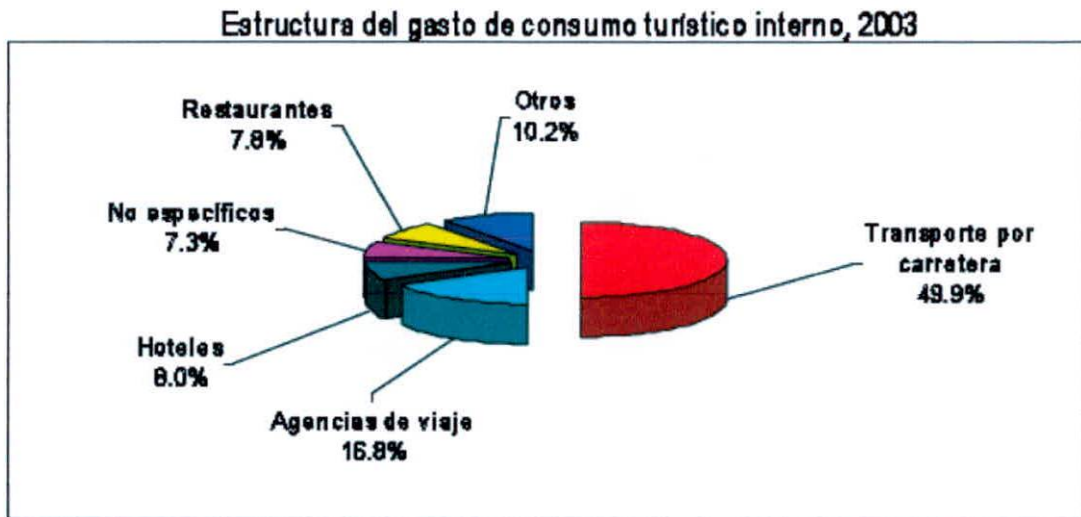
2.2 ANALISIS DEL MERCADO POTENCIAL

EL presente plan de negocios se enfoca al sector turístico interno específicamente en la actividad de servicios de alojamiento. De acuerdo al informe de PLANDETUR 2020 el turismo interno en el Ecuador está asociado principalmente a la recreación y al descanso.

Poco se conoce del comportamiento vacacional de los ecuatorianos dentro del país, debido a que no existe información estadística oficial disponible a la fecha, ni un perfil del visitante.

Los datos recopilados al año 2003 a través de la encuesta de Turismo interno (junio 2002-junio 2003) realizada por el sistema de estadísticas del Ecuador – Ministerio de Turismo ¹⁰sobre la distribución del consumo de los turistas a nivel interno, muestra que el 89.80% están directamente relacionados a la actividad turística, mientras que el 10.20% son gastos no relacionados a esta actividad. Esto permite visualizar la contribución que tiene el turismo en la economía del país al dinamizar varios sectores, generando fuentes de trabajo, desarrollo de las poblaciones y distribución de la riqueza.

¹⁰ Informe final, diseño del Plan estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”. Tourism & Leisure Advisory Services (T&L) [En línea] Actualizado: 26 septiembre 2007. Disponible en: www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=389&Itemid=79



Respecto de la cantidad de turistas que visitan las diferentes playas del Cantón General Villamil Playas no hay información oficial del Municipio, Cámara de Turismo o establecimientos. Por lo que se debió recurrir a información contenida dentro de la propuesta de Lanzamiento Temporada Playas 2010 que realizó la Dirección de Turismo del Cantón Playas para la Prefectura Provincial del Guayas y que se muestra a continuación:

NUMERO DE TURISTAS QUE VISITAN EL BALNEARIO GENERAL VILLAMIL PLAYAS

Eventos	Días	2006	2007	2008	Proyección	
					2009	2010
Festividades fin de año	1	5,400	21,496	34,611	55,728	89,728
Carnaval	4	74,000	244,892	314,161	403,023	517,020
Semana Santa	3	55,500	183,669	235,620	302,265	387,762
Días corrientes/temporada	27					270,000
Estimación temporada baja	69					252,902
Total de visitas a Playas	104	134,900	450,057	584,392	761,016	1517,412

Fuente: Propuesta de Lanzamiento temporada Playas 2010 por Dirección de Turismo del Cantón Playas-Municipio Cantón Playas.

Nota: los años 2009 y 2010 se proyectaron con la tasa de crecimiento del año 2008 respecto al año 2007.
 Días corrientes de temporada: equivalen a sábados y domingos de los 4 meses de temporada alta menos los días festivos.
 Días estimación temporada baja: considera los sábados y domingos de las 52 semanas del año menos los 35 días feriados de temporada alta.

Considerando la capacidad de alojamiento de los 40 establecimientos dedicados a brindar este servicio, se puede proyectar que existe un total anual de 321.048 plazas utilizadas. Esta cifra representa el 21,16% de los turistas que visitaron al año 2010 el cantón General Villamil Playas. Con este antecedente se puede determinar que existe un 78,84% de demanda no atendida existente. Ver en **Anexo # 2** cálculos.

2.2.1 ANALISIS DE CLIENTES

La investigación de mercado también proporcionó información sobre los gustos y preferencias de los turistas respecto al uso del hostal para hospedarse en sus viajes a la Playa, lo cual permitió desarrollar el presente modelo de negocio.

Objetivo del estudio de las preferencias de los clientes

- a) Determinar las variables que identifiquen al grupo objetivo hacia donde estará dirigido el producto, tales como edad, estado civil, lugar de residencia, motivación.
- b) ¿Donde le gusta llegar cuando viaja?
- c) ¿Conocer con quien le gusta viajar?
- d) ¿Conocer cuando, cuántas veces y a qué balnearios les gusta viajar?
- e) ¿Conocer qué es lo importante al momento de decidir dónde hospedarse?
- f) ¿Conocer qué actividades de recreación les gusta desarrollar?
- g) ¿Conocer cuánto estarían dispuestos a pagar, por el hospedaje, alimentación y servicios adicionales?

2.2.2 FUENTES DE INFORMACION

Fuentes Primarias

Dentro de estas actividades se aplicó encuestas que están formuladas en base a un cuestionario de 20 preguntas con respuesta múltiples y de selección. Las encuestas se realizaron a personas de la región costa y sierra para tener una cobertura de los diferentes turistas que llegan a Playas Villamil. Las encuestas fueron realizadas en forma presencial y por vía internet.

Se visitaron restaurantes propios de la localidad de Playas para obtener información de listas de precios y conocer la variedad de platos o menús que ofrecen a los turistas.

Se visitaron entidades o grupos dedicados a realizar ecoturismos o paseos guiados para conocer el nivel de desarrollo de esta actividad.

Para la obtención de información en esta fase, se realizaron también entrevistas a expertos, para lo cual se elaboró un cuestionario de 15 preguntas. Estas encuestas se llevaron a cabo con previa cita utilizando grabadora y solicitando el permiso de los entrevistados para el efecto. Se seleccionaron algunos hoteles, hostales y hosterías del sector.

Fuentes Secundarias

Otra fuente de información considerada para este Plan de Negocios fue a través de sitios web recomendados como: www.camaradeturismoplayas.com, www.guayas.gob.ec, www.elcostanero.com, www.turismo.gob.ec, donde se logró obtener información relacionada al sector, costumbres, lugares típicos, gastronomía de la zona, población, competidores que utilicen este medio para anunciarse.

En la parte societaria se revisó información de la Superintendencia de Compañías para conocer cuantas empresas dedicadas al turismo pertenecen a la zona de Playas y sus actividades.

2.2.3 DETERMINACION TAMAÑO DE MUESTRA

Población

La población objetivo del presente plan de negocio está conformada por los habitantes de la ciudad de Guayaquil quienes representan el 91% de los visitantes que llegan al balneario de General Villamil Playas. Debido a que hoy la capacidad instalada solo puede atender a 321,048 turistas anualmente, la mayoría de visitantes tienen que

regresar a sus lugares de origen por no encontrar hospedaje, principalmente en la temporada alta de la región costa (meses de enero a abril).¹¹

Tamaño de muestra

La población total de Guayaquil a enero 2011 según la información de la página Ecuador en cifras asciende a 2'300.167 habitantes. La población está dividida en varias segmentaciones entre ellas la población ocupados y población ocupados plenos. Para efectos de utilizar la unidad de muestreo vamos a utilizar la proyección de visitantes al cantón General Villamil Playas al año 2010 estos es 1'517.412 turistas.

Sobre la base indicada se aplicó un factor de confianza del 94% con un margen de error del 6% lo que nos determina una muestra de 296 casos para realizar las encuestas del plan de negocio.

Cabe mencionar que las personas encuestadas fueron seleccionadas de forma aleatoria el 80% turistas que estaban en las playas y el 20% restante a personas que estaban en sus lugares de trabajo. A continuación se presenta el cálculo de la muestra:

¹¹ Resultados de las encuestas realizadas en el estudio de mercado, ver página # 29 tabla con gráfica "Distribución de turistas por ciudades"

CALCULO MUESTREO

POBLACIÓN	CANTIDAD
Tamaño población objetivo a la que aplico el estudio mercado	1517,412

ESTIMACION TAMAÑO DE MUESTRA**PROBABILISTICA UNIFORME****DETERMINACIÓN TAMAÑO MUESTRA**

Asignación Error	0.06
asignación % Nivel de confianza	94%
p= Proporción elementos total acuerdo	1/2
q= Proporción Elementos Total desacuerdo	1/2
Busqueda Z en tabla de la normal	0.0285

Calculo Tamaño de Muestra	296
----------------------------------	------------

2.2.4 SELECCIÓN DE LA ENCUESTA

El formato de encuesta que se encuentra en el anexo # 03 fue utilizado en una prueba piloto, la cual dio como resultado el tener que modificar algunas preguntas para lograr alcanzar los objetivos del estudio. El formato definitivo de encuesta se encuentra en el Anexo # 04.

2.2.5 RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACION

Los resultados obtenidos de las encuestas brindan información de importancia que los turistas han indicado para sus respuestas a las preguntas planteadas. A continuación presentamos los resultados:

a. Variables demográficas

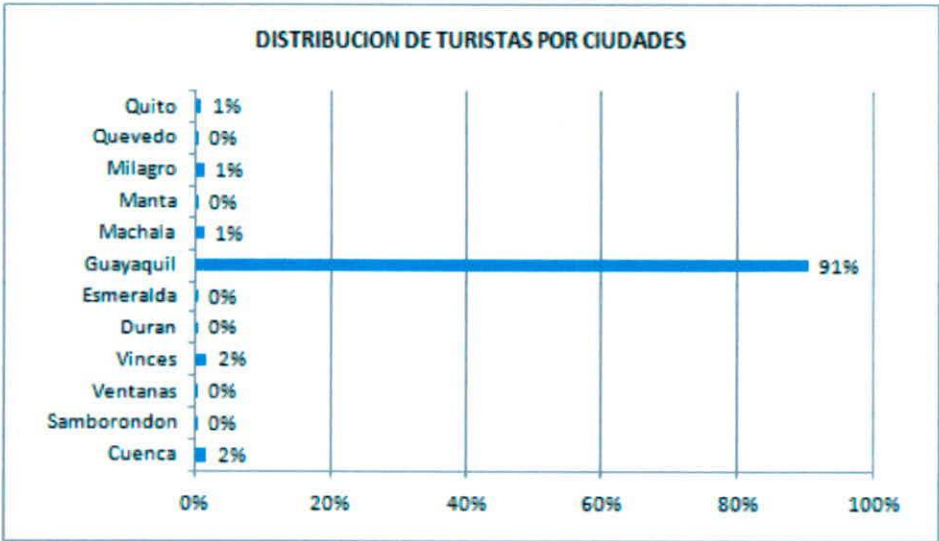
La investigación indica que el 49% de los encuestados tienen edades entre 31 y 45 años, el 34% de 20 a 30 años y el 18% de 46 años en adelante. La distribución de los datos los podemos apreciar en la siguiente gráfica:



El estado civil de los encuestados reflejó que el 56% son casados, el 37% son solteros y el 6% son divorciados, tal como se lo puede apreciar en el siguiente cuadro.



La encuesta reveló que los turistas que llegan a Playas Villamil son principalmente de la Ciudad de Guayaquil con una participación del 90,52% del total de encuestados, como se lo muestra a continuación:



Resumen de hallazgos

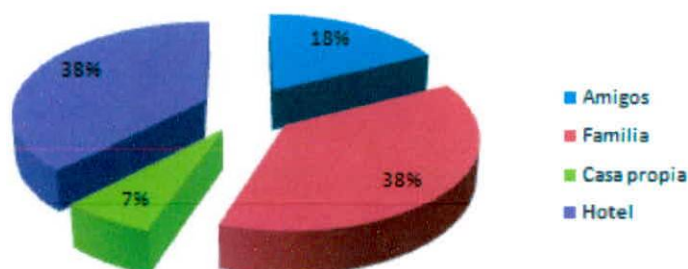
Los turistas encuestados provienen principalmente de la ciudad de Guayaquil, con edades comprendidas entre 20 y 45 años, un 56% son casados que viajan normalmente con sus familias.

b. Preferencias de balnearios, donde llegar y con quien viajar a la playa.

Las respuestas a la encuesta identifica que Salinas y Playas son los balnearios de mayor preferencia con un 44.83% y 34.91% respectivamente.

Los encuestados respondieron que los lugares donde les gusta llegar para hospedarse es en casa de familiares o en hoteles con un 37.50 % y 37.93% respectivamente. EL 17.67% indicó que con amigos y el 6.90% en casa propia, como se lo muestra a continuación en la gráfica:

LUGAR DE ALOJAMIENTO



Cuando se les preguntó en compañía de quien les gusta viajar el 51.29% de encuestados respondieron en familia, un 29.74% indicó con amigos, el 12.93% en parejas y únicamente el 6.04% les gusta viajar solos.

Resumen de hallazgos

Las respuestas de los turistas identificaron a Salinas y Playas como los balnearios de la costa ecuatoriana preferidos para ser visitados. El 38% de ellos indicaron que cuando viajan y tienen que hospedarse lo hacen en casa de familia y un igual porcentaje escoge la opción de pernotar en hoteles. Como el 56% de ellos son casados y el 37% son solteros gustan de viajar con familiares y amigos respectivamente.

c. Fuentes de información, planificación y lugares de preferencia.

Los turistas indicaron en sus respuestas que utilizan principalmente tres medios para seleccionar los destinos a visitar como son: el internet con un 38.79%, luego los referidos con un 32.33% y las agencias u operadores turísticos con el 13.36%.

Así también indicaron que les gusta planificar sus viajes con una acogida del 77%. Dentro de los lugares de preferencia a visitar manifestaron que son: las zonas de la costa con el 57.33%, la sierra con el 26.29% y el exterior con el 11.64%.

Cuando se les consulto con qué frecuencia viajan a los balnearios, observamos que el 60.78% indicó que cuando se puede, un 15.52% mensualmente, un 11.21% en igual proporción eligen viajar todos los fines de semana o quincenalmente.

Solamente el 1.28% de los encuestados indicó que nunca viajaba, a continuación se presentan estos resultados en la siguiente gráfica:

Resumen de hallazgos

La frecuencia de viajes a las playas tienen una concurrencia según lo han manifestado las respuestas de los encuestados quienes gustan de planificar sus viajes e informarse promedio del internet o referidos principalmente.

d. Motivación para visitar las playas, meses y días preferidos para viajar.

Los dos principales motivos por los que los encuestados acuden a la playa es por descanso y turismo de aventura los que representan un 61.21% y 21.98% respectivamente.

Los meses del año preferidos para visitar los balnearios fueron identificados por los turistas encuestados como los meses de enero, febrero, marzo, abril y diciembre.

e. Características importantes para escoger un hostel

Los encuestados identificaron que los factores que tienen un peso para tomar la decisión de elegir un hostel son la comodidad y el precio, tal como se lo puede apreciar en el siguiente gráfico:



f. Días de duración de viajes y Precios

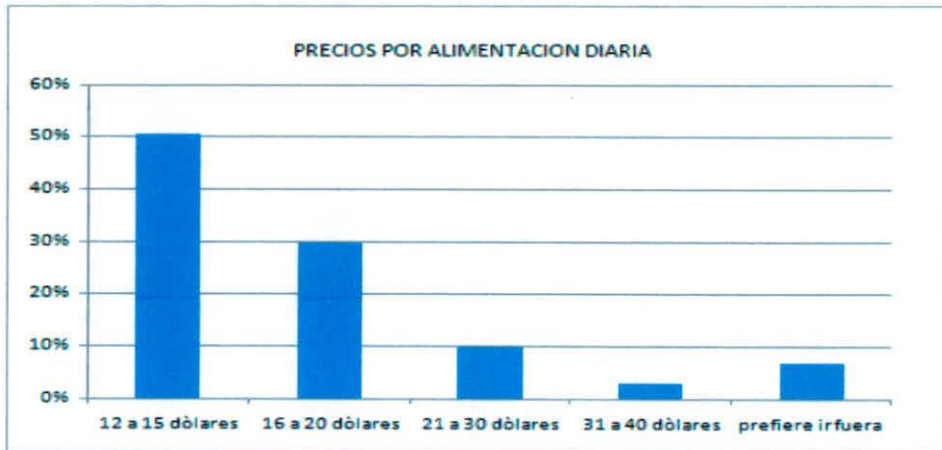
El tiempo de duración de los viajes indicados por los turistas revela que el 52% pernocta entre 1 a 3 días, el 30% de 3 a 5 días, un 13% de 5 a 7 días y solo el 5% más de 8 días.



Cuando se les pregunto el valor que estarían dispuesto a pagar por día por concepto de hospedaje y entretenimiento de su preferencia el 68.54% indicó que pagarían de 30 a 50 dólares por habitación y un 21.98% de 51 a 70 dólares.



Con referencia a los precios de alimentación los encuestados se pronunciaron igualmente en las dos primeras escalas, el 50.43% prefería precios de 12 a 15 dólares y el 29.74% precios entre 16 y 20 dólares por día por las tres comidas.



Resumen de hallazgos

El 52% de los turistas encuestados manifestó que el periodo que gustan de disfrutar de las playas es de 1 a 3 días estando dispuestos a pagar un valor por habitación de entre \$30 y \$50, pues buscan comodidad así también precios para poder elegir un hostal.

g. Aceptación de la idea de negocio

Los encuestados respondieron que si estarían dispuestos a hospedarse en un hostal cercano al cantón General Villamil Playas con un 73.71% de aceptación, el 21.98 % indicó que no lo haría y un 4.31% no contestó.



Resumen de hallazgos

Las afirmaciones de los encuestados respecto a la decisión de hospedarse en un hostal en General Villamil Playas responde a la necesidad de búsqueda de comodidad a un buen precio, que les brinde calidad en el servicio por lo que están dispuestos a pagar un valor ya antes indicado.

2.2.6 DEFINICION DEL PERFIL DEL CLIENTE

De los resultados del cuestionario aplicado, se pudo determinar las características del grupo objetivo:

Edad entre 20 y 45 años

Domiciliados en la ciudad de Guayaquil

Prefieren visitar los balnearios de Salinas y Playas

Gustan de viajar en familia o con amigos

Se informan por medio de internet o su círculo de referidos

Su motivación para ir a la playa es por descanso

Gustan de la comodidad

Están dispuestos a pagar entre 30 y 50 dólares por el servicio de hospedaje

2.2.7 TAMAÑO DEL MERCADO OBJETIVO

Estimación de la oferta

En función de las investigaciones realizadas y datos obtenidos de la Revista PLAYAS que otorga la Cámara provincial de Turismo del Guayas, Capítulo Playas, existen 40 establecimientos de alojamientos con 3087 plazas, 37 establecimiento de alimentos entre cubicherías y restaurantes, 7 bares de expendio de bebidas alcohólicas, 2 discotecas.

Al haberse constituido el Cantón Playas en el único destino de la modalidad turística Sol y Playa y balneario del Guayas, luego de la separación del cantón Santa Elena, el Plan Maestro de Desarrollo Turístico que elaboro el Gobierno Provincial del Guayas, dentro de sus estrategias está comenzando a desarrollar un corredor turístico desde Guayaquil a Playas, en el cual sus visitantes tendrían diversas opciones de actividades pasando por Progreso, Playas, Puerto Engabao, Puerto del Morro y la Isla Puna, todo ello conocido como la ruta de las 5P's.

Además dentro de las modalidades turísticas de Playas SOL & PLAYA, General Villamil Playas cuenta con extensas playas a lo largo de sus costas, tales como:

Playa Humboldt, con ubicación en el Malecón de Playas, posee un rompe olas para niños.

- Playa el Arenal, Km. 5 vía a Data, con extensas playas, olas fuertes
- Puerto Engabao, a 8 km. Al norte, ideal para la práctica de surf
- Playa El Pelao, a 5 km. Al norte; Playa virgen y desierta de gran calidad
- Playa El Faro, a 4 km. Al norte; Ideal para surf
- Playa Baradero, km 15 vía a Posorja; playa tranquila y extensa
- Puna, Isla Puna; existiendo 4 playas diferentes entre sí.

Estimación de la demanda

De acuerdo al estudio de mercado realizado, el grupo objetivo del presente plan de negocios está ubicado principalmente en la ciudad de Guayaquil. Para efecto de cálculos se ha considerado conveniente tomar la información de la población económicamente activa (PEA) que a junio 2011 asciende a 1'114.181 personas, de los cuales el 46.80% son ocupados plenos 521,436 habitantes.¹²

Contrastando el estimado de turistas que visitaron el cantón General Villamil Playas al año 2010 con las plazas disponibles de hospedajes, se determina que existe un 73% de visitantes que no pueden pernotar por la falta de plazas disponibles. La capacidad instalada para el primer año de operación del Hostal café la Rueda atendería el 1.9% de esta demanda insatisfecha tal como se lo muestra en la siguiente tabla:

¹² Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “Evolución del mercado laboral a junio 2011” [En línea]
 Actualizado: junio 2011 Disponible en:
http://www.inec.gov.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=129&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	PLAZAS
Hostales - hoteles -hosterías	882	3087
Total de días visitados en el año		132
Total de plazas utilizadas al año		407484
Proyección de turistas que visitaron el balneario		1517412
Turistas que no pernoctan en el balneario por falta de plazas		1109928
% de demanda no atendida		73%
Población plena ocupada deGuayaquil		521,436
Habitantes de Guayaquil que no encuentran hospedaje		381,410
Capacidad de plazas anuales que brindará el Hostal Café la rueda		7230
% dela demanda que cubrirá el Hostal Café la rueda		1.90%

2.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

2.3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO

Establecer el tamaño y tipo de competencia, los niveles de precio, la calidad del servicio y montos de venta de la oferta actual de mercado.

2.3.2 FUENTES DE INFORMACION

Fuentes Primarias: Entrevistas a expertos, observación de instalaciones, datos proporcionados por la Cámara de Turismo de Playas.

Fuentes secundarias: Investigación en Internet

2.3.3 DETERMINACION DE LA INVESTIGACION

Dentro de los procedimientos aplicados se mencionan: las entrevistas a expertos en sus respectivos establecimientos pre-seleccionados, la observación presencial del servicio, verificación de las instalaciones, concurrencia de huéspedes. Otro método que también se aplicó fue la investigación en internet de los servicios de hospedaje que

ofrecían los diferentes lugares de alojamiento con que cuenta Playas, básicamente de aquellos que presentan información en dicho medio.

2.3.4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Actividades de alojamiento

El informe del Plandetur 2020 determinó que en la actividad de alojamiento a diciembre del año 2005 existían 2.888 establecimientos a nivel nacional con un promedio de 2.3 plazas por habitación lo cual superaba el promedio internacional que es de 1.70 de acuerdo a la Organización mundial de turismo.

Dicho informe menciona que en el periodo 2005 el cantón General Villamil Playas registraba 72 establecimientos dedicados a la actividad turística, los cuales representaban el 0.60% del total a nivel nacional. Este porcentaje revela que en dicho periodo el sector turístico en esa región no estaba desarrollado¹³. (Ver anexo # 1).

Cabe mencionar que si el 23% de establecimientos turísticos a nivel nacional correspondían al servicio de alojamiento al año 2005, se puede estimar que de los 72 establecimientos registrados en el cantón General Villamil al mismo año, solamente 17 se dedicaban a dicha actividad.

Para efectos de cuantificar la lista de establecimientos que a junio 2011 funcionan en el Cantón General Villamil Playas, se tomó como fuente de información la revista emitida por la Cámara de Turismo de dicho cantón (Año 1 No.1 sin fecha de emisión, y que entro en circulación en diciembre/2010) la misma que fue proporcionada por la presidenta de dicha institución; Sra. Esperanza López de Saltos. Adicionalmente se incorporó datos de establecimientos que se encontraron en páginas web.

¹³ Informe final, diseño del Plan estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020". Tourism & Leisure Advisory Services (T&L) [En línea] Actualizado: 26 septiembre 2007. Disponible en: www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=389&Itemid=79

La lista de establecimientos asciende a un total de 40 hoteles, hostales y hosterías en su conjunto. Donde el 35% de ellos tienen entre 60 y 79 plazas; el 33% entre 40 y 59 plazas; un 25% entre 100 y 140 plazas; y solo un 8% de 80 a 99 plazas. La gráfica adjunta muestra esta composición y en detalle en el **Anexo # 2** se puede observar la lista de establecimientos.



Si se compara los 40 establecimientos registrados al año 2011 con los 17 existentes en el año 2005, se puede apreciar que se ha producido un crecimiento del 142% entre ambos periodos, con una tasa promedio anual del 28,40%.

Establecimientos en la zona

De la información proporcionada por la Cámara de Turismo de Playas según su último censo, existe alrededor de 40 establecimientos compuestos por hoteles, hostales y hosterías. Mencionando algunas a continuación:

Hostería Bellavista

Hotel el Dorado

Hostería las Redes

Romanos Suite Hotel

Hotel Playas

Hotel Arena Caliente

Hotel Tucano

Hostal Nathalie

Hostería Sinfonía del Mar

Hostal los Arcos

En las visitas realizadas a los hoteles y hostales se logró determinar que son pocos los propietarios que atienden directamente en sus negocios, se notó que muchos de ellos están a cargo de empleados que no tienen una adecuada preparación para administrar este tipo de empresa, carentes de los conceptos de calidad, manejo de atención y servicio al cliente. Lo que representa una debilidad al sistema de hospedaje existente y una fortaleza al presente Proyecto en el sentido de que quien lo administre debe ser una persona con conocimientos en servicio hotelero y calificado para ello.

Las instalaciones de algunos de los establecimientos visitados si bien se encontraban limpios se pudo observar la antigüedad de estos, ya que sus fachadas no presentan remodelaciones o innovaciones.

Los pocos dueños que administran son personas mayores de 50 años quienes iniciaron esta actividad y han venido manejando el negocio de la misma forma desde su inicio sin presentar innovación en el servicio y sus instalaciones.

Análisis de precios

Las tarifas de alquiler por plaza están prácticamente unificadas las cuales van desde \$15 el día hasta \$20 por plaza; no todos los establecimientos incluyen el desayuno, considerando que muchos de ellos no cuentan con el servicio de restaurant. Servicio que el proyecto lo ha considerado y será brindado por una empresa de catering.

Mercado que manejan

Los hoteles y hostales más grandes, es decir aquellas que tienen más de 60 plazas cuentan con un mercado de clientes asegurados por empresas que alquilan sus instalaciones a lo largo del año, para organizar eventos de capacitación, integración y motivación a sus empleados. Dentro de dichas instituciones en su mayoría de origen público cuentan colegios, universidades, ministerios y algunas empresas privadas. Información que fue directamente proporcionada por los propietarios y administradores de los hoteles, sin precisar datos estadísticos.

En la temporada alta, es decir en los meses de Enero-Abril toda la capacidad hotelera se encuentra utilizada a su capacidad total, debiendo muchos turistas en especial aquellos que no reservaron previamente hospedaje retornar a sus ciudades de origen.

Forma de ventas

Los hoteles no realizan publicidad si bien algunos tienen páginas de internet sus ventas se dan por referidos y clientes recurrentes que han utilizado el servicio.

En épocas de temporada playera y feriados se realizan reservaciones de las habitaciones con días de anticipación lo que hace que la demanda de hospedaje sea alta en estas épocas. Normalmente los pagos de los servicios de hospedaje y alimentación en aquellos hoteles que brindan servicios de restaurant los realizan en efectivo o con tarjetas de crédito, sea con cargo a la habitación o como lo prefiera el cliente, ese tema es opcional.

Capacidad de producción

En el recorrido efectuado a los hoteles, hostales, algunos de ellos presentan ampliaciones de sus instalaciones realizadas durante el año 2010 a fin de incrementar el número de Plazas, se lo pudo observar en el Hotel Arena Caliente, Hotel Las Redes, Hotel Novia del Pacífico. También en el mismo año abrió sus instalaciones el Hotel Suit Romanos.

Es importante considerar que a raíz de la provincialización de Santa Elena, General Villamil Playas trata de captar inversionistas a través de rebajas en los impuestos a proyectos turísticos que se ejecuten en dicha jurisdicción, el paquete de estímulos es

con la finalidad de atraer al inversionista, recientemente en el mes de mayo del 2011 fue aprobada la ordenanza municipal que fija estas exenciones en función de los montos de inversión, número de plazas de trabajo que genere el proyecto, entre otras condiciones.

La ordenanza incluye descuentos de hasta el 40% en el pago de los impuestos prediales para nuevos proyectos, por un período de hasta 10 años. De esta manera se trata incentivar la inversión inmobiliaria, agroindustrial, pero en especial las turísticas dada la falta de infraestructura del Cantón Playas.

De acuerdo a declaraciones realizadas al Diario el Universo por parte del Alcalde de Playas, Sr. Michel Achi; actualmente existen cerca de 10 proyectos inmobiliarios en planes de desarrollo y en fases previas de construcción. Actualmente, el más grande es Ocean Towers Resort Hotel & Club que incluye torres departamentales y un hotel, cuya inversión es de 11 Millones de dólares.

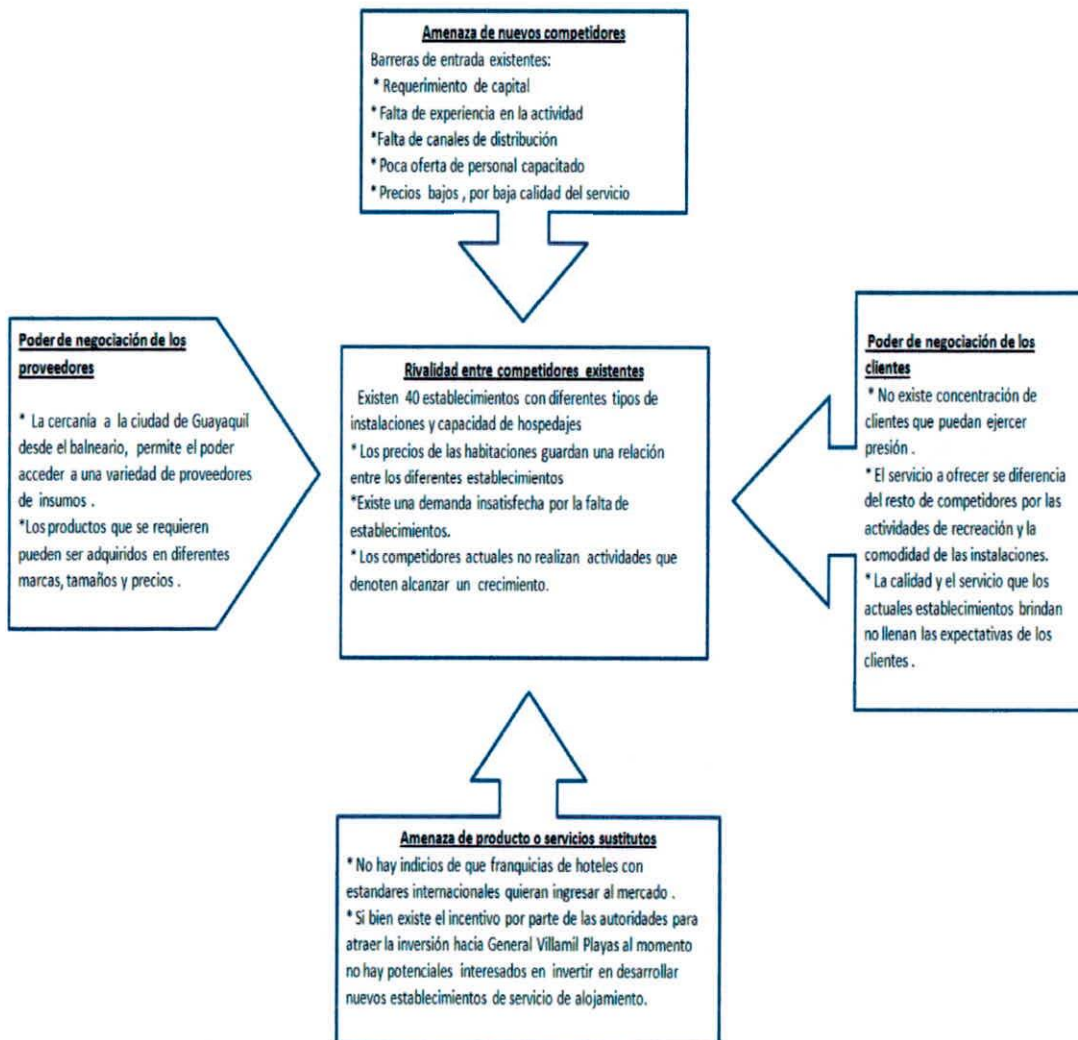
También dio a conocer que llegando al Cantón Playas y en la Vía a Data están en planes de desarrollo otras urbanizaciones y edificaciones a la espera de las normas de construcción. Además se suman los próximos proyectos de autoservicios, se conoce que el Grupo Corporación El Rosado adquirió un terreno para la construcción de una de sus tiendas de Comisariatos. A la vez que la Corporación La Favorita recientemente adquirió un terreno para poner una de sus tiendas “Akí en Playas”.¹⁴

¹⁴ Diario el Universo publicación “Playas rebaja impuestos para captar inversiones” [En línea] Actualizado: 1 julio 2011. Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2011/07/01/1/1356/playas-rebaja-impuestos-captar-inversiones.html>

2.4 ANALISIS DE LA INDUSTRIA DE MICHAEL PORTER

Previo al ingreso al mercado objetivo, es importante realizar un análisis de las fuerzas que mueven la industria para de esta manera determinar cuan atractivo es el sector al que se pretende ingresar, y así poder determinar las estrategias más adecuadas para poder acceder al mismo de forma efectiva, sin tener que utilizar gran cantidad de recursos para hacer frente a la competencia.

ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER



Amenaza de Nuevos Competidores: Las barreras de entrada identificadas como el requerimiento de capital, experiencia en el servicio a ofrecer, los canales de distribución entre otros, permite establecer que el grado de ocurrencia de que ingresen nuevos competidores es bajo, por lo que no se consideran una amenaza a esta fuerza.

Poder de Negociación con los proveedores: Debido a que el servicio a ofrecer no requiere de productos exclusivos que pudieran ser concentrados en manos de pocos proveedores se considera que el grado de ocurrencia de esta amenaza es bajo, porque existen una gran variedad de proveedores que pueden brindar los productos a requerir con muchas alternativas de sustitutos, como por ejemplo el uso de insumos de limpieza.

Amenaza de Productos y servicios Sustitutos: Al tener claramente identificados las Hostales, Hoteles, Hosterías y la oferta de sus servicios el grado de ocurrencia de esta amenaza es bajo, porque no se considera como competencia a estos establecimientos, ya que el servicio que brindará el hostal café la rueda, está diferenciado por la oportunidad en atención, comodidad y recreación del turista.

Poder de Negociación con Clientes: Los clientes que utilizaran los servicios del Hostal están en busca de una atención personalizada y oportuna, con personal debidamente capacitado, lo que representaría un servicio superior a la oferta actual, es por ello que se considera que esta amenaza tiene un grado de ocurrencia medio en la medida que los competidores empiecen a mejorar sus debilidades hoy detectadas.

Rivalidad entre competidores Existentes: Los establecimientos que operan en la actualidad están cubriendo una parte de la demanda insatisfecha existente por la falta de infraestructura Hotelera de Playas. Se puede considerar que esta amenaza tiene un grado de ocurrencia bajo por que las plazas que actualmente disponen estos establecimientos son copadas en las temporadas altas de visitas de turistas. Sin embargo en las temporadas bajas puede ser que el grado de

ocurrencia sea medio atribuyendo a una situación cíclica del flujo de turistas por las temporadas.

3. ANALISIS FODA

Este análisis consiste en determinar las fortalezas y las debilidades (factores internos de la empresa) y las oportunidades y amenazas (factores externos de la empresa) de la Hostal Café La Rueda

FORTALEZAS

- Marketing digital (redes sociales, e-mail masivos, link de portales web)
- Equipo de trabajo comprometido
- Ubicación geográfica (cercanía con el Puerto Principal)
- Ubicación de la Hostal con salida directa a la playa
- Vista panorámica al mar
- Actividades recreativas aeróbicos en la playa, ciclo paseos, paseos dirigidos a lugares turísticos de la zona.
- Entorno natural, arboles que atraen especies de aves propias de la zona
- Hostal disponible para eventos especiales
- La privacidad de la playa por la ubicación distante a la cantón Playas

OPORTUNIDADES

- Incentivos del gobierno para que se desarrolle el sector turístico mediante la oferta de créditos a largo plazo con tasas de interés competitivo, así como exceptuar el pago de impuestos por 5 años. (ver anexos 13 y 14)

DEBILIDADES

- Precios elevados con relación a la competencia
- Falta de publicidad y promociones

- No disponer de atractivos turísticos en épocas fuera de temporada playera

AMENAZAS

- Ocurrencias de catástrofe naturales (maremotos, tsunamis)
- Falta de respuesta oportuna de las autoridades para responder a emergencias de asistencias médicas o de seguridad.

4. PLAN DE MARKETING

4.1. OBJETIVOS

4.1.1 OBJETIVOS DE VENTA

De acuerdo al estudio de mercado existe una demanda insatisfecha en el servicio de hospedaje, debido a la poca oferta hotelera especialmente en las épocas de temporada alta, lo cual nos representa una oportunidad para captar de esa población el 1.5% durante el primer año utilizando la totalidad de la capacidad instalada en las fechas de temporada alta.

Para el segundo año se proyecta continuar con el plan de ampliación de las instalaciones a manera de incrementar el número de habitaciones en un 50% hasta el tercer año de operación. De esta forma llegar a un número de 18 habitaciones en el segundo año y 24 habitaciones para el tercer año.

4.1.2 OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO

En función a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, los encuestados indicaron que las dos características principales por las que seleccionarían determinada Hostal son la comodidad y luego el precio.

Identificadas estas dos variables, el objetivo estaría orientado a posicionar el Hostal como el primer lugar de descanso preferido por turistas y visitantes locales, para lo cual trabajaremos con enfoque en promocionar las instalaciones, los servicios personalizados con personal especializado que brindaría el Hostal, el confort de las habitaciones y los precios accesibles que estarán dentro de lo que cobra la competencia que preste los mismos servicios.

4.1.3 OBJETIVO DE RENTABILIDAD

Alcanzar una rentabilidad del 15% para beneficio de los accionistas.

4.2 ESRATEGIA GLOBAL

4.2.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Conociendo que la oferta de hospedaje no cubre la demanda actual tanto en número de plazas como en el servicio, lo que hace que hoy los turistas deban pagar por un servicio que no cubre sus expectativas o se ven obligados a retornar a su lugar habitual de residencia. Es allí donde el Hostal café La Rueda tiene la oportunidad de promocionar las instalaciones y servicios.

Su edificación será de una planta, con habitaciones amobladas y equipadas con televisión satelital, "Direc-TV", agua caliente, teléfono vía recepción, ventiladores, bar restaurant, sala de internet, parqueadero, bicicletas (para los ciclos paseos en la Playa), servicios de primeros auxilios, vigilancia permanente las 24 horas del día, tours con destino a los lugares turísticos cercanos, tales como; engabao, el pelao, puerto morro, isla de los pájaros, isla Puna, paseos de avistamiento de los delfines y de la ballenas, ciclos paseos en la playa, etc.

Además de brindar hospedaje la Hostal brindara servicios de alimentación con platos típicos de la región con especialidad en mariscos, cuyo servicio estará tercerizado a empresas de reconocido prestigio.

Contará con 12 habitaciones, un área de cafetería privado con un ambiente acogedor, área de bar con un sistema de karaoke. Las habitaciones tendrán ventiladores, televisión, teléfono, y servicio de internet inalámbrico.

Adicionalmente se prestará los servicios de caminatas, paseos dirigidos, turismo de aventura, peñas y fogatas. Cabe indicar que estas actividades fueron las que obtuvieron mayor puntuación en las encuestas. Las instalaciones contarán con servicio de vigilancia las 24 horas y área de parqueo.

4.2.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Si bien el mercado mantiene un precio uniforme por el alquiler de habitaciones que va en rangos de US\$ 15 a US\$ 50 por persona dependiendo de la temporada. Este

servicio no cubre las expectativas que busca el turista, como son descanso, turismo de aventura y ecoturismo, además de actividades de recreación.

Es por ello que la estrategia será ofertar el servicio de hospedaje con las actividades antes indicadas, a un precio razonable pero que nos diferencie del mercado.

De acuerdo a las encuestas que respondieron los turistas ellos están dispuestos a pagar un valor entre US\$ 30 – 50 diarios por habitación. Adicional a ello, los turistas estarían dispuestos a pagar un valor extra por un servicio de fogata, cafetería y bar.

No obstante a lo anteriormente mencionado y con la finalidad de mantener un número de turistas en uso de las instalaciones en temporadas bajas se aplicarían estrategias promocionales que se mencionan en el numeral 4.2.4 del presente informe.

4.2.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

Distribución

Inicialmente el canal de distribución será directo a través del servicio de internet, redes de contactos, referidos, así como también mediante la aceptación de reservación y pagos mediante el uso de tarjetas de crédito, accediendo directamente a la página web del Hostal.

A futuro se realizarán mediante el uso de canales indirectos, efectuando alianzas estratégicas con Hostales, operadores turísticos y Agencias de viaje ubicadas en la sierra y la zona austral del país para crear una red de escalas para turistas que quieran conocer las costas del país direccionándolos al Hostal Café La Rueda.

4.2.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL Y VENTAS

Como todo proyecto en su etapa de arranque requerirá de inversión en publicidad para posicionar su nombre y para ello se confeccionaran banners para ser ubicados en agencias de viaje y estaciones de transporte de ciudades principales de mayor flujo de turistas como son Quito, Cuenca, Loja entre otras. Un medio de promoción a utilizar será a través de publicaciones en diarios o revistas de mayor circulación del país.

La forma de llegar al público objetivo principalmente será por medio del Internet con una página web propia, las redes sociales y referidas.

Estrategias de Publicidad

Reconocemos como un canal potencial las redes sociales, por lo cual vamos a potencializar nuestras acciones de publicidad por medio de la creación de blogs que nos permitan crear y alimentar una base de datos de contactos a los cuales podamos llegar masivamente con correos promocionales.

La ubicación de vallas publicitarias en sitios estratégicos en carretera al llegar a Playas y cerca del destino final del Hostal, así como la publicidad en guías turísticas locales y revistas permitirá el dar a conocer el Café Hostal La Rueda.

Otro detalle importante para darnos a conocer al ingresar al mercado será en el evento de inauguración contando con la presencia de personeros del Municipio, Cámara de Turismo, prensa y allegados. Se solicitará el auspicio de una tarjeta de crédito para hacer publicidad a cambio de una membrecía a un socio que salga favorecido en un sorteo en la noche del evento.

Como política promocional se incentivará a los usuarios a través de premios, descuentos tales como:

- Coctel de bienvenida
- Noches gratis para una pareja
- Si reserva dos plazas, la tercera es a mitad de precio.
- Paquetes de fines de semana (dos noches) con un mínimo de tres plazas, gratis recibirá tour en lancha a lugares turísticos de la zona.
- Si llegó a hospedarse por referidos habrá un descuento del 20% del costo del servicio.
- Si reserva más de tres plazas de lunes a viernes recibe una plaza gratis.

Se considera que el medio principal por el cual se debe promocionar los servicios del Hostal es la web y es allí donde se invertirá los recursos necesarios para lograr los objetivos.

5. ANALISIS TECNICO

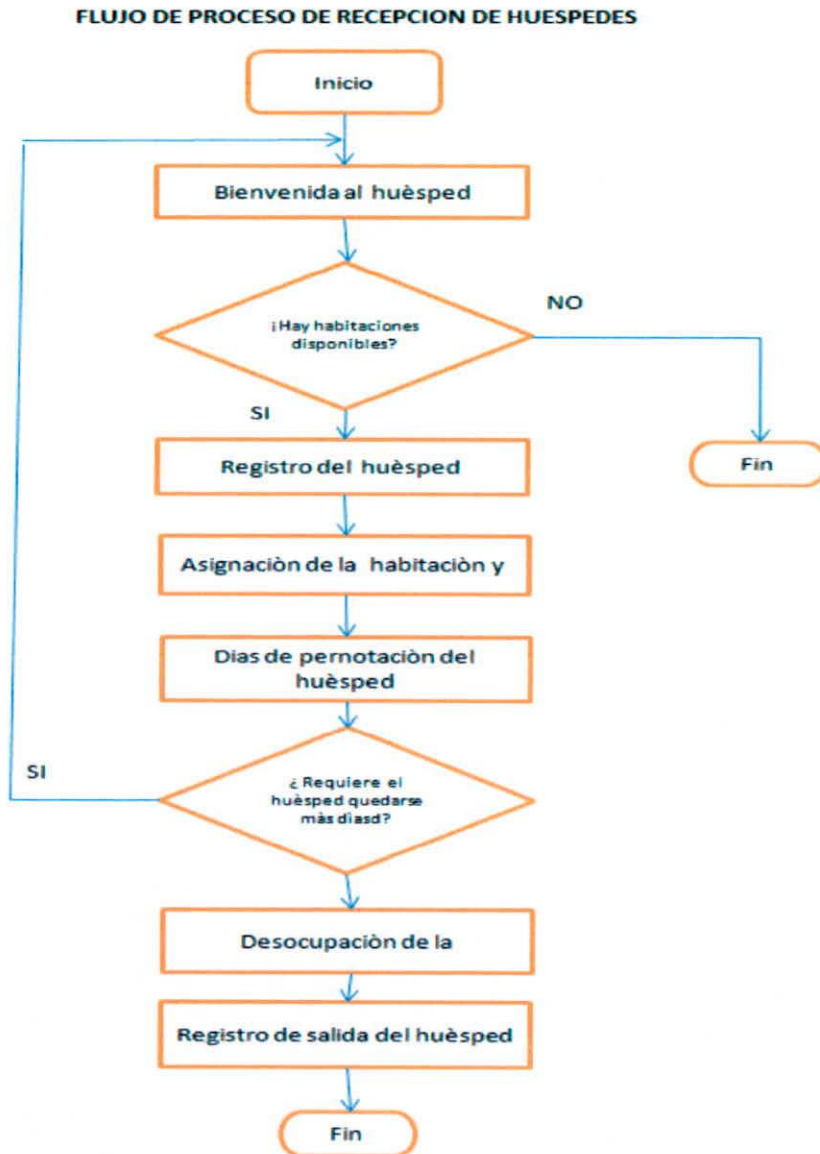
5.1 ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

Hostal café la Rueda brindará el servicio de hospedaje, bar y cafetería, este último tercerizado, así como actividades recreativas para los turistas.

La actividad principal del hostal es brindar el servicio de alojamiento a los huéspedes que estén en busca de un lugar de esparcimiento y descanso, para encontrar tranquilidad relajación y despejar su mente de las actividades cotidianas en sus días normales de trabajo. En el siguiente enunciado se detallará el proceso del servicio.

5.2 CONTROL DE PROCESO





Fuente : Los autores

El proceso del servicio se describe a continuación:

- Recibir con una sonrisa y contacto visual al turista, saludando buenos días, tardes, o noches, bienvenido al Hostal café la Rueda.
- Seguidamente se escuchará el requerimiento del huésped y se dará respuesta proporcionándole diferentes alternativas para que pueda escoger la que más se ajuste a él.

- Si el huésped se interesó en los servicios del Hostal se hace el registro y asignación de la habitación detallando los días de permanencia.
- Se le da a conocer los servicios adicionales con que cuenta el Hostal y sus costos.
- Previo a su retiro se realiza un chequeo de la habitación y los consumos realizados del bar y cafetería para proceder con el cierre de la facturación.
- Finalmente se registra la salida del huésped y se le pide que nos llene una encuesta del servicio.

5.3 TAMAÑO DE LA PLANTA Y DISEÑO DE INFRAESTRUCTURA

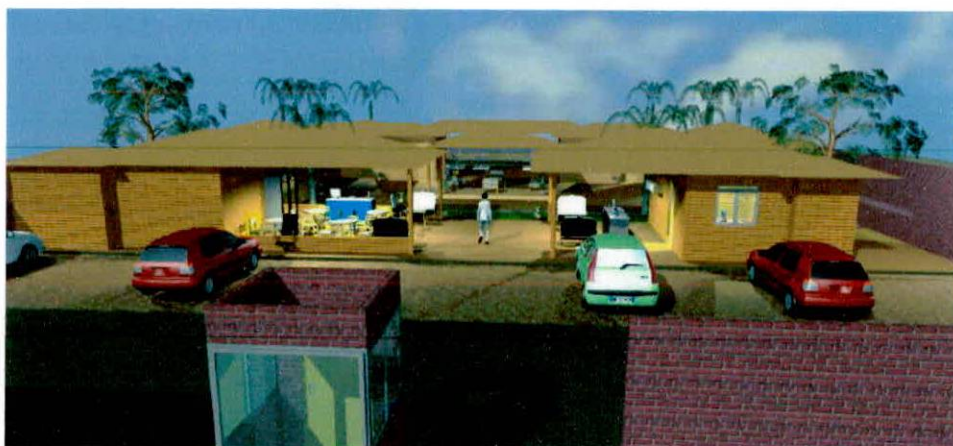
5.3.1 TAMAÑO

Se ha establecido que el proyecto inicie con la construcción de 12 habitaciones con la capacidad de hospedar a 3 personas por habitación. Se determinó que existen temporadas en el año donde la capacidad máxima instalada estará ocupada en el 100% siendo estas fechas el mes de diciembre, temporada de playa en la región costa y sierra, carnavales y semana santa. A continuación se muestra unas imágenes de cómo se verían las instalaciones en cuanto a su diseño y acabados.

5.3.2 DISEÑO DE INFRAESTRUCTURA

A continuación se muestran las diferentes vistas del diseño arquitectónico del hostal.

Vista ángulo frontal



Vista con salida al mar



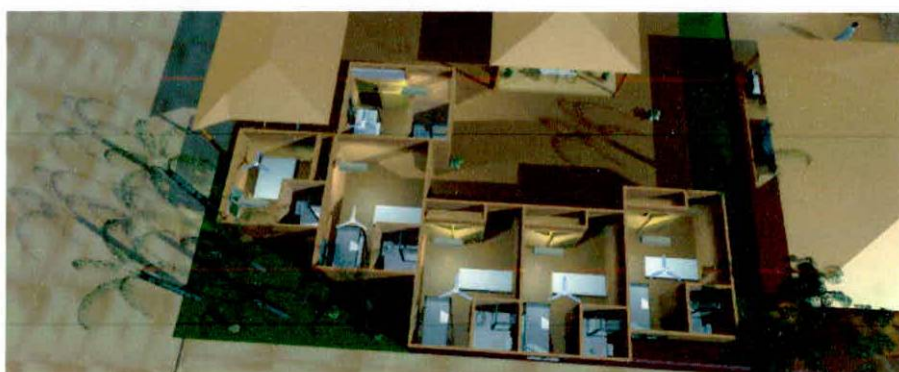
Vista lateral



Área de restaurante y social



Vista de distribución de habitaciones



Vista de Recepción



Lavandería



Cocina



5.4. EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Para el desarrollo de la prestación de servicios de hospedaje se ha inventariado los equipos, muebles y enseres a requerir los cuales se detallan a continuación:

Mobiliario y equipos para habitaciones

Mobiliario y menaje:	Unidades
<u>Area de Habitaciones</u>	
○ Televisores	12
○ Ventiladores	12
○ Split	1
○ Sanitarios y lavamanos	15
○ Colchones	36
○ Camas	21
○ Literas	7
○ Bitoallas	24
○ Cestos de basura	15
○ Jaboneras	12
○ Veladores	12
○ Espejos para baños	15
○ Teléfonos	15

Mobiliario y equipos para áreas de servicio

Mobiliario y menaje:	Unidades
<u>Area de Cocina</u>	
○ Cocina	1
○ Microonda	1
○ Refrigerador	1
<u>Area de Restaurant</u>	
○ Mesas y sillas	12
○ Mantelería	36
○ Vitrina frigorífica	1
○ Caja registradora	1
<u>Area de Recepción</u>	
○ Modular de recepción y mueble de oficina	1
○ Central telefónica	1
○ Botiquín	1
○ Extintores	6
○ Computador	2
<u>Area de mantenimiento</u>	
○ Bomba y tanque de presión	1
○ Lavadora	1
○ Plancha –tabla de planchar	1
<u>Area de bar</u>	
○ Televisor plasma	1
○ Sistema de karaoke	1
○ Equipo de Sonido con amplificador de parlantes	1

5.5. INFRAESTRUCTURA REQUERIDA

EL área de terreno en el cual se construirá el hostal es de 1.200 m² y 393.50 m² de construcción. Su edificación se hará en cemento y ladrillos de alfardón. Contará con área de parqueo de 90 m². Las habitaciones deberán estar equipadas con camas de plaza ½ y una litera, ventiladores, baño incluido, televisión, y un closet. La capacidad máxima de hospedaje por habitación es de 3.5 personas.

La cafetería contará con mobiliario para atender 24 huéspedes distribuidos en mesas de 4 personas, habrá una vitrina con refrigeración para mostrar las bebidas que se ofrecerán.

El bar tendrá un área para capacidad de 36 personas con mobiliario, pantalla de proyección, equipo proyector, parlantes equipo de sonido para el servicio de karaoke.

5.6. PLAZA

5.6.1 Ubicación

EL proyecto está ubicado en el cantón General Villamil Playas, lugar escogido por su cercanía al puerto de Guayaquil y por ser el balneario del Ecuador con el segundo mejor clima del mundo declarado por la Unesco.

La ubicación del Hostal es fuera del perímetro urbano del Cantón Playas, esto es en el Km. 9 ½ de la vía Data permitiendo ofrecer el descanso que busca el turista, lo cual es un punto a resaltar al momento de dar a conocer los servicios del hostal, ya que aquellos establecimientos ubicados en el centro de playas están expuestos al ruido de los vehículos, lugares de distracción nocturno como discotecas y peñas estas últimas que están al aire libre con alto parlantes emanando ruidos que molestan a los turistas que descansan.

El Hostal contará con una ubicación estratégica, al pie del mar, frente a extensas Playas rodeada de un entorno totalmente natural, contara con un espacio de 2.400 m²

área en la cual se edificara la Hostal contando con todas las condiciones para su funcionamiento.

5.6.2 Emplazamiento

El lugar escogido dentro del Cantón es el sector vía Data en el kilometro 12 donde la carretera avanza desde el centro de la ciudad hasta llegar a Posorja, puerto de embarque reconocido en el Ecuador y que tiene proyección a desarrollarse como el nuevo puerto principal de conexión de buques de gran calaje.

5.6.3 Ubicación de proveedores y clientes

La ubicación de nuestro proyecto en el cantón Villamil Playas nos da la ventaja de estar a una hora y media del puerto principal (Guayaquil) lo que nos permite poder abastecernos de todos los insumos requeridos para brindar el servicio en el hostel tales como:

Almacenes Estuardo Sánchez, proveedor de edredones, sabanas, toallas, manteles, artículos de bazar y hogar, artículos que se venden a precio de por mayor.

Cadenas de supermercados reconocidas, micro empresas ubicadas en el sector de la bahía de Guayaquil, que proveen suministros de limpieza como desinfectantes, ambientales, papel higiénico, jabones, shampoo, servilletas a precio de por mayor.

La compra de colchones y almohadas será cubierta por la Distribuidora Principal de Colchones Paraíso del Cantón Playas.

La adquisición de las bicicletas y repuestos, se efectuarán directamente en la ciudad de Guayaquil donde existe una gran cadena de importadores a lo largo de la calle Colón.

5.6.4 Facilidades de Transporte

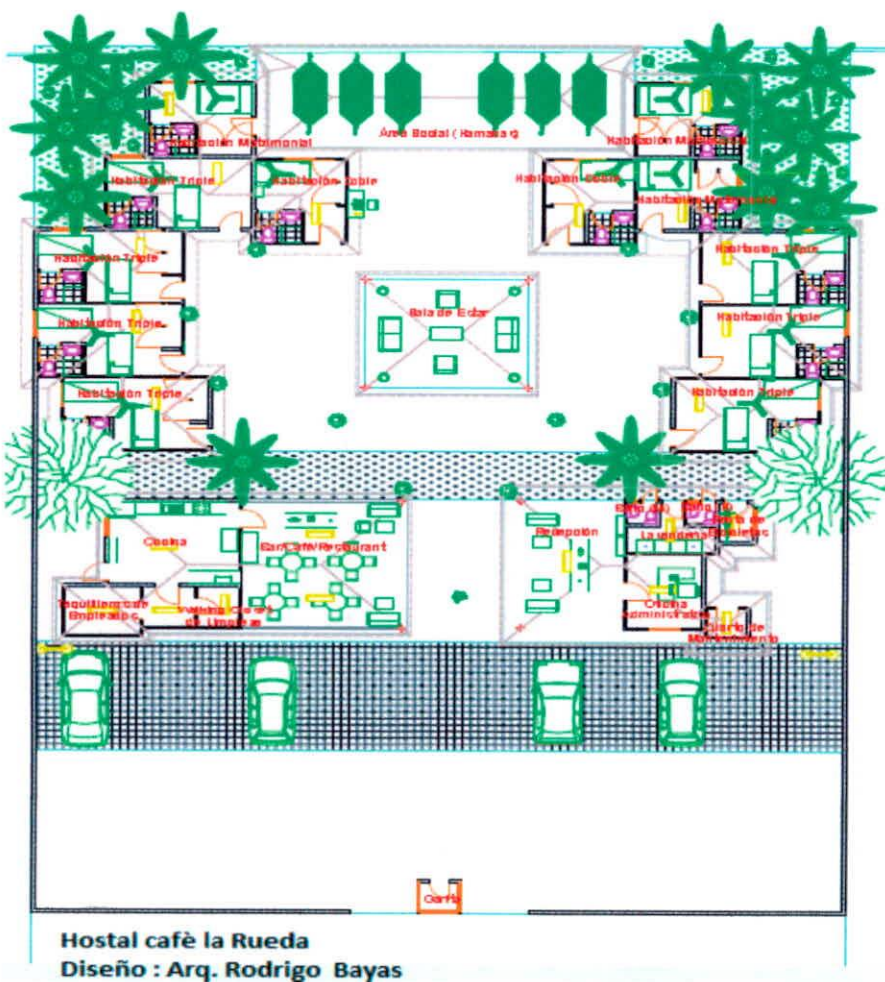
Igualmente para los clientes la corta distancia para llegar al balneario les permitirá su movilización rápida, considerando que la reconstrucción de la vía ha permitido acortar distancias. El transporte público para el traslado de turistas que no disponen de movilización propia está disponible con las cooperativas que funcionan en el cantón.

Adicionalmente se puede hacer uso del servicio de taxi amigo. Cabe mencionar que el Gobierno con su programa de renovación vehicular plan –renova, está motivando a los transportistas de carga pesada y de pasajeros a renovar sus unidades, ya se han hecho la entrega de las primeras unidades a dos operadores Playeros S.A. y Transmix Villamil.

5.7. DIMENSIONES DE AREA REQUERIDA Y COSTOS DE CONSTRUCCION

De acuerdo a los servicios a ofrecer en el Hostal, la distribución de las diferentes áreas con que contarán las instalaciones del hostel se muestra en el anexo # 7.

5.8 DISTRIBUCION ARQUITECTONICA DEL HOSTAL



6. ANALISIS ADMINISTRATIVO

6.1 GRUPO EMPRESARIAL

Los integrantes del Grupo Empresarial serán accionistas con una distribución en partes iguales, a continuación mencionamos a cada uno de ellos:

Richard Arce Baque.- se ha desempeñado tanto en las áreas de Finanzas, Contabilidad ocupando los cargos de Tesorero, Contador, con 18 años de experiencia en empresas comerciales, agrícolas y de servicios. Actualmente se desempeña como Gerente Financiero de la empresa MILEFASHION, Ventas Directa S.A.

Grace Sánchez Mora.- con especialidad en Comercio Exterior, tiene 23 años de experiencia en el manejo de las operaciones de Importación y Exportación manejadas a través de la Banca Comercial, actualmente es responsable del Área de Comercio Exterior y Corresponsalía Internacional en el Banco del Pacifico S.A.

El grupo empresarial en referencia participarán en la Empresa, solo en calidad de consejeros y supervisión a la Administración, en todas las formas que pudieren darse para el mejoramiento continuo de la empresa, trabajando Ad-honoren.

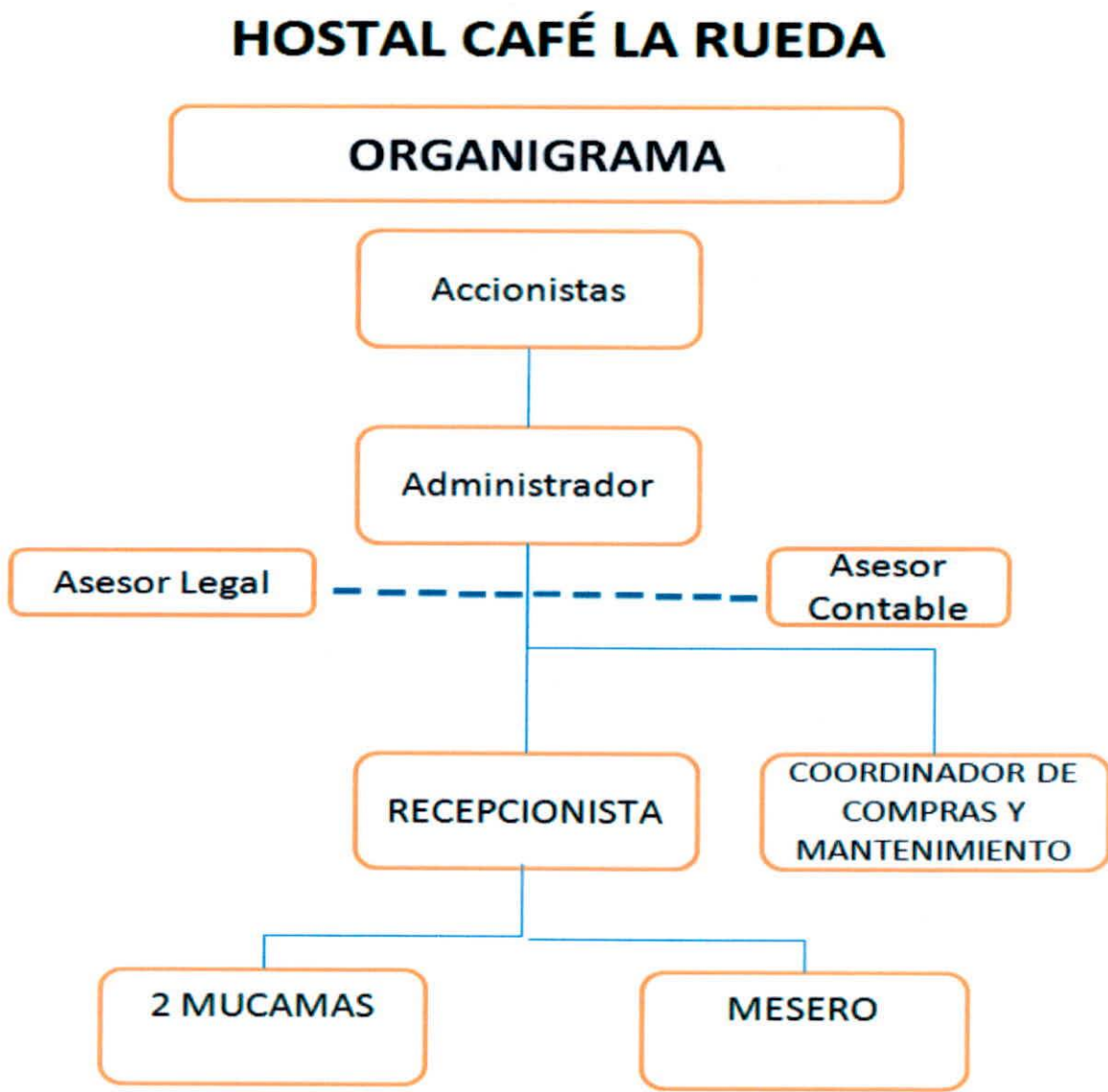
Se reconocerá un valor por movilización para efecto de reuniones de Estrategias de Negocios y revisión periódica de informes y de las instalaciones. Retribución que no superara el equivalente a dos salarios mínimo vital.

Las utilidades que se generen en cada ejercicio contable se distribuirán a los empleados en los términos y plazos que determina el código de trabajo. Luego de éstos se pagarán los impuestos a la renta, igualmente en la fecha y términos que indica la ley de Régimen Tributario Interno.

Efectuados los pagos anteriores la distribución de los dividendos para el pago a los accionistas se lo realizará previa aprobación de Junta de accionistas que será convocada en el mes de febrero de cada año para conocimiento y aprobación de balances.

Considerando el tamaño de la Empresa, ésta será liderada por un Ejecutivo que en su calidad de Administrador será responsable de cumplir y hacer cumplir a sus colaboradores con la Visión, Misión de la Empresa, así como velar por los intereses de los accionistas, ejercerá la representación legal de la empresa judicial y extrajudicialmente por periodos de dos años, que se ratificará mediante nombramiento debidamente inscrito en el Registro Mercantil.

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



6.3 DIRECCION ORGANIZACIONAL

Las estrategias a implementarse para lograr el incremento de actividades, así como la revisión de resultados mensuales de la operación serán revisadas y aprobadas por los accionistas.

6.4 PERSONAL EJECUTIVO

El administrador ejercerá la representación legal de la Empresa para lo cual estará facultado para emitir y contraer obligaciones hasta por los límites autorizados bajo los estatutos de la compañía. Adicionalmente estará facultado para realizar las siguientes actividades:

- La contratación u obtención de préstamos con bancos o entidades financieras, requiriendo para ello firmas conjuntas con uno de los accionistas.
- La venta o cesión de activos de la empresa será autorizada por los accionistas.
- El representante legal estará autorizado a firmar cheques bajo su sola firma hasta por monto de hasta US\$ 500.00. Los montos superiores a esta cifra deberá contener la firma de uno de los accionistas.
- Toda gestión Legal como procesos de contratación de personal, demandas, serán gestionadas por el abogado sugerido por los accionistas.
- La designación del Comisario en cumplimiento a las normas establecidas por la Superintendencia de Compañías se ratificará por Acta de Junta General de Accionistas para cada periodo contable.
- Dentro de las actividades tendrá que planificar, organizar, coordinar y dirigir con su personal a cargo todas las actividades inherentes al buen funcionamiento del Hostal, amparados bajo las leyes del país, normas, reglamentos y más disposiciones internas que se desarrollen.

6.5 EMPLEADOS

Cajera – Recepcionista: será la responsable de receptar las llamadas, administrar la información a manejar con los turistas, coordinar las actividades de recreación de los turistas, cobrar las cuentas por concepto de hospedaje y otros servicios consumidos por los clientes, dar apoyo al Administrador.

Mucama: tiene la responsabilidad del orden, aseo y limpieza de las habitaciones; del aseo de las vituallas, recoger y sacar la basura de todas las habitaciones, reportará directamente a la cajera-recepcionista.

Mesero-camarero: su responsabilidad es atender a los clientes en base a los estándares que dicta la Empresa, deberán mantener en buen estado los lugares de recreación y alimentación, reportará directamente al Barman.

Compras y Mantenimiento: será responsable de efectuar las adquisiciones de insumos y suministros, alimentos y servicios que requiere el Hostal y del mantenimiento de las instalaciones, reportará directamente a la Administradora.

La nómina del personal estará compuesta por:

Lista de Personal	
Administrador	1
Recepcionista - Cajera	1
Coordinador de Compras	1
Mesero	1
Mucamas	2
Total de personal	

Tabla 1 Lista de Personal
Elaboración: Los autores

6.6 POLITICAS DE ADMINISTRACION DE PERSONAL

La política de administración de personal estará bajo la responsabilidad de la Administradora del Hostal, quién deberá encargarse de la elaboración de los respectivos manuales de procedimientos y la difusión de los mismos a todos los empleados y colaboradores del Hostal.

La diferenciación del servicio se apreciará por la atención personalizada de los empleados que serán capacitados constantemente. Como política de la empresa el principal objetivo del personal será hacer que los huéspedes se lleven la mejor experiencia en atención y servicio recibida dentro de nuestras instalaciones.

CONTRATACION DE PERSONAL: La selección del personal a contratar estará a cargo de la administradora, quien deberá haber evaluado a los postulantes que cumplan con los requisitos y el perfil para los cargos requeridos. La elaboración de los contratos estará a cargo del abogado de la compañía, quien recibirá la documentación de los aspirantes como hoja de vida, copia de cedula y certificado de votación, referencia personales, de trabajo, títulos académicos, record policial, certificado de salud.

El aviso de entrada al IESS lo realizará la Empresa de servicios contables, quien al apertura la ficha o expediente de cada persona contratada la cual contendrá los documentos antes indicados, más el respectivo contrato inscrito y sellado en el Ministerio de Trabajo.

PAGO DE APORTES, APORTES AL IESS, DECIMOS, FONDOS DE RESERVA, UTILIZADES: Los cálculos de pago de planillas de aportaciones mensuales, pagos de beneficios anuales como décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, vacaciones, fondos de reserva y utilidades, estarán a cargo de la empresa de servicios contables.

AVISOS DE SALIDA Y ACTAS DE FINIQUITO: El retiro del personal ya sea por decisión voluntaria o por despido se tramitará bajo los procedimientos de ley tipificados en el código de trabajo y serán manejadas por la empresa contable en conjunto con el abogado de la compañía.

CAPACITACION Y UNIFORMES PARA EL PERSONAL: La Administradora será la encargada de realizar un cronograma anual de capacitación para el personal, orientado a fortalecer las destrezas y proporcionar las herramientas que permitan a los colaboradores desempeñar eficientemente sus labores.

Respecto de los uniformes, la empresa proporcionará anualmente a todo el personal de la empresa uniformes con el distintivo de la organización.

FALTAS, PERMISOS Y ENFERMEDADES: El personal de la Compañía tendrá la obligación de cumplir un horario de trabajo de 8 horas diarias y 40 horas semanales, tal como lo estipula el código de trabajo, dichos horarios estarán establecidos en función de turnos de trabajo. Las faltas por calamidad doméstica serán justificadas u autorizadas por la Administradora y las faltas de salud o permiso por enfermedad se justificarán con los correspondientes certificados médicos del IESS.

6.7 POLITICAS FINANCIERAS

6.7.1 POLITICAS DE CARTERA DE CLIENTES

Para el público en general, la forma de pago permitida será de contado o con tarjeta de crédito. Para esta última modalidad se habilitará los códigos de establecimiento con los diferentes emisores de tarjetas. El cobro de los Boucher y/o recaps, se realizan en un plazo máximo de 48 horas. Para el caso de empresas se habilitará un crédito de 8 días para el pago de las facturas.

6.7.2 POLITICA DE CARTERA DE PROVEEDORES

Los insumos y materiales requeridos para la prestación del servicio están relacionados con artículos de limpieza y vituallas, inicialmente se los adquirirán de contado, y posteriormente se buscará proveedores que nos den un crédito de 15 días.

6.7.3 POLITICA DE EFECTIVO

Los valores recaudados se depositarán diariamente en la cuenta bancaria de la compañía. Los cobros de los Boucher/recaps directamente el banco los acreditará en la cuenta bancaria de la empresa. Se asignará un fondo de caja chica de \$500 para cubrir gastos menores. Se pagarán con cheques los pagos superiores a \$50 por factura. Los excedentes de efectivo se invertirán en certificados de depósito a plazo para que generen un ingreso por el tiempo en que no se necesiten utilizar los fondos.

6.8 POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS OPERACIONALES

Los registros de las operaciones como facturación, caja, cobranzas, compras, inventario y contabilidad se administraran por medio de un software contable integrado que compile y procese las transacciones de la empresa. A continuación se presentan las actividades y procesos a ejecutar en cada área:

Facturación: Se realizará definiendo la habitación, número de personas y tiempo de estadía utilizados. En la misma se incluirán los servicios adicionales que haya utilizado el turista como cafetería, bar, paseos dirigidos, fogatas, etc.

Caja: Las modalidades de pago serán en efectivo y tarjeta de crédito para lo cual se habilitará los códigos de establecimiento con todas las tarjetas de mayor aceptación en el medio.

Cobranzas: Se habilitará el crédito solo para empresas que califiquen y que sean reconocidas en el medio. Las recaudaciones de los cobros con las tarjetas de crédito se habilitarán en pago corriente y diferido hasta tres meses sin intereses.

Compras: las adquisiciones de bienes o servicios que requiera el Hostal se efectuarán con la aprobación del administrador quien validará la necesidad y conveniencia de la compra.

Inventarios: Se mantendrá una pequeña bodega para suministros de limpieza y proveeduría de vituallas. Igualmente una despensa para los alimentos enlatados y frigorífico para los congelados.

Contabilidad: La contabilidad se llevará por un contador externo el cual recopilará la información del sistema y documentos físicos para realizar sus labores.

Gerencia y Administración: Esta responsabilidad recae en el administrador del Hostal quien llevará el control y las estadísticas de ventas, consumos y control de inventarios, valores recaudados, su medición serán en función de los logros alcanzados en cada período.

Monitoreo de Clientes: Los clientes recibirán una encuesta que será depositada en sus habitaciones con un pequeño presente un día antes de su retiro del hostal, con esto podremos recibir retroalimentación de las opiniones que tienen los huéspedes del servicio recibido, para implementar mejoras.

Recepción: La reservación de las habitaciones se las hará telefónicamente, vía internet, para lo cual se harán las respectivas verificaciones para la confirmación.

Hospedaje: Al arribo de los turistas se registraran en la recepción donde se llenará la ficha de ingreso con sus datos personales, días de estadía, y actividades a realizar.

Alimentación y servicios complementarios: El servicio de alimentación se brindará en la cafetería en el horario de 7:00 a 20:00 y la atención en el bar será de 20:30 a 01:00.

Salida y despedida: Un día antes a la salida del huésped se le dejará en la habitación un presente sobre su velador con una encuesta para que nos de sus comentarios sobre la atención y el servicio recibido. La cuenta se liquidará con la anticipación debida incluyendo los consumos realizados hasta el momento de su salida.

7. ANALISIS LEGAL

7.1 ASPECTOS LEGALES

La Hostal se construirá de acuerdo al régimen de sociedad de responsabilidad limitada, y estará compuesta por dos socios: Richard Arce Baque y Grace Sánchez Mora.

Se suscribirán acciones por participación del 50% para cada accionista, vale indicar que los socios no tendrán ningún vínculo laboral dentro de la organización.

La constitución de la Hostal se efectuará dentro de los estándares que dicta la Ley de Compañías y se inscribirá en el registrador mercantil, se estima que todo el proceso de constitución de la empresa tomará aproximadamente 45 días.

La Empresa deberá cumplir con las obligaciones y pagos de impuesto determinados en la Ley, tales como el 15% de participación de a empleado, estando exonerado del impuesto a la renta del 25%, y de otros impuestos municipales hasta por un período de tres años, en función del paquete de incentivo a la inversión en temas relacionados al turismo, pagos e IVA, retenciones, patentes municipales, permisos de funcionamiento, contribuciones.

Se realizará la respectiva afiliación a la Cámara de Turismo del cantón Playas. Así como el registro de la Marca ante el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual con su correspondiente logo. Estos al igual que los temas inherentes a la constitución Legal de la Empresa estarán a cargo del Abogado Asesor de aspectos legales.

Dicho Asesor Legal será responsable de tramitar ante el SRI el respectivo RUC, ante el IESS el registro patronal, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Ambiente, Ministerio de Salud a manera de que la legalidad de todos los temas inherentes a la constitución, registro y puesto en funcionamiento de la Empresa tenga el éxito esperado.

Adicionalmente el asesor legal manejará todos los temas societarios como es el llevar el libro de acciones y accionistas, emisión de los títulos de acciones, realizar los nombramientos, actas, convocatorias a junta de accionistas. Así también el obtener y actualizar los registros patronales ante el IESS, registro único de contribuyente ante el

SRI, actualizaciones y atender los comunicados de cualquiera de estas entidades de control. También el abogado manejará el trámite de los pagos de patentes, permiso de funcionamiento, tasa de habilitación, permisos de uso de suelo ante el municipio de la localidad.

La preparación y elaboración de las declaraciones de impuestos de IVA, retenciones en la fuente, anexos transaccionales, anticipo de impuesto a la renta, anexos de relación de dependencia, declaración anual del impuesto a la renta, estará a cargo de la empresa que brinde los servicios contables siendo el contador el principal responsable de la veracidad de la información que se reporte.

7.2 ASPECTOS DE LEGISLACION URBANA

Referente a esta reglamentación urbana de funcionamiento, consideramos que no hay inconveniente alguno debido al emplazamiento prácticamente en la zona rural. De acuerdo a investigaciones efectuadas en el Municipio del Cantón Playas, no hay ninguna restricción dado el lugar donde se llevará a cabo la construcción de la Hostal.

8. ANALISIS AMBIENTAL Y SOCIAL

Ambiental

Para la construcción de este proyecto hemos consultado con la Municipalidad del Cantón General Villamil “Playas” la factibilidad de poder construir un Hostal en la zona escogida, a lo que nos contestaron que no hay ningún tipo de restricción para este tipo de proyectos. El lugar escogido es un área que está alejada de la zona urbana, por ello se realizará un estudio de evaluación de impacto ambiental, estudio que está presupuestado e incluido dentro de los costos del proyecto.

Se ha considerado tener en cuenta la planificación arquitectónica, a manera de que la construcción del Hostal guarde armonía con el entorno natural, estableciendo espacios de áreas verdes con plantas ornamentales y arboles propios de las zonas principalmente pinos y palmeras. Adicional a ello se ha considerado el desarrollo de la infraestructura paralelamente al desarrollo turístico relacionado a los medios de transporte, abastecimiento de agua, saneamiento y limpieza.

Social

Con la ejecución del proyecto se contribuirá al desarrollo turístico sostenible del cantón, a cubrir las necesidades de los turistas actuales, fomentar el desarrollo social y económico de la población, mejorando de esta manera el nivel de vida de los lugareños, mediante la generación de fuentes de trabajo de forma directa e indirecta a través del servicio de catering, guías turísticos, artistas que promuevan las costumbres, hábitos y tradiciones propias del lugar debidamente capacitados en atención a este tipo de servicios.

8.1 MANEJO DE DESPERDICIOS

Todos los impactos negativos y positivos fueron analizados no encontrándose ningún impacto negativo que impida llevar a cabo la construcción de la hostal; en todo caso impactos positivos los hay para las áreas de influencia directa.

La emisión de gases y residuos líquidos y sólidos son inevitables.

Emanaciones de gases.- referente a la emisión de gases producto de la cocina y de los calefones de agua caliente, no causarán ningún impacto importante ya que este es desintegrado por el mismo ambiente en corto tiempo.

Residuos sólidos.- Los residuos sólidos se clasificarán en orgánicos e inorgánicos para posteriormente arrojarlos a la basura como desperdicios, cuyo destino final es el botadero de basura del sector, proceso que se realizará a diario.

Para incentivar el cuidado del medio ambiente en los turistas y empleados de la empresa se instalarán tachos de basura identificando los tipos de materiales de residuos o de desperdicios.

8.2 RIESGOS DEL TRABAJO

Para efectos de evitar riesgos del trabajo se considera importante incorporar medidas de seguridad industrial interna, tales como: señaléticas, letreros que evidencien áreas restringidas o de peligro, sistemas de incendio, de alto voltaje, programas de primeros auxilios, sistemas de evacuación. Se implementará un programa de capacitación para el personal en primeros auxilios, sistemas de evacuación, manejo de extintores y normas de seguridad para evitar lesiones o riesgos de trabajo.

8.3 IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO

El desarrollo del hostal en el sector de General Villamil Playas impactará positivamente en el desarrollo de su población, mediante la creación de fuentes de trabajo, así como el desarrollo de otros negocios que se volverán proveedores de

bienes o servicios para el Hostal y lo más importante la generación de flujo de turistas que dejaran ingresos para los negocios allí establecidos.

La creación de un nuevo hostal contribuirá en la mejora del ornato del sector al incorporar un nuevo concepto en el servicio de hospedaje de un lugar confortable para vacacionar y descansar. Las entrevistas a expertos indicaron que el nuevo ingreso de competidores impulsaría a los hoteles, hostales, restaurantes a mejorar sus servicios.

La expectativa de que se ejecute este proyecto hace más atractivo el entorno turístico, en forma indirecta invita a otros inversionistas para que construyan y hagan negocios en Playas. La competencia sana y distinción del servicio motivaría a que los competidores trabajen en mejorar la calidad del producto a ofrecer. Además se generaría mejores niveles de plusvalía a los propietarios de terrenos en dicho balneario.

9. ANALISIS ECONOMICO

9.1 INVERSION TOTAL

La estimación del proyecto determina una inversión inicial de US\$ 238,875.00 que se compone de la siguiente forma:

Inversión en Activos fijos	\$ 222,875.00
Capital de Trabajo	\$ 16,000.00
Inversión total	\$ 238,875.00

Tabla 2 Inversión Total
Elaboración : Los autores

El 30% de la Inversión total será financiada con una aportación de los accionistas. El 70% restante se financiará con un crédito de la Corporación financiera nacional con un plazo de 10 años con un periodo de gracia de 2 años y una tasa de interés del 11.50%.

9.2 INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

La inversión en activos que requiere el proyecto, está compuesta por los muebles, enseres, maquinaria, equipos de oficina y la edificación para el funcionamiento del hostal. En el anexo # 7 se presenta el detalle de cada uno de los activos a requerir. A continuación se muestra el resumen de los montos de la inversión por tipos de activos:

Edificio	\$ 151,950.00
Equipos de Oficina	\$ 2,375.00
Muebles y enseres	\$ 20,890.00
Maquinarias y Equipos	\$ 5,660.00
Terrenos	\$ 42,000.00
	\$ 222,875.00

Tabla 3 Inversión en Activos Fijos
Elaboración : Los autores

9.3 GASTOS PRE-OPERATIVOS

Los gastos pre-operativos como permisos, tasas, honorarios de abogados y trámites legales, están considerados dentro del presupuesto de construcción de la edificación del Hostal. La compra del mobiliario, enseres y maquinarias está programada realizarla cuando se alcance el 70% de avance de la obra.

9.4 INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

La proyección del flujo de caja en el primer año de operación nos indica la generación de flujos positivos, los que permitirían cubrir los gastos de operación. Sin embargo hemos considerado incluir dentro de la inversión inicial un capital de trabajo de US\$16,000.00 que equivalen a 2 meses de operación.

9.5 ROTACION DE INVENTARIO

La prestación del servicio que brindará el hostal, no requiere del almacenamiento de inventarios terminados o semi-elaborados para el consumo de los huéspedes. Los productos que se utilizarán son insumos y artículos de limpieza que se consumirán mensualmente, su control se llevará bajo el método de inventarios periódicos ya que las cantidades a compras serán las mínimas requeridas para su uso.

9.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS

La proyección de los ingresos esta realizada sobre la base de que en el primer año se habilitará 12 habitaciones, en el segundo año 14 y en el tercer año 16 y a partir del cuarto año 18 habitaciones. Dicha proyección considera periodos de temporada alta donde la ocupación es al 100%. Mientras que en temporada baja se considera una ocupación del 33% de la capacidad instalada.

9.7 PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS

El consumo de los insumos de limpieza y vituallas está estimado en función de los huéspedes y habitaciones ocupadas en cada período.

9.8 PRESUPUESTO DE PERSONAL

El gasto de personal estimado para el primer año de operación asciende a US\$ 35,542.04, de donde los beneficios sociales representan el 23,66% de dicho monto. Cabe mencionar que el pago de fondo de reserva se calcula después del primer año de trabajo.

A partir del segundo año en adelante, se considera el pago de este beneficio. El incremento de sueldos estima un 5% anual para todo el personal, con excepción del Administrador a quien se le considera el pago de un bono de US\$ 500 por cumplimiento de metas pagadero en cada cuatrimestre del año. Adicionalmente se considera un incremento del 8% del salario mínimo vital anualmente, para efectos de cálculos de pago del Décimo cuarto sueldo. En el Anexo # 6 se muestran los presupuestos de personal de los periodos del proyecto.

9.9 PRESUPUESTO DE GASTOS

A continuación se detallan los gastos de operación considerados para el primer año de operación.

GASTOS VARIABLES	2013
Agua	\$ 2,430.75
Luz	\$ 5,833.80
Limpieza	\$ 4,375.35
Sábanas, toallas insumos	\$ 1,271.75
Teléfono	\$ 1,000.00
Servicio de desayuno	\$ 8,676.36
Gastos de entrenador de aerobico	\$ 1,680.00
Paseos dirigidos	\$ 1,440.00
Total costos variables	\$ 26,708.01

Tabla 4 Gastos Variables

Elaboración : Los autores

GASTOS FIJOS	2013
Personal sueldos	\$ 28,632.00
Personal beneficios	\$ 9,910.04
Bono por cumplimiento	\$ 1,500.00
Tvcable	\$ 2,160.00
Bicicletas y repuestos	\$ 960.00
Servicios contables	\$ 3,600.00
Honorarios de abogado	\$ 1,200.00
Impuestos y contribuciones	\$ 650.00
Seguros	\$ 4,375.28
Suministros de oficina	\$ 1,600.00
Servicio Seguridad	\$ 8,400.00
Alicuota cámara turismo	\$ 240.00
Mantenimiento pág- web	\$ 300.00
Mantenimiento de Instalaciones	\$ 2,400.00
Servicio de internet	\$ 1,200.00
Depreciaciones	\$ 10,490.00
Miscelaneos	\$ 360.00
Publicidad	\$ 450.00
Total Costos fijos	\$ 78,427.31

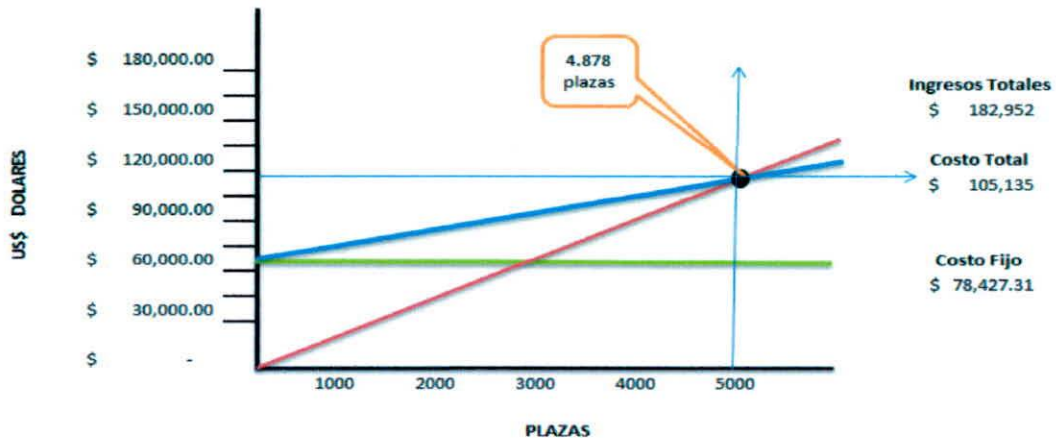
Tabla 5 Gastos Fijos

Elaboración : Los autores

Cabe mencionar que a partir del segundo año de la proyección en adelante, en los gastos se ha considerado un incremento del 4% por efecto de inflación.

9.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio para el primer año de operación se alcanzaría con la ocupación de 4.878 plazas, con una contribución marginal de US\$ 16.08 por plaza y un costo fijo de US\$ 78,427.31 tal como se lo muestra en la siguiente gráfica:



HOSTAL CAFE LA RUEDA ESTADO DE RESULTADOS

		2013
AÑOS		1
INGRESOS		
Servicios de Hospedaje	\$	142,953.36
Servicios Caterin y Bar	\$	39,998.50
Total Ingresos	\$	182,951.86
EGRESOS		
Costos Fijos	\$	67,937.31
Costos Variables	\$	26,708.01
Total egresos	\$	94,645.33
EBITDA	\$	88,306.53
Depreciación	\$	10,490.00
Utilidad operacional	\$	77,816.53
Gastos financieros	\$	19,229.44
Otros Ingresos y gastos	\$	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$	58,587.10
15% Participación trabajadores	\$	8,788.06
22% Impuesto a la Renta	\$	-
UTILIDAD NETA	\$	49,799.03
PLAZAS ocupadas		7,230
PV por huesped	\$	19.77
cv por huesped	\$	3.69
cm por huesped	\$	16.08
CF	\$	78,427.31
Punto de equilibrio en # de plazas		4,878

10 ANALISIS FINANCIERO

10.1 BALANCE GENERAL INICIAL

El balance general inicial refleja el apalancamiento del proyecto al arranque de las actividades, considerando la aportación de los accionistas y el préstamo de largo plazo obtenido como parte del financiamiento. A continuación se presenta el mismo:

**HOSTAL CAFE LA RUEDA
BALANCE GENERAL INICIAL
AL 1 DE ENERO 2013**

Activo	
Corriente	
Bancos	\$ 16,000.00
Activos Fijos	
Terrenos	\$ 42,000.00
Edificios	\$ 151,950.00
Equipos de Oficina	\$ 2,375.00
Muebles y Enseres	\$ 20,890.00
Maquinaria y Equipos	\$ 5,660.00
Total Activos	<u>\$ 238,875.00</u>
 Pasivos	
Pasivos Largo plazo	
Préstamo CFN	\$ 167,212.50
Patrimonio	
Capital	\$ 71,662.50
Total Patrimonio	<u>\$ 238,875.00</u>

10.2 BALANCE GENERAL

Al término del último periodo del proyecto el balance General muestra un total de activos de US\$ 899,881.29 con un endeudamiento de cero deudas, debido a que el préstamo realizado se canceló a lo largo del proyecto, y la posición patrimonial es igual al monto total de activos. A continuación se presenta los resultados al año 2022.

**HOSTAL CAFE LA RUEDA
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE 2022**

Activo	
Corriente	
Bancos	\$ 763,906.29
Activos Fijos	
Terrenos	\$ 42,000.00
Edificios	\$ 181,950.00
Equipos de Oficina	\$ 2,375.00
Muebles y Enseres	\$ 20,890.00
Maquinaria y equipso	\$ 5,660.00
Dep.Acumulada Edificios	\$ (87,975.00)
Dep.Acumulada Equipos de oficina	\$ (2,375.00)
Dep.Acumulada Muebles y Enseres	\$ (20,890.00)
Dep.Acumulada Maquinaria y equipos	\$ (5,660.00)
Total Activos	<u><u>\$ 899,881.29</u></u>
Pasivos	
Pasivos Largo plazo	
Prèstamo CFN	\$ -
Patrimonio	
Capital	\$ 71,662.50
Utilidades Acumuladas	\$ 725,850.10
Utilidad del Ejercicio	\$ 102,368.69
Total Patrimonio	<u><u>\$ 899,881.29</u></u>
Total Pasivo y Patrimonio	<u><u>\$ 899,881.29</u></u>

10.3 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados al cierre del último período del horizonte del proyecto, presenta una utilidad neta de US\$ 102,368.69, tal como se lo muestra a continuación:

HOSTAL CAFE LA RUEDA ESTADO DE RESULTADOS

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Servicios de Hospedaje	\$ 142,953.36	\$ 166,778.92	\$ 190,604.48	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04
Servicios Caterin y Bar	\$ 39,998.50	\$ 46,024.92	\$ 52,599.90	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89
Total Ingresos	\$ 182,951.86	\$ 212,803.84	\$ 243,204.38	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93
EGRESOS										
Costos Fijos	\$ 67,937.31	\$ 71,418.10	\$ 73,149.79	\$ 75,003.68	\$ 76,988.72	\$ 79,114.56	\$ 81,391.55	\$ 83,830.84	\$ 86,444.42	\$ 89,245.20
Costos Variables	\$ 26,708.01	\$ 32,537.99	\$ 38,791.64	\$ 45,493.51	\$ 47,313.25	\$ 49,205.78	\$ 51,174.01	\$ 53,220.97	\$ 55,349.81	\$ 57,563.80
Total egresos	\$ 94,645.33	\$ 103,956.09	\$ 111,941.43	\$ 120,497.19	\$ 124,301.97	\$ 128,320.34	\$ 132,565.56	\$ 137,051.81	\$ 141,794.24	\$ 146,809.01
EBITDA	\$ 88,306.53	\$ 108,847.74	\$ 131,262.96	\$ 153,107.75	\$ 149,302.96	\$ 145,284.60	\$ 141,039.37	\$ 136,553.12	\$ 131,810.70	\$ 126,795.93
Depreciación	\$ 10,490.00	\$ 10,990.00	\$ 11,490.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00
AMORTIZACION										
Utilidad operacional	\$ 77,816.53	\$ 97,857.74	\$ 119,772.96	\$ 141,117.75	\$ 137,312.96	\$ 133,294.60	\$ 129,049.37	\$ 124,563.12	\$ 119,820.70	\$ 114,805.93
Gastos financieros	\$ 19,229.44	\$ 19,229.44	\$ 19,229.44	\$ 16,825.76	\$ 14,422.08	\$ 12,018.40	\$ 9,614.72	\$ 7,211.04	\$ 4,807.36	\$ 2,403.68
Otros Ingresos y gastos										\$ 42,000.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 58,587.10	\$ 78,628.31	\$ 100,543.52	\$ 124,291.99	\$ 122,890.88	\$ 121,276.20	\$ 119,434.66	\$ 117,352.08	\$ 115,013.34	\$ 154,402.25
15% Participación trabajadores	\$ 8,788.06	\$ 11,794.25	\$ 15,081.53	\$ 18,643.80	\$ 18,433.63	\$ 18,191.43	\$ 17,915.20	\$ 17,602.81	\$ 17,252.00	\$ 23,160.34
22% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22,678.65	\$ 22,334.28	\$ 21,944.84	\$ 21,507.49	\$ 28,873.22
UTILIDAD NETA	\$ 49,799.03	\$ 66,834.06	\$ 85,461.99	\$ 105,648.19	\$ 104,457.25	\$ 80,406.12	\$ 79,185.18	\$ 77,804.43	\$ 76,253.84	\$ 102,368.69

10.4 FLUJO DE CAJA

La proyección del flujo de caja del proyecto se presenta en el reporte a continuación, para mayor información se lo puede ver en el anexo #11:

HOSTAL CAFE LA RUEDA FLUJO DE CAJA

AÑOS	0	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Utilidad Neta		49,799	66,834	85,462	105,648	104,457	80,406	79,185	77,804	76,254	102,369
Depreciación		10,490	10,990	11,490	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990
Inversión Inicial	(238,875)										
Cosntrucción nuevas habitaciones			(10,000)	(10,000)	(10,000)						
Pago de capital		-	-	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)
Flujo de caja neto	(238,875)	60,289	67,824	66,050	86,737	95,546	71,495	70,274	68,893	67,342	93,457

TMAR	12.55%
TIR	27.27%
VAN	\$ 166,051
TRI (tiempo recuperacion inversion)	3.52 años

11. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

El análisis de riesgos e intangibles desde el inicio del proyecto debe ser considerado dado el entorno bajo el cual se rodeará el Hostal, bajo todas las consideraciones completamente indicadas en el capítulo # 2 del Presente Plan de Negocios y que tiene relación con el Estudio de Mercado, de esta manera dar paso a una evaluación total de la empresa mediante un análisis de sensibilidad.

Riesgo de entrada de nuevos competidores

La posibilidad de ingreso de nuevos competidores en el corto plazo, se considera que no es una amenaza, en todo caso de la investigación primaria efectuada y de la visitas efectuadas al Cantón Playas no se avizora proyectos de este tipo a corto plazo; sin embargo, dada las necesidades de alojamiento que adolece el balneario de Playas, es muy posible que a mediano plazo se vea mayor inversión en este sector.

Se espera que en la medida que ingresen mas competidores los clientes sean más exigentes en cuanto al servicio y comodidad esperada, lo cual es muy saludable a la competencia por que obliga a ser mejores y más eficientes.

Riesgo del entorno

Un aspecto importante a considerar y que debe primar en este tipo de negocio es la seguridad ante todo para el turista, si bien es cierto en la actualidad no se han dado casos que pongan en peligro esta actividad generadora de empleo e ingresos económicos, es importante trabajar en conjunto con las autoridades, gremios de trabajadores, cámara de turismo a fin de precautelar la seguridad y tratar de evitar la degeneración del balneario.

Riesgo Legal

Los incentivos que actualmente ofrece el estado con la finalidad de atraer la inversión hacia ese sector, mediante rebajas de impuestos y periodos de gracia para el pago de los mismos, así como el otorgamiento de créditos a tasas competitivas es una

invitación para mirar e invertir en Playas. Considerando que el riesgo legal que afecte este sector es mínimo.

Riesgo laboral

Es importante tener presente la dureza en el cumplimiento estricto a la legislación laboral al momento de contratar personal, lo cual impide el disponer de fuerza laboral por horas, de acuerdo a las necesidades del Hostal dado que podría darse temporadas bajas en los cuales no haya demanda o ésta sea muy baja y no se requiera de todo el personal contratado.

Riesgo por demora en la ejecución

En lo que respecta a la inversión para la ejecución del presente Plan de negocios, es posible que surjan algunos atrasos a la misma, en la medida que se logre obtener el desembolso del banco prestamista.

Matriz de riesgos

Tipos de Riesgos	Criterio de ponderación	IMPACTO			Fortaleza Debilidad
		Bajo	Medio	Alto	
Riesgo de Entrada de nuevos competidores	Poder económico			X	D
	Posicionamiento de la marca			X	D
Riesgos del entorno	Incremento de nivel de inseguridad ciudadana			X	D
Riesgo Legal	Leyes que restrinjan o limiten la actividad turística	X			F
Riesgo Laboral	Leyes que regulen la disminución de horas de trabajo e incremento de salarios			X	D

Elaborado: por los autores

12. EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO

Para la evaluación del proyecto se ha utilizado la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), la cual considera el costo promedio del endeudamiento. El horizonte estimado para evaluar el proyecto es de 10 años y se espera un valor de salvamento de \$42.000 que se consideró como un ingreso en el último período del proyecto.

En base al balance General inicial se consideró la tasa de deuda del préstamo que se ubica en el 11.50% y la tasa requerida por los accionistas sobre su inversión del 15 %. Con estos datos a continuación se detalla la forma de cálculo de la TMAR.

Fuentes de Financiamiento	Valor	Tasa	%	CPPC
Deuda CFN	\$ 167,212.50	11.50%	70%	8.05%
Capital	\$ 71,662.50	15.00%	30%	4.50%
Total financiamiento	\$ 238,875.00		100%	12.55%

TMAR mixta = (% de aportación de promotores X tasa de ganancia solicitada) + (% de aportación del banco X tasa de ganancia solicitada).

El costo promedio de capital obtenido es del 12.55%, el cual permitirá cumplir con el pago de la obligación contraída con la entidad financiera y satisfacer las expectativas de los accionistas con respecto al retorno de su inversión.

12.1 EVALUACION DE CONTADO

Asumiendo el escenario de que no existiera el financiamiento de capital por parte de una entidad financiera, se estima flujos de caja que excluyen desembolsos por pagos de intereses y de capital, presentando los siguientes resultados.

Periodo	Flujo neto	
0	\$ (238,875.00)	
1	\$ 76,634.05	VAN \$ 311,207.60
2	\$ 84,169.08	TMAR 12.55%
3	\$ 103,297.02	TIR 38.19%
4	\$ 121,940.08	
5	\$ 128,706.02	
6	\$ 100,364.32	
7	\$ 97,549.74	
8	\$ 94,575.35	
9	\$ 91,431.12	
10	\$ 115,952.33	

Tabla 6 Evaluación de Contado

Elaboración : Los autores

De los datos indicados en la tabla precedente se puede apreciar que el proyecto sin financiamiento presenta un Valor actual neto de US\$ 311,207.60 lo que demuestra que si el proyecto se financiara con el 100% de aportación de los accionistas estos obtendrían una ganancia adicional a su inversión.

Si bien la tasa interna de retorno (TIR) no es uno de los indicadores adecuados para evaluar un proyecto, se ha considerado su cálculo para efectos de presentación del lector.

En detalle en el anexo # 12 se puede apreciar los cálculos de los flujos de caja anuales.

12.2. EVALUACION CON FINANCIAMIENTO

Al considerarse el financiamiento del proyecto, el desembolso para la inversión inicial de los accionistas ascendería a US\$ 71,662.50. Los flujos de caja disminuyen por la cobertura del pago de intereses y capital. Es por ello que el resultado del VAN es menor respecto a cuándo se financia el proyecto de contado. En el anexo #11 se puede apreciar los cálculos de los flujos anuales.

Periodo	Flujo neto	
0	\$ (238,875.00)	
1	\$ 60,289.03	
2	\$ 67,824.06	
3	\$ 66,050.43	
4	\$ 86,736.63	
5	\$ 95,545.69	
6	\$ 71,494.56	
7	\$ 70,273.61	
8	\$ 68,892.87	
9	\$ 67,342.28	
10	\$ 93,457.13	

VAN \$ 166,050.53
TMAR 12.55%
TIR 27.27%

Tabla 7 Evaluación con Financiamiento
Elaboración : Los autores

12.3 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Para efectos de realizar un análisis de sensibilidad, se ha considerado un escenario de disminución en ventas y su efectos en los costos, utilidades y VAN. Así también un posible incremento de la tasa de impuestos y como ésta afectaría en las utilidades netas y el VAN.

PERIODOS 2013-2022

	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD NETA	VAN	TIR
INFORMACION BASE					
Proyección flujo	\$ 2554,195	\$ 1241,883	\$ 828,219	\$ 166,051	27.27%
VARIACION EN VENTAS					
-10%	\$ 2257,894	\$ 1206,065	\$ 632,588	\$ 57,604	17.94%
-15%	\$ 2113,540	\$ 1188,157	\$ 537,619	\$ 4,951	13.03%
-20%	\$ 1971,716	\$ 1170,428	\$ 444,548	\$ (46,656)	7.85%
INCREMENTO EN IMPUESTO A LA RENTA					
40%			\$ 732,215	\$ 128,647	25.13%
45%			\$ 705,547	\$ 118,258	24.47%
50%			\$ 678,879	\$ 107,868	23.78%

Bajo el tercer escenario de disminución de un 20% de las ventas, los resultados acumulados presentan utilidades luego de dicha disminución. Los costos también presentan una baja, producto de la porción variable de estos.

Sin embargo el VAN se convierte en negativo y la TIR se ubica en el 7.85% inferior al segundo escenario cuando las ventas bajan un 15%.

Aplicando el análisis de sensibilidad con relación a la tasa de impuesto a la renta, los incrementos de este rubro afectan directamente a las utilidades netas y el flujo de caja. Asumiendo que la tasa de impuesto llegara al 50%, el VAN es positivo y la TIR del 23.78 % superando la TMAR, asumiendo que las demás variables de la proyección se mantienen iguales.

12.4 ANALISIS DE ESTRUCTURA FINANCIERA

Con base a los estados financieros proyectados al 31 de diciembre 2013, se puede apreciar que el nivel de endeudamiento de la empresa asciende al 58%. Dicho financiamiento principalmente cubre la inversión en los activos fijos con una obligación de largo plazo. Este apalancamiento permite a la empresa poder manejar sus niveles de liquidez corriente. Al no existir pasivos corrientes la empresa tiene una alta liquidez que deberá ser aprovechada colocando los fondos en valores o instrumentos de inversión.

ESTADO FINANCIERO AL 31 DICIEMBRE 2013					
Activos			Ventas		
Activos Corrientes	\$ 76,289.03	26%	Costos	26,708.01	
Activos Fijos	\$ 212,385.00	74%	Utilidad bruta	156,243.85	85%
Total Activos	<u>\$ 288,674.03</u>	100%	Gastos	67,937.31	37%
			Utilidad Operacional	88,306.53	48%
Pasivos			Depreciaciones		
Pasivos largo plazo	\$ 167,212.50	58%	Gtos. Financieros	19,229.44	11%
Patrimonio	\$ 121,461.53	42%	Utilidad antes de imptos.	<u>58,587.10</u>	32%
Total Pasivo y Patrimonio	<u>\$ 288,674.03</u>	100%			

Con respecto a los resultados del mismo período se puede apreciar que para el primer año de operación proyectado, la utilidad bruta es del 85%, los gastos en relación con las ventas representan el 37%. De este monto el 56.73% corresponde a sueldos y beneficios sociales.

La utilidad antes de impuesto representa el 32% luego de haber cubierto los gastos de depreciación e intereses.

12.5 SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO

Siendo la industria del turismo una actividad basada 100% en la atención de servicio al cliente, se debe considerar algunos puntos claves y trabajar en ellos a manera de mantener la sostenibilidad del negocio en el tiempo:

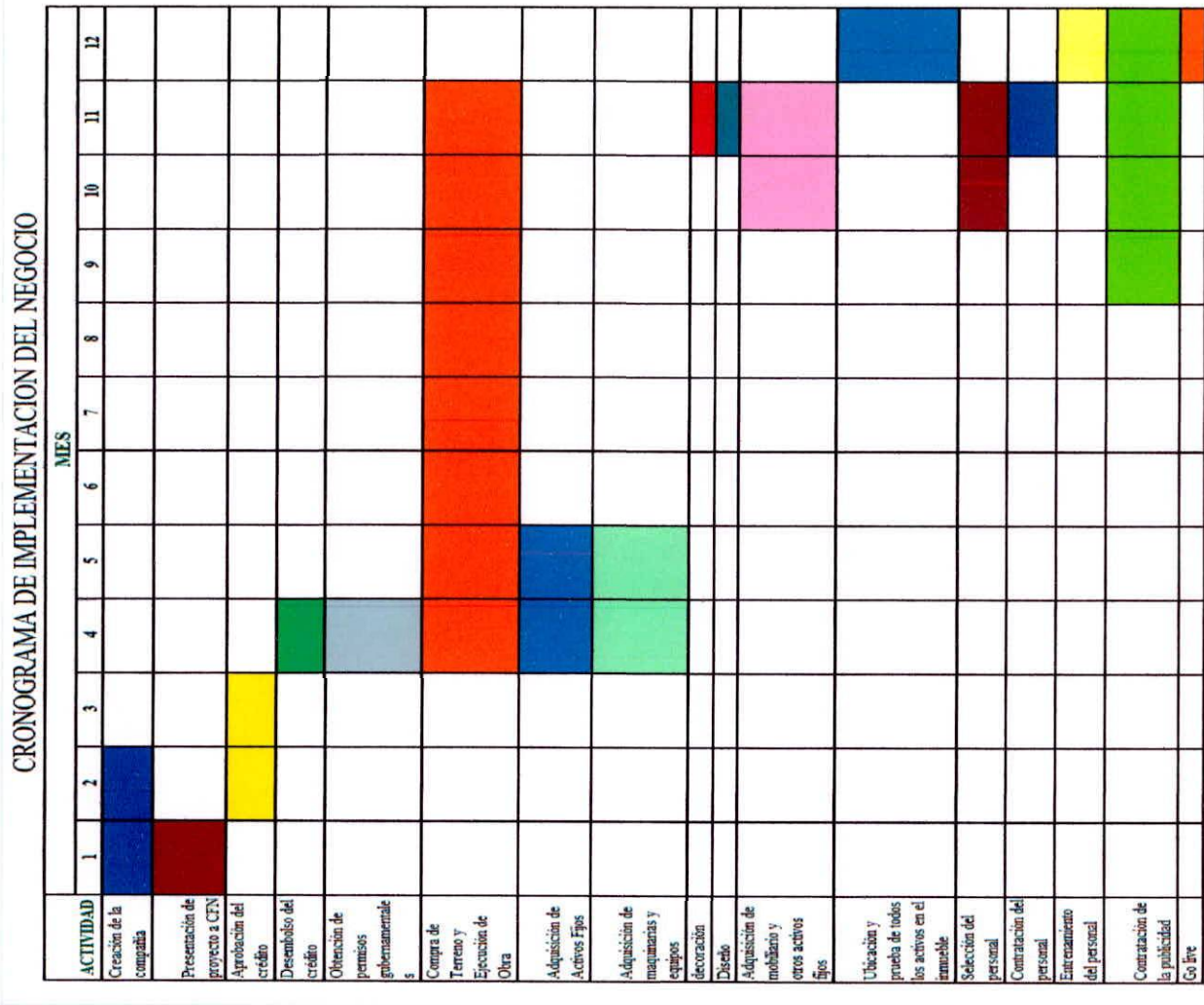
Incremento de cartera de clientes: a través de los huéspedes que se reciban en el hostal se alimentará una base de datos de referidos proporcionadas por propios visitantes, la que nos permitirá promocionar los servicios de la hostal basados en la experiencia de los turistas que utilizaron las instalaciones. Se considera que la mejor publicidad es aquella realizada por los comentarios de las personas.

Alianzas estratégicas: suscribir acuerdos con agencias de viajes y cooperativas de transportes ejecutivos para promocionar las instalaciones del hostal aplicando tarifas especiales por ser referidos de estas empresas aliadas.

Creación de programas de incentivos: consistirá en revisar periódicamente planes promocionales que apliquen a fechas festivas de otras ciudades y feriados nacionales. Programas personalizados para colegios, universidades, empresas privadas, grupos o familias.

13. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION DEL NEGOCIO

De acuerdo al cronograma de trabajo la construcción de la empresa arranca desde el mes de enero del año 2012 y la edificación del Hostal empezaría desde el mes de abril del mismo año. La empresa estará lista para operar en el mes de diciembre que es la apertura de la temporada de playa 2013.



Previo a la apertura del Hostal el personal habrá sido previamente capacitado en sitio para brindar el servicio que caracteriza al Hostal, de tal forma que se pueda cumplir las expectativas.

14. FUENTES DE INFORMACION

SITIOS WEB:

Información Turismo Interno -Externo

www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/tmundialh.pdf

http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=1431

Estadísticas Turismo Ecuador

www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955

Http: www.turismo.gob.ec

Plandetur 2020

<http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php/descargas/documentos/336-plandetur-2020>

Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 Mintur

http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=1431

http://www.turismo.gob.ec/documentos/ProyectoBID/PIMTE_2014_Turismo_Internacional.pdf

<http://www.turismo.gob.ec/servicios/459-estadicas-turicas>

Viva Playas, Segundo Mejor Clima del Mundo

<http://www.vivaplayas.com/playas/51-playa-general-villamil>

Información Hotelera

<http://www.hotelesecuador.com>

<http://www.hotelesplayasecuador.com>

<http://www.eluniverso.com/2011/07/01/1/1356/playas-rebaja-impuestos-captar-inversiones.html>

Turismo en General Villamil Playas

Boletines Informativos del Programa de Ordenamiento de Playas (POP) del Honorable Consejo Provincial del Guayas.

Revista Playas: Emitida por la Cámara Provincial del Turismo del Guayas, Capítulo Playas

ANEXOS

ANEXO # 1

PLAZAS DE ALOJAMIENTO A NIVEL NACIONAL

TOURISM&LEISURE
EUROPRAXIS CONSULTING



CIUDAD	#ESTABLECIMIENTOS	%	%ACUMULADO
TENA	110	0,9	73,6
QUEVEDO	100	0,8	74,4
TULCAN Y CAPITAL L	95	0,8	75,2
NUEVA LOJA	94	0,8	76,0
PUERTO BAQUERIZO MORENO	83	0,7	76,6
LA LIBERTAD	79	0,6	77,2
SAMBORONDON	77	0,6	77,9
COCA	75	0,6	78,5
CONOCOTO	73	0,6	79,0
GENERAL VILLAMIL (PLAYAS)	72	0,6	79,6
PUERTO LOPEZ	71	0,6	80,2
MILAGRO	70	0,6	80,7
OTRAS 230 CIUDADES	2.411	19,3	
TOTAL	12.521	100	

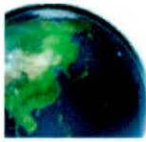
Fuente: Informe final, diseño del Plan estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020". Tourism & Leisure Advisory Services (T&L)[En línea] Actualizado: 26 septiembre 2007. Disponible

• **LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTOS EN ECUADOR**

INDICADORES CLAVE. La industria turística de alojamientos esta compuesta (dic 2005) por:

# Establecimientos de Alojamiento	2.888
# Habitaciones	55.920
# Plazas (capacidad de hospedaje)	125.883
Empleo directo	21.588
Promedio habitaciones por establecimiento	19,4
Promedio plazas por establecimiento	43,6
Relación plazas por habitación (lo adecuado es 1.7 ²⁶)	2,3
Relación plazas por empleo	5,8

²⁶ OMT Desarrollo turístico sostenible - Proyección de necesidades de alojamiento, página. 56



ECUADOR EN CIFRAS

TODA LA
INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

EN UN SOLO SITIO WEB

MERCADO LABORAL

POBLACIÓN TOTAL

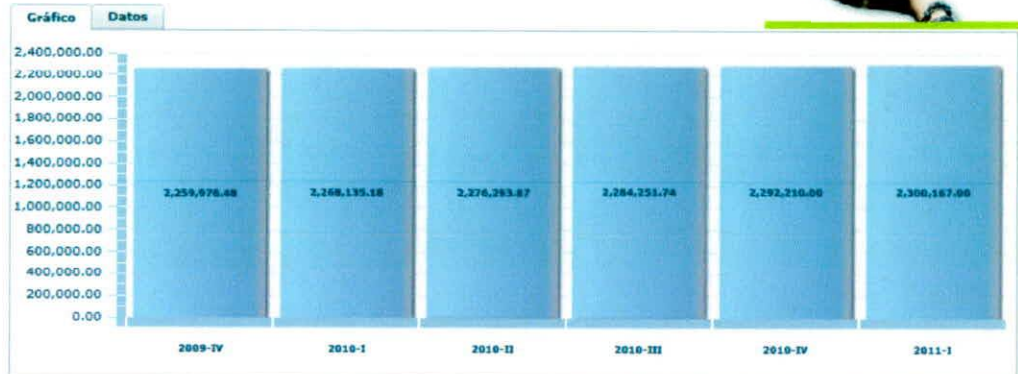
Ámbito : **Guayaquil Urbano**

Valores absolutos

El 31,40% de los migrantes de Tulcán, salen en búsqueda de trabajo, mientras el 5,64% lo hace por

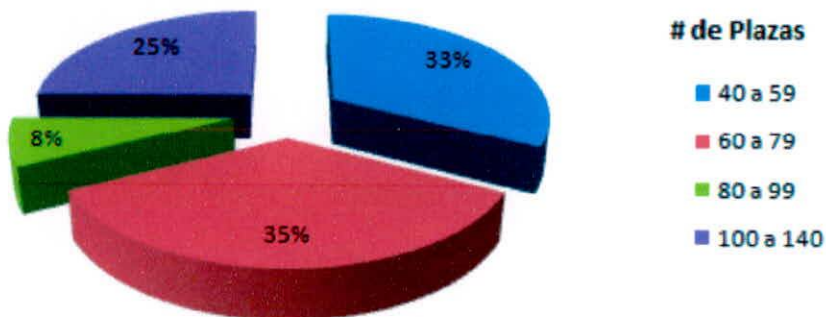


MENÚ



Fuente: Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (Enemdu) Inec

PLAZAS DE ALOJAMIENTO EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS



ANEXO # 2

ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS

LISTA DE ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN GENERAL VILLAMIL PLAYAS		
ESTABLECIMIENTO	HABITACIONES	PLAZAS
1 hostal Cattán	12	42
2 Hostal el Galeón	12	42
3 Hostal el Pinar	12	42
4 Hostal Cabaña Típica	12	42
5 Hostal Brisas marinas	15	53
6 Hostal el Río	15	53
7 Hostal Jamestimmis	15	53
8 Hostal Los Arcos	15	53
9 Hostal Oro Azul	15	53
10 Hostal Rey David	15	53
11 Hosteria Mercymar	15	53
12 Hostal Jesús del Gran Poder	16	56
13 Hosteria los Patios	16	56
14 Hostal Brisas del pacífico	17	60
15 residencia Yolan	18	63
16 Hostal Marianela	18	63
17 Hostal Sass	18	63
18 Hosteria el Delfín	18	63
19 Hosteria Guayas y Quil	18	63
20 Hostal Estrella de Mar	18	63
21 hostal carmita	20	70
22 Hostal Tropicana	20	70
23 Hotel Olas del Mar	20	70
24 hostal caracol	22	77
25 Hosteria Cabanas Casa Playas	22	77
26 Hostal el Descanso del Quijote	22	77
27 Hostal Residencia Olas del Mar	22	77
28 Hostal Nathalie	25	88
29 Hotel Novia del Pacífico	25	88
30 Suit Hotel Romanos	25	88
31 Hostel el Dorado	30	105
32 Hotel Playas	30	105
33 Hotel Las Redes	32	112
34 Hosteria Sinfonia del Mar	33	116
35 Hotel Tucano	35	123
36 Hotel Castillo de arena	35	123
37 Hotel Nevada	36	126
38 Hotel Arena Caliente	38	133
39 Hotel Ana	40	140
40 Hosteria BellaVista	40	140
	882	3087
Total de días visitados en el año		104
Plazas utilizadas al año		321,048
Proyección de turistas que visitaron el balneario al 2010		1517,412
% de turistas estimados que permanecen y se hospedan en el cantón General Villamil Playas		21.16%
% de demanda no atendida		78.84%

Fuente: investigación de los autores

ANEXO 3**MODELO DE ENCUESTA PRELIMINAR**

Realizamos la presente encuesta a fin de analizar la viabilidad en la implementación de un plan de negocios del Hostal de Ecoturismo en la Costa Ecuatoriana. Solicitamos su apoyo respondiendo a las preguntas formuladas a continuación de manera objetiva.

Género: masc☐ino ☐femenino

Estado Civil ☐ltero ☐casado ☐divorciado ☐unión
libre

Su lugar de residencia es:

Ciudad _____ País _____

Su edad está comprendida entre:

20 a 30 a☐s 31 a 45 años ☐ 46 años en adelante ☐

¿Le gusta planificar sus viajes?

☐ ☐ No

¿Que lugar es de su preferencia?

Co☐i ☐ierra ☐riente ☐Exterior

¿Dónde acostumbra a llegar cuando viaja?

Amig☐s ☐nilia ca☐ propia ☐ hotel

¿Cuándo viaja le gusta ir?

S☐ en pareja ☐ con amigos☐ en familia☐

¿Con que frecuencia viaja a la costa?

Todos los fines de se☐ana quincer☐mente mens☐lmente

Cuando se puede

¿Cuál es el balneario de su preferencia?

Playas ☐ Linas ☐ Manta ☐ Esmeraldas

¿En qué meses del año prefiere planear su viaje para hospedarse en las playas ecuatorianas?

Enero ☐ Febrero ☐ Marzo ☐ Abril ☐ Mayo ☐
Junio ☐

Julio ☐ Agosto ☐ Septiembre ☐ Octubre ☐ Noviembre ☐ Diciembre ☐

¿Qué fuentes de información utiliza cuando desea viajar?

Internet ☐ Recomendado ☐ Revistas ☐

Agencias u Operadoras turísticas ☐

Generalmente viaja buscando

Ecoturismo/Agroturismo ☐ Turismo de aventura ☐ Vida nocturna ☐

Descanso ☐ Otros ☐

Cuando viaja ¿Por cuantos días le gusta viajar?

1 - ☐ 3-5 ☐ 5-7 ☐ más de 8? Cuantos días ☐

¿Prefiere viajar?

Entre semana ☐ Fin de semana ☐ Días feriados ☐

¿Se hospedaría en una hostal cercana al cantón General Villamil Playas (Provincia del Guayas)? Si ☐ No ☐

¿Que características considera importante para escoger un lugar turístico como una hostal?

Precio ☐ Comodidad ☐ Actividades recreativas ☐ Comidas ☐

Atractivos turísticos ☐ Distancia/tiempo de viaje ☐ Otros ☐

¿Qué tipo de entretenimiento prefiere que ofrezca el lugar escogido para vacacionar?

Marcar en orden de importancia 1: más importante, 7: menos importante

Camina ☐ Ciclismo en la ☐ Playa Paseos ☐ Rígididos Caba ☐ Gatas

Baños termal ☐ Pesca depo ☐ Jva R ☐ fting Otros

Estaría interesado en que le brindaran alguno de los siguientes servicios adicionales:

Marcar en orden de importancia 1: más importante, 5: menos importante

Karaoke y peñ ☐ Fo ☐ rtas Bailes Folk ☐ licos

Discote ☐ Bar ☐ Internet ☐ Cafetería

Televis ☐ n Otros _____

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico diario por habitación que incluya hospedaje y los entretenimientos de su preferencia escogidos anteriormente?

30 - 50 ☐ 51 - 70 ☐ 71 - 90 ☐ 91 - 110 ☐

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación que incluya las tres comidas diarias?

8 - 12 ☐ 13 - 20 ☐ 21 - 30 ☐ 31 - 40 ☐

Agradecemos el tiempo brindado en la realización de esta encuesta.

NOTA: General Villamil Playas, es uno de los balnearios más cercanos a la ciudad de Guayaquil (1 hora y media de viaje por carretera).

ANEXO 4

MODELO DE ENCUESTA DEFINITIVA

MODELO DEFINITIVO DE ENCUESTA

Realizamos la presente encuesta a fin de analizar la viabilidad en la implementación de un plan de negocios del Hostal de Ecoturismo en la Costa Ecuatoriana. Solicitamos su apoyo respondiendo a las preguntas formuladas a continuación de manera objetiva.

- 1.- Genero : Masculino ☐ Estado Civil : Soltero ☐
Femenino ☐ Casado ☐
Divorciado ☐
- 2.- Su lugar de residencia es:
Ciudad _____ País _____
- 3.- Su edad esta comprendida entre:
20 a 30 años ☐ 31 a 45 años ☐ 46 años en adelante ☐
- 4.- ¿Le gusta planificar sus viajes?
Si ☐ No ☐
- 5.- ¿Que lugar es de su preferencia?
Costa ☐ Sierra ☐ Oriente ☐ Exterior ☐
- 6.- ¿Dónde acostumbra a llegar cuando viaja?
Amigos ☐ familia ☐ Casa propia ☐ Hotel ☐
- 7.- 10. ¿Cuándo viaja le gusta ir?
Solo ☐ en familia ☐ en pareja ☐ con amigos ☐
- 8.- ¿Con que frecuencia viaja a los balnearios en el Ecuador ?
Todos los fines de semana ☐ quincenalmente ☐ cuando se pueda ☐
mensualmente ☐ nunca ☐
- 9.- ¿Cuál es el balneario de su preferencia en Ecuador ?
Playas ☐ Salinas ☐ Manta ☐ Esmeraldas ☐
Otros (Especifique) _____
- 10.- ¿En que meses del año prefiere planear su viaje para hospedarse en los balnearios ecuatorianos?
Enero ☐ Abril ☐ Julio ☐ Octubre ☐
Febrero ☐ Mayo ☐ Agosto ☐ Noviembre ☐
Marzo ☐ junio ☐ Septiembre ☐ Diciembre ☐
- 11.- ¿Qué fuentes de información utiliza cuando desea viajar?
Internet ☐ Referido ☐ Revistas ☐
Agencias u Operadoras turísticas ☐ Otros (Especifique) _____
- 12.- Generalmente viaja buscando
Ecoturismo/Agroturismo ☐ Turismo de aventura ☐ Vida nocturna ☐
Descanso ☐ Otros (Especifique) _____

13.- Cuando viaja ¿Por cuantos días le gusta viajar?

1-3 ☐ 3-5 ☐ 5-7 ☐ más de 8? Cuantos días _____

14.- ¿Prefiere viajar?

Entre semana ☐ Fin de semana ☐ Dias feriados ☐

15.- ¿Se hospedaría en una hostal cercana al cantón General Villamil Playas (Provincia del Guayas)?

Si ☐ No ☐

16.- ¿Que características considera importante para escoger un lugar turístico como un hostal?

Precio ☐ privacidad - distante del pueblo ☐
Comodidad ☐ Distancia/ tiempo de viaje ☐
Comidas ☐ Otros (Especifique) _____

17.- ¿Cuáles de las siguientes actividades escogería estando como parte del servicio del hotel?

Marque con un orden de importancia donde 1= más importante, 2= menos importante y 3= nada importante

	1	2	3
Caminatas	☐	☐	☐
Baños termales	☐	☐	☐
Taller de pintura	☐	☐	☐
Internet	☐	☐	☐
Mesas de pimpón	☐	☐	☐
Paseos dirigidos	☐	☐	☐
Bailes folklóricos	☐	☐	☐
Mesas de billar	☐	☐	☐
Karaoke y peñas	☐	☐	☐
fútbol	☐	☐	☐
Otros (Especifique) _____			

18.- Por un pago adicional estaría interesado en que le brindaran alguno de los siguientes servicios o actividades:

Marcar con un orden de importancia donde 1= más importante, 2= menos importante y 3= nada importante

	1	2	3
Pesca deportiva	☐	☐	☐
Discoteca	☐	☐	☐
Televisión	☐	☐	☐
Rafting	☐	☐	☐
Fogatas	☐	☐	☐
Bar	☐	☐	☐
Cabalgatas	☐	☐	☐
Ciclismo en la playa	☐	☐	☐
Cafetería	☐	☐	☐
Otros (Especifique) _____			

19.- ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico diario por habitación que incluya hospedaje y los entretenimientos de su preferencia escogidos anteriormente?

30-50 ☐ 71-90 ☐
51-70 ☐ 91-110 ☐

20.- ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación por día y persona que incluya las tres comidas diarias?

12-15 ☐ 31-40 ☐
16-20 ☐ Prefiere ir fuera ☐
21-30 ☐

Agradecemos el tiempo brindado en la realización de esta encuesta.

ANEXO 5

TABLAS ESTADISTICAS Y ENTREVISTA A EXPERTOS

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Edad	20 a 30 años	33	45	78	34%
	31 a 45 años	52	61	113	49%
	46 años en adelante	21	20	41	18%
Total		106	126	232	100%

Tabla de contingencia Estado civil * Genero

Recuento

		Genero		Total
		Hombres	Mujeres	
Estado civil	Soltero	30	56	86
	Casado	68	63	131
	Divorciado	8	7	15
Total		106	126	232

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Ciudad	Cuenca	2	2	4	1.73%
	Samborondon	0	1	1	0.43%
	Ventanas	1	0	1	0.43%
	Vinces	1	3	4	1.73%
	Duran	0	1	1	0.43%
	Esmeralda	1	0	1	0.43%
	Guayaquil	93	117	210	90.52%
	Machala	3	0	3	1.29%
	Manta	1	0	1	0.43%
	Milagro	2	1	3	1.29%
	Quevedo	0	1	1	0.43%
	Quito	2	0	2	0.86%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Balneario de preferencia	Playas	37	44	81	34.91%
	Salinas	48	56	104	44.83%
	Manta	7	11	18	7.76%
	Esmeraldas	7	6	13	5.60%
	Otros	7	9	16	6.90%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
lugar de llegada	Amigos	19	22	41	17.67%
	Familia	34	53	87	37.50%
	Casa propia	7	9	16	6.90%
	Hotel	46	42	88	37.93%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
¿le gusta ir	Solo	5	9	14	6.04%
	En familia	51	68	119	51.29%
	En pareja	15	15	30	12.93%
	Con amigos	35	34	69	29.74%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Fuentes de información	no contesta	4	1	5	2.16%
	internet	43	47	90	38.79%
	agencias/operadoras turísticas	13	18	31	13.36%
	Referido	33	42	75	32.33%
	Otros	0	7	7	3.02%
	Revistas	13	11	24	10.34%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Planifica viaje	si	82	97	179	77%
	no	24	29	53	23%
Total		106	126	232	100%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Lugar de preferencia	Costa	62	71	133	57.33%
	Sierra	23	38	61	26.29%
	Oriente	7	4	11	4.74%
	Exterior	14	13	27	11.64%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Frecuencia de viaje	Todos los fines de semana	6	20	26	11.21%
	Quincenalmente	13	13	26	11.21%
	Mensualmente	22	14	36	15.52%
	Cuando se pueda	65	76	141	60.78%
	Nunca	0	3	3	1.28%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Viaja buscando	no contesta	0	1	1	0.43%
	Ecoturismo	8	15	23	9.91%
	Descanso	63	79	142	61.21%
	Turismo de aventura	28	23	51	21.98%
	Otros	3	1	4	1.73%
	Vida nocturna	4	7	11	4.74%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Prefiere viajar	0	1	0	1	0%
	Entre semana	24	22	46	20%
	Fin de semana	61	89	150	65%
	Días feriados	20	15	35	15%
Total		106	126	232	100%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
		Recuento	Recuento		
Precio	NO	57	51	108	53.45%
	SI	49	75	124	
Comodidad	NO	46	31	77	66.81%
	si	60	95	155	
Comidas	NO	81	101	182	21.55%
	si	25	25	50	
Privacidad	NO	84	106	190	18.10%
	si	22	20	42	
Distancia	NO	85	98	183	21.12%
	si	21	28	49	
Otros	NO	106	126	232	0.00%
	si	0	0	0	

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Caminatas	no contesta	27	30	57	25%
	mas importante	38	43	81	35%
	menos importante	24	26	50	22%
	nada importante	17	27	44	19%
Baños termales	no contesta	37	32	69	30%
	mas importante	31	41	72	31%
	menos importante	14	30	44	19%
	nada importante	24	23	47	20%
Taller de pintura	no contesta	51	64	115	50%
	mas importante	6	7	13	6%
	menos importante	12	14	26	11%
	nada importante	37	41	78	34%
Internet	no contesta	34	46	80	34%
	mas importante	39	43	82	35%
	menos importante	19	17	36	16%
	nada importante	14	20	34	15%
Mesas de pinpon	no contesta	55	63	118	51%
	mas importante	15	11	26	11%
	menos importante	18	19	37	16%
	nada importante	18	33	51	22%
Paseos dirigidos	no contesta	37	28	65	28%
	mas importante	28	53	81	35%
	menos importante	18	16	34	15%
	nada importante	23	29	52	22%
Bailes folkloricos	no contesta	48	50	98	42%
	mas importante	11	27	38	16%
	menos importante	25	21	46	20%
	nada importante	22	28	50	22%
Mesas de billar	no contesta	44	59	103	44%
	mas importante	24	18	42	18%
	menos importante	22	19	41	18%
	nada importante	16	30	46	20%
Karaoke y peñas	no contesta	41	39	80	34%
	mas importante	35	50	85	37%
	menos importante	20	25	45	19%
	nada importante	10	12	22	9%
Futbolin	no contesta	57	58	115	50%
	mas importante	14	15	29	13%
	menos importante	20	21	41	18%
	nada importante	15	32	47	20%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
		Recuento	Recuento		
Pesca deportiva	no contesta	29	42	71	31%
	mas importante	39	28	67	29%
	menos importante	22	22	44	19%
	nada importante	16	34	50	22%
Discoteca	no contesta	35	39	74	32%
	mas importante	24	37	61	26%
	menos importante	30	22	52	22%
	nada importante	17	28	45	19%
Televisión	no contesta	41	40	81	35%
	mas importante	34	31	65	28%
	menos importante	22	33	55	24%
	nada importante	9	22	31	13%
Rafting	no contesta	46	51	97	42%
	mas importante	28	38	66	28%
	menos importante	17	25	42	18%
	nada importante	15	12	27	12%
Fogatas	no contesta	38	37	75	32%
	mas importante	46	57	103	44%
	menos importante	15	22	37	16%
	nada importante	7	10	17	7%
Bar	no contesta	39	36	75	32%
	mas importante	44	38	82	35%
	menos importante	16	36	52	22%
	nada importante	7	16	23	10%
Cabalgatas	no contesta	47	45	92	40%
	mas importante	25	37	62	27%
	menos importante	25	28	53	23%
	nada importante	9	16	25	11%
Ciclismo en la playa	no contesta	41	44	85	37%
	mas importante	27	40	67	29%
	menos importante	27	24	51	22%
	nada importante	11	18	29	13%
Cafeteria	no contesta	53	54	107	46%
	mas importante	39	52	91	39%
	menos importante	14	14	28	12%
	nada importante	0	6	6	3%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Cuantos días	no contesta	1	0	1	0%
	1 a 3 días	58	62	120	52%
	3 a 5 días	30	39	69	30%
	5 a 7 días	13	18	31	13%
	màs de 8 días	4	7	11	5%
Total		106	126	232	100%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Precio hospedaje	30 a 50 dòlares	64	95	159	68.54%
	51 a 70 dòlares	30	21	51	21.98%
	71 a 90 dòlares	11	9	20	8.62%
	91 a 110 dòlares	1	1	2	0.86%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Precio alimentaciòn	12 a 15 dòlares	49	68	117	50.43%
	16 a 20 dòlares	37	32	69	29.74%
	21 a 30 dòlares	12	11	23	9.91%
	31 a 40 dòlares	1	6	7	3.02%
	prefiere ir fuera	7	9	16	6.90%
Total		106	126	232	100.00%

		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
Se hospedaria	no contesta	1	9	10	4.31%
	si	84	87	171	73.71%
	no	21	30	51	21.98%
Total		106	126	232	100.00%

Meses preferidos para viajar en el año		Genero		Total	
		Hombres	Mujeres		
		Recuento	Recuento		
Enero	no contesta	74	88	162	
	si	32	38	70	30.17%
Febrero	no contesta	59	56	115	
	si	47	70	117	50.43%
Marzo	no contesta	37	62	99	
	si	69	64	133	57.33%
Abril	no contesta	81	102	183	
	si	25	24	49	21.12%
Mayo	no contesta	97	117	214	
	si	9	9	18	7.76%
Junio	no contesta	100	117	217	
	si	6	9	15	6.47%
Julio	no contesta	105	117	222	
	si	1	9	10	4.31%
Agosto	no contesta	100	116	216	
	si	6	10	16	6.90%
Septiembre	no contesta	100	119	219	
	si	6	7	13	5.60%
Octubre	no contesta	101	122	223	
	si	5	4	9	3.88%
Noviembre	no contesta	105	119	224	
	si	1	7	8	3.45%
Diciembre	no contesta	90	101	191	
	si	16	25	41	17.67%

Entrevista a Expertos:

RESTAURANTE “EL PESCAITO”

Entrevista a Sra. Patricia Chávez (propietaria)

Entrevistador: Grace Sánchez

Richard Arce

Fecha: 04 de febrero 2011

Lugar: Restaurante “El Pescaíto”

Preguntas:

¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando en el sector turístico?

Un año

¿Ustedes se iniciaron con este negocio o han incursionado en algún otro tipo de actividad?

Nosotros teníamos pensado otro proyecto, pero nos iniciamos con este con el restaurant, como usted sabe a través de esto uno va conociendo más personas, va aprendiendo pero sobre todo vimos la necesidad para dar este servicio, quizás hay muchos parecidos pero no es la misma calidad, este se diferencia en la forma de atender a los clientes, agregando ciertas cosas lo cual hace que nos diferenciamos con los demás.

¿Qué es lo que ustedes consideran hace que se diferencien de los demás locales que dan este tipo de alimentación?

Nos diferenciamos en el sentido de que tenemos una mezcla de varios platos y de varios países, a parte de la tradicional comida ecuatoriana, tenemos comida cantones,

platos italianos, ciertos platos españoles, peruanos, en ese sentido nos diferenciamos de los demás.

¿Qué tipo de barreras se encontraron cuando se iniciaron en esta actividad y como lograron superarlas?

Al comienzo lo primero fue el personal, este era un poco flojo para trabajar un día trabajaban otro día no lo hacían y sobre todo era gente poco capacitada, esa fue la primera barrera encontrada. Se paso un proceso entre personal que iban y venían hasta encontrar el personal idóneo, igual nosotros los hemos pulido y lo continuamos puliendo para ir mejorando cada día. Otra diferencia es que tenemos un chef, gente preparada, gente que sabe y son empleados de planta.

¿Cuál ha sido la evolución del negocio turístico en Playas, desde que ustedes se iniciaron?

Una de las mejores que se ha visto es la construcción de la carretera, que ha ayudado bastante, la gente pues dice que es más fácil y rápido llegar, la publicidad dada a dicha carretera ha sido un aporte para nosotros.

¿Qué cree usted que busca el turista?

Bueno, el turista lo primero refiriéndome a lo que la mayoría de nuestros clientes nos ha comentado es sobre todo el aseo y también les llama mucho la atención la estructura del local, ya que es algo moderno, rustico, así como el nombre “El Pescaíto”, nombre que proviene del sur de España, donde se habla un poco cortado, se trata de un nombre gracioso, llamativo y pegajoso y es cortito.

¿Cuál es la mejor temporada para el turismo en Playas?

Para nosotros es la época de la sierra porque ellos vienen en familia y consumen más y vienen para quedarse más tiempo.

¿Qué tipo de turistas llegan acá?

Bueno, de todo un poco, hay nacionales, extranjeros, no les puedo decir número exacto ni aproximado solo les puedo decir que vienen norteamericanos, alemanes, españoles, algunos franceses, ingleses, colombianos, peruanos, venezolanos

¿Cuál cree usted es la mejor estrategia para que vengan los turistas?

Al comienzo la típica estrategia es quizás la carretera, luego cuando la calle la hicieron una sola vía, nos vimos obligados a poner letreros a la entrada de playas, grande y llamativo, vía a Data también pusimos para que nos identifiquen, han recibido propuestas para que les den servicio de comida.

¿Usted cree que se está invirtiendo actualmente en Playas?

Si se ven mejoras, por la vía a Posorja están construyendo ciudadelas, están removiendo tierras para construir hoteles. Aquí en Playas faltan hoteles de categoría, hay hostales sencillos y no dan buen servicio, por cuanto dan quejas de que la comida es mala.

¿La seguridad para el turista es confiable actualmente?

No, sean presentados algunos casos de sicariato, aunque el asunto no es a diario, aunque esto no es tanto ni llega a los niveles de Guayaquil, Cuenca, Quito y los pillos vienen de afuera.

¿Cuál es su horario de atención?

Atendemos de martes a domingo a partir de las 09:00 de la mañana, tenemos desayunos, almuerzos y platos a la carta, cerramos a las diez de la noche.

Entrevista Experto

HOTEL PLAYAS

Entrevistado: Sra. Ana Cubillo

Entrevistador: Grace Sánchez

Richard Arce

Fecha: 04 de febrero 2011

Lugar: Oficina Administración del Hotel Playas

¿Cuanto tiempo tiene usted trabajando en el sector turístico?

42 años

¿Qué tipo de barreras se encontraron cuando se iniciaron en esta actividad y como lograron superarlas?

Barreras de ningún tipo, todo nos fue factible

¿Cuál ha sido la evolución del negocio turístico aquí en Playas?

Ha evolucionado muchísimo para bien de todos los hoteleros

¿Qué cree usted es lo que más busca el turista?

El turista lo que más busca es recreación, lo que le falta a playas, le falta sitios de distracción, diversión para niños y adultos; diversión nocturna que tampoco se tiene.

¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para el turismo en playas?

Para mí la mejor temporada es la de la Sierra porque son personas que se quedan más tiempo por el solo hecho de que es mas lejos, en cambio la temporada de la gente de la costa como estamos ahora es de dos días, sábados y domingos; en cambio la de la sierra es de cuatro días.

¿Qué cantidad de turistas considera llegan a Playas?

No tengo ni la menor idea

¿Cuántas habitaciones tiene el hotel?

Tiene 40 habitaciones y en estas temporadas permanece full (temporada región costa)

¿El turismo extranjero que afluencia tiene en Playas?

Es grande, la verdad es que si visitan en diciembre tenemos colombianos, en junio-julio americanos y ahora que se está incentivando mucho el surf viene gente mes a mes, especialmente en el mes de agosto por las olas, tenemos peruanos también.

¿De dónde cree usted que son la mayoría de los turistas que vienen a Playas?

De los extranjeros tenemos: Norteamericanos, chilenos, venezolanos, argentinos

¿Cuáles han sido sus estrategias para atraer turistas, que ha hecho el hotel?

Estar siempre amables a la atención de los turistas.

¿En las épocas que no es temporada como hacen para atraer turismo?

No tenemos pagina web, simplemente es la tradicional del hotel.

¿Usted ha notado crecimiento en el Cantón Playas?

Que ha habido mejoras en equipamiento de las habitaciones con televisores, parqueos

¿Usted cree que aún existe mercado para la creación de más hoteles?

Por supuesto, y de otros niveles si se pudiera contar con hoteles de otros niveles como un Sheraton, como un Hilton Colon, sería para nosotros increíble.

¿No le temen a ese tipo de competencia?

Para nada hay pasajeros para todo, si yo no tengo agua caliente lo mando a un hotel que si lo tenga, si no tengo piscina lo mando a otro que lo tenga, o sea hay mercado para todo.

¿Existe estímulo para inversionista que quisiera hacer algún hotel en Playas?

Si, si hay bastantes estímulos

¿La seguridad le parece que es apropiada?

Pensó que eso depende de cada hotel, nosotros asesoramos a los turistas extranjeros que no conocen y le indicamos hasta que hora puede permanecer en la playa, estos son los horarios que se pueden o no se pueden.

Entrevista Experto

HOTEL NOVIA DEL PACIFICO

Entrevistado: Sr. Jaime Arias

Entrevistador: Grace Sánchez

Richard Arce

Fecha: 04 de febrero 2011

Lugar: Oficina Administración del Hotel Novia del Pacífico

¿Cuanto tiempo tiene usted trabajando en el sector turístico?

En realidad llevo un año

¿Qué tipo de barreras se encontraron cuando se iniciaron en esta actividad y como lograron superarlas?

Barreras de ningún tipo, yo hice esto de un momento a otro porque ya llevo viviendo aquí hace cuatro años, vi este terreno y decidí comprarlo y construir este negocio.

¿Cuál ha sido la evolución del negocio turístico aquí en Playas?

Su evolución ha sido regular, tanto en la temporada de costa como la sierra, si hay gente que viene a Playas

¿Qué cree usted es lo que más busca el turista?

El turista que busca en primer lugar una buena estadía, buena comida, diversión, algún mall, discoteca

¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para el turismo en playas?

Para mí la mejor temporada es tanto la de costa (enero, febrero, marzo, abril) y sierra (julio y agosto), luego de ello algunos fines de semana también llegan turistas

¿Cuál es el precio por alojamiento?

Aquí cobramos US\$ 30,00 más IVA por pareja, si acaso vienen 4 personas serían sud 60 más IVA

¿Qué cantidad de turistas considera llegan a Playas?

No le sabría decir, yo trabajo con 32 habitaciones.

¿El turismo extranjero que afluencia tiene en Playas?

Poco, yo lo veo poco por aquí, excepto cuando hay olas para surfear.

¿Cuáles han sido sus estrategias para atraer turistas, que ha hecho el hotel?

Lastimosamente no se hace por ningún medio de comunicación, el tiempo que he estado aquí ha sido entregando tarjetas, con una buena atención.

¿En las épocas que no es temporada como hacen para atraer turismo?

No tenemos pagina web, simplemente es lo tradicional del hotel.

¿Usted ha notado crecimiento en el Cantón Playas?

En el tiempo que llevo aquí le podría decir que si hay negocio para este tipo de actividad, aunque hoy por hoy todos los terrenos para construir están bien caros, ya se parece a Miami.

¿Usted cree que aún existe mercado para la creación de más hoteles?

Por supuesto que falta estructura hotelera, así como un mall, pero lo que falta aquí son buenos restaurantes, un mall, discoteca para la clase media para arriba. De hecho hay gente que está invirtiendo.

¿No le temen a ese tipo de competencia?

Para nada hay pasajeros para todo, si yo no tengo agua caliente lo mando a un hotel que si lo tenga, si no tengo piscina lo mando a otro que lo tenga, o sea hay mercado para todo.

¿Existe estímulo para inversionista que quisiera hacer algún hotel en Playas?

Si, si hay bastantes estímulos

¿La seguridad para el turista es confiable?

Si, ha existido unas falencias, pero en si la seguridad al turista es bastante aceptable, pero sobre todo y lo más importante es su clima, muchas enfermedades con este clima se curan. La debilidad de aquí es el propio nativo que no quiere cooperar, no quiere hacer nada por superarse, se conforman con el cuidado de las canoas, de cuidar las casas.

Entrevista Experto

HOTEL LAS REDES

Entrevistado: Sra. Haydee León

Entrevistador: Grace Sánchez

Richard Arce

Fecha: 04 de febrero 2011

Lugar: Sala de estar del Hotel Las Redes

¿Cuanto tiempo tiene usted trabajando en el sector turístico?

18 años

¿Qué tipo de barreras se encontraron cuando se iniciaron en esta actividad y como lograron superarlas?

Barreras de ningún tipo, cuando tuve la visión de hacer un hotel aquí en Playas, esa fue mi meta y no encontré nada que lo pudiera impedir.

¿Cuál ha sido la evolución del negocio turístico aquí en Playas?

Su evolución ha sido buena, sería estupendo que ahora con las mejoras haya que gente que quiera invertir en hoteles porque si hacen falta especialmente para cubrir la demanda de los turistas en las temporadas altas, carnaval, en esas fechas con 15 días de anticipación se hacen las reservaciones.

¿Qué cree usted es lo que más busca el turista?

El turista busca tranquilidad, buena atención, comodidad, ser atendido con respeto, amabilidad.

¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para el turismo en playas?

La mejor temporada es la de la Costa hay mas movimiento, el de la Sierra tampoco es malo, pero considero que es mejor el de la costa.

¿Cuál es el precio por alojamiento?

Aquí cobramos usd 30,00 la habitación matrimonial, es decir usd 15 por persona

¿Qué cantidad de turistas considera llegan a Playas?

No le sabría decir, yo trabajo con 32 habitaciones.

¿El turismo extranjero que afluencia tiene en Playas?

Si llegan extranjeros, pero muy pocos

¿Cuáles han sido sus estrategias para atraer turistas, que ha hecho el hotel?

Ninguna publicidad, es un hotel ya conocido

¿En las épocas que no es temporada como hacen para atraer turismo?

Tenemos clientes de empresas que su oficina principal está en Guayaquil, ejemplo Nirsa, Sállica.

¿Usted ha notado crecimiento en el Cantón Playas?

En mi hotel en general hemos mejorado en tener agua caliente, aire acondicionado, en el número de plazas; en Playas poco, falta más infraestructura y hoteles.

¿Usted cree que aún existe mercado para la creación de más hoteles?

Claro, hace falta hoteles en Playas

¿No le temen a ese tipo de competencia?

Para nada.

¿Existe estímulo para inversionista que quisiera hacer algún hotel en Playas?

Entiendo que si los hay (sin mayor delatte)

¿La seguridad para el turista es confiable?

Hasta ahora es 100% confiable, no he escuchado nada malo que llame la atención.

Entrevista Experto

HOSTAL DON VILLO

Entrevistado: Sr. Hugo Alberto Villamar

Entrevistador: Grace Sánchez

Richard Arce

Fecha: 04 de febrero 2011

Lugar: Sala de estar del Hostal

¿Cuanto tiempo tiene usted trabajando en el sector turístico?

4 años administrándola, el Hostal tiene 23 años funcionando

¿Cuál ha sido la evolución del negocio turístico aquí en Playas?

Ahora se ven más construcciones de casas, conjuntos residenciales, esto a raíz de la construcción de la carretera.

¿Qué cree usted es lo que más busca el turista?

Los balnearios, la comida típica, los mariscos, la tranquilidad, diversión, buscan discotecas.

¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para el turismo en playas?

La mejor temporada es la de Carnaval, semana santa y de Agosto, temporada de Sierra y las fiestas patronales.

¿Cual es el precio por alojamiento?

Aquí cobramos US\$ 15,00 por persona.

¿Qué cantidad de turistas considera llegan a Playas?

No le sabría decir.

¿El turismo extranjero que afluencia tiene en Playas?

Si llegan extranjeros, pero muy pocos, más son nacionales

¿Cuáles han sido sus estrategias para atraer turistas, que ha hecho el hotel?

Ninguna publicidad, la dueña llama a sus clientes directamente

¿No le temen a ese tipo de competencia?

Para nada.

¿Existe estímulo para inversionista que quisiera hacer algún hotel en Playas?

No le sabría decir.

¿La seguridad para el turista es confiable?

Pienso que si, no he escuchado nada malo.

Entrevista Experto

HOSTERIA SINFONIA DEL MAR

Entrevistado: Sr. Orlando Lázaro

Entrevistador: Grace Sánchez

Richard Arce

Fecha: 04 de febrero 2011

Lugar: Sala de estar de la Hostería

¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando en el sector turístico?

16 años, me inicié en el Hotel Tucano como barman. Actualmente administro esta hostería

¿Qué tipo de barreras se encontraron cuando se iniciaron en esta actividad y como lograron superarlas?

Sin respuesta concreta

¿Cuál ha sido la evolución del negocio turístico aquí en Playas?

Considero que la construcción de la vía ayudado mucho al crecimiento del turismo, lo que ha ocasionado que todos los empleados hayamos tenido que mejorar nuestra atención para que el cliente piense en regresar a Playas.

¿Qué cree usted es lo que más busca el turista?

El turista busca tranquilidad, comodidad, de ser posible todo en un mismo lugar, el turista busca descansar en lugar apartado de la bulla y cerca del mar, comida típica y mariscos.

¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para el turismo en playas?

La mejor temporada es la de la Costa hay mas movimiento, el de la Sierra tampoco es malo, pero considero que es mejor el de la costa.

¿Cuál es el precio por alojamiento?

Aquí cobramos US\$ 30,00 la habitación matrimonial, es decir US\$ 15 por persona

¿Qué cantidad de turistas considera llegan a Playas?

No tengo esa información, pero a esta hostería llega el 70 % de turista es de Guayaquil, el 30% del resto del país le sabría decir, yo trabajo con 32 habitaciones.

¿El turismo extranjero que afluencia tiene en Playas?

Poco extranjero he visto que llega

¿Cuáles han sido sus estrategias para atraer turistas, que ha hecho el hotel?

Ninguna publicidad, es un hotel ya conocido

¿En las épocas que no es temporada como hacen para atraer turismo?

No hacemos publicidad, pero si nos llegan turistas

¿Usted ha notado crecimiento en el Cantón Playas?

Si creo que está habiendo mucha inversión

¿Usted cree que aún existe mercado para la creación de más hoteles?

Claro, hace falta hoteles en Playas

¿La seguridad para el turista es confiable?

Es aceptable, aunque debe ser atendida un poco más por los gobiernos, el hotel si tiene buena seguridad.

ANEXO # 6

ROLES DE PAGO PROYECTADOS

HOSTAL CAFÉ LA RUEDA
PRESUPUESTO DE PERSONAL

Primer Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
--------	--------	-----------------	----------------------	----------------------	------------	------------------	------------------	-------

12.15% \$ 287.00

Administrador	\$ 750.00	\$ 91.13	\$ 62.50	\$ 23.92	\$ 31.25		\$ 208.79	
Recepcionista-cajera	\$ 300.00	\$ 36.45	\$ 25.00	\$ 23.92	\$ 12.50		\$ 97.87	
mucama	\$ 287.00	\$ 34.87	\$ 23.92	\$ 23.92	\$ 11.96		\$ 94.66	
mucama	\$ 287.00	\$ 34.87	\$ 23.92	\$ 23.92	\$ 11.96		\$ 94.66	
Mesero	\$ 287.00	\$ 34.87	\$ 23.92	\$ 23.92	\$ 11.96		\$ 94.66	
Coordinador de compras y man	\$ 350.00	\$ 42.53	\$ 29.17	\$ 23.92	\$ 14.38		\$ 110.19	
	\$ 2,261.00	\$ 274.71	\$ 188.42	\$ 143.50	\$ 94.21	\$ -	\$ 700.84	\$ 8,410.04
							Sueldos	\$ 27,122.00
							Sueldos + Benf.Sociales	\$ 35,542.04

23.66%

Segundo Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
--------	--------	-----------------	----------------------	----------------------	------------	------------------	------------------	-------

12.15% \$ 309.96

Administrador	\$ 750.00	\$ 91.13	\$ 62.50	\$ 23.92	\$ 31.25	\$ 62.50	\$ 271.29	
Recepcionista-cajera	\$ 315.00	\$ 38.27	\$ 26.25	\$ 23.92	\$ 13.13	\$ 26.25	\$ 127.81	
mucama	\$ 309.96	\$ 37.66	\$ 25.83	\$ 23.92	\$ 12.92	\$ 25.83	\$ 126.15	
mucama	\$ 309.96	\$ 37.66	\$ 25.83	\$ 23.92	\$ 12.92	\$ 25.83	\$ 126.15	
Mesero	\$ 309.96	\$ 37.66	\$ 25.83	\$ 23.92	\$ 12.92	\$ 25.83	\$ 126.15	
Coordinador de compras y man	\$ 367.50	\$ 44.65	\$ 30.63	\$ 23.92	\$ 15.31	\$ 30.63	\$ 145.13	
	\$ 2,362.38	\$ 287.03	\$ 196.87	\$ 143.50	\$ 98.43	\$ 196.87	\$ 1,077.30	\$ 11,077.30
							Sueldos	\$ 28,248.56
							Sueldos + Benf.Sociales	\$ 39,420.86

28.09%

Tercer Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
--------	--------	-----------------	----------------------	----------------------	------------	------------------	------------------	-------

12.15% 334.76\$

Administrador	\$ 750.00	\$ 91.13	\$ 62.50	\$ 23.92	\$ 31.25	\$ 62.50	\$ 271.29	
Recepcionista-cajera	\$ 330.75	\$ 40.19	\$ 27.56	\$ 23.92	\$ 13.78	\$ 27.56	\$ 133.01	
mucama	\$ 334.76	\$ 40.67	\$ 27.90	\$ 23.92	\$ 13.95	\$ 27.90	\$ 134.33	
mucama	\$ 334.76	\$ 40.67	\$ 27.90	\$ 23.92	\$ 13.95	\$ 27.90	\$ 134.33	
Mesero	\$ 334.76	\$ 40.67	\$ 27.90	\$ 23.92	\$ 13.95	\$ 27.90	\$ 134.33	
Coordinador de compras y man	\$ 385.875	\$ 46.88	\$ 32.16	\$ 23.92	\$ 16.08	\$ 32.16	\$ 151.19	
	\$ 2,470.90	\$ 300.21	\$ 205.91	\$ 143.50	\$ 102.55	\$ 205.91	\$ 938.48	\$ 11,501.80
							Sueldos	\$ 29,650.74
							Sueldos + Benf.Sociales	\$ 41,152.52

27.95%

Cuarto Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
--------	--------	-----------------	----------------------	----------------------	------------	------------------	------------------	-------

12.15% 361.54\$

Administrador	\$ 750.00	\$ 91.13	\$ 62.50	\$ 23.92	\$ 31.25	\$ 62.50	\$ 271.29	
Recepcionista-cajera	\$ 347.2675	\$ 42.20	\$ 28.94	\$ 23.92	\$ 14.47	\$ 28.94	\$ 138.46	
mucama	\$ 361.54	\$ 43.93	\$ 30.13	\$ 23.92	\$ 15.06	\$ 30.13	\$ 143.16	
mucama	\$ 361.54	\$ 43.93	\$ 30.13	\$ 23.92	\$ 15.06	\$ 30.13	\$ 143.16	
Mesero	\$ 361.54	\$ 43.93	\$ 30.13	\$ 23.92	\$ 15.06	\$ 30.13	\$ 143.16	
Coordinador de compras y man	\$ 405.5875	\$ 49.23	\$ 33.76	\$ 23.92	\$ 16.88	\$ 33.76	\$ 157.55	
	\$ 2,397.07	\$ 314.23	\$ 215.59	\$ 143.50	\$ 107.79	\$ 215.59	\$ 998.80	\$ 11,961.62
							Sueldos	\$ 31,044.92
							Sueldos + Benf.Sociales	\$ 43,006.44

27.81%

HOSTAL CAFÉ LA RUEDA
PRESUPUESTO DE PERSONAL

Quinto Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
			12.15%	390.46 \$				

Administrador	\$ 750.00	91.13	62.50	23.92	31.25	62.50	271.29	
Recepcionista-cajera	364.65	44.31	30.39	23.92	15.19	30.39	144.19	
muçama	390.46	47.44	32.54	23.92	16.27	32.54	152.70	
muçama	390.46	47.44	32.54	23.92	16.27	32.54	152.70	
Mesero	390.46	47.44	32.54	23.92	16.27	32.54	152.70	
Coordinador de compras y mant	425.43	51.69	35.45	23.92	17.73	35.45	164.24	
	2,711.46	329.44	225.96	143.50	112.98	225.96	1,037.83	\$ 12,465.96
								\$ 21,537.52
								Sueldos
								Sueldos + Benef.Sociales \$ 44,991.48

Sexto Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
			12.15%	421.70 \$				

Administrador	\$ 750.00	91.13	62.50	23.92	31.25	62.50	271.29	
Recepcionista-cajera	380.88	46.52	31.91	23.92	15.95	31.91	150.20	
muçama	421.70	51.24	35.14	23.92	17.57	35.14	163.01	
muçama	421.70	51.24	35.14	23.92	17.57	35.14	163.01	
Mesero	421.70	51.24	35.14	23.92	17.57	35.14	163.01	
Coordinador de compras y mant	446.70	54.27	37.22	23.92	18.61	37.22	171.25	
	2,844.67	345.63	237.06	143.50	118.53	237.06	1,081.77	\$ 12,980.22
								\$ 24,136.09
								Sueldos
								Sueldos + Benef.Sociales \$ 47,117.32

Séptimo Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
			12.15%	455.43 \$				

Administrador	\$ 750.00	91.13	62.50	23.92	31.25	62.50	271.29	
Recepcionista-cajera	402.03	48.85	33.50	23.92	16.75	33.50	156.52	
muçama	455.43	55.34	37.95	23.92	18.98	37.95	174.13	
muçama	455.43	55.34	37.95	23.92	18.98	37.95	174.13	
Mesero	455.43	55.34	37.95	23.92	18.98	37.95	174.13	
Coordinador de compras y mant	469.03	56.99	39.09	23.92	19.54	39.09	178.62	
	2,907.36	362.96	248.95	143.50	114.47	248.95	1,128.83	\$ 13,545.97
								\$ 27,476%
								Sueldos
								Sueldos + Benef.Sociales \$ 49,394.31

Octavo Año

Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Anual
			12.15%	491.87 \$				

Administrador	\$ 750.00	91.13	62.50	23.92	31.25	62.50	271.29	
Recepcionista-cajera	422.13	51.29	35.18	23.92	17.59	35.18	163.15	
muçama	491.87	59.76	40.99	23.92	20.49	40.99	186.15	
muçama	491.87	59.76	40.99	23.92	20.49	40.99	186.15	
Mesero	491.87	59.76	40.99	23.92	20.49	40.99	186.15	
Coordinador de compras y mant	492.49	59.94	41.04	23.92	20.52	41.04	186.35	
	3,440.22	381.34	261.68	143.50	130.84	261.68	1,179.25	\$ 14,150.98
								\$ 27,307%
								Sueldos
								Sueldos + Benef.Sociales \$ 51,833.80

HOSTAL CAFÉ LA RUEDA
PRESUPUESTO DE PERSONAL

Noveno Año							
Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios
		12.15%		531.22 \$			
Administrador	\$ 750.00	91.13	62.50	23.92	31.25	62.50	271.29
Recepcionista -cajera	443.24	53.85	36.94	23.92	18.47	36.94	170.11
mucama	531.22	64.54	44.27	23.92	22.13	44.27	199.13
mucama	531.22	64.54	44.27	23.92	22.13	44.27	199.13
Mesero	531.22	64.54	44.27	23.92	22.13	44.27	199.13
Coordinador de compras y manti	517.11	62.83	43.09	23.92	21.55	43.09	194.48
	3,304.00	401.44	275.33	143.50	137.67	275.33	1,233.27
						Sueldos	\$ 14,799.22
						Sueldos + Benf.Sociales	\$ 39,647.96
							\$ 54,447.18

27.18%

Décimo Año							
Nómina	Sueldo	Aporte patronal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Total Beneficios
		12.15%		573.71 \$			
Administrador	\$ 750.00	91.13	62.50	23.92	31.25	62.50	271.29
Recepcionista -cajera	465.40	56.55	38.78	23.92	19.39	38.78	177.42
mucama	573.71	69.71	47.81	23.92	23.90	47.81	213.15
mucama	573.71	69.71	47.81	23.92	23.90	47.81	213.15
Mesero	573.71	69.71	47.81	23.92	23.90	47.81	213.15
Coordinador de compras y manti	542.96	65.97	45.25	23.92	22.62	45.25	203.00
	3,479.51	422.76	289.96	143.50	144.98	289.96	1,291.16
						Sueldos	\$ 15,493.89
						Sueldos + Benf.Sociales	\$ 41,754.08
							\$ 57,247.96

27.06%

Anexo # 7

DETALLE DE INSTALACIONES Y ACTIVOS FIJOS

a) Detalle de Instalaciones

CUADRO DE ÁREAS DEL HOSTAL CON COSTOS DE CONSTRUCCIÓN APROXIMADOS INCLUYE MATERIALES Y MANO DE OBRA		
ÁREAS TECHADAS		
LOCALES	ÁREAS (m²)	PRECIO APROX. ACABADOS MEDIOS
HABITACIONES	256.35	\$ 80,750.25
BAR-CAFETERÍA-RESTAURANTE	41.70	\$ 13,135.50
OFICINAS ADMINISTRATIVAS	10.50	\$ 3,307.50
RECEPCION Y SALA DE ESTAR	32.55	\$ 10,253.25
COCINA	20.00	\$ 6,300.00
ÁREA DE TAQUILLEROS EMPLEADOS	12.30	\$ 3,874.50
MANTENIMIENTO	14.70	\$ 4,630.50
GARITA	2.40	\$ 756.00
ÁREA DE ALQUILER DE BICICLETAS	3.00	\$ 945.00
ÁREAS SIN TECHAR O CON CUBIERTAS BIEN LIGERAS		
PARQUEO	90.00	\$2,250.00
ÁREA SOCIAL	70.00	\$1,750.00
JARDINES Y ÁREAS VERDES	479.95	\$23,997.50
TOTAL ÁREAS TECHADAS	393.50	123,952.50
TOTAL ÁREAS SIN TECHAR	639.95	\$27,997.50
TOTAL ÁREA FINALMENTE CONSTRUIDA	1033.45	\$151,950.00

b) Activos Fijos

HOSTAL CAFÉ LA RUEDA

Activos Fijos

	US\$	
Edificio		\$ 193,950.00
Terreno 2.100 m2	\$ 42,000.00	
Construcción 600 m2	\$ 151,950.00	
Nueva construcción		
2014		
2015		
2016		
Equipos de Oficina		\$ 2,375.00
Caja registradora	\$ 500.00	
o Central telefónica	\$ 500.00	
o Computador	\$ 900.00	
o Teléfonos	\$ 325.00	
Instalaciones		
o Bomba y tanque de presión	\$ 150.00	
Muebles y Enseres		\$ 20,890.00
o Camas, literas, colchones	\$ 7,000.00	
o Sillones en cuerina para el bar	\$ 2,400.00	
o Mueble de bar con vitrina para copas y vasos	\$ 1,000.00	
o Mesas y sillas	\$ 1,800.00	
o Modular de recepción y mueble de oficina	\$ 250.00	
o Plancha -tabla de planchar	\$ 80.00	
o Sanitarios y lavamanos	\$ 2,380.00	
o Televisor plasma	\$ 1,200.00	
o Proyector y pantalla	\$ 1,200.00	
o Televisores	\$ 1,800.00	
o Veladores	\$ 180.00	
o Split	\$ 1,600.00	
Maquinaria y Equipos		\$ 5,660.00
o Ventiladores	\$ 480.00	
o Cocina	\$ 800.00	
o Equipo de Sonido con amplificador de parlant	\$ 600.00	
o Lavadora	\$ 1,000.00	
o Secadora	\$ 900.00	
o Microonda	\$ 80.00	
o Refrigerador	\$ 1,000.00	
o Sistema de karaoke	\$ 400.00	
o Vitrina frigorífica	\$ 400.00	
Total Activos Fijos		\$ 222,875.00

Anexo # 8

COMPARACION DE INGRESOS POR TURISMO

Cuadro Nro. 28
 INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL 1)
 AÑOS : 2004 - 2008
 (En millones de dólares)

AÑOS	* TURISMO	PETROLEO CRUDO	BANANO Y PLATANO 2)	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO 3)	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES 4)	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2004	464.3	3,898.51	1,023.61	329.79	335.48	372.75	208.96	354.82	7,752.89
UBICACION	3	1	2	7	6	4	8	5	
2005	487.7	5,396.84	1,084.39	457.54	473.01	497.78	351.67	397.91	10,100.03
UBICACION	4	1	2	6	5	3	8	7	
2006	492.2	6,934.01	1,213.49	588.16	610.50	575.07	592.70	435.84	12,728.24
UBICACION	7	1	2	5	3	6	4	8	
2007	626.2	7,428.36	1,302.55	612.89	900.21	686.37	686.41	469.42	14,321.32
UBICACION	6	1	2	7	3	5	4	8	
2008	745.2	10,568.33	1,639.40	674.89	1,104.52	832.96	728.87	566.66	18,510.60
UBICACION	5	1	2	7	3	4	6	8	

Fuente : Información Estadística Mensual / Marzo 2009 - Banco Central del Ecuador

* Turismo : Tomado de la Balanza de Servicios y Renta - Cta. Viajes más transporte de pasajeros

1) Las cifras de 2001 hasta 2006 son definitivas, 2007 y 2008 provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador

3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

4) Incluye exportaciones de vehículos.

Anexo # 9

ESTRUCTURA PORCENTUAL DEL PIB

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA Estructura porcentual (a precios de 2000)

Ramas de actividad CIIU CN	Años	2008 (p)	2009 (p)	2010 (p)	2011 (prev)
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura		10.3	10.4	10.0	9.8
1. Cultivo de banano, café y cacao		2.4	2.6	2.3	2.2
2. Otros cultivos agrícolas		3.6	3.6	3.6	3.4
3. Producción animal		1.6	1.5	1.5	1.5
4. Silvicultura y extracción de madera		1.0	0.9	0.9	0.9
5. Productos de la caza y de la pesca		1.7	1.8	1.8	1.7
B. Explotación de minas y canteras		14.7	14.3	13.4	13.4
6. Extracción de petróleo crudo y gas natural		12.4	11.9	11.5	11.3
7. Fabricación de productos de la refinación de petróleo		1.9	2.0	1.5	1.6
8. Otros productos mineros		0.4	0.4	0.4	0.4
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)		13.9	13.6	14.1	14.0
9. Carnes y pescado elaborado		4.8	4.8	4.8	4.8
10. Cereales y panadería		0.4	0.4	0.4	0.4
11. Elaboración de azúcar		0.5	0.4	0.5	0.5
12. Productos alimenticios diversos		1.5	1.4	1.3	1.3
13. Elaboración de bebidas		0.5	0.5	0.6	0.6
14. Elaboración de productos de tabaco		0.0	0.0	0.1	0.0
15. Fabricación de productos textiles, prendas de vestir		1.9	1.9	2.0	2.0
16. Producción de madera y fabricación de productos de madera		1.4	1.0	1.1	1.2
17. Papel y productos de papel		0.5	0.6	0.6	0.5
18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico		1.0	1.1	1.2	1.2
19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos		0.9	0.9	0.9	0.9
20. Fabricación de maquinaria y equipo		0.5	0.5	0.5	0.6
21. Industrias manufactureras n.c.p.		0.0	0.0	0.0	0.0
D. Suministro de electricidad y agua		1.0	0.9	0.9	0.9
22. Suministro de electricidad y agua		1.0	0.9	0.9	0.9
E. Construcción y obras públicas		8.8	9.3	9.6	10.0
23. Construcción		8.8	9.3	9.6	10.0
F. Comercio al por mayor y al por menor		14.9	14.5	14.9	14.8
24. Comercio al por mayor y al por menor		14.9	14.5	14.9	14.8
G. Transporte y almacenamiento		7.2	7.4	7.4	7.4
25. Transporte y almacenamiento		7.2	7.4	7.4	7.4
H. Servicios de intermediación financiera		2.2	2.2	2.5	2.6
26. Intermediación financiera		2.2	2.2	2.5	2.6
I. Otros servicios		15.8	16.1	16.3	16.5
27. Otros servicios		15.8	16.1	16.3	16.5
J. Servicios gubernamentales		4.8	5.1	4.9	4.9
28. Servicios gubernamentales		4.8	5.1	4.9	4.9
K. Servicio doméstico		0.1	0.1	0.1	0.1
29. Servicio doméstico		0.1	0.1	0.1	0.1
Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente		-2.9	-3.0	-3.3	-3.4
Otros elementos del PIB		9.0	9.0	9.2	9.1
PRODUCTO INTERNO BRUTO		100.0	100.0	100.0	100.0

Anexo # 10

ESTABLECIMIENTOS Y CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO

Cuadro N° 40
CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO
AÑOS : 2004 - 2008

TIPO	2004			2005			2006			2007			2008		
	N.	HAB	PLAZ	N.	HAB	PLAZ	N.	HAB	PLAZ	N.	HAB	PLAZ	N.	HAB	PLAZ
HOTELES	281	13,549	29,637	325	15,602	34,376	344	16,325	37,190	354	19,245	41,440	386	21,109	44,444
HOTELES RESIDENCIAS	116	4,270	8,316	119	4,206	8,580	128	4,412	8,941	156	6,080	11,941	153	8,151	16,103
HOTEL APARTAMENTO	10	209	390	13	219	632	14	239	711	10	269	756	22	788	2,095
HOSTALES	551	9,256	20,673	583	9,819	21,358	632	10,641	23,918	715	12,627	25,543	771	17,354	34,808
HOSTALES RESIDENCIAS	681	11,847	24,899	716	12,381	25,855	742	12,686	26,512	738	14,793	28,674	763	15,202	30,170
HOSTERIAS	228	3,712	10,950	266	4,186	12,218	288	4,561	13,333	290	4,798	12,960	310	5,070	14,185
CABANAS	150	1,613	5,518	155	1,719	5,762	168	1,836	6,288	171	1,742	5,316	178	1,898	5,486
PENSIONES	478	3,981	8,730	491	4,064	8,933	510	4,191	9,246	523	4,739	10,267	540	4,772	10,137
MOTEL	133	2,457	4,707	154	2,696	5,392	174	3,066	6,122	197	3,819	7,786	220	4,266	8,540
APARTAMENTOS TURIST.	29	391	1,249	26	357	1,106	29	403	1,309	31	395	1,252	30	441	1,550
PARADORES	5	84	166	4	70	136	7	95	198	3	28	112	3	51	97
ALBERGUES	13	124	414	15	148	489	14	144	417	13	143	500	12	131	579
CIUDADES VACACIONALES															
CAMPAMENTOS TURISTICOS															
REFUGIOS															
OTROS	11	120	395	11	123	484	10	113	403	12	127	478			
TOTAL	2,686	51,613	116,044	2,878	55,590	125,321	3,058	58,712	134,588	3,213	68,805	147,025	3,399	79,235	168,626

Fuente : Censos de Establecimientos Turísticos 2008 - Dirección de Regulación y Control - Subsecretaría de Gestión Turística - Ministerio de Turismo

Anexo # 11

ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO

HOSTAL CAFE LA RUEDA

ESTADO DE RESULTADOS

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Servicios de Hospedaje	\$ 142,953.36	\$ 166,778.92	\$ 190,604.48	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04
Servicios Caterin y Bar	\$ 39,998.50	\$ 46,024.92	\$ 52,599.90	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89
Total Ingresos	\$ 182,951.86	\$ 212,803.84	\$ 243,204.38	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93
EGRESOS										
Costos Fijos	\$ 67,937.31	\$ 71,418.10	\$ 73,149.79	\$ 75,003.68	\$ 76,988.72	\$ 79,114.56	\$ 81,391.55	\$ 83,830.84	\$ 86,444.42	\$ 89,245.20
Costos Variables	\$ 26,708.01	\$ 32,537.99	\$ 38,791.64	\$ 45,493.51	\$ 47,313.25	\$ 49,205.78	\$ 51,174.01	\$ 53,220.97	\$ 55,349.81	\$ 57,563.80
Total egresos	\$ 94,645.33	\$ 103,956.09	\$ 111,941.43	\$ 120,497.19	\$ 124,301.97	\$ 128,320.34	\$ 132,565.56	\$ 137,051.81	\$ 141,794.24	\$ 146,809.01
EBITDA	\$ 88,306.53	\$ 108,847.74	\$ 131,262.96	\$ 153,107.75	\$ 149,302.96	\$ 145,284.60	\$ 141,039.37	\$ 136,553.12	\$ 131,810.70	\$ 126,795.93
Depreciación	\$ 10,490.00	\$ 10,990.00	\$ 11,490.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00
AMORTIZACION										
Utilidad operacional	\$ 77,816.53	\$ 97,857.74	\$ 119,772.96	\$ 141,117.75	\$ 137,312.96	\$ 133,294.60	\$ 129,049.37	\$ 124,563.12	\$ 119,820.70	\$ 114,805.93
Gastos financieros	\$ 19,229.44	\$ 19,229.44	\$ 19,229.44	\$ 16,825.76	\$ 14,422.08	\$ 12,018.40	\$ 9,614.72	\$ 7,211.04	\$ 4,807.36	\$ 2,403.68
Otros Ingresos y gastos										\$ 42,000.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 58,587.10	\$ 78,628.31	\$ 100,543.52	\$ 124,291.99	\$ 122,890.88	\$ 121,276.20	\$ 119,434.66	\$ 117,352.08	\$ 115,013.34	\$ 154,402.25
15% Participación trabajadores	\$ 8,788.06	\$ 11,794.25	\$ 15,081.53	\$ 18,643.80	\$ 18,433.63	\$ 18,191.43	\$ 17,915.20	\$ 17,602.81	\$ 17,252.00	\$ 23,160.34
22% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22,678.65	\$ 22,334.28	\$ 21,944.84	\$ 21,507.49	\$ 28,873.22
UTILIDAD NETA	\$ 49,799.03	\$ 66,834.06	\$ 85,461.99	\$ 105,648.19	\$ 104,457.25	\$ 80,406.12	\$ 79,185.18	\$ 77,804.43	\$ 76,253.84	\$ 102,368.69

HOSTAL CAFE LA RUEDA

FLUJO DE CAJA

AÑOS	0	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Utilidad Neta		49,799	66,834	85,462	105,648	104,457	80,406	79,185	77,804	76,254	102,369
Depreciación		10,490	10,990	11,490	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990
Inversión Inicial	(238,875)										
Cosntrucción nuevas habitaciones			(10,000)	(10,000)	(10,000)						
Pago de capital		-	-	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)	(20,902)
Flujo de caja neto	(238,875)	60,289	67,824	66,050	86,737	95,546	71,495	70,274	68,893	67,342	93,457

TMAR	12.55%
TIR	27.27%
VAN	\$ 166,051
TRI (tiempo recuperacion inversion)	3.52 años

Anexo # 12

ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO

HOSTAL CAFE LA RUEDA

ESTADO DE RESULTADOS

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Servicios de Hospedaje	\$ 142,953.36	\$ 166,778.92	\$ 190,604.48	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04	\$ 214,430.04
Servicios Caterin y Bar	\$ 39,998.50	\$ 46,024.92	\$ 52,599.90	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89	\$ 59,174.89
Total Ingresos	\$ 182,951.86	\$ 212,803.84	\$ 243,204.38	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93	\$ 273,604.93
EGRESOS										
Costos Fijos	\$ 67,937.31	\$ 71,418.10	\$ 73,149.79	\$ 75,003.68	\$ 76,988.72	\$ 79,114.56	\$ 81,391.55	\$ 83,830.84	\$ 86,444.42	\$ 89,245.20
Costos Variables	\$ 26,708.01	\$ 32,537.99	\$ 38,791.64	\$ 45,493.51	\$ 47,313.25	\$ 49,205.78	\$ 51,174.01	\$ 53,230.97	\$ 55,349.81	\$ 57,563.80
Total egresos	\$ 94,645.33	\$ 103,956.09	\$ 111,941.43	\$ 120,497.19	\$ 124,301.97	\$ 128,320.34	\$ 132,565.56	\$ 137,051.81	\$ 141,794.24	\$ 146,809.01
EBITDA	\$ 88,306.53	\$ 108,847.74	\$ 131,262.96	\$ 153,107.75	\$ 149,302.96	\$ 145,284.60	\$ 141,039.37	\$ 136,553.12	\$ 131,810.70	\$ 126,795.93
Depreciación	\$ 10,490.00	\$ 10,990.00	\$ 11,490.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00	\$ 11,990.00
AMORTIZACION										
Utilidad operacional	\$ 77,816.53	\$ 97,857.74	\$ 119,772.96	\$ 141,117.75	\$ 137,312.96	\$ 133,294.60	\$ 129,049.37	\$ 124,563.12	\$ 119,820.70	\$ 114,805.93
Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos y gastos										\$ 42,000.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 77,816.53	\$ 97,857.74	\$ 119,772.96	\$ 141,117.75	\$ 137,312.96	\$ 133,294.60	\$ 129,049.37	\$ 124,563.12	\$ 119,820.70	\$ 156,805.93
15% Participación trabajadores	\$ 11,672.48	\$ 14,678.66	\$ 17,965.94	\$ 21,167.66	\$ 20,596.94	\$ 19,994.19	\$ 19,357.41	\$ 18,684.47	\$ 17,973.10	\$ 23,520.89
22% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,926.09	\$ 24,132.23	\$ 23,293.30	\$ 22,406.47	\$ 29,322.71
UTILIDAD NETA	\$ 66,144.05	\$ 83,179.08	\$ 101,807.02	\$ 119,950.08	\$ 116,716.02	\$ 88,374.32	\$ 85,559.74	\$ 82,585.35	\$ 79,441.12	\$ 103,962.33

HOSTAL CAFE LA RUEDA

FLUJO DE CAJA

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Utilidad Neta	66,144	83,179	101,807	119,950	116,716	88,374	85,560	82,585	79,441	103,962
Depreciación	10,490	10,990	11,490	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990	11,990
Inversión Inicial	(238,875)									
Cosntrucción nuevas habitaciones		(10,000)	(10,000)	(10,000)						
Pago de capital										
Flujo de caja neto	(238,875)	76,634	84,169	103,297	121,940	128,706	100,364	97,550	94,575	115,952

TMAR	12.55%
TIR	38.19%
VAN	\$ 311,208
TRI (tiempo recuperacion inversion)	2.76 años

Anexo # 13

Código Producción capítulo 1 Art. 24 punto 2 sectoriales.

Código de la Producción

según corresponda.

e. Libre remisión de los recursos que se obtengan por la liquidación total o parcial de las empresas en las que se haya realizado la inversión extranjera registrada, o por la venta de las acciones, participaciones o derechos adquiridos en razón de la inversión efectuada, una vez cumplidas las obligaciones tributarias y otras responsabilidades del caso, conforme lo establecido en las normas legales;

f. Libertad para adquirir, transferir o enajenar acciones, participaciones o derechos de propiedad sobre su inversión a terceros, en el país o en el extranjero, cumpliendo las formalidades previstas por la ley;

g. Libre acceso al sistema financiero nacional y al mercado de valores para obtener recursos financieros de corto, mediano y largo plazos;

h. Libre acceso a los mecanismos de promoción, asistencia técnica, cooperación, tecnología y otros equivalentes; e

i. Acceso a los demás beneficios generales e incentivos previstos en este Código, otras leyes y normativa aplicable.

Art. 20.- Régimen Tributario.- En materia impositiva, las inversiones nacionales y extranjeras estarán sujetas al mismo Régimen Tributario, con las excepciones previstas en este Código.

Art. 21.- Normas obligatorias.- Los inversionistas nacionales y extranjeros y sus inversiones están sujetos, de forma general, a la observancia y fiel cumplimiento de las leyes del país, y en especial, de las relativas a los aspectos laborales, ambientales, tributarios y de seguridad social vigentes.

TÍTULO II

Del Desarrollo Productivo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria

Art. 22.- Medidas específicas.- El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica

que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia.

Adicionalmente, para fomentar y fortalecer la economía popular, solidaria y comunitaria, el Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones:

a) Elaborar programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, en el marco del Estado Intercomunal y Plurinacional, garantizando los derechos de las personas, colectividades y la naturaleza;

b) Apoyar y consolidar el modelo socio productivo comunitario para lo cual elaborará programas y proyectos con financiamiento público para: recuperación, apoyo y transferencia tecnológica, investigación, capacitación y mecanismos de comercialización y de compras públicas, entre otros;

c) Promover la igualdad de oportunidades a través de la concesión de beneficios, incentivos y medios de producción;

d) Promover la seguridad alimentaria a través de mecanismos preferenciales de financiamiento de las micro, pequeña, mediana y gran empresa de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias;

e) Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.

Los ministerios del ramo o secretarías nacionales que tengan como competencia el fomento de la economía popular, solidaria y comunitaria, presentarán al término del ejercicio económico anual, al ministerio que preside el Consejo Sectorial de la Producción, reportes sobre los recursos invertidos en programas de generación de capacidades, innovación, emprendimientos, tecnología, mejora de productividad, asociatividad, fomento y promoción de oferta exportable, comercialización, entre otros, con el objeto de potenciar este sector de la economía.

TÍTULO III

De los Incentivos para el Desarrollo Productivo

Capítulo I

Normas generales sobre Incentivos y Estímulos de Desarrollo Económico

Art. 23.- De los Incentivos.- Los incentivos de orden tributario que reconoce esta normativa se incorporan como rebajas a las normas tributarias pertinentes, como consta en las disposiciones reformatorias al final de este Código.

Art. 24.- Clasificación de los incentivos.- Los incentivos fiscales que se establecen en este código son de tres clases:

1. Generales: De aplicación para las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional.

Consisten en los siguientes:

a. La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta;

b. Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial, siempre y cuando dichas zonas cumplan con los criterios para su conformación;

c. Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente;

d. Los beneficios para la apertura del capital social de las empresas a favor de sus trabajadores;

e. Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior;

f. La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno;

g. La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo;

h. La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva;

e,

i. La rebaja al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

2. Sectoriales y para el desarrollo regional equitativo: Para los sectores que contribuyan al cambio matriz energética, a la sustitución estratégica importaciones, al fomento de las exportaciones, así como para el desarrollo rural de todo el país y las zonas urbanas según se especifican en la disposición reformatoria segunda (2.2), se reconoce la exoneración total del impuesto a la renta por cinco años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores.

3. Para zonas deprimidas: Además de que las inversiones podrán beneficiarse de los incentivos generales y sectoriales antes descritos, en estas zonas se priorizará la nueva inversión otorgando un beneficio fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años.

Art. 25.- Del contenido de los contratos de inversión.- Por iniciativa del inversionista, podrá suscribir contratos de inversión los mismos que se celebrarán mediante escritura pública, la que se hará constar el tratamiento que se otorga a la inversión bajo el ámbito de este código y su Reglamento.

Los contratos de inversión podrán otorgar estabilidad sobre los incentivos tributarios, el tiempo de vigencia de los contratos, de acuerdo a las prerrogativas de este Código. De igual manera detallarán los mecanismos de supervisión, regulación para el cumplimiento de los parámetros de inversión previstos en cada proyecto. El Consejo Sectorial de la Producción establecerá parámetros que deberán cumplir las inversiones que soliciten someterse a este régimen.

Art. 26.- De la Vigencia.- Los contratos de inversión tendrán una vigencia de hasta quince (15) años a partir de la fecha de su celebración y su vigencia no limitará la potestad del Estado de ejercer control y regulación a través de los organismos competentes.

A petición del inversionista, y siempre que el Consejo Sectorial de la Producción lo considere pertinente, según el tipo de inversión que se ejecute,

Anexo # 14

Decreto ejecutivo # 757 Inversiones y fomento productivo (Capítulo II Incentivos sectoriales, artículo 17, literal F), Emitido el 06 de mayo del 2011.

N° 757

RAFAEL CORREA DELGADO**PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA**

plástico, pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta y masillas, cubiertas y cámaras de caucho; recauchado y renovación de cubiertas de caucho y otros productos de caucho; fertilizantes amoniacal y urea y productos biodegradables. Así también incluye las nuevas actividades de comercialización y logística de valor agregado que reducen los costos entre los productores y el consumidor final.

E.- FARMACEUTICA.- Este sector comprende al desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo de ingredientes activos para la industria farmacéutica y procesos de manufactura de medicamentos. Las principales industrias a desarrollar dentro de la rama de farmacéutica son la fabricación de productos farmacéuticos para uso humano, sean genéricos o de marca registrada, fabricación de productos farmacéuticos para uso veterinario, sean genéricos o de marca registrada y la fabricación de sustancias químicas utilizadas en la fabricación de productos farmacéuticos. Así también incluye las nuevas actividades de comercialización y logística de valor agregado que reducen los costos entre los productores y el consumidor final.

F.- TURISMO.- El sector de turismo integra a todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. Para efectos de los beneficios de este Código se incluyen las actividades de alojamiento; servicio de alimentos y bebidas; y, los de transportación turística, inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito. Así también incluye las nuevas actividades de comercialización y logística de valor agregado que reducen los costos entre los productores y el consumidor final.

G.- ENERGÍAS RENOVABLES INCLUIDA LA BIOENERGÍA O ENERGÍA A PARTIR DE BIOMASA.- Integra a las actividades asociadas con la energía cuya fuente reside en fenómenos de la naturaleza, procesos o materiales susceptibles de ser transformados en energía aprovechable por la humanidad que se regeneran naturalmente, por lo que se encuentran disponibles de forma continua o periódica, tales como: Sol (energía solar), Viento (energía eólica), Ríos y Corrientes de Agua Dulce (energía hidroeléctrica de hasta 50 MW), Mares y Océanos (energía mareomotriz), Calor de la Tierra (energía geotérmica). Se incluye producción de biomasa a partir del establecimiento de plantaciones para producción de energía y el fomento a la producción de biocombustibles. Así también incluye las nuevas actividades de comercialización y logística de valor agregado que reducen los costos entre los productores y el consumidor final.