ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de Grado: "PLAN DE DESARROLLO PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN BALSAPAMBA".

Previo a la obtención del título de Economistas con mención en Gestión Empresarial – Especialización Finanzas Y Marketing

AUTORES:

CINDY SALTOS ALMEIDA
ANDRÉS FANTONI VELASCO
MARLON AGUIRRE GUIZADO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2005

A MI HIJA POR QUE ELLA ME HA DADO LA FUERZA PARA SEGUIR ADELANTE; ES UN IMPULSO PARA MI REALIZACIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL Y POR QUIEN LUCHARE TODA MI VIDA. MI MAMI Y MI PAPI MIS AMIGOS INCONDICIONALES, QUIENES NUNCA ME FALLARON Y SE QUE NUNCA LO HARAN, OJALÁ ME ALCANCE LA VIDA PARA RETRIBUIRLES TODO LO QUE HAN HECHO POR MÍ. A MI HERMANA POR TODO EL EJEMPLO QUE ME HA BRINDADO TODA LA VIDA Y MI HERMANO POR DEMOSTRARME SU AMOR Y APOYARME EN LOS PEORES MOMENTOS DE MI VIDA. A MI ESPOSO POR ENSEÑARME A ENFRENTAR LA VIDA CON VALOR, Y ESTAR SIEMPRE AHÍ CUANDO LO NECESITO. A TODOS MIS PROFESORES PORQUE TUVE LA OPORTUNIDAD DE APRENDER SUS ENSEÑANZAS QUE PERDURARÁN EN MI TODA LA VIDA. A MIS AMIGOS ESAS PERSONAS ESPECIALES QUE LA VIDA ME HA REGALADO Y CON QUIENES HE APRENDIDO COSAS QUE NO OLVIDARÉ.

Cindy Viviana Saltos Almeida

En primer lugar quiero agradecer a Dios, por todo lo que me ha dado en esta vida.... a mis queridos padres que los amo con todo mi corazón por que siempre están para mi en la buenas y las malas. Unas de sus mayores virtudes es el perdón y la gran generosidad que poseen hacia el prójimo… para ellos es todo mi esfuerzo y sacrificio… . Y quiero que sepan que siempre voy a cuidar de ellos… . Los amo con mi vida… .Y con un amor muy especial a alguien que siempre estuvo a mi lado.

Andrés Fernando Fantoni Velasco

Quiero agradecer al señor por todo: Por mi hija que me llena de amor y de fuerza para seguir luchando y llegar a mis objetivos y metas que me hizo ver la vida de otra perspectiva, Por mi esposa que es un ejemplo de madre y de compañera, es un orgullo tenerla a mi lado, a mis padres que siempre me brindaron su apoyo y han estado cuando mas los necesite, a mis hermanitas que me demostraron su gran amor. Por todo esto, les dedico con todo amor este gran esfuerzo……… ..

Marlon Eduardo Aguirre Guizado

A NUESTRO AMIGO SAMUEL POR MARCAR NUESTRA VIDA DE ALGUNA MANERA, Y A QUIEN LLEVAREMOS POR SIEMPRE EN NUESTRO CORAZÓN.

Cindy Viviana Saltos Almeida

Andrés Fernando Fantoni Velasco

Marlon Eduardo Aguirre Guizado

Agradecemos a Dios por ser el guía

De nuestras vidas, y por habernos

Guiado durante el tiempo que le hemos

Dedicado a este proyecto, a nuestro

Director de tesis por darnos todo su apoyo

………………………………………………….

DECLARACIÓN EXPRESA

El contenido de esta tesis es responsabilidad de los autores y su propiedad intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica del Litoral

---

Cindy Viviana Saltos Almeida

Andrés Fernando Fantoni Velasco

Marlon Eduardo Aguirre Guizado

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

MSd. Oscar Mendoza Macías

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Jorge Luís Miranda

Director de Tesis

Econ. Maria Elena Romero

Vocal

Ing. Maria Elena Murrieta

Vocal

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 9

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

El siguiente proyecto es para demostrar cómo el turismo en Ecuador ayuda a desarrollarse social y económicamente ya que crea plazas de trabajo, y una mayor atracción de turistas extranjeros a nuestro país.

Este estudio realizado a continuación puede demostrarnos que tan factible o viable resultará implementar este tipo de ecoturismo que dará buena imagen del país ante los demás países del mundo.

Por su ubicación estratégica se pueden ofrecer excelentes servicios y entretenimiento. Compartiendo de una manera cercana la naturaleza.

El siguiente plan de desarrollo va dirigido a personas del nivel medio, medio alto, ya que la infraestructura de nuestro proyecto está diseñado para cumplir con todas las necesidades que el cliente requiere.

Se realiza una encuesta en la cual podremos tener una mayor información sobre los gustos y preferencias del turista, esto nos permite tener una mejor perspectiva de las necesidades básicas que pide el turista.

Con la creación de la hostería queremos captar una mayor demanda y satisfacción por parte de los turistas extranjeros, siendo esto nuestro principal objetivo.

Queremos llegar a la mente del cliente teniendo un nombre y un logo que nos identifique con calidad, prestigio e imagen.

CAPÍTULO 1

INFORMACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ECUADOR Y SU DESARROLLO EN BALSAPAMBA.

1.1 Importancia del turismo en Ecuador.

El turismo constituye una fuente muy importante que genera ingresos al país y ofertas de trabajo para los individuos de éste.

En Ecuador podemos observar que la situación económica y social no es muy buena. La realidad de nuestro país es que sus individuos son muy resignados, por tal motivo es que el desempleo está creciendo todos los días cada vez más. Así que es necesario hacer algo ahora, porque el país está en una situación de emergencia. Por esto nosotros necesitamos aumentar más lugares turísticos para promover la economía de nuestro país ya que es una de las fuentes donde nosotros podemos aportar para mejorar la situación. El turismo en Ecuador todavía se ve en un segundo piso y no tiene la importancia que debe tener. Nosotros necesitamos reflexionar sobre esto, porque el turismo puede ser lo primordial en Ecuador.

GRAFICO 1

Fuente: Google.com

El turismo es una industria donde siempre existe una relación entre los ciudadanos y extranjeros y sigue una serie de reglas para eso, así que esta relación podría desarrollarse de la mejor manera como posible.

En conclusión, promover el turismo está en nuestras manos. Nosotros tenemos todo lo que fundamentalmente necesitamos como la biodiversidad, parques, reservas naturales, etc.; sin embargo nosotros tenemos todo lo que se requiere para empezar una necesidad turística.

Entonces debemos proponernos mejorar el turismo en nuestro país. Nosotros tenemos que empujar a nuestro gobierno para darle más importancia al turismo que es una fuente indispensable para el desarrollo socio económico. Pero lo más importante es que debemos estar conscientes de lo que tenemos.

Conociendo a nuestro país, podemos transmitir nuestra imagen a otros países y así conseguir que más turistas visiten los alrededores del Ecuador.

1.2 Características principales de Balsapamba.

1.2.1 Identificación geográfica.

Se encuentra localizado en las estribaciones occidentales de la cordillera de los andes, hacia el centro, en el callejón interandino, sus límites son: al norte con Cotopaxi, al sur, con Guayas y Chimborazo, al este con Tungurahua y Chimborazo y al oeste con Los Ríos.

Balsapamba es un sitio que da sensación de tranquilidad y en el cual se puede descansar, pero principalmente se ha desarrollado en una actividad turística consecuente y que ha crecido significativamente al pasar de los años.

Balsapamba pertenece a la provincia de Bolívar, es un cañón andino dando paso a la serranía ecuatoriana, ubicado a 106 Km. de la ciudad de Guayaquil, y a 331 km. de la ciudad de Quito, quedando geográficamente ubicado en el centro del país, posee un clima exclusivamente maravilloso, su temperatura oscila entre los 24º como máximo y 17º como mínimo.

1.2.2 Ubicación Geográfica de Provincia de Bolívar

GRÁFICO 2

Mapa de Bolívar, Ecuador

Capital de Provincia

Carretera

Ciudades

Fuentes: www.google.com

1.2.2 Temporadas altas y bajas del turismo.

Balsapamba cuenta con temporadas altas y bajas; donde se presentan solo dos estaciones en el año; invierno y verano, dado los gustos y preferencias de los turistas se puede visitar éste lugar.

Temporadas altas:

Aún así; siendo la entrada a la serranía ecuatoriana, en este lugar se sigue el régimen escolar, establecido como en la costa; tales como:

- Enero,
- Febrero (con el carnaval Balsapambeño),
- Marzo (Semana Santa);

Contando también con sus días de feriados en los meses de:

- Julio,
- Agosto; Se celebran las fiestas del lugar (Fiesta de la Naranja)

- Octubre,
- Noviembre (Día de Difuntos),
- Diciembre (Navidad y Año Nuevo)

GRAFICO 3

Fuente: Google.com

Temporadas Bajas:

En esta temporada las escuelas y colegios empiezan su jornada; entonces se reduce la fluencia de turistas; pero se trata de que exista un atractivo paquete turístico para los fines de semana.

Entre estos constan los meses de:

- Abril, (Debido al inicio de clases).

- Mayo,
- Junio,
- Septiembre.

En cuanto a los turistas extranjeros; ellos arriban en diferentes meses del año; para lo cual existe el convenio con las diversas agencias de viajes a través de las cuales ofreceremos atractivos paquetes turísticos para cualquier época del año.

Como nos podemos dar cuenta las estadística a través de los años nos demuestran que la afluencia de turistas extranjeros en el Ecuador va creciendo con el pasar de los años.

ARRIBO DE TURISTAS EXTRANJEROS	AÑOS				
	2000	2001	2002	2003	2004
	120545	127240	140281	143117	166655

Fuente: Jefatura Provincial de Migración del Guayas

Elaborado: Ministerio de turismo

GRÁFICO 4

Elaboración: Los Autores

CAPÍTULO 2

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

- **Afiliación definitiva.**

- Solicitud debidamente llena.

- Copias de la escritura de constitución, aprobada por la superintendencia de compañías e inscrita en el Registro Mercantil.

- Copias de los nombramientos de los representantes legales, inscritos en el registro mercantil.

- Copia del Registro único de contribuyentes del establecimiento.

- Copia de cédula de identidad de los representantes legales.

REQUISITOS GENERALES:

1. Previo a la afiliación del CAPTUR GUAYAS, se deben solicitar en la subsecretaria de Turismo, EL REGISTRO DE TURISMO Y LA RESPECTIVA PLANTILLA DE INSPECCIÓN TURÍSTICA.

2. Posterior a la afiliación a la Captur Guayas, se debe concluir el trámite en la subsecretaria de Turismo y obtener la licencia única de Funcionamiento en el municipio de Guayaquil.

3. Una vez obtenidos los dos requisitos anteriores, deberá entregar la copia del Registro y del pago de la Tasa por la Licencia Única de funcionamiento en la Captur Guayas.

2.2 REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.

2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.

3. Copia del Registro único de contribuyentes (RUC.)

4. Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural Ecuatoriana o Extranjera.

5. Copia de la papeleta de votación en el caso de ser persona ecuatoriana, y en el caso de ser persona extranjera traer el Censo.

6. Fotocopia del contrato de compra – venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL**

7. Certificado, de búsqueda de nombre comercial, marca de productos, marca de servicio y en trámite, emitido por el instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social, Nombre comercial del

8. Establecimiento. Av. República y Av. Diego de Almagro (Edif. FORUM primer piso).

9. Formulario de la declaración juramentada.

10 .Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

11. Lista de precios de los servicios ofertados (original y copias).

2.3. SOLICITUD DE REGISTRO

Guayaquil, Agosto del 2005

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

Razón Social (Persona Jurídica) ....

Nombre del establecimiento: ....

Ubicación del establecimiento: ....

Provincia ……………………………………………………

Cantón ……………………………………………………

Ciudad ……………………………………………………

Calle …………………………………………No. ……………………………………………………….

Transversal

…………………………………………..Sector………..………………………………….

Teléfono… ……………………………………………………………

Fecha de Constitución: ....

Fecha de inicio de operaciones: ....

Registro único de contribuyentes:..

Número de Cédula …………………………………………........

Monto de inversión: ....

Número de empleados: ....

Número de mesas:...

Número de plazas ....

Número de habitaciones:..

Número de plazas ....

Observaciones...

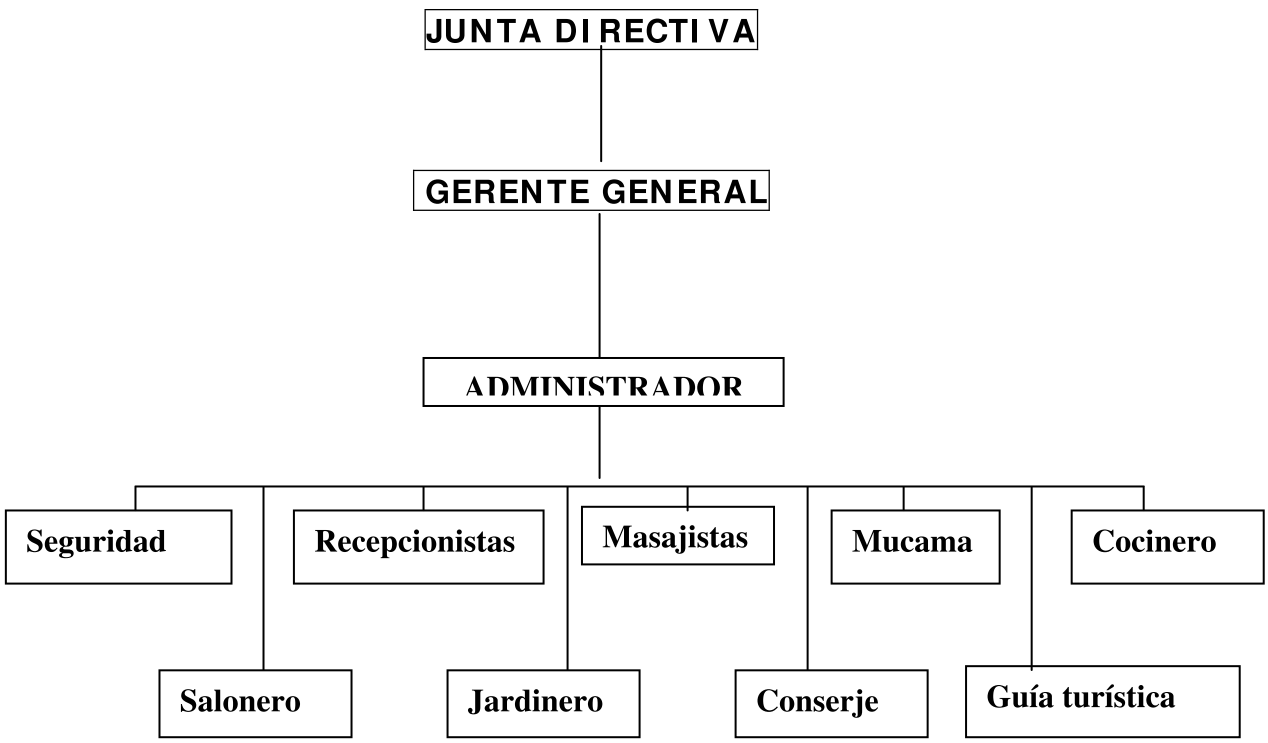
....

....

2.4 Organigrama de la empresa

<u>HOSTERÍA SPA & RESORT</u>

<u>CRISTAL DREAMS</u>



JUNTA DE ACCIONISTAS

Será el máximo organismo de la empresa y se encargará de realizar el plan de trabajo; establecer y emitir las políticas internas de la empresa y por último velar por el desarrollo y la buena marcha de la empresa.

GERENTE GENERAL

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

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

Dirigir y supervisar las actividades de la empresa coordinando y controlando el funcionamiento administrativo de los distintos departamentos.

Vigilar la administración de la empresa y dar cuenta de ello al directorio.

Resolver en primera y segunda instancia, según el caso, los reclamos que se presentaren.

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

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

ADMINISTRADOR CONTABLE

El administrador será responsable por las actividades de programación, ejecución, control y liquidación de las cuentas generales de la empresa, Además de las adquisiciones, almacenaje, custodia y distribución de bienes muebles y de la administración de las propiedades de la Hostería.
El administrador debe también tomar en cuenta la parte contable de ésta y su función es llevar un registro financiero, preparación de presupuestos y gastos, etc.

- Saloneros: Se encargaran de servir al cliente en el restaurante y en la peña disco.
- Masajistas: Realizarán los masajes a los clientes respectivos.

- Recepcionista: Se encontrará en la recepción para hacer las reservaciones respectivas.

- Guías turísticos: Se encargarán de enseñar el lugar, sus esparcimientos.

- Cocineros: prepararán los alimentos en un ambiente limpio, y despejado.

- Jardineros: regaran diariamente las áreas verdes, para conservar su buen estado.

- Mucamas: Realizarán la limpieza diaria de los dormitorios, y el lavado de sus respectivas, sábanas, toallas, etc.

- Guardias: La hostería constará de seguridad para: puertas principales y comedor; garaje, piscina; Peña-Disco, río y cascada. Para mantener un mejor control.

- Conserjes: Se necesitará personal para la limpieza de la hostería; ya sea interna o externa, para mantenerla en perfecto estado.

CAPÍTULO 3

PLAN DE MARKETING

Se debe llevar a cabo un estudio realizando investigaciones y verificando el estado del mercado, la competencia y su respectiva mezcla de marketing, para que de esta manera se pueda tener éxito en este proyecto.

3.1 Misión

Crear y desarrollar una hostería de excelente servicio, calidad y comodidad, que brinde una completa atracción hacia el lugar por parte de los turistas que desean descansar, despejarse de la rutina y olvidarse del estrés.

3.2 Visión

Ser reconocidos tanto a nivel nacional como internacional como un lugar estratégicamente ubicado que goza de un excelente estado climático, benigno, y primaveral con espectaculares paisajes y características exóticas.

3.3 Nombre

El Nombre que se pondrá a la hostería llamará la atención del turista y hará que se diferencie de las demás hosterías, hoteles u hostales en calidad y status. De esta forma ayudará a que este servicio se posicione en la mente del cliente y atraerá una mayor cantidad de los mismos.

El nombre de la hostería será: **"CRISTAL DREAMS"**

3.4 Logotipo

Cristal Dreams

3.5 Descripción de problemas / oportunidades:

3.5.1 Análisis FODA

El siguiente análisis nos permite obtener una clara idea de todas las ventajas y desventajas que va a tener el proyecto.

FORTALEZAS:

- Ubicado en la frontera costa y sierra, gozando de un delicioso clima.
- Condiciones naturales y adecuadas para la infraestructura del proyecto.
- Goza de un exquisito clima, flora y fauna bien distribuida.
- Ubicado geográficamente en el centro del país, quedando a pocas horas de Guayaquil y Quito.

OPORTUNIDADES:

- Llegar a aquellos turistas insatisfechos del lugar y los demás lugares turísticos del país.

- Desarrollar centros de entretenimiento dentro de la hostería.
- Oportunidad de extendernos a nivel nacional, a las demás provincias del país; dependiendo siempre de la aceptación turística en esta provincia.

DEBILIDADES:

- Ausencia de alta tecnología.
- Lugar turístico aún poco conocido.

AMENAZAS:

- Presencia de competidores nuevos y existentes.
- Estrategias agresivas por partes de los competidores.

3.5.2 Matriz General Electric

El análisis de la cartera de negocios sirve para hacer lo más rentable posible el negocio, para esto se desecha los que tengan desempeño bajo y se conserven los que sobresalían y que hagan rentable el proyecto.
La mejor cartera de negocios es la que une las fuerzas y debilidades de la empresa, con las oportunidades del entorno.

Como primer paso tenemos: identificar los negocios claves y hacerlos una unidad estratégica de negocios, unidad independiente que tiene misión y objetivos.

Como segundo paso debe estar que tan atractivas son sus distintas UEN y decide que tanto apoyo merece cada una. El propósito está en encontrar nuestras fortalezas para aprovechar las oportunidades del entorno.

Estas son ventajas que no tiene nuestra competencia y la cual debemos invertir un poco más de lo normal.

Fortalezas; la cual debe existir mayor inversión:

- La ubicación es excelente, ya que es un ambiente silencioso,
- No tenemos competencia; ya que los hoteles, hostales u hosterías están enfocados al nivel socioeconómico medio bajo, bajo.
- El clima es subtropical, se goza de un delicioso clima entre los 17 grados y 24 grados.
- Estamos cerca de la naturaleza, ríos, cascadas ferruginosas y medicinales,
- Centros de entretenimiento como; piscina, rafting, paseos a caballo, cancha múltiple, gimnasio, spa, discoteca, restaurante, sala de eventos o convenciones, laguna para pesca y paseo en bote, sauna, transporte, paseos con guías turísticos, excelente seguridad.

3.6 Planteamiento de Objetivos:

3.6.1 Objetivos Generales

Desarrollar un plan para la creación de una hostería en Balsapamba que goce de todos los requerimientos del turista.

Para lograr este objetivo general realizamos investigación de mercado.

3.6.2. Objetivos Específicos

- ❖ Crear un conocimiento profundo de este lugar turístico que posee inmensas riquezas no vistas ni disfrutadas a su máxima expresión.

- ❖ Incrementar a largo plazo el nivel de turistas tanto nacional como internacionalmente.

- ❖ Determinar el perfíl de cada turista por medio de sus preferencias, gustos, personalidad.

- Mejorar los servicios turísticos que representa el país, así como sus actividades para lograr ingresos esperados, empleo y contribuir a los ingresos del estado.

- Establecer paquetes turísticos contratados por agencias nacionales e internacionales.

- Brindar el mejor servicio de seguridad en la hostería para comodidad y tranquilidad de los turistas.

3.7. Segmentación del Mercado

3.7.1. Estrategia de posicionamiento

El posicionamiento es muy importante a la hora de llevarlo al turismo masivo, porque debemos pensar en el impacto que va a llegar y se quedará impregnado en la mente del consumidor, con nombre, precio y calidad.

Esta estrategia de posicionamiento se hace por atributos y por imagen porque esta hostería ofrece beneficios e imagen al turista.

La declaración de posicionamiento tendrá 3 elementos básicos: el mercado de destino, el marco competitivo de referencia y el beneficio exclusivo.

Estos podrán considerarse de la siguiente manera:

Este servicio se dirige a todos los turistas que desean dejar el estrés, relajarse, descansar y pasar un momento ameno con sus amigos o seres queridos, conociendo lugares exóticos y probando la comida típica del lugar.

Vendemos nuestra imagen como hostería, también nuestro servicio de calidad, y personal capacitado, ofrecemos diferentes tipos de entretenimiento para la familia, salones de relajación, paseos por el lugar, etc.

Esta hostería queda ubicada en un lugar campestre, y tiene muchas ventajas y beneficios para el turista.
Por las siguientes razones se debería hospedar en este lugar:

Relajante: El turista tiene el placer de descansar alejándose del ruido, y acercándose a la naturaleza.

Comodidad: Nuestra hostería goza de gran comodidad.

Diversión: El turista tiene varias opciones de entretenimiento, piscina, lagos, paseo a caballo, juegos, relajación, peña- disco; etc.

3.7.2 Posicionamiento y Ventaja Diferencial

Con el objetivo de llegar a obtener un posicionamiento adecuado de la hostería en Balsapamba debemos considerar algunos factores principales como: calidad, productividad, comodidad, tranquilidad, y seguridad.

La calidad se la ve reflejada en la capacidad de la hostería; tales como cantidad, calidad de la infraestructura y los equipos correspondientes; en la tecnología operativa; como son los procesos y mano de obra; y en la eficiencia de los servicios.

La productividad hace referencia a la atención eficiente al turista así como también de una manera organizada que permita el mejoramiento continuo en los procesos.

Es importante que el turista se sienta en un ambiente cómodo para asegurar su satisfacción y un pronto retorno a la hostería, y lo más importante que se realice una buena comunicación al momento de informar a los demás lo que ésta brinda.

Gozar de tranquilidad es un factor fundamental, especialmente para personas que desean ir a descansar y dejar la rutina y el estrés.

La seguridad es un factor indispensable para el control de la hostería y que nuestros turistas se encuentren en las mejores condiciones de confiabilidad.

Nuestro slogan es “**Un paraíso para descansar**”

3.7.3 Selección de mercados Meta

Nuestros principales turistas son personas que les gusta conocer cosas exóticas, les encanta el riesgo, la aventura, y a su vez descansar, además que les encante explorar lugares nuevos y pocos conocidos.

En conclusión el mercado meta son los habitantes a nivel nacional y especialmente los extranjeros, de un rango de edad desde niños hasta personas de la tercera edad, de clase media – alta y alta.

3.8. Planteamiento de Estrategias (determinación de la estrategia global):

El punto estratégico consiste en que dentro del valor de la tarifa va a incluir para cada persona la ocupación libre de todas las instalaciones del lugar, incluyendo comida y esparcimientos. Nuestros clientes se van a diferenciar de clientes externos portando una pulsera en su mano derecha, de color verde oscuro y será cortada en el momento que se abandone el lugar.

Otra de nuestras estrategias es el rafting; un deporte que le gusta a muchos, por ser de riesgo y aventura y esto atraerá turistas, además porque es un deporte que no se encuentra comúnmente.

Además de esta estrategia que es la que nos ayudará a competir existe también dos tipos adicionales:

Estrategias de Cambio.- Es el resultado de la relación entre debilidades y amenazas. Es el punto más crítico, puesto que se conjugan las influencias negativas del exterior con las condiciones menos favorables de la empresa, lo que demanda que la organización ponga sus mayores esfuerzos, a fin de conseguir cambios sustanciales, tanto de las influencias externas como de las condiciones internas.

- Precios cómodos para el turista.
- Elaborar un buen programa publicitario.

Estrategia de Servicio

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y la gentileza demostrada con una palabra. En el mundo de los servicios, calidad no significa necesariamente lujo, ni algo inmejorable, un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas de un grupo seleccionado.

De modo en general, la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de adquirir algo. En todos los campos, desde el turismo a la electrónica, desde la banca hasta la industria automotriz, la competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad superior de servicio. Además en el caso de igualdad de precios, ¿Por qué debería el comprador decidirse por el producto que ofrece un menor servicio?

CAPÍTULO 4

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1 LA ENCUESTA Y SU ANÁLISIS

El esquema del proceso de investigación de mercados turísticos que se ha desarrollado es el siguiente:

1. Definición del Problema, "Rentabilidad de crear estratégicamente una hostería en Balsapamba"
2. Búsqueda de fuentes de información, "Turistas extranjeros".
3. Obtención de la información, "Realización de la encuesta".
4. Análisis de la información, "Tabulación de los datos obtenidos en las encuestas".
5. Presentación de los datos.

4.1.1 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

La Hostería, “cristal dreams”, para tener un mejor conocimiento de este tipo de actividad turística, ha realizado 400 entrevistas a individuos extranjeros que se encuentran gozando de la belleza ecuatoriana y que tienen la satisfacción de visitar los atractivos turísticos que posee este país.

Para la búsqueda de sólo turistas extranjeros se procedió a realizar una búsqueda donde existe aglomeración de éstos; tales como:

Aeropuerto Simón Bolívar, Barco Morgan en el malecón 2000, Centros comerciales (tanto en la ciudad de Guayaquil y Quito), Lugares turísticos tales como: Baños, cuenca y Las playas del país.

Tamaño de la Muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se selecciona la fórmula para una población infinita, pues los posibles clientes de esta hostería “CRISTAL DREAMS.”, son personas de todas las edades, habitantes Nacionales y Extranjeros, por lo que se hace difícil predecir el número exacto de turistas que visitarían este lugar.

P = 50% Proporción que la variable estudiada se de en la Población

Q = 50% Proporción que la variable estudiada no se de en la Población

e = 0.05 Error de Estimación

$$n = \frac{4PQ}{e^2}$$

$$n = \frac{4\ (0.5)\ (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 400$$

Por cuanto no se conoce la población exacta, se toma el valor para P y Q del 50%, es decir, igual porcentaje de la variable estudiada esta o no en la población, y un e de 0.05 (5%) que corresponde al margen de error de las personas que no contestaron con sinceridad las respuestas, y además porque la muestra no es tomada a todos los turistas que se encuentran en Ecuador.

A continuación se presenta el formato de la encuesta realizada:

ENCUESTA

EDAD **GÉNERO**

LUGAR DE ORIGEN

1.- ¿CUÁN A MENUDO VISITA UD. ESTE PAÍS?

1 VEZ AL AÑO ______

1 VEZ CADA DOS AÑOS ______

OTROS ______

2.- ¿CON QUÉ FINALIDAD VISITA UD. ECUADOR?

TRABAJO ______

TURISMO ______

OTROS ______

3.- ¿QUÉ REGIÓN DEL PAÍS UD. PREFIERE PARA VACACIONAR?

COSTA ______ SIERRA ______ ORIENTE ______

4.- ¿QUÉ CONTACTOS UD. REALIZA PARA CONTRATAR UN PAQUETE TURÍSTICO?

AGENCIAS DE VIAJE (LUGAR DE ORIGEN) ______

AGENCIAS DE VIAJE (LUGAR DE DESTINO) ______

NO CONTRATA PAQUETES EN AGENCIAS ______

REFERENCIAS AMISTADES O FAMILIARES ______

OTROS ______

5.- ¿QUÉ TIPO DE AMBIENTE UD. PREFIERE PARA HOSPEDARSE?

HOTEL ______

HOSTERÍA ______

HOSTALES ______

OTROS ______

6.- ¿VISITARÍA UD. UN LUGAR QUE CUMPLA CON LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS?

RELAJACIÓN

CAMPING

EXPEDICIONES ALREDEDOR DE LA ZONA

JUEGOS INFANTILES

PESCA

PEÑA DISCO

PASEOS A CABALLO

PISCINA HIDROMASAJES

CASCADA

RAFTING

SI ______ NO ______

7.- ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD LE GUSTARÍA REALIZAR EN SU HOSPEDAJE?

ALTO RIESGO ______

AVENTURA ______

RELAJACIÓN ______

OTROS ______

8.- ¿DE QUÉ TIPOS DE SERVICIOS LE GUSTARÍA DISPONER EN EL LUGAR QUE DESEA HOSPEDARSE?

TRASLADO AEROPUERTO – HOSTERÍA ______

SPA –RELAJACIÓN ______

GUÍAS TURÍSTICAS ______

SALA DE CONVENCIONES ______

OTROS ______

9.- ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE TURÍSTICO DE 4 DÍAS Y 3 NOCHES POR PERSONA RECIBIENDO TODAS LAS CARACTERÍSTICAS ANTES MENCIONADAS?

$100 - $150 ______ $301 - $450 ______

$151 - $300 ______

10.- ¿POR QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN SE INFORMÓ SOBRE EL TURISMO DE ECUADOR?

SPOT PUBLICITARIO ______

INTERNET ______

REFERENCIAS FAMILIARES O AMISTADES ______

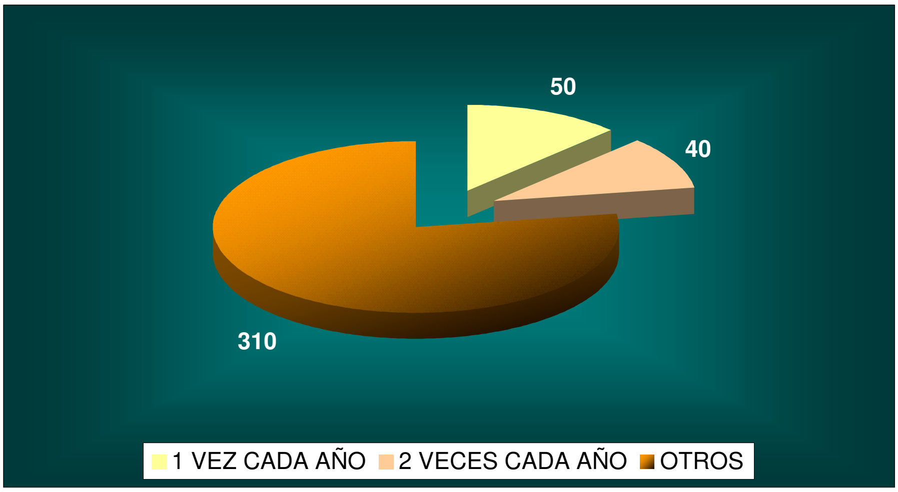
REFERENCIAS DE AGENCIAS DE VIAJE ______

4.1.2 RESULTADOS

1.- ¿CUÁN A MENUDO VISITA UD. ESTE PAÍS?

De las 400 personas encuestadas 50 dijeron que una solo una vez al año; 40 dijeron que una vez cada dos años, y 310 personas respondieron otras situaciones; las cuales pueden ser; por primera vez visitan Ecuador; o cada mes viajan por motivo de trabajo u otro, etc.

GRÁFICO 5



Elaboración: Los autores

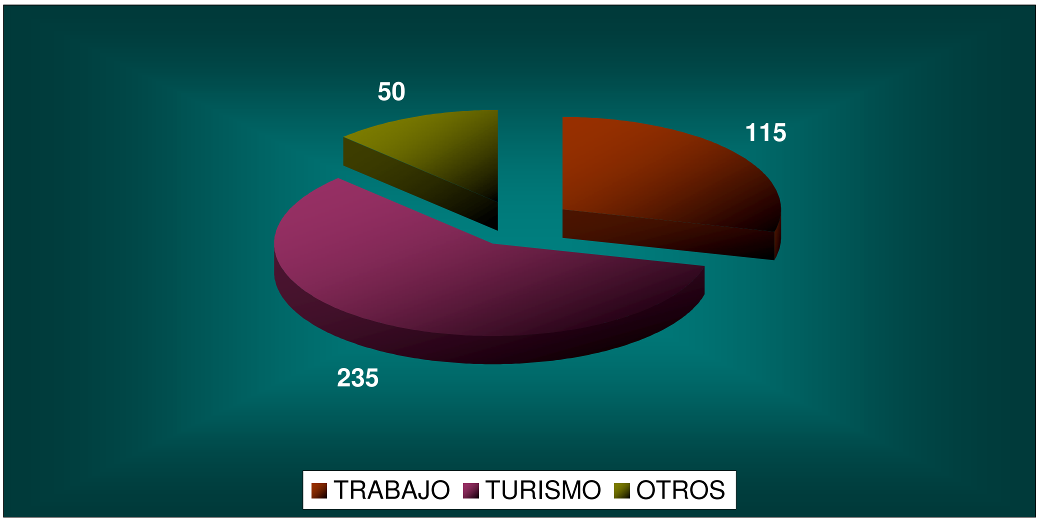
<u>CONCLUSIÓN:</u>

La mayoría de las personas encuestadas visitan Ecuador en diferentes épocas del año, mayor proporción es de la alternativa " otros" el cual nos explica que existen turistas que nos visitan más de una vez cada año, por diversas circunstancias o lo hacen por primera vez.

2.- ¿CON QUÉ FINALIDAD VISITA UD. ECUADOR?

De las 400 personas encuestadas; 235 contestaron que visitan este país por razones de turismo; 115 afirmaron que por cuestiones de trabajo; y sólo 50 respondieron que por otro motivo.

GRÁFICO 6



Elaboración: Los Autores

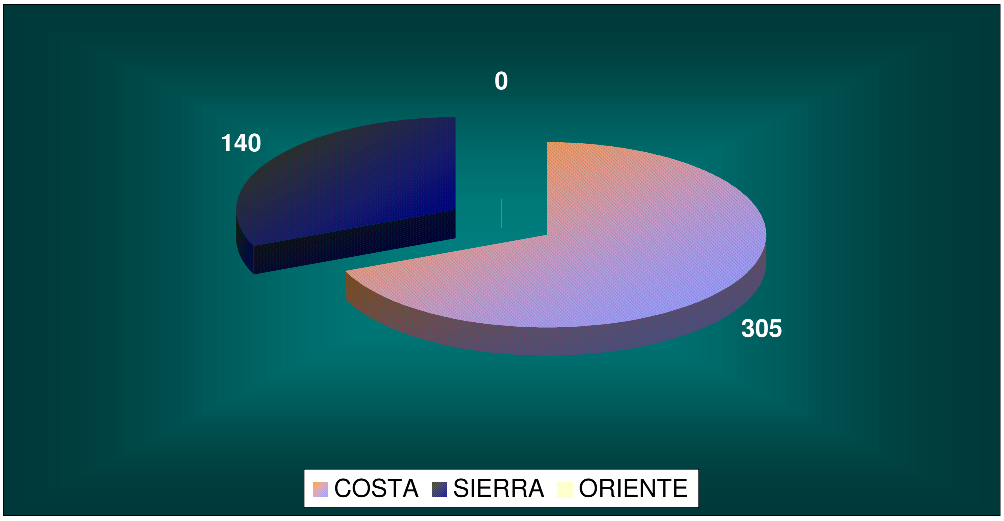
CONCLUSIÓN:

Con esto nos podemos dar cuenta que el mayor porcentaje de las personas encuestadas, son turistas y lo demás está entre trabajo y otros.

3.- ¿QUÉ REGIÓN DEL PAÍS UD. PREFIERE PARA VACACIONAR?

De las personas encuestadas; 305 afirmaron que les gusta vacacionar en la costa y 140 dijeron en la sierra, por lo tanto de estos encuestados a nadie le gusta visitar el oriente.

GRÁFICO 7



Elaboración: Los Autores

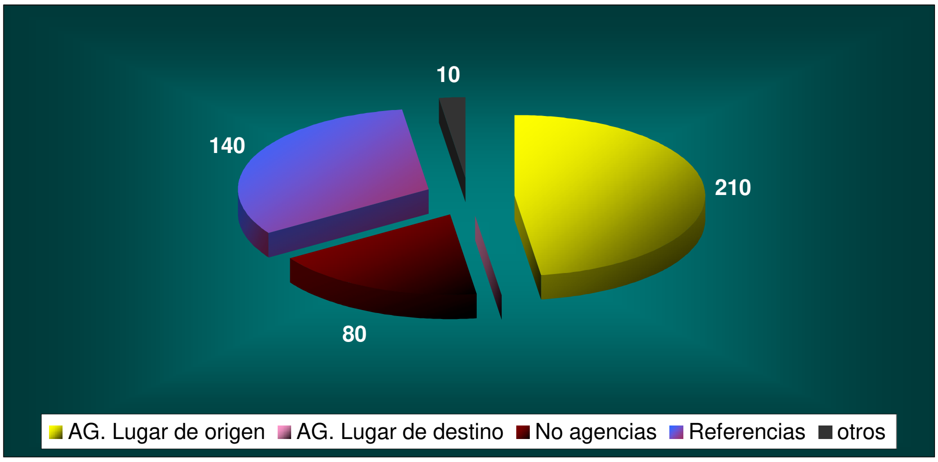
CONCLUSIÓN:

Es fácil concluir que la mayoría de los encuestados contestó vacacionar preferiblemente en la costa pero también existe una proporción para hacer turismo en la sierra pero no para el oriente.

4.- ¿QUÉ CONTACTOS UD. REALIZA PARA CONTRATAR UN PAQUETE TURÍSTICO?

Afirmaron 210 personas que averiguan paquetes turísticos desde su lugar de origen; 140 respondieron que por referencias familiares o quizás por amistades; 80 contestaron que no contratan paquetes turísticos en agencias; sólo 10 dijeron que por otros medios contratan un paquete turístico,

GRÁFICO 8



Elaboración: Los Autores

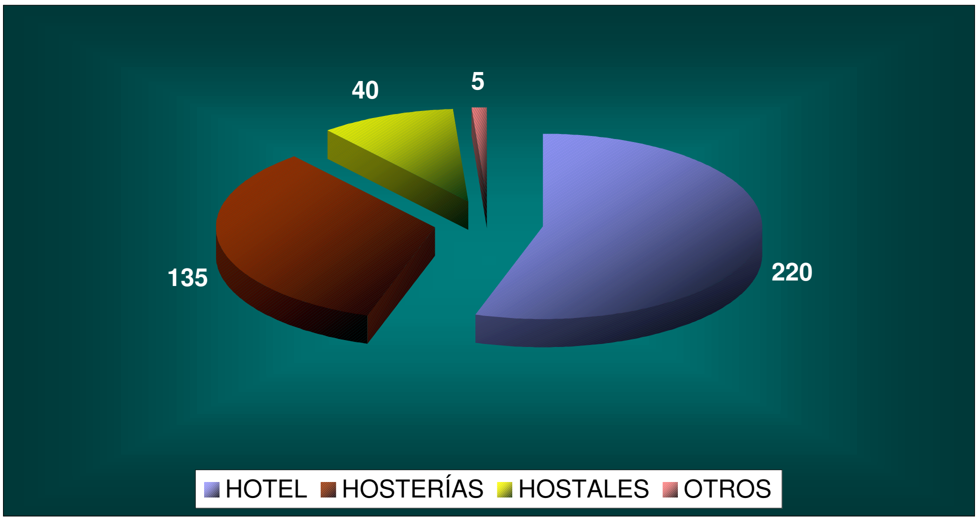
CONCLUSIÓN

La mayor proporción de turistas extranjeros se informan y contratan paquetes turísticos en agencias de viaje desde el lugar de origen, los de más tienen amigos o familia que han visitado y se informan por medio de ellos para referencias de las actividades turísticas que se pueden realizar.

5.- ¿QUÉ TIPO DE AMBIENTE UD. PREFIERE PARA HOSPEDARSE?

220 personas contestaron que en un hotel estarían bien; 135 afirmaron que se sentirían bien en una hostería, sólo 40 respondieron que en hostales; y 5 personas en otros; este puede ser por familia o amigos que ellos tengan, se pueden quedar en sus casas.

GRÁFICO 9



Elaboración: Los Autores

CONCLUSIÓN:

La mayor proporción de turistas encuestados prefieren hospedarse en hoteles, por diferentes aspectos, los demás prefieren entre hosterías, hostales y otros.

6.- ¿VISITARÍA UD. UN LUGAR QUE CUMPLA CON LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS?

RELAJACIÓN

CAMPING

EXPEDICIONES ALREDEDOR DE LA ZONA

JUEGOS INFANTILES

PESCA

PEÑA DISCO

PASEOS A CABALLO

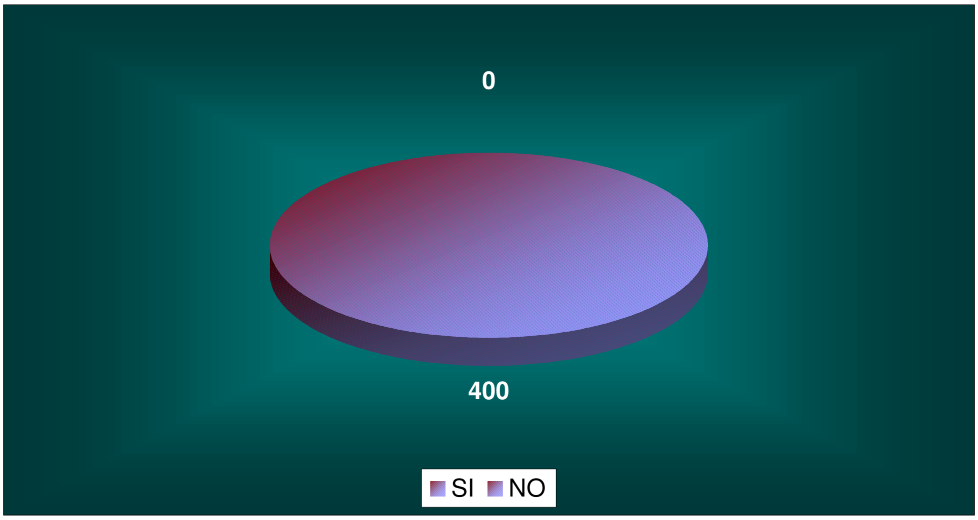
PISCINA HIDROMASAJES

CASCADA

RAFTING

Esta pregunta fue observada y analizada por los encuestados siendo su respuesta afirmativa para las 400 personas por encontrar buenas actividades en éste.

GRÁFICO 10



Elaboración: Los autores

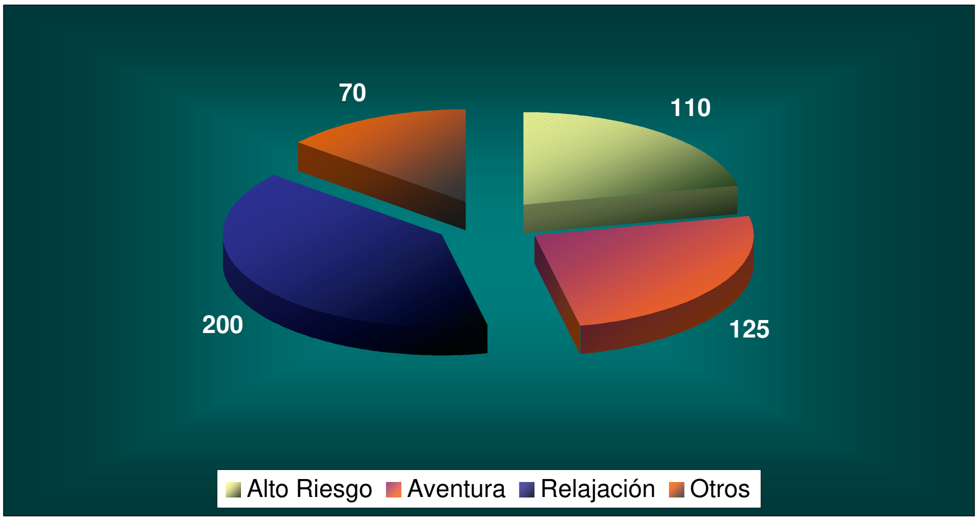
CONCLUSIÓN:

Todos los encuestados estuvieron de acuerdo con la elección de todas las características antes mencionadas.

7.- ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD LE GUSTARÍA REALIZAR EN SU HOSPEDAJE?

De los encuestados; 200 contestaron de relajación; 125 de aventura; 110 afirmaron que les gusta el alto riesgo; y 70 respondieron que les gustaría realizar otro tipo de actividad.

GRÁFICO 11



Elaboración: Los Autores

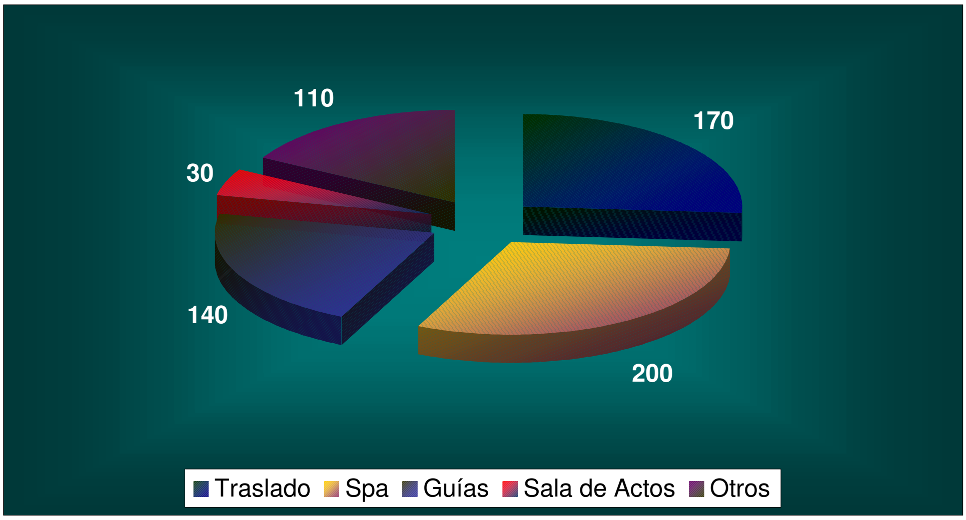
CONCLUSIÓN:

La actividad que prefirieron la mayoría de encuestados es de alto riesgo y aventura, pero no se queda atrás la relajación que los turistas necesitan después de un día de mucha actividad.

8.- ¿DE QUÉ TIPOS DE SERVICIOS LE GUSTARÍA DISPONER EN EL LUGAR QUE DESEA HOSPEDARSE?

De los 400 encuestados; 200 dijeron que un spa y relajación, 170 contestaron que traslado a la Hostería; 140 afirmaron que deberían existir guías turísticos, 110 dijeron que deberían ofrece otro tipo de servicios y 30 respondieron que una sala de actos o de convenciones.

GRÁFICO 12



Elaboración: Los Autores

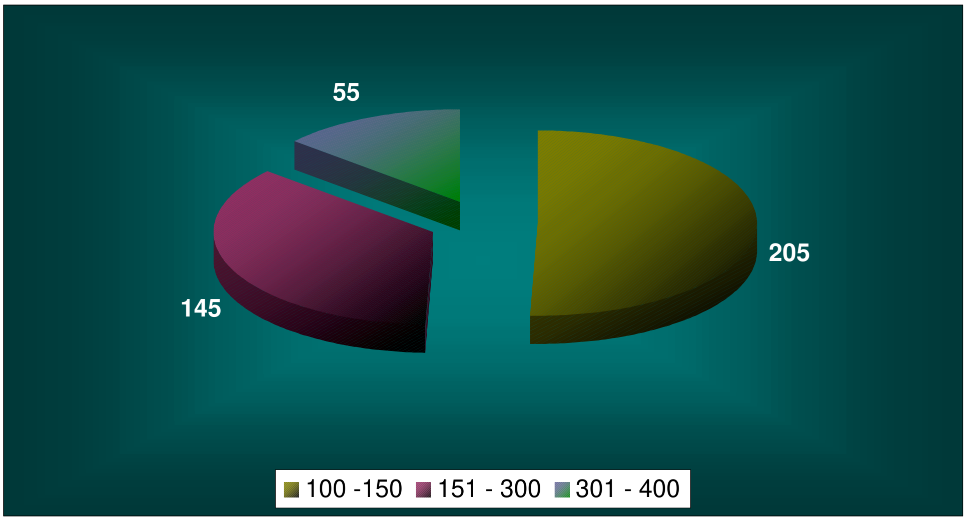
CONCLUSIÓN:

Entre los tipos de servicios que les gustaría adquirir y les llama la atención en una hostería el que más prefieren es el de spa y relajación seguido de traslado del aeropuerto a hostería, guías turísticos, sala de actos y otros.

9.- ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE TURÍSTICO DE 4 DÍAS Y 3 NOCHES POR PERSONA RECIBIENDO TODAS LAS CARACTERÍSTICAS ANTES MENCIONADAS?

Del total de encuestados; 205 dijeron que entre 100 y 150 dólares sería un buen precio para recibir estos tipos de servicios en una hostería; 145 respondieron de 151 - 300 dólares; y 55 contestaron que sería bueno de 301 – 400 dólares.

GRÁFICO 13



Elaboración: Los Autores

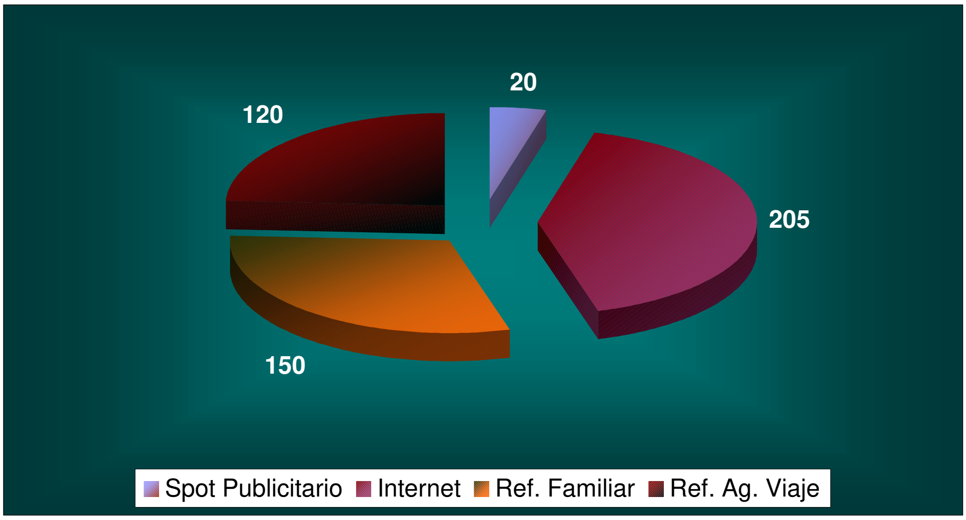
CONCLUSIÓN:

Es claro que la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar una cantidad entre 100 - 150 seguido por el valor de 151 a 300 por hospedarse en un sitio como éste y que disponga de todos los servicio y actividades que ésta ofrece.

10.- ¿POR QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN SE INFORMÓ SOBRE EL TURISMO DE ECUADOR?

De éstos 400 encuestados; 205 personas contestaron que se guían por internet; 150 afirman que por referencias de amigos o algún familiar; 120 contestan que se informan por agencias de viaje y sólo 20 por algún spot publicitario.

GRÁFICO 14



Elaboración: Los Autores

CONCLUSIÓN:

El medio de comunicación más utilizado a la hora de informarse sobre el turismo en Ecuador, es el de internet; ya que actualmente existen muchos sitios para buscar diversas situaciones, siguiéndole de esta manera las referencias familiares o amistades y lo demás en diferentes publicidades.

4.1.3 CONCLUSIONES

Podemos concluir diciendo que los turistas extranjeros que encontramos en este país, les gusta más la costa pero por ese motivo no deja de gustarles la sierra; son climas distintos y se practican distintas actividades; La manera de informarse es mediante agencia de viajes del lugar de origen y prefieren hospedarse en hoteles porque les da mayor facilidad pero la otra parte de los encuestados les gusta la hostería.

A todos los turistas les pareció fascinante la idea de entretenimiento dentro de una hostería; y una de las actividades que más les gusta es el alto riesgo y aventura; pero también deducimos que el relajamiento es indispensable, por tal motivo la mayoría eligió que como servicio necesario debe existir un salón de spa dentro de la hostería y están dispuestos a pagar por un paquete turístico de 3 noches 4 días el valor de $ 100.oo a $150 .oo; y el medio de comunicación o publicidad más importante para ellos es el internet.

4.1.4 RECOMENDACIONES

Nosotros sugerimos proceder con una mejor estrategia y publicidad para lograr captar más turistas en este lugar ya que por ser la frontera de la costa con la sierra goza de un delicioso clima que estamos seguros que les encantará, lograremos dar una mejor imagen de hostería con todas las características antes mencionadas; les brindaremos actividades de todo tipo; desde alto riesgo hasta spa y relajamiento con el precio más módico del mercado; contaremos con convenios con agencias y estaremos actualizados con las páginas de Internet ofreciendo nuestros mejores servicios.

CAPÍTULO 5

PLAN OPERATIVO

A continuación utilizaremos unas variable muy conocidas en el marketing como son las 4 P`s.

Actualmente las empresas se orientan hacia las necesidades de los clientes, y las 4 P`s pasaron a ser las 4 C`s del mercado, quedando expresadas desde el punto de vista de los clientes de la siguiente manera:

5.1 Consumidor satisfecho

La implementación de la hostería constará de personal confiable que se encargue de la administración y operación de ésta; entres estos contaremos con:

- Administrador;
- Saloneros
- Cocineros
- Jardineros

- Mucamas
- Guardias
- Conserjes
- Recepcionista
- Masajistas
- Guías turísticas

5.2 Costo a satisfacer

Estas son las tarifas que se va a cobrar a nuestro clientes internos y externos:

	POR PERSONA	TARIFAS
DESCRIPCION	AÑO1	AÑO 1
HOSPEDAJE	**6400**	
TEMPORADAS ALTAS	5120	$95.20
TEMPORADAS BAJAS	1280	$95.20
ALQUILER DE SALON DE ENVENTOS	**40**	
TEMPORADAS ALTAS	32	$400.00
TEMPORADAS BAJAS	8	$350.00
ENTRETENIMIENTO	**260**	
TEMPORADAS ALTAS	200	$27.50
TEMPORADAS BAJAS	60	$22.50
PEÑA DISCO	**1500**	
TEMPORADAS ALTAS	1200	$10.00
TEMPORADAS BAJAS	300	$8.00

Elaboración: Los Autores

5.3 Comodidad del cliente

Este es un factor fundamental, siempre hay que buscar la comodidad del cliente, así encontraremos la satisfacción por parte de él, y así aseguramos su visita en una nueva ocasión.

Tener un parqueadero cerca de las instalaciones del hotel y seguridad al mismo brindará plena comodidad al turista.

5.4 Comunicación

Para dar a conocer el proyecto realizado se considera que durante los primeros años se realice una campaña de promoción a los turistas potenciales, por medio de radio, televisión y periódico.

Además daremos a conocer los diversos beneficios que se encantarán en nuestras instalaciones, a través de afiches, adhesivos, trípticos.

CAPÍTULO 6

Análisis Situacional: micro y macro entorno

6.1 Micro entorno: descripción de la relación actual con:

6.1.1 Clientes

Nuestros clientes son los turistas nacionales o extranjeros que llegan a nuestras instalaciones, quienes demandarán calidad, comodidad y seguridad en la hostería y con precios módicos.

Es por esto que nuestro proyecto se ve dirigido a satisfacer plenamente a este tipo de clientes que ayudan al desarrollo del país.

6.1.2 Proveedores

Como proveedores tenemos:

Comida: Pronaca S.A; La Española; Unilever s.a

Bebidas de todo tipo: Ambev S.A

Sábanas: ALESA

Artículos de limpieza: ALESA

Suministros de Oficina: Dicamcor

6.1.3 Competencia

Existe una pequeña competencia en este lugar, pero no constituye una fuerza influyente, ya que ninguno de estos lugares consta con todo el esparcimiento que nosotros deseamos ofrecer al turista, además nosotros nos veremos reflejados no sólo a nivel nacional, sino también internacional, ya que estaremos apoyados por agencias turísticas.

6.2. Macro entorno:

6.2.1 Ambiente Cultural

Se compone de instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de una sociedad. La gente crece en una sociedad determinada que moldea sus creencias y valores básicos y absorbe una visión del mundo que define sus relaciones con otros.

6.2.2 Ambiente Social

Las clases sociales son divisiones relativamente permanentes y ordenadas de una sociedad cuyos miembros comparten valores, intereses, conductas, similares.

Los sociólogos han identificado las siete clases sociales:

La clase social no está determinado sólo por el ingreso, sino que se mide por una combinación de ocupación, ingreso, educación, riqueza y otras variables.
Características de siete principales clases sociales:

- Alta superior: Esta clase vive de riqueza heredada; tiene más de una casa y envía a sus hijos a los mejores colegios, están acostumbrados a la riqueza.
- Alta inferior: Personas que han obtenido elevados ingresos por su capacidad profesional. Provienen de la clase media y buscan comprar símbolo de status.

- Media Alta: Esta clase no posee estatus familiar ni riqueza extraordinaria. Tienen un marcado interés por alcanzar " las cosas buenas de la vida"
- Clase media: Constituida por trabajadores de oficina y obreros con remuneración promedio que vive en el lado bueno de la ciudad y tratan de hacer lo aceptado. Buscan las modas y marcas prestigiosas.
- Clase trabajadora: Son todos los que tienen un estilo de vida de clase trabajadora, sea cuales sean los ingresos.
- Baja superior: La clase baja superior trabaja aunque su nivel de vida apenas reboza el de la pobreza.
- Baja inferior: Esta clase es visiblemente pobre, tienen poca instrucción, la mayoría está desempleado.

6.2.3 Ambiente Demográfico

Es el estudio de poblaciones humanas en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otros datos estadísticos. Este ambiente es de gran interés para el mercadólogo porque se refiere a las personas y las personas constituyen los mercados.

6.2.4 Ambiente Natural

Abarca los recursos naturales que las empresas requieren tales como consumo o que son afectados por la actividades del Marketing.

Las preocupaciones ecológicas han proliferado a un ritmo constante durante las últimas tres décadas.

Algunos analistas de tendencia han llamado a los años noventas la "Década de la tierra" asegurando que el entorno natural es el principal problema a nivel mundial que enfrentan los negocios y el público. En muchas ciudades de todo el mundo la contaminación del aire y agua han alcanzado niveles peligrosos.

6.2.5 Ambiente político

Consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de una sociedad determinada y los limitan.

Leyes que regulan los negocios; El sistema funciona mejor con cierta reglamentación. Una reglamentación inteligente puede fomentar la competencia y asegurar mercados equitativos para los bienes y servicios. Casi todas las actividades de Marketing están sujetas a una amplia gama de leyes y reglamentos.

Desde que empezó a regir la democracia en el país, éste ha estado sumergido en una inseguridad jurídica, prueba de ello es que en los últimos nueve años hemos tenido seis presidentes, esto refleja la mala imagen que proyecta el país hacia los inversionistas locales y extranjeros, es por esto que las grandes empresas, nacionales e internacionales prefieren invertir en otros países. Esta situación va a variar el día que los ecuatorianos elijamos bien a nuestros gobernantes.

6.2.6 Ambiente económico

Los mercados requieren poder de compra además de gente. Las naciones varían considerablemente en sus niveles y distribución del ingreso. Las tendencias económicas varían; estas pueden ser:

Cambio en los ingresos y cambio en los patrones de gasto de los consumidores.

Éste es un gobierno de transición, por lo tanto a los inversionistas les interesa saber que tipo de gobierno rige en estos momentos, si es de izquierda, derecha, democrático, comunista, etc.

Actualmente uno de los puntos más importantes de nuestra economía consiste en que el petróleo se encuentra en un precio alto y estable.

La estabilidad económica de nuestro país también depende mucho de las remesas de los inmigrantes.

Otro punto favorable es que al actual ministro de economía no ha querido tocar el tema en lo que concierne o se refiere a la dolarización, es decir si le conviene o no al país, ya que si lo hubiera hecho hubiera creado un ambiente de incertidumbre bien alto. Con esto concluimos que el ambiente económico del país de cierta manera es estable.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

7.1 Dimensión del terreno

El terreno mide aproximadamente 3800 metros cuadrados el cuál tendrá 1000 metros cuadrados de construcción en sólo el hotel; su infraestructura será con acabados de lujo. La cancha mide 300 metros cuadrados, el restaurante 125 metros cuadrados al igual que la peña disco. El parqueadero será una explanada de más o menos de 500 metros cuadrados. La piscina tendrá una dimensión de 72 metros cuadrados. Sala de convenciones y eventos 200 metros cuadrados. Entre gimnasio, spa, y sauna 120 metros.

7.1.1 Localización.

El proyecto se realizará en Balsapamba, dando entrada a la serranía ecuatoriana, este terreno tiene diversas áreas bien distribuidas, las cuales constan en el título de propiedad, expedido en el registro de propiedad del cantón SAN MIGUEL DE BOLÍVAR en la fecha, veinte y cuatro de Noviembre del año dos mil cuatro, e inscrita en el Registro de la Propiedad de la ciudad de San Miguel de Bolívar el 30 de noviembre del mismo año, su celebración bajo el No 567 del registro de propiedades y por compra.

El terreno tiene aproximadamente veinte cuadras, del sector urbano de la parroquia Balsapamba.

Balsapamba tiene como límites:

Al Norte, la desembocadura de la quebrada Artesas en el río Chimbo, aguas arriba hasta la cordillera de Pushucama, hasta el río La Pesquería, siguiendo su curso hasta la desembocadura del río Sicoto, sigue aguas abajo hasta la confluencia de la quebrada Chontapamba.

Al Sur; del río Góngora, siguiendo su curso hasta dar con el río San Antonio, continúa aguas abajo a la dirección denominada Santa Rosa de Agua Clara, en el punto El Cruce, hasta el río Agua Clara y su desembocadura en el río Chimbo.

Al Este limita con el río Chimbo.

Al Oeste tenemos una cordillera que separa Changuil Alto de Changuil Bajo y así atraviesa hasta dar con el río San Jorge, continua en línea recta hasta dar con el punto denominado Reventador.

La zona donde se encuentra el terreno, es visible y bien ubicada, al pie del carretero.

La ventaja que más la caracteriza es que está situado a la entrada del lugar brindando más tranquilidad a la zona.

Entonces concluimos que este sector es adecuado para implementar una hostería con dichas características, por la situación geográfica y la naturaleza del lugar.

7.2 Construcción y adecuación.

El terreno contiene áreas verdes, donde resulta favorable construir una hostería con sus respectivas zonas de esparcimiento, para turistas de todas las edades, en la cual se realizarán cambios físicos para un mejor acabado y satisfacción del turista.

Cuenta además con el exquisito Río Cristal con sus aguas cristalinas y medicinales por ser ferruginosas, en donde también podemos encontrar cascadas sorprendentes y beneficiosas.

Contaremos con zonas bien distribuidas como mencionamos a continuación:

- Área bar- restaurant.
- Zona de juegos infantiles.
- Peña- Disco
- Área de piscina- tobogán – sauna.
- Centro de Spa y gimnasio.
- Laguna para pescar.
- Paseos a caballo.
- Sala de Convenciones.
- Rafting
- Cascada
- Cancha múltiple

CAPÍTULO 8

EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL.

8.1 Impactos positivos y negativos.

Impactos Positivos:

- Esta hostería propone incentivar al turista nacional y extranjero el cual se lo hará contando con sus beneficios tales como, el clima, la flora, fauna, la tranquilidad que el sitio ofrece, además de brindar calidad en el servicio lo cual demandará un aumento de fuentes de trabajo con personal especializado.

- Con la realización de este proyecto se generarán otras diversas actividades, que contarán con clientes que desean pasar un día de camping, tales como ocupar sus áreas y zonas alrededor, como pueden ser: Piscina, comedor, paseos a caballo, spa y relajación, cascada, o peña disco. Esto generará interés en los comercios de este pueblo y serán incentivados a la competencia, así Balsapamba tendrá una mejor acogida al turismo del Ecuador.

- Otro objetivo fundamental es brindar la seguridad necesaria para los clientes, debido a que en la actualidad se presentan desconfianzas, especialmente con sus objetos personales tanto en sus dormitorios como en el garaje.

- Se realizará capacitaciones continuas para el personal con métodos especializados y técnicas para que brinden un buen servicio y así asegurar a nuestros clientes, esto incentivará a los empleados por los nuevos aprendizajes.

Impactos Negativos:

- El impacto que perjudicaría más sería en el momento de la construcción de la hostería, ya que existirá ruido y esto perturbará a la comunidad cercana a la ésta.

- Otro impacto negativo sería el efecto que causa la construcción al medio ambiente, ya que no podemos pasar en alto el polvo que dejará a su alrededor.

⌖ Estos impactos negativos serán controlables ya que trataremos en lo posible de causar el menor daño y además se remediará con los muchos beneficios que se traerá a esta zona con la apertura de una hostería de calidad.

8.2 Higiene y seguridad de la hostería.

La hostería debe contar con una perfecta limpieza de tal manera que el cliente se sienta satisfecho, y pueda sentirse en un ambiente cómodo y limpio.

Para esto se necesitará conserjes; saloneros, mucamas, jardineros, como ya lo mencionamos anteriormente.

CAPÍTULO 9

ANÁLISIS FINANCIERO

9.1 INVERSIONES

Las inversiones fijas, son aquellas que sirven para adquirir Bienes Tangibles (Equipos de Computo, Muebles de Oficina, etc.) y Bienes Intangibles (Estudios, Gastos de Instalación) que van a ser utilizados para el desempeño de las funciones de la hostería.

La inversión total se estima en **$889,007.09** que incluye la inversión en activos intangibles, activos fijos y capital de operación.

TABLA 1

INVERSIONES DEL PROYECTO
"CRISTAL DREAMS"

Inversiones de Activos Diferidos	
Activos Intangibles	$65,400.00
Infraestructura	$20,641.66
Acabados Arquitectónicos	$546,390.00
Instalación Eléctrica	$13,680.00
Subtotal de ACTIVOS DIFERIDOS	**$646,111.66**
Activos Fijos	
Equipos para entretenimiento	$63,130.00
Equipos para oficina	$15,430.00
Muebles y Enseres	$26,816.92
Otros	$31,896.00
Subtotal de ACTIVOS FIJOS	**$137,272.92**
Subtotal	**$783,384.58**
Imprevistos (10%)	$78,338.46
TOTAL DE INVERSION FIJA	**$861,723.04**
Capital de Operación	$27,284.05
TOTAL DE INVERSIONES	**$889,007.09**

Elaboración: Los Autores

En el Anexo 9.1 se puede encontrar los valores de la inversión inicial.

9.1.1 Activos Diferidos

Los activos diferidos ascienden a $ 137,272.92 y corresponden al 73.15% de la inversión inicial. El detalle de los activos diferidos también se encuentran detallados en el anexo 9.1.

9.1.2 Capital de Operación

Se necesitaran $ 21,539.23 para la operación de la hostería. El capital de operación se lo obtuvo de la siguiente manera:

TABLA 2

CAPITAL DE OPERACIÓN (UN MES DE OPERACIÓN)
"CRISTAL DREAMS"

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	MES 1
Materiales Directos	$12,134.00	$1,011.17
Mano de Obra Directa	$62,344.80	$5,195.40
Costos Indirectos	$170,695.21	$14,224.60
Gastos de Administración	$79,578.07	$6,631.51
Gastos de Promoción	$2,656.50	$221.38
TOTAL	**$327,408.58**	**$27,284.05**

Elaboración: Los Autores

9.1.3 Financiamiento

Se ha decidido financiar el proyecto mediante el siguiente mecanismo:

TABLA 3

MEDIOS DE FINANCIAMIENTO "CRISTAL DREAMS."

FINANCIAMIENTO		
CONCEPTO	**PORCENTAJE**	**VALOR**
CAPITAL PROPIO	43.76%	$389,007.09
DEUDA	56.24%	$500,000.00
TOTAL	**100.00%**	**$889,007.09**

Elaboración: Los Autores

9.1.3.1 Capital Propio

Los accionistas deberán contar con un capital mínimo de $389,007.09 que corresponde al 43.76% de la inversión total de proyecto.

9.1.3.2 Préstamo

El último componente del financiamiento será por medio de un préstamo de $500,000.00 que corresponde al 56.24% de la inversión total. La tasa de interés utilizada para calcular la amortización de capital e intereses es del 10%. El préstamo será otorgado por un Banco el cual nos descuenta los impuestos y SOLCA que corresponden al 0.50% del valor del préstamo. También se descuenta un valor adicional que corresponde a la liquidación la cual ascienden a $15,000.00.

El valor de los dividendos, capital reducido y los intereses de la deuda se detallan en el Anexo 9.2

9.2 FLUJO DE INGRESOS

Los ingresos del proyecto provienen de la venta de los servicios que la hostería ofrece por lo tanto la publicidad y los precios son factores determinantes en el éxito de la compañía, el cual es medido en términos atractivos por su utilidad.

Los precios que la hostería ha fijado por los servicios que presta a los huéspedes, como anteriormente se menciona, van acorde a la estrategia de penetración de mercado. Para este efecto se ha proyectado la realización de un cuadro donde se detallen los precios o tarifas de los diferentes servicios que se promocionarán y su oferta anual. Y para la mayor comprensión de los mismos se ha elaborado un Balance General que muestra la situación de la compañía al término del ejercicio económico.

Los ingresos para el proyecto corresponden a la prestación de los siguientes servicios:

- **Hospedajes:**

La tarifa para el servicio de hospedaje esta estimado en $ 95.20, precio que incluye el servicio de buffet, peña disco, de lavandería, telefonía con un límite de media hora por llamada por huésped. Incluye también un paquete llamado "Full day" el cual consiste en diversas actividades como rafting, pesca, paseo a caballo, etc.

- **Alquiler de salón de eventos:**

Destinado para la celebración de diversos actos como matrimonio, bautismo, quinceañera, convenciones internacionales y otros. El precio por día esta estimado en $ 400.00 para temporadas altas y $ 350.00 para temporadas bajas, estos precios incluyen toda la decoración para el evento a realizarse.

- **Paquete de entretenimiento:**

El cual consiste en la realización de diversas actividades mencionadas anteriormente, este paquete denominado “Full day” tiene una tarifa de $ 27.50 para temporadas altas y $22.50 para las temporadas bajas.

- **Peña disco:**

Con una tarifa de $10.00 en temporadas altas y de $ 8.00 para temporadas bajas, estos precios incluyen consumo mínimo y serán cobrados para aquellas personas que no estén hospedadas en la hostería pero quieran divertirse.

En el anexo 9.3 se muestra el detalle de los precios y cantidades de los huéspedes que asistirán. Los ingresos estimados para todos los años de operación del proyecto se encuentran en el Anexo 9.2

TABLA 4

INGRESOS OPERACIONALES "CRISTAL DREAMS."

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
HOSPEDAJE	**$609,280.00**
Temporadas altas	$487,424.00
Temporadas bajas	$121,856.00
SALON DE EVENTOS	**$15,600.00**
Temporadas altas	$12,800.00
Temporadas bajas	$2,800.00
ENTRETENIMIENTO	**$6,850.00**
Temporadas altas	$5,500.00
Temporadas bajas	$1,350.00
PEÑA DISCO	**$14,400.00**
Temporadas altas	$12,000.00
Temporadas bajas	$2,400.00
SUBTOTAL	**$646,130.00**
Imprevistos (10%)	$64,613.00
TOTAL DE ING. OPERACIONALES	**$710,743.00**

Fuentes: Anexo 9.2

9.3 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

9.3.1 Costos de Producción

Los costos de producción están formados por los Costos Directos y los Costos Indirectos.

9.3.1.1 Costos Directos

Materiales Directos:

Como materiales directos se consideran los costos por mantenimiento de la infraestructura de la hostería y materiales para el área de entretenimiento de la misma.

Mano de Obra Directa:

Las personas necesarias para el funcionamiento de la hostería son:

- 5 saloneros
- 3 cocineros
- 3 jardineros
- 2 masajistas

- 4 mucamas
- 6 guardias
- 2 conserjes

A los costos de mano de obra se aumentó un 20% por beneficios sociales que los trabajadores percibirán cada año.

TABLA 5

COSTOS DIRECTOS
"CRISTAL DREAMS"

Materiales Directos	Año 1
Mantenimiento de la Infraestructura	$10,548.00
Materiales diversos para recreación	$1,586.00
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	**$12,134.00**
Mano de Obra Directa	**Sueldo Anual**
Cargo	**Año 1**
5 Saloneros	$12,000.00
3 Cocineros	$9,750.00
2 Jardineros	$2,724.00
2 Masajistas	$6,600.00
4 Mucamas	$5,040.00
6 Guardias	$12,240.00
2 Conserjes	$3,600.00
Subtotal	$51,954.00
Beneficios Sociales (20%)	$10,390.80
TOTAL MANO DE OBRA	**$62,344.80**
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	**$74,478.80**

Elaboración: Los Autores

Para el cálculo de los sueldos se ha considerado un aumento del 10% anual.

9.3.1.2 Costos Indirectos

Los costos indirectos corresponden a los materiales indirectos requeridos para brindar servicio dentro de la hostería, además de los rubros de mantenimiento de la hostería, seguros, depreciación, uniformes del personal y alimentación.

Los costos indirectos tienen un incremento del 10% anual porque se está tomando en cuenta la existencia de la inflación para los 5 años, sin embargo, en el Anexo 8.5 podemos apreciar los cálculos para 5 años.

TABLA 6

COSTOS INDIRECTOS
"CRISTAL DREAMS"

Descripción	AÑO 1
Materiales Indirectos	**$9,802.00**
Alarmas contra incendios	$175.00
Sirenas	$125.00
Extinguidotes	$230.00
Agua	$2,372.00
Energía Eléctrica	$5,400.00
Materiales varios (pintura, focos)	$1,500.00
Otros costos indirectos	**$145,375.47**
Varios (sabanas, almohadas, etc.)	$3,072.00
Suministros de Limpieza	$4,320.00
Provisiones de comidas y bebidas	$45,670.00
Seguros	$631.30
Depreciación	$69,927.17
Alimentación para animales	$1,250.00
Alimentación del personal	$19,200.00
Uniformes para el personal	$1,305.00
No. Empleados	29.00
Precio	$45.00
Subtotal	**$155,177.47**
Imprevistos (10%)	$15,517.75
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	**$170,695.21**

Fuente: Anexo 9.3

Luego de calcular los Costos Directos y los Costos Indirectos, mostramos los valores que corresponden a los Costos de Producción. Como ya mencionamos el Total de Costos de Producción es el resultado de la suma de los Costos Directos y los Costos Indirectos.

TABLA 7

COSTOS DE PRODUCCION
"CRISTAL DREAMS."

Materiales Directos	Año 1
Mantenimiento de la Infraestructura	$10,548.00
Materiales diversos para recreación	$1,586.00
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	**$12,134.00**
Mano de Obra Directa	**Sueldo Anual**
Cargo	**Año 1**
5 Saloneros	$12,000.00
3 Cocineros	$9,750.00
2 Jardineros	$2,724.00
2 Masajistas	$6,600.00
4 Mucamas	$5,040.00
6 Guardias	$12,240.00
2 Conserjes	$3,600.00
Subtotal	$51,954.00
Beneficios Sociales (20%)	$10,390.80
TOTAL MANO DE OBRA	**$62,344.80**
COSTOS INDIRECTOS	**$170,695.21**
COSTOS DE PRODUCCION	**$245,174.01**

Fuente: Anexo 9.4

9.3.2 Depreciación, Gastos Administrativos, y promoción

9.3.2.1 Depreciación

Con el transcurso del tiempo en la empresa, los activos fijos como: equipos de cómputo, muebles y enseres, equipos de oficina, u otros activos fijos, etc., experimentan una pérdida de valor que se deben a razones físicas.

La disminución de su valor originado por el deterioro físico o el desgaste por el uso, constituye los gastos por depreciación. A continuación se presentan los porcentajes a depreciar de los activos fijos de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno.

Los activos de depreciaron mediante el Método Línea recta. El porcentaje de depreciación y los años de vida útil se mencionan en el Anexo 9.5

9.3.2.2 Gastos Administrativos

El total de Gastos Administrativos está formado por los gastos del personal y los gastos de oficina. Los empleados que formaran el área administrativa son: 1 Gerente General, 1 Contador, 2 Recepcionista, 2 Guía Turísticos y 1 Instructor de Gimnasio.

Se ha considerado un 20% adicional del total de los sueldos anuales para cubrir los beneficios sociales que los empleados percibirán.

Los gastos de oficina comprenden: papelería, útiles de oficina, seguros y depreciación. En la siguiente tabla se pueden apreciar el total de gastos administrativos para el primer año. Ver detalles Anexo 9.6

TABLA 8

GASTOS ADMINISTRATIVOS
"CRISTAL DREAMS"

DESCRIPCION	AÑO 1
TOTAL DE GASTOS PERSONAL	**$49,608.00**
SUELDOS ANUALES	
PERSONAL	**AÑO 1**
GERENTE GENERAL	$13,800.00
CONTADOR	$9,840.00
2 RECEPCIONISTAS	$6,720.00
2 GUIAS TURÍSTICOS	$7,200.00
1 INSTRUCTOR DE GIMNASIO	$3,780.00
SUB TOTAL	$41,340.00
BENEFICIOS SOCIALES (20%)	$8,268.00
TOTAL DE GASTOS DE OFICINA	**$25,773.70**
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	$3,478.00
SEGUROS DE ACTIVOS	$493.41
DEPRECIACIÓN	$7,414.29
AMORTIZACIÓN DE ACT. INTANGIBLES	$14,388.00
SUBTOTAL	**$75,381.70**
IMPREVISTOS (10%)	$7,538.17
GASTOS TOTALES	**$82,919.87**

Fuente: Anexo 9.6

9.3.2.3 Gastos de Promoción

Es necesario destinar una parte de la inversión a un programa de promoción de la hostería.

El proceso de promoción consiste en entregar afiches, trípticos, volantes, plumas, entre otros para que así quede difundida la hostería. Este proceso se lo realizara durante los 5 años.

En el Anexo 9.7 se muestran los valores correspondientes a los Gastos de Promoción durante los 5 años.

9.4 RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA ESTIMADOS

9.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

Por medio del Estado de Pérdidas y Ganancias se puede observar los resultados anuales estimados en el proyecto.

El estado de resultados constituye el principal medio para evaluar la acción de la compañía, tanto para los usuarios internos como los empleados y accionistas, al igual que para los externos, como proveedores y clientes. Para realizar el Estado de Resultados, es necesario tomar en consideración todos los ingresos por la venta del servicio, así como todos los costos y gastos Administrativos y de Promoción que se incurran en la compañía, de manera que con estos valores se determine si el ejercicio económico del año generará una pérdida o una ganancia.

Los costos de producción, se refieren a los costos directos e indirectos en los que se incurre para brindar un buen servicio en la hostería.

Podemos observar que los resultados obtenidos por el proyecto luego de la participación de trabajadores e impuestos son favorables.

TABLA 9

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
"CRISTAL DREAMS."

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
INGRESOS OPERACIONALES	$710,743.00
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	$245,174.01
UTILIDAD BRUTA	**$465,568.99**
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN	$2,656.50
(-) GASTOS DE ADM.	$82,919.87
UTILIDAD OPERACIONAL	**$379,992.62**
(-) GASTOS FINANCIEROS (int. Deuda)	$50,000.00
UTILIDAD NETA ANTES DE PARTICIP.	**$329,992.62**
(-) 15% TRABAJADORES	$49,498.89
UTILIDAD NETA ANTES DE IMP.	**$280,493.72**
(-) IMP. A LA RENTA (25%)	$70,123.43
UTILIDAD NETA	**$210,370.29**

Fuente: Anexo 9.8

9.4.2 Flujo de Caja

La determinación del flujo de caja para cada período es una de las partes más importantes de una valoración financiera para toda empresa. El cálculo del flujo de caja se lo hace con la finalidad de evaluar los fondos disponibles de efectivo de la compañía que cubran el costo del proyecto. Para determinarlo se debe considerar los costos y beneficios que genera el proyecto.

Para el cálculo del flujo de caja, se ha considerado un horizonte de 5 años. Los flujos netos permiten cubrir los egresos generados por la operación de la hostería y las obligaciones iniciales.

Entre los egresos no operacionales más representativos tenemos el pago de impuestos, pago de interés de la deuda y también el pago de capital de la deuda.

El flujo de caja del inversionista considera el valor del préstamo en el año 0 e incluye la amortización correspondiente y los intereses pagados por el mismo en el transcurso de los años planificados.

Ver anexo 9.9

9.4.3 Balance General

Balance general refleja los recursos necesarios para la operación del negocio y las fuentes de financiamiento para obtener estos recursos como lo observamos en la siguiente tabla:

TABLA 10

BALANCE GENERAL
CRISTAL DREAMS

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
CAJA	27,562.53	247,763.54
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**27,562.53**	**247,763.54**
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVOS FIJOS		
INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA	20,641.66	
ACABADOS ARQUITECTONICOS	546,390.00	
INSTALACIÓN ELECTRICA	13,680.00	
EQUIPOS	63,130.00	
EQUIPOS DE OFICINA	15,430.00	
MUEBLES DE OFICINA	2,015.00	
MUEBLES DE HOSTERÍA	24,801.92	
OTROS	31,896.00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**717,984.58**	
(-) DEP. ACUMULADA		77,341.46
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS		**794,340.32**
ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES	**65,400.00**	
(-)AMORTIZACIÓN ACUMULADA		14,388.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NETOS		**57,552.00**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTE	**861,723.04**	**851,892.32**
TOTAL ACTIVOS	**889,285.57**	**1,099,655.86**
PASIVOS		
PASIVO NO CORRIENTE		
DEUDA LARGO PLAZO	500,000.00	500,000.00
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	500,000.00	500,000.00
PATRIMONIO DE ACCIONISTAS		
CAPITAL SOCIAL PAGADO	389,285.57	389,285.57
UTILIDAD RETENIDA	0.00	
UTILIDAD NETA	0.00	210,370.29
TOTAL CAPITAL CONTABLE	389,285.57	599,655.86
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	**889,285.57**	**1,099,655.86**

Elaboración: Los Autores

CAPITULO 10

EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONOMICA

10.1 EVALUACION FINANCIERA

Por medio de la evaluación financiera podemos determinar la factibilidad del proyecto, utilizando metodologías como: Punto de Equilibrio, Ratios Financieros, Periodo de recuperación de la Inversión, Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), Relación Beneficio – Costo y Análisis de Sensibilidad.

10.1.1 Punto de Equilibrio

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se realizara el cociente entre los Costos Fijos y el Margen de Contribución. Se entiende por costos fijos aquellos que se generan indiferentemente de que haya o no la prestación del servicio, mientras que el margen de contribución establece como la utilidad directa o variable, sobre cada unidad de ventas contribuye al pago de gastos fijos.

La Fórmula del Punto de Equilibrio es la siguiente:

$$\text{VENTAS P.E.} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCION}} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{TOTAL DE COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

Para calcular el punto de Equilibrio del proyecto descubriremos los rubros que han sido considerados como Costos Fijos y Costos variables.

TABLA 11

COMPONENTES DE LOS COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

CONCEPTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Materiales Directos		**X**
Mano de Obra Directa		**X**
Materiales Indirectos	**X**	
Otros Costos Indirectos	**X**	
Gastos de Administración	**X**	
Gastos de Promoción	**X**	
Pago de deuda e Intereses	**X**	

Elaboración: Los Autores

Al incluir el pago de Deuda e Interés nos permite evaluar hasta que punto se puede asegurar el cumplimiento de las obligaciones contraídas.

Una vez que se han detallado los componentes de los Costos Fijos y los Costos Variables procedemos a calcular el Punto de Equilibrio en dólares.

Los resultados se los puede observar en la siguiente tabla:

TABLA 12

PUNTO DE EQUILIBRIO
CRISTAL DREAMS

AÑOS	INGRESOS (P.E)	% P.E./INGRESOS
1	342,122.63	48.14%
2	354,334.88	43.16%
3	370,696.63	39.10%
4	388,796.90	35.50%
5	408,798.16	32.32%

Elaboración: Los Autores

Con los resultados obtenidos podemos encontrar un porcentaje de participación del Punto de Equilibrio sobre los Ingresos. Para el año 1, se obtuvo un porcentaje del 48.14%, es decir que con el 48.14% de los Ingresos se logran cubrir todos los costos fijos y variables en el primer año.

10.2 Evaluación de factibilidad

10.2.1 Tasa de descuento

Para realizar el cálculo de la tasa de descuento o también llamada costo promedio ponderado de capital, que representa la tasa de retorno exigida a la inversión realizada en un proyecto, se procederá en primer lugar a calcular el beta histórico o patrimonial de la hostería.

Luego de tener todos los datos antes mencionados, se podrá calcular la tasa con la cual se descontarán los flujos y a su vez la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN).

$R = R_f + \beta (R_m - R_f) + \text{Riesgo País}$

$R = 4 + 1.1 (9) + 7.97$

$R = 21.87\%$

En esta fórmula para calcular la TMAR voy a utilizar el componente correspondiente a la TIR del accionista.

10.2.2 Evaluación del proyecto del accionista

El flujo de caja del proyecto del accionista, recibe este nombre porque en él se explica la forma en que se financiará la inversión inicial. En este caso se lo hará el 43.76% por medio de un aporte de los inversionistas, y el 56.24% a través de un préstamo.

10.2.2.1 Valor Actual Neto

Se utiliza la TMAR del 21.87% la cuál proporcionó el siguiente resultado:

$ 505.592.08

Que el VAN sea mayor a cero significa que el proyecto es atractivo para ser llevado a cabo.

BENEFICIOS NETOS = Ingresos – Costos

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^{n} \frac{BN_t}{(1+i)^t}$$

10.2.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad media de dinero que hace que el *valor presente* del proyecto sea igual a cero.

Para determinar el cálculo de la TIR, se debe tomar en consideración los años correspondientes al plazo en el cual deberá recuperarse el capital de la inversión.

De acuerdo al flujo de efectivo, la TASA INTERNA DE RETORNO esperada del proyecto es de 66%

10.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad permite cambiar ciertas variables básicas para observar los cambios resultantes en el valor presente neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

Para el caso del presente proyecto la variable sensible es el ingreso; ya que como nuestros costos son bajos no se presenta un significado muy relevante.

10.3.1 Cambio en los ingresos

Se modifica las ventas para determinar las variaciones en el VAN.

Como se puede observar, en el peor escenario si nuestras ventas disminuyen un 30% el VAN alcanza valores de menos $282.411.60 y con un aumento del 30% de las ventas, el VAN alcanzará valor de $1.293.595.76, a medida que la variación es positiva, el VAN aumenta.

Los resultados obtenidos fueron:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Una vez realizado el análisis de Evaluación económica y Financiera, se concluye que es rentable realizar el proyecto con una TIR de 66%; VAN de $ 505.592.08 recuperando el monto de la inversión en 2 años aproximadamente.
- Este proyecto presenta una alternativa de inversión que puesta en práctica contribuirá al incremento y fortalecimiento del turismo a la economía ecuatoriana.
- Se concluye lo bien ubicado que quedaría Cristal Dreams por el excelente clima, flora y fauna que goza, y su cercanía a la naturaleza, además de ser la frontera de la costa y la sierra.
- Pudimos determinar cuáles son los requisitos indispensables para el funcionamiento legal de la hostería.
- Cristal Dreams tiene oportunidades tales como: llegar a los turistas insatisfechos y extendernos a las demás provincias del país.
- Concluimos que tiene su debilidad que se refleja en la ausencia de una alta tecnología y el lugar es poco conocido;

además de sus amenazas como; la presencia de competidores nuevos y existentes.

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo con la construcción de la hostería, por el ambiente de aventura, relajamiento y su exquisito clima.
- Observando los impactos positivos y negativos; obtenemos que los impactos positivos superan a los negativos y generan muchos beneficios, tales como el entretenimiento, calidad, seguridad, diversión continua y comodidad.
- Este proyecto beneficia a los habitantes de la parroquia Balsapamba, ya que será conocida y tendrán incentivos para dedicarse también al turismo y comercio.

RECOMENDACIONES

- Recomendar al Ministerio de Turismo la realización de campañas publicitarias tanto nacionales como extranjeras, para el incremento anual de visitas y la mejora de sus ciudades.
- Emprender un plan de trabajo con las autoridades municipales del cantón San Miguel de Bolívar para establecer una mejora de la

parroquia Balsapamba en lo referente a sus lugares turísticos y un mejor acabado al lugar.

BIBLIOGRAFÍA

1. **(PHILIP KOTLER) GARY ARMSTRONG; Fundamentos de Marketing. Cap. 9, 10, 11**
2. **(GJ. TELLIS) I. REDONDO, Estrategias de Publicidad y promoción. Cap. 6, 10**
3. **Sapag Chain Nassir, Preparación y evaluación de proyectos (4ta edición, Mc Graw Hill Interamericana, 2000) cap. 15**
4. **Weston J. Fred, Fundamentos de Administración Financiera, (10ma edición 1993)**
5. **www.bce.fin.ec**
6. **www.inec.gov.ec**
7. **Revista LAS CIFRAS DE DOMUS (Suplemento Domus)**
8. **Banco de Guayaquil**

ANEXO 9.1
INVERSION TOTAL DEL PROYECTO
"CRISTAL DREAMS."

	DESCRIPCION	CANTIDAD	CTOS UNIT.	CTOS TOTALES
2,1	**Inversión de activos tangibles**			**40.000,00**
	Terreno (3.800 mts2)			40.000,00
2,2	**Inversión de activos intangibles**			**25.400,00**
	Estudio de Mercado			1.500,00
	Gastos de publicidad			15.000,00
	Estudio de obra civil y diseño definitivo			5.000,00
	Permiso, trámites, impuestos, escrituras			3.900,00
2,3	**Inversión en infraestructura**			**20.641,66**
	Limpieza del terreno	3800 m	$ 0.43 por metro	1.634,00
	Trazado y replanteo	1200 m	$ 0.57 por metro	684,00
	Bodega de implementos para la construcción	125 m	$ 20.94 por metro	2.617,50
	Cabación del terreno	40	$ 25 la hora	1.000,00
	Nivelación del terreno	40	$ 15 la hora	600,00
	Riostras pilares tumbados	4	$ 384.24 por metro	1.536,96
	Instalación de aguas servidas; agua potable y otro	251	$ 50 por cada punto	12.550,00
	Compactación	16 horas	$ 1.20 la hora	19,20
2,4	**Acabados Arquitectónicos**			**546.390,00**
	Playa de estacionamiento			5.500,00
	Juegos infantiles			1.500,00
	Piscina			9.000,00
	Hotel			315.000,00
	Cafetería			39.375,00
	Sauna			6.300,00
	Cabaña para laguna para pescar			2.000,00
	Bar – Restaurante			31.500,00
	Peña – disco			31.500,00
	Salón spa y gimnasio			31.500,00
	Cisterna			7.000,00
	Cancha múltiple			3.215,00
	Sala de Convenciones			63.000,00
2,5	**Instalación eléctrica**			**13.680,00**
2,6	**Inversión en activos fijos**			**137.272,92**
2.6.1	**Equipos**			**63.130,00**
	Equipos para gimnasio		8.375,00	8.375,00
	Equipos para rafting	2	2.787,50	5.575,00
	Equipos para pesca	4	350,00	1.400,00
	Equipos para caballo	4	70,00	280,00
	Equipos de primeros auxilios	2	230,00	460,00
	Cámaras de seguridad	5	150,00	750,00
	Radio para seguridad	6	255,00	1.530,00
	Proyector para sala de convenciones	1	1.850,00	1.850,00
	Armamento para personal de seguridad	3	770,00	2.310,00
	Botes para el lago	3	1.200,00	3.600,00
	Vehículo	1	37.000,00	37.000,00
2.6.2	**Equipos de Oficina**			**15.430,00**
	Computadoras	2	750,00	1.500,00
	Aire acondicionado	30	400,00	12.000,00
	Telefax	1	250,00	250,00
	Impresora – copiadora	1	500,00	500,00
	Caja registradora	2	500,00	1.000,00
	Teléfonos	3	60,00	180,00

2.6.3	**Muebles de Oficina**			**2.015,00**
	Escritorios	1	375,00	375,00
	Sillas de recepción	5	160,00	800,00
	Sillas de Gerencia	2	100,00	200,00
	Sillones	1	100,00	100,00
	Sillas para sala de convenciones	30	10,00	300,00
	Archivadores	2	120,00	240,00
2.6.4	**Muebles de la hostería**			**24.801,92**
	Juego de mesa para comedor, cafetería y peña	27	40,00	1.080,00
	Juego de mesa para piscina con sombrilla	3	200,00	600,00
	Lavadoras Profesionales	2	1.470,00	2.940,00
	Camas	36	209,72	7.549,92
	Veladores	24	95,00	2.280,00
	Armarios	24	265,50	6.372,00
	Cajas fuertes para habitación	24	95,00	2.280,00
	Caja fuerte para gerencia	1	500,00	500,00
	Sillones	24	50,00	1.200,00
2.6.5	**Otros**			**31.896,00**
	minirefrigeradores	1	200,00	200,00
	Microondas	1	138,00	138,00
	Refrigeradoras	2	1.500,00	3.000,00
	Cuarto Frigorifico	2	5.000,00	10.000,00
	Utensilios de cocina		2.678,00	2.678,00
	Calentador de agua	5	450,00	2.250,00
	Televisores	27	470,00	12.690,00
	Soporte para televisor	27	20,00	540,00
	Reflectores	10	40,00	400,00
	Subtotal			**783.384,58**
	Imprevistos (10%)			78.338,46
	Total Inversion Fija			**861.723,04**
	Capital Operación			27.562,53
	INVERSION TOTAL			**889.285,57**

ANEXO 9.2
FLUJO DE INGRESOS

INGRESOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HOSPEDAJE	**$609.280,00**	**$703.718,40**	**$812.794,75**	**$938.777,94**	**$1.084.288,52**
TEMPORADAS ALTAS	$487.424,00	$562.974,72	$650.235,80	$751.022,35	$867.430,82
TEMPORADAS BAJAS	$121.856,00	$140.743,68	$162.558,95	$187.755,59	$216.857,70
ALQUILER DE SALON DE ENVENTOS	**$15.600,00**	**$18.018,00**	**$20.810,79**	**$24.036,46**	**$27.762,11**
TEMPORADAS ALTAS	$12.800,00	$14.784,00	$17.075,52	$19.722,23	$22.779,17
TEMPORADAS BAJAS	$2.800,00	$3.234,00	$3.735,27	$4.314,24	$4.982,94
ENTRETENIMIENTO	**$6.850,00**	**$7.911,75**	**$9.138,07**	**$10.554,47**	**$12.190,42**
TEMPORADAS ALTAS	$5.500,00	$6.352,50	$7.337,14	$8.474,39	$9.787,92
TEMPORADAS BAJAS	$1.350,00	$1.559,25	$1.800,93	$2.080,08	$2.402,49
PEÑA DISCO	**$14.400,00**	**$16.632,00**	**$19.209,96**	**$22.187,50**	**$25.626,57**
TEMPORADAS ALTAS	$12.000,00	$13.860,00	$16.008,30	$18.489,59	$21.355,47
TEMPORADAS BAJAS	$2.400,00	$2.772,00	$3.201,66	$3.697,92	$4.271,09
Subtotal	**$646.130,00**	**$746.280,15**	**$861.953,57**	**$995.556,38**	**$1.149.867,62**
Imprevistos (10%)	$64.613,00	$74.628,02	$86.195,36	$99.555,64	$114.986,76
TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES	$710.743,00	$820.908,17	$948.148,93	$1.095.112,01	$1.264.854,38

- Se estimaron un incremento del 10% de imprevistos a aquellos ingresos operacionales tales como servicio de lavanderia, internet, telefonia, restaurant, cafeteria, turisticos para aquellas personas que no esten hospedadas y requieran dichos servicios.

ANEXO 9.2.1
INVERSION TOTAL DE PROYECTO

AMORTIZACION COSTOS DE INFRAESTRUCTURA
"CRISTAL DREAMS."

TASA DE INTERES ANUAL	10,00%
TASA DE COMISION	0,00%
MONTO	$500.000,00
IMPUESTO (0.50%)	$2.500,00
SOLCA	$2.500,00
COM. LIQUIDACION	$15.000,00
VALOR NETO	$480.000,00
PAGO TOTAL (MESES)	60
PERIODOS ANUALES	5

NO. DIVIDENDO	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
0				$500.000,00
1	$81.898,74	$50.000,00	$131.898,74	$418.101,26
2	$90.088,61	$41.810,13	$131.898,74	$328.012,65
3	$99.097,48	$32.801,26	$131.898,74	$228.915,17
4	$109.007,22	$22.891,52	$131.898,74	$119.907,95
5	$119.907,95	$11.990,79	$131.898,74	$0,00
TOTAL	$500.000,00	$159.493,70	$659.493,70	

ANEXO 9.2
FLUJO DE INGRESOS

INGRESOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HOSPEDAJE	**$609.280,00**	**$703.718,40**	**$812.794,75**	**$938.777,94**	**$1.084.288,52**
TEMPORADAS ALTAS	$487.424,00	$562.974,72	$650.235,80	$751.022,35	$867.430,82
TEMPORADAS BAJAS	$121.856,00	$140.743,68	$162.558,95	$187.755,59	$216.857,70
ALQUILER DE SALON DE ENVENTOS	**$15.600,00**	**$18.018,00**	**$20.810,79**	**$24.036,46**	**$27.762,11**
TEMPORADAS ALTAS	$12.800,00	$14.784,00	$17.075,52	$19.722,23	$22.779,17
TEMPORADAS BAJAS	$2.800,00	$3.234,00	$3.735,27	$4.314,24	$4.982,94
ENTRETENIMIENTO	**$6.850,00**	**$7.911,75**	**$9.138,07**	**$10.554,47**	**$12.190,42**
TEMPORADAS ALTAS	$5.500,00	$6.352,50	$7.337,14	$8.474,39	$9.787,92
TEMPORADAS BAJAS	$1.350,00	$1.559,25	$1.800,93	$2.080,08	$2.402,49
PEÑA DISCO	**$14.400,00**	**$16.632,00**	**$19.209,96**	**$22.187,50**	**$25.626,57**
TEMPORADAS ALTAS	$12.000,00	$13.860,00	$16.008,30	$18.489,59	$21.355,47
TEMPORADAS BAJAS	$2.400,00	$2.772,00	$3.201,66	$3.697,92	$4.271,09
Subtotal	**$646.130,00**	**$746.280,15**	**$861.953,57**	**$995.556,38**	**$1.149.867,62**
Imprevistos (10%)	$64.613,00	$74.628,02	$86.195,36	$99.555,64	$114.986,76
TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES	$710.743,00	$820.908,17	$948.148,93	$1.095.112,01	$1.264.854,38

- Se estimaron un incremento del 10% de imprevistos a aquellos ingresos operacionales tales como servicio de lavanderia, internet, telefonia, restaurant, cafeteria, turisticos para aquellas personas que no esten hospedadas y requieran dichos servicios.

ANEXO 9.3
COSTOS INDIRECTOS
"CRISTAL DREAMS."

Descripcion	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales Indirectos	**$9.802,00**	**$10.782,20**	**$11.860,42**	**$13.046,46**	**$14.351,11**
Alarmas contra incendios	$175,00	$192,50	$211,75	$232,93	$256,22
Sirenas	$125,00	$137,50	$151,25	$166,38	$183,01
Extinguidores	$230,00	$253,00	$278,30	$306,13	$336,74
Agua	$2.372,00	$2.609,20	$2.870,12	$3.157,13	$3.472,85
Energia Electrica	$5.400,00	$5.940,00	$6.534,00	$7.187,40	$7.906,14
Materiales varios (pintura, focos)	$1.500,00	$1.650,00	$1.815,00	$1.996,50	$2.196,15
Otros costos indirectos	**$145.375,47**	**$159.913,01**	**$175.904,31**	**$193.494,75**	**$212.844,22**
Varios (sabanas, almohadas, etc)	$3.072,00	$3.379,20	$3.717,12	$4.088,83	$4.497,72
Suministros de Limpieza	$4.320,00	$4.752,00	$5.227,20	$5.749,92	$6.324,91
Provisiones de comidas y bebidas	$45.670,00	$50.237,00	$55.260,70	$60.786,77	$66.865,45
Seguros	$631,30	$694,43	$763,87	$840,26	$924,29
Depreciacion	$69.927,17	$69.927,17	$76.919,88	$84.611,87	$93.073,06
Alimentacion para animales	$1.250,00	$1.375,00	$1.512,50	$1.663,75	$1.830,13
Alimentacion del personal	$19.200,00	$21.120,00	$23.232,00	$25.555,20	$28.110,72
Uniformes para el personal	$1.305,00	$1.435,50	$1.579,05	$1.736,96	$1.910,65
No. Empleados	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00
Precio	$45,00	$49,50	$54,45	$59,90	$65,88
Subototal	**$155.177,47**	$170.695,21	$187.764,73	$206.541,21	$227.195,33
Imprevistos (10%)	$15.517,75	$17.069,52	$18.776,47	$20.654,12	$22.719,53
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	**$170.695,21**	**$187.764,73**	**$206.541,21**	**$227.195,33**	**$249.914,86**

ANEXO 9.4
COSTOS DE PRODUCCION
"CRISTAL DREAMS."

Materiales Directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento de la Infraestructura	$10.548,00	$11.602,80	$12.763,08	$14.039,39	$15.443,33
Materiales diversos para recreacion	$1.586,00	$1.744,60	$1.919,06	$2.110,97	$2.322,06
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	**$12.134,00**	**$13.347,40**	**$14.682,14**	**$16.150,35**	**$17.765,39**
Mano de Obra Directa	**Sueldo Anual**				
Cargo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
5 Salonneros	$12.000,00	$13.200,00	$14.520,00	$15.972,00	$17.569,20
3 Cocineros	$9.750,00	$10.725,00	$11.797,50	$12.977,25	$14.274,98
2 Jardineros	$2.724,00	$2.996,40	$3.296,04	$3.625,64	$3.988,21
2 Masajistas	$6.600,00	$7.260,00	$7.986,00	$8.784,60	$9.663,06
4 Mucamas	$5.040,00	$5.544,00	$6.098,40	$6.708,24	$7.379,06
6 Guardias	$12.240,00	$13.464,00	$14.810,40	$16.291,44	$17.920,58
2 Conserjes	$3.600,00	$3.960,00	$4.356,00	$4.791,60	$5.270,76
Subtotal	**$51.954,00**	**$57.149,40**	**$62.864,34**	**$69.150,77**	**$76.065,85**
Beneficios Sociales (20%)	$10.390,80	$11.429,88	$12.572,87	$13.830,15	$15.213,17
TOTAL MANO DE OBRA	**$62.344,80**	**$68.579,28**	**$75.437,21**	**$82.980,93**	**$91.279,02**
COSTOS INDIRECTOS	**$170.695,21**	**$187.764,73**	**$206.541,21**	**$227.195,33**	**$249.914,86**
COSTOS DE PRODUCCION	**$245.174,01**	**$269.691,41**	**$296.660,56**	**$326.326,61**	**$358.959,27**

ANEXO 9.5
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS
"CRISTAL DREAMS."

TIPO: LINEA RECTA

DESCRIPCION	% D. ANUAL	INVERSION	T. DEP. ANUAL	VIDA UTIL
Obra Civil		**$620.711,66**	**$62.071,17**	
Terreno (3.800 mts2)	5%	$40.000,00	$2.000,00	50
Inversión en infraestructura	2%	$20.641,66	$412,83	50
Acabados Arquitectónicos	2%	$546.390,00	$10.927,80	50
Instalación eléctrica	5%	$13.680,00	$684,00	50
Equipos para entretenimiento	10%	**$63.130,00**	**$6.313,00**	10
Equipos de Oficina		**$15.430,00**	**$1.543,00**	
Computadoras	20%	$1.500,00	$300,00	5
Aire acondicionado	20%	$12.000,00	$2.400,00	5
Telefax	20%	$250,00	$50,00	5
Impresora – copiadora	20%	$500,00	$100,00	5
Caja registradora	20%	$1.000,00	$200,00	5
Teléfonos	20%	$180,00	$36,00	5
Muebles de Oficina		**$2.015,00**	**$201,50**	
Escritorios	10%	$375,00	$37,50	10
Sillas de recepción	10%	$800,00	$80,00	10
Sillas de Gerencia	10%	$200,00	$20,00	10
Sillones	10%	$100,00	$10,00	10
Sillas para sala de convenciones	10%	$300,00	$30,00	10
Archivadores	10%	$240,00	$24,00	10
Muebles de la hostería		**$24.801,92**	**$2.480,19**	
Juego mesa comedor, cafetería y peña	10%	$1.080,00	$108,00	10
Juego mesa para piscina con sombrilla	10%	$600,00	$60,00	10
Lavadoras Profesionales	10%	$2.940,00	$294,00	10
Camas	10%	$7.549,92	$754,99	10
Veladores	10%	$2.280,00	$228,00	10
Armarios	10%	$6.372,00	$637,20	10
Cajas fuertes para habitación	10%	$2.280,00	$228,00	10
Caja fuerte para gerencia	10%	$500,00	$50,00	10
Sillones	10%	$1.200,00	$120,00	10
Otros		**$31.896,00**	**$3.189,60**	
minirefrigeradores	10%	$200,00	$20,00	10
Microondas	10%	$138,00	$13,80	10
Refrigeradoras	10%	$3.000,00	$300,00	10
Cuarto Frigorifico	10%	$10.000,00	$1.000,00	10
Utensilios de cocina	10%	$2.678,00	$267,80	10
Calentador de agua	10%	$2.250,00	$225,00	10
Televisores	10%	$12.690,00	$1.269,00	10
Soporte para televisor	10%	$540,00	$54,00	10
Reflectores	10%	$400,00	$40,00	10
TOTAL DE DEPRECIACION		**$773.414,58**	**$77.341,46**	

ANEXO 9.6
GASTOS ADMINISTRATIVOS
"CRISTAL DREAMS."

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DE GASTOS PERSONAL	**$49.608,00**	**$54.568,80**	**$60.025,68**	**$66.028,25**	**$72.631,07**
SUELDOS ANUALES					
PERSONAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
GERENTE GENERAL	$13.800,00	$15.180,00	$16.698,00	$18.367,80	$20.204,58
CONTADOR	$9.840,00	$10.824,00	$11.906,40	$13.097,04	$14.406,74
2 RECEPCIONISTAS	$6.720,00	$7.392,00	$8.131,20	$8.944,32	$9.838,75
2 GUIAS TURISTICOS	$7.200,00	$7.920,00	$8.712,00	$9.583,20	$10.541,52
1 INSTRUCTOR DE GIMNASIO	$3.780,00	$4.158,00	$4.573,80	$5.031,18	$5.534,30
SUB TOTAL	**$41.340,00**	**$45.474,00**	**$50.021,40**	**$55.023,54**	**$60.525,89**
BENEFICIOS SOCIALES (20%)	$8.268,00	$9.094,80	$10.004,28	$11.004,71	$12.105,18
TOTAL DE GASTOS DE OFICINA	**$25.773,70**	**$26.170,84**	**$26.607,70**	**$27.088,24**	**$27.616,83**
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	$3.478,00	$3.825,80	$4.208,38	$4.629,22	$5.092,14
SEGUROS DE ACTIVOS	$493,41	$542,75	$597,03	$656,73	$722,40
DEPRECIACION	$7.414,29	$7.414,29	$7.414,29	$7.414,29	$7.414,29
AMORTIZACION DE ACT. INTANGIBLES	$14.388,00	$14.388,00	$14.388,00	$14.388,00	$14.388,00
SUBTOTAL	**$75.381,70**	**$80.739,64**	**$86.633,38**	**$93.116,49**	**$100.247,91**
IMPREVISTOS (10%)	$7.538,17	$8.291,99	$9.121,19	$10.033,30	$11.036,63
GASTOS TOTALES	**$82.919,87**	**$89.031,63**	**$95.754,56**	**$103.149,79**	**$111.284,54**

ANEXO 9.7
GASTOS DE PROMOCION
"CRISTAL DREAMS"

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
AFICHES	50,00	250,00	25,00	125,00	25,00	125,00	25,00	125,00	25,00	135,00
TRIPTICOS	300,00	75,00	250,00	62,50	250,00	62,50	250,00	62,50	250,00	52,50
VOLANTES	1.000,00	80,00	500,00	40,00	500,00	40,00	500,00	40,00	500,00	40,00
PÁGINA WEB		800,00								
CAPACITACIÓN	4,00	1.000,00								
PLUMAS	300,00	120,00	150,00	60,00	150,00	60,00	150,00	60,00	150,00	60,00
ADHESIVOS	300,00	90,00	150,00	45,00	150,00	45,00	150,00	45,00	150,00	45,00
Subtotal		**2.415,00**		**332,50**		**332,50**		**332,50**		**332,50**
Imprevistos (10%)		241,50		33,25		33,25		33,25		33,25
TOTAL	**2.656,50**		**365,75**		**365,75**		**365,75**		**365,75**	

ANEXO 9.8
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
"CRISTAL DREAMS."

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	$710.743,00	$820.908,17	$948.148,93	$1.095.112,01	$1.264.854,38
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	$245.174,01	$269.691,41	$296.660,56	$326.326,61	$358.959,27
UTILIDAD BRUTA	**$465.568,99**	**$551.216,75**	**$651.488,38**	**$768.785,40**	**$905.895,11**
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN	$2.656,50	$365,75	$365,75	$365,75	$365,75
(-) GASTOS DE ADM.	$82.919,87	$89.031,63	$95.754,56	$103.149,79	$111.284,54
UTILIDAD OPERACIONAL	**$379.992,62**	**$461.819,37**	**$555.368,06**	**$665.269,86**	**$794.244,81**
(-) GASTOS FINANCIEROS (int. Deuda)	$50.000,00	$41.810,13	$32.801,26	$22.891,52	$11.990,79
UTILIDAD NETA ANTES DE PARTICIP.	**$329.992,62**	**$420.009,24**	**$522.566,80**	**$642.378,35**	**$782.254,02**
(-) 15% TRABAJADORES	$49.498,89	$63.001,39	$78.385,02	$96.356,75	$117.338,10
UTILIDAD NETA ANTES DE IMP.	**$280.493,72**	**$357.007,86**	**$444.181,78**	**$546.021,59**	**$664.915,92**
(-) IMP. A LA RENTA (25%)	$70.123,43	$89.251,96	$111.045,44	$136.505,40	$166.228,98
UTILIDAD NETA	**$210.370,29**	**$267.755,89**	**$333.136,33**	**$409.516,20**	**$498.686,94**

ANEXO 9.9
FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA
"CRISTAL DREAMS."

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
a. Ingresos Operacionales		$802.472,46	$912.637,62	$1.039.878,39	$1.186.841,47	$1.356.583,84
Ventas		$710.743,00	$820.908,17	$948.148,93	$1.095.112,01	$1.264.854,38
Depreciacion		$77.341,46	$77.341,46	$77.341,46	$77.341,46	$77.341,46
Amortizacion Activos Intangibles		$14.388,00	$14.388,00	$14.388,00	$14.388,00	$14.388,00
b. Egresos Operacionales		$380.750,38	$400.898,92	$425.582,13	$452.733,67	$482.600,36
Costos de Produccion		$245.174,01	$269.691,41	$296.660,56	$326.326,61	$358.959,27
Gastos Administrativos		$82.919,87	$89.031,63	$95.754,56	$103.149,79	$111.284,54
Gastos de Promocion		$2.656,50	$365,75	$365,75	$365,75	$365,75
Interes del Prestamo		$50.000,00	$41.810,13	$32.801,26	$22.891,52	$11.990,79
c. Flujo Operacional (a-b)		$421.722,07	$511.738,70	$614.296,25	$734.107,80	$873.983,48
d. Ingresos No Operacionales	**$889.285,57**	**$0,00**	**$0,00**	**$0,00**	**$0,00**	**$0,00**
Aportes de Capital Propio	$389.285,57	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00
Deuda a largo plazo	$500.000,00					
e. Egresos No Operacionales		**$201.521,06**	**$242.341,97**	**$288.527,94**	**$341.869,37**	**$403.475,03**
Reparto de utilidades para trabajadores 15%		$49.498,89	$63.001,39	$78.385,02	$96.356,75	$117.338,10
Impuestos		$70.123,43	$89.251,96	$111.045,44	$136.505,40	$166.228,98
Amortizacion de Capital		$81.898,74	$90.088,61	$99.097,48	$109.007,22	$119.907,95
f. Flujo No Operacional		**$201.521,06**	**$242.341,97**	**$288.527,94**	**$341.869,37**	**$403.475,03**
Flujo Neto General	**$389.285,57**	**$220.201,01**	**$269.396,74**	**$325.768,32**	**$392.238,43**	**$470.508,45**

TMAR ACCIONISTA	21,87%
VAN	$ 505.592,08
TIR	66%
Periodo de recuperacion de la Inversion	2 AÑOS