



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA
ECOLÓGICA EN EL CANTÓN PUERTO LOPEZ PROVINCIA DE
MANABÍ.**

AUTOR:

JIMMY ANDRÉS TELLO VALENCIA

TUTOR:

Lcdo. EDISON FERNANDO CHIRIBOGA CISNEROS

GUAYAQUIL-ECUADOR

2015

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TITULO Y SUBTITULO: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN EL CANTÓN PUERTO LOPEZ PROVINCIA DE MANABÍ.	
AUTOR/ES: JIMMY ANDRÉS TELLO VALENCIA	REVISORES: LCDO. FERNANDO CHIRIBOGA
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	FACULTAD: COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA: TURISMO Y HOTELERIA	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGS: 80
ÁREAS TEMÁTICAS: INV. DE MERCADOS, FINANZAS, Y MARKETING TURÍSTICO	
PALABRAS CLAVE: FACTIBILIDAD, EMPRENDIMIENTO, PESTEL, PORTER Y CADENA DE VALOR	
<p>RESUMEN: Elaborar un análisis financiero para evaluar la factibilidad de una hostería ecológica en el cantón Puerto López, utilizando varias herramientas para obtener el FODA y así cumplir con estrategias claves para la puesta en marcha del negocio.</p> <p>La herramienta de Pestel y Cinco fuerzas de Porter fue importante en el análisis del macro entorno de la empresa, y la cadena de valor en el micro entorno de la empresa, esto permitió identificar los factores directos e indirectos que afectan a la empresa.</p> <p>Las características que tiene Puerto López es una gran ventaja que permite a este proyecto un gran servicio en un ambiente confortable, hay varias visiones, pero la principal fue descubrir mediante varios análisis herramientas claves para identificar la ventaja competitiva de la empresa.</p> <p>Esta ventaja competitiva será manejar una estrategia de proveedor de menor costo lo que permite que con la utilización de materiales ecológicos minimizar costos y por ende menores precios que la competencia.</p>	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO URL (tesis en la web):	
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono: 0994937743 Email:
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Lcdo. FERNANDO CHIRIBOGA
	Teléfono: 0997810604
	E-mail: fer130881@hotmail.com

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

APROBACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de tutor de la tesis, nombrado por el consejo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Certifico:

Que he revisado el proyecto de trabajo de investigación presentado por el egresado: **JIMMY ANDRÉS TELLO VALENCIA**, como requisito previo para optar por el Título de Licenciad(o)a en Turismo y Hotelería, cuya Temática es: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN EL CANTÓN PUERTO LOPEZ PROVINCIA DE MANABÍ.**

Considerándolo aprobado en su totalidad.

Lcdo. EDISON FERNANDO CHIRIBOGA CISNEROS

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y
ORTOGRAFÍA**

YO, **FERNANDO FABRICIO VILLAFUERTE MUÑOZ** certifico: que he revisado la redacción y ortografía del contenido de investigación: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN EL CANTÓN PUERTO LOPEZ PROVINCIA DE MANABÍ**. Elaborado por: **JIMMY ANDRÉS TELLO VALENCIA**, con cédula de identidad: **0919988758** previo a la obtención del título de **LICENCIAD(O)A EN TURISMO Y HOTELERÍA**.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto.

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evitan los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimiento y precisión de la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico. Sencillo y directo, por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto, y en uso de mis derechos como especialista en literatura y español reconozco la **VALIDEZ ORTOGRAFÍA** de su tesis de investigación previa a la obtención del título de **LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**.

**Ing. FERNANDO FABRICIO VILLAFUERTE MUÑOZ
C.I. 0923039028**

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han APROBADO el Trabajo de Titulación **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN EL CANTÓN PUERTO LOPEZ PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido propuesto, desarrollado y sustentado por el Sr(a) **JIMMY ANDRÉS TELLO VALENCIA** egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería, Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Turismo y Hotelería.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ACTA DE RESPONSABILIDAD

La responsabilidad del contenido de este trabajo de Titulación me corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual del mismo a la **Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.**

JIMMY ANDRÉS TELLO VALENCIA

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

De igual manera agradecer a mi profesor de Investigación y de Tesis de Grado Lcdo. **EDISON FERNANDO CHIRIBOGA CISNEROS** por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones

ÍNDICE DE CONTENIDOS

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	II
FICHA DE REGISTRO DE TESIS.....	II
APROBACIÓN DE TUTOR.....	III
CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA.....	IV
APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR	V
ACTA DE RESPONSABILIDAD	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.4 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.5 SITUACIÓN EN CONFLICTO EN SU CONTEXTO.....	5
1.6 APORTE SOCIAL.....	5
1.7 JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1 FUNDAMENTACIÓN HISTÓRICA	7
2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	7
2.1.2 PRINCIPALES PERCUSORES DE LA HOSPITALIDAD	8
2.1.3 DATOS GENERALES DEL CANTÓN PUERTO LOPEZ.....	9
2.1.3.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS DE PUERTO LÓPEZ	9
2.1.3.2. HIDROGRAFÍA	9
2.1.3.3. RELIEVE	9

2.1.3.4. CLIMA.....	9
2.1.3.5. ASPECTO SOCIO-ECONÓMICO.....	10
2.1.3.6. CONDICIONES DEMOGRÁFICAS	10
2.1.3.7. BIODIVERSIDAD.....	10
2.1.3.8 FESTIVIDADES	11
2.1.3.9 GASTRONOMÍA	11
2.1.3.10. ATRACTIVOS	12
2.1.3.11DEPORTES	12
2.1.4. INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD	12
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	13
2.2.1 CLASIFICACIÓN DE HOTELES.....	13
2.2.2 OBJETIVOS DE LOS ALOJAMIENTOS.....	15
2.2.3 CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS	15
2.3. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLOGICA	16
2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	17
2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	19
3. ANÁLISIS DE MERCADO.....	22
3.1 INTRODUCCIÓN.....	22
3.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO DE LA EMPRESA.	23
3.2.1 ANÁLISIS DE PESTEL.....	23
3.2.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER	27
3.2.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO DE LA EMPRESA	29
4. METODOLOGÍA	33
4.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	33
4.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	33
4.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	33
4.4 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	34
4.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	34
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS	36
CAPÍTULO VI.....	47
6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA DE LA EMPRESA	47
6.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	47
6.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	47

6.1.2 OBJETIVOS	48
6.1.2.1 OBJETIVO GENERAL	48
6.1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	48
6.2 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	49
6.2.1 MÉTODOS DE CÁLCULO.....	49
6.2.2 CRITERIOS PARA EL CÁLCULO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA	49
6.2.1.1 FINANCIEROS (FLUJO DE CAJA),	49
6.2.1.2 NO FINANCIEROS (VAN, TIR Y PAYBACK).....	49
6.2.3 PRESUPUESTO DE INVERSIONES	50
6.2.3.1 INVERSIONES.....	50
6.2.3.2 PROPUESTA DE INGRESOS Y GASTOS	58
6.2.4 FINANCIAMIENTO	59
6.2.5 FLUJO DE CAJA.....	60
CONCLUSIONES.....	63
RECOMENDACIONES	63
ANEXOS.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB E INFLACIÓN	24
Tabla 2 TASA DE INTERES	24
Tabla 3 SEXO	36
Tabla 4 EDAD.....	37
Tabla 5 PREGUNTA 1	38
Tabla 6 PREGUNTA DOS.....	39
Tabla 7 PREGUNTA TRES	40
Tabla 8 PREGUNTA CUATRO	41
Tabla 9 PREGUNTA CINCO	42
Tabla 10 PREGUNTA SEIS	43
Tabla 11 PREGUNTA SIETE	44
Tabla 12 PREGUNTA OCHO	45
Tabla 13 PREGUNTA NUEVE.....	46
Tabla 14 ACCIONISTAS	48
Tabla 15 CONSTRUCCIÓN.....	50
Tabla 16 HABITACIONES	51
Tabla 17 EQUIPOS	52
Tabla 18SUMINISTROS DE OFICINA	52
Tabla 19 SUMINISTROS DE LIMPIEZA.....	53
Tabla 20 GASTOS PUBLICIDAD	53
Tabla 21 SERVICIOS BÁSICOS	54
Tabla 22 COSTOS DE PERSONAL.....	55
Tabla 23 COSTOS DE INVERSIÓN Y EGRESOS	55
Tabla 24 DEPRECIACIÓN	56
Tabla 25 VENTAS ESTIMADAS	58
Tabla 26 PRESTAMO.....	59
Tabla 27 FLUJO DE CAJA.....	62
Tabla 28 FLUJO CON FINANCIAMIENTO	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 SEXO	36
Ilustración 2 VENTAS.....	37
Ilustración 3 PERSONAS DE VIAJE	38
Ilustración 4 NÚMERO DE PERSONAS.....	39
Ilustración 5 SERVICIOS.....	40
Ilustración 6 PLAYA	41
Ilustración 7 MEDIOS PUBLICITARIOS.....	42
Ilustración 8 TECNOLOGÍA	43
Ilustración 9 SERVICIOS EN HABITACIÓN.....	44
Ilustración 10 UBICACIÓN	45
Ilustración 11 P.V.P	46

RESUMEN

Ecuador es uno de los países más importantes por la biodiversidad y por poseer una variedad de regiones climáticas, razón por lo cual es considerado como un lugar único para descansar.

Se debe tomar en cuenta que Ecuador es considerado por los extranjeros como un lugar para vivir. Existen varias empresas dedicadas a brindar certificaciones para negocios o emprendimientos que manejan los recursos naturales, culturales o sociales. Se debe tomar en cuenta que en el ámbito del turismo es una preocupación global.

Por eso motivo este proyecto tiene la responsabilidad de emprender un negocio con un plus, esta característica es utilizar procesos para minimizar el impacto ambiental. Esta hostería ecológica maneja su infraestructura con materiales del sector para brindar al cliente una percepción de buenas prácticas ambientales.

Las características que tiene Puerto López es una gran ventaja que permite a este proyecto un gran servicio en un ambiente confortable, hay varias visiones, pero la principal fue descubrir mediante varios análisis herramientas claves para identificar la ventaja competitiva de la empresa.

Esta ventaja competitiva será manejar una estrategia de proveedor de menor costo lo que permite que con la utilización de materiales ecológicos minimizar costos y por ende menores precios que la competencia.

La percepción del cliente que tendrá en la hostería ecológica es la clave debido a que este proyecto trata de tener una calidad turística, además que estos estándares o procedimientos de manejo ambiental permitirán atraer a nichos de mercado variados consiguiendo que el proyecto sea rentable y factible para todos sus socios.

ABSTRACT

Ecuador is one of the most important countries for its biodiversity and for having a variety of climatic regions that are considered to be one of the best places to visit for a vacation. Ecuador is also a country which attracts a lot of foreign people to live.

We must take into consideration that foreigners of the whole world consider various cities of Ecuador a place where they would like to live. There are several companies dedicated to provide certification for businesses or enterprises that manage natural, cultural and social resources. The tourism field is a global concern.

That is the reason why this project has the responsibility of running a business with an add-on characteristic which develops processes to minimize environmental impact. This ecological hostel manages its infrastructure with materials from their own sector to provide customers an idea of good environmental practices.

The characteristics that Puerto Lopez has is a great advantage that permits this Project to have a great service in a comfortable atmosphere, this project has many versions but the main one was discovered thorough various analysis and using key tools to identify the advantages of competitiveness in companies.

This competitive advantage should be to manage a strategy to provide for less cost and permit the usage of ecological materials that would minimize prices and therefore will lower the prices than with competitiveness.

The perception that a client will have in the ecological hostel is the key due to that this Project is about having touristic qualities, but also standards and environmental procedures will permit to attract groups of various markets allowing the project to be rentable and practicable for all the partners involved.

INTRODUCCIÓN

Las empresas turísticas tienen que ser sustentables, pero buscan siempre minimizar costos para obtener grandes ingresos, y mejorar su continuidad para permanecer en forma permanente en la cadena de vida de la empresa, este objetivo es por una razón fundamental ser considerado como una de las mejores empresas turísticas del país.

Este estudio se basa en analizar la factibilidad para implementar una hostería ecológica con el uso de índices financieros y no financieros para medir la rentabilidad y el minimizar el riesgo para los inversionistas.

Pero antes de este estudio se debe tomar en cuenta varios puntos importantes para reducir el riesgo y obtener beneficios. Tener una ventaja competitiva para introducirse en el mercado de la industria de la hospitalidad fue la clave con el uso de herramientas como el FODA.

Este proyecto se basa, en que dentro de la organización cada miembro sea participe en la visión de la empresa, es importante destacar que el cuidado ambiental y el uso de tecnología adecuada puede ser el valor más destacado de la empresa.

Cada empresa con calidad turística debe brindar a su personal capacitación adecuada sobre equipos y seguridad y condiciones de trabajo óptimas incentivando su rendimiento.

Frente a este gran valor, los viajeros reconocerán a una empresa preocupada por el manejo sustentable de los recursos que posee y los que se encuentran alrededor de la empresa.

Y como toda empresa busca beneficios económicos, que son lo más importante en una actividad comercial, concluyendo a este proyecto como sustentable.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los logros alcanzados por el turismo en Ecuador son significativos para la economía del país, la participación en congresos, ferias y spots publicitarios son las principales estrategias por parte del Ministerio de Turismo, además Ecuador fue considerado como el primer destino turístico para turistas extranjeros en América Latina.

Puerto López es uno de los cantones principales de la provincia de Manabí, posee 35 atractivos turísticos, los más conocidos son la observación de ballenas jorobadas, el museo de Agua Blanca y la isla de la Plata.

El nombre del cantón Puerto López se dio por la visita del filántropo Daniel López y por su honor el municipio de Jipijapa dio el nombre a este cantón. Este cantón posee dos parroquias y 16 recintos.

Puerto López es considerado como un destino turístico en la provincia de Manabí y está en ruta del Spondylus, es conocido por sus atractivos y por su belleza paisajista.

Este cantón posee con planta turística única, pero no existe un establecimiento que permita admirar su infraestructura ecológica en un ambiente más natural.

La falta de apoyo para emprendimientos ha sido uno de los factores más importantes en este cantón por lo que las personas que pertenecen a esta comunidad deben salir a otros cantones para trabajar.

La ubicación de Puerto López permite a las empresas que llevan materiales y otros accesorios se encarezcan por lo cual desmotiva a personas a desarrollar cualquier tipo de proyectos.

La inversión y el apoyo por parte de las entidades de la banca privada y estatal también es otro de los problemas principales que afectan el desarrollo económico del cantón.

La industria de la hospitalidad se visibiliza como una infraestructura en mal estado por que varias lugares de este tipo de actividad brindan un mal servicio y las personas deben hospedarse en jipijapa, manta o en otros lugares que se encuentran en la provincia de Santa Elena.

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Este proyecto se desarrollara en el país de Ecuador, en la región costa en la provincia de Manabí, en el cantón de Puerto López.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la implementación de una hostería ecológica incide en el desarrollo turístico del cantón Puerto López en la Provincia de Manabí?

1.4 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la factibilidad de la implementación de una hostería ecológica en la provincia de Manabí.

1.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un estudio de mercado para obtener el FODA estratégico.

Elaborar la matriz estratégica para determinar estrategias para desarrollar el proyecto.

Analizar la evaluación económica del proyecto en marcha para medir la rentabilidad mediante el uso de índices financieros.

1.5 SITUACIÓN EN CONFLICTO EN SU CONTEXTO

En el cantón Puerto López se ha explotado de manera irracional los recursos naturales y culturales y la identidad cultural es uno de los aspectos más relevantes por lo que se pierde la relevancia como un destino turístico a nivel internacional.

1.6 APORTE SOCIAL

Este proyecto permitirá el desarrollo de empleo para los habitantes de este cantón cumpliendo con los objetivos del plan nacional del buen vivir, y esto desarrollara que personas participen en una economía política solidaria para la respectiva inclusión económica social para el desarrollo local de su población.

1.7 JUSTIFICACIÓN

Puerto López es uno de los cantones más importantes de la provincia de Manabí, cuenta con recintos importantes considerados como atractivos turísticos culturales y naturales y posee varios atractivos que pueden ser considerados como un destino turístico.

El propósito de este proyecto es desarrollar una empresa diferente a través de un proyecto en la industria de la hospitalidad como es una hostería ecológica, la cual su temática es fundamental para brindar un valor significativo en los futuros potenciales clientes.

El propósito de este proyecto es desarrollar en este cantón un proyecto diferente que utilice materiales del cantón y ciertos adornos hechos por los habitantes de los recintos que tiene Puerto López.

Se considera que este tipo de proyectos son parte de la competitividad para alcanzar un mejor desarrollo turístico sustentable en este cantón y así mejorar el turismo que día a día cambia, además de satisfacer las necesidades de clientes para garantizar y cumplir con la misión de este negocio.

Este proyecto es factible porque Puerto López posee todo tipo de beneficios que el público desea además de actividades que hacen que Puerto López sea un considerado como un producto turístico al punto de ser considerado a nivel internacional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN HISTÓRICA

2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El turismo es parte fundamental en los primeros nómadas, que tenían que desplazarse en un radio de 10 km para buscar diferentes productos que satisfagan sus necesidades básicas.

Este tipo de desplazamientos se hizo como una práctica dentro de las etapas de la historia mundial como en la edad antigua, media, moderna y contemporánea.

En la Edad Antigua existían grupos de personas con gran poder político y económico, que necesitaban viajar para acumular riquezas, conquistar territorios o buscar productos codiciados por reyes o personas importantes de esa época.

Las motivaciones de viajes fueron variadas y cumplían con visitas a diferentes lugares conocidos como las siete maravillas del mundo, y existían varios tipos de interés: político, económico, religioso, curioso y educativo.

En la Edad Media fueron muchos los escritores que dejaron testimonios que indicaban que el turismo tuvo un retroceso debido a que esta época fue de confusiones por ciertos acontecimientos, el más importante fue la caída de Roma.

Una de las características de la Edad Media fue que la población se hizo sedentaria y por el estado de guerras y matanzas en el sistema feudal, las personas no se alejaban de sus hogares.

Las peregrinaciones religiosas fue un motivo de viaje, el cristianismo y el islam debían aumentar los creyentes por lo que comenzaron abarcar más territorio, y estas se vieron obligadas a sus creyentes a viajar una vez en la vida.

En la Edad Moderna cerca del siglo XIX comenzaron a realizar viajes confines de ocio, el comienzo de la revolución industrial y la revolución

francesa por el punto de inicio para decir que "el turismo es hijo de esta doble revolución burguesa" (Beltrami, 2010)

La revolución industrial fue un punto importante debido al inicio de la máquina a vapor, gracias a este invento existieron varios medios de transporte, lo cual fueron utilizados por personas para desplazarse a varios destinos.

Al existir varios medios de transporte los caminos cada vez fueron necesarios para viajar dentro y fuera de los países, además de ser necesarios para llevar mercancía, por medio del mar o los principales canales comenzaron a ser navegables para que barcos más grandes pasaran para el tránsito de personas y carga.

Según Bareto (2008), hace referencia que existe una diferencia del concepto entre el viaje y el turismo, en donde se dio referencia a que el viaje cambio para convertirse en una actividad turística.

"El verdadero fenómeno turístico fue al final de la segunda guerra mundial convirtiéndose en turismo MASIVO" (khatchikian, 2009).

El desarrollo de los sistemas capitalistas y los modelos neoliberales fue un paso decisivo para la implementación del Turismo de masas, además la ONU creó (OMT),

2.1.2 PRINCIPALES PERCUSORES DE LA HOSPITALIDAD

Conrad Hilton.- ofrecía cuartos de la casa de su papa para alquilar a viajeros y cobraba la noche, además incluía la alimentación después compro un hotel viejo en Texas y luego se ha convertido un líder en la industria de la hospitalidad.

Howard Johnson.- en 1925 compró varios centros de soda en el cual incluyo tipo de productos adicionales para convertirlo en uno de los líderes de la restauración, más a delante incursiono en la hospitalidad y agrego los restaurantes a los hoteles.

Willard Marriott.- comenzó como dueño de un restaurante y tuvo fuentes de cerveza y se extendió en el campo del hospedaje para luego convertirlo en un imperio.

2.1.3 DATOS GENERALES DEL CANTÓN PUERTO LOPEZ

2.1.3.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS DE PUERTO LÓPEZ

Puerto López se encuentra en la prov. de Manabí en la región costa en el país de Ecuador.

Norte: Cantón Jipi Japa

Sur: Provincia de Santa Elena

Este: Cantón Jipi Japa

Oeste: Océano Pacífico

2.1.3.2. HIDROGRAFÍA

Esta atravesado por varios ríos Ayampe, Puerto Rico, La Curia, Salango y Río frío, menos el Ayampe todos desembocan en el Océano Pacífico en la zona también se encuentra una gran cantidad de ríos subterráneas que no son mayormente aprovechadas.

2.1.3.3. RELIEVE

Este influenciado por la cordillera de Chongón y Colonche recorre de sur a norte el relieve de Puerto Daniel López. En la costa el terreno es llano y con elevaciones que no superan los 800 m.s.n.m.

En la zona montañoso predominan las pendientes, entre moderadas, quebradas y muy quebradas, sobresalen las puntas, el sombrero, Bálsamo, el Barquito, Cabezona, Isla Salango.

2.1.3.4. CLIMA

Puerto López es una de las provincias que cuida el ambiente y se la considera como la capital eco turística, las aguas del pacifico llegan tranquilamente debido a sus rompeolas provocando una ensenada. Su clima varía de 25 y 30 grados centígrados. Existe varios meses con temperaturas altas debido a la corriente de Panamá.

2.1.3.5. ASPECTO SOCIO-ECONÓMICO

La agricultura es considerada como el principal actividad económica, los cultivo de maíz y café en varias comunidades de la zona, además la crianza del ganado la cual vive el 16,9% de su población,

La actividad principal de los habitantes del Cantón Puerto López es la pesca artesanal, pero el turismo se ha convertido en el principal rubro económico de ese cantón.

El ecoturismo mantiene al 21% de la población, el comercio en general se mantiene ocupado a un 19,5% de los pobladores.

2.1.3.6. CONDICIONES DEMOGRÁFICAS

De acuerdo al último Censo de población y vivienda realizado en el año 2010 realizado por INEC, Puerto López cuenta con 20541 habitantes.

2.1.3.7. BIODIVERSIDAD

2.1.3.7.1. FLORA

Puerto López cuenta con diferentes ecosistemas, y la influencia de su clima ha desarrollado varios tipos de vegetales, aunque se ha detectado un desconocimiento de algunas de ellas mencionadas, sin embargo las especies más conocidas son Ceiba, teca, flor amarillo, cedro amargo, cedro macho, palo de cruz , flor, morado, pomarroso, higuierón, aceite, palma moriche, caño fistol, acacia, laurel, hobo, algarrobo, arrayán, caracaro, igua, trompillo, cabo de hacha, guarumo, mispero, majaguillo, tablón chicharro, cachicamo. Pero el hombre a domesticado otro tipo de vegetales para el uso en actividades agrícolas, viviendas y comercialización de maderas.

2.1.3.7.2. FAUNA

El tipo de fauna existente en este cantón son: mamíferos, Armadillo, Mono Aullador, Mico Maicero, Mico Titi, Perezoso, Puerco Espin, Ardilla, chucha Rabí pelada, Oso Hormiguero, Perro de Agua, Comadreja, Comadreja, Chigüiro, Capibara, Lancho, Danta, Murciélago Frutero, Murciélago Orejón, Murciélago, Vedado, Saino, Lapa; aves. Mirla común, Mirla cachetona, Arrendajo Solitario, 18 Arrendajo Común, Picurero del Orinoco, Azulejo, Paloma Sabanera, Tortolita, Tortolita sabanera, Canario Colombiano, Canario Común, Loro, Loro Real, Perico Cara sucio, Periquito Azul, Alcaravancito, Aclaraban, Atrapamoscas, Colibrí verdecito, Mielero Común, Pato zambullidor, Garza Blanca, Garza del Ganado, Garza Real, Águila pescadora, Gavilán Pescador, Lechuza Común, Chulo, Oriporo, Corocora Roja, Corocora Blanca; anfibios y reptiles, Boa, Macaurel, Sapa, Cazadora, Serpiente Coral, Serpiente Cascabel, Cuatro narices, Rana de los arbustos, Rana saltadora, Sapito, Sapo común, Ranita; los peces reportados son, Amarillo, Apuy, Baboso, Barbiancho, Blanco Pobre, Bocachico, Cachama, Capaz, Cajaro, Capitán amarillo, Cucharo, Curbinata, Chancleto, Cherna, Doncella, Doradito, Dorado, Mapurito, Incurro, Paletón, Palometa, Payara, Rayado Fasciatum, Rayado Triginum, Sierra Cagona, Sierra Copora, Tigrito, Yamu, Yaque.

2.1.3.8 FESTIVIDADES

Las fiestas más importantes son la de cantonización el 31 de agosto, la observación de las ballenas entre septiembre y diciembre, las fiestas de San Pedro y San Pablo del 25 al 29 de Junio, el festival de la Balsa Manteña del 12 al 14 de Octubre.

2.1.3.9 GASTRONOMÍA

La gastronomía es variada, debido a que el sazón manabita es considerado como uno de los mejores al momento de degustar este tipo de alimentación. Los platos más típicos son el corviche, el ceviche de camarón y la cazuela de mariscos.

2.1.3.10. ATRACTIVOS

Isla de la Plata: Un atractivo dedicado antiguamente para la adoración a Dios y por realizar el intercambio de la concha spondylus, además fue considerado como un refugio para los piratas debido a que atacaban desde este punto a embarcaciones.

Frailes.- Para los amantes de la naturaleza, una de las playas más importantes que tiene este cantón es los Frailes debido a su gran estado natural considerado como un destino turístico a nivel mundial.

Sendero Eco-turístico Bola de Oro.- se encuentra ubicado en la cordillera de Chongón y Colonche, además que este sendero busca incentivar la visita a un bosque húmedo tropical con un alto número de especies.

Isla de Salango.- cuenta con 200km y es una isla que fue utilizada por varias culturas ancestrales para la recolección de la concha spondylus, y ofrecer sacrificios a sus Dioses.

Río Ayampe.- está ubicado a 20 minutos de este cantón aquí se puede realizar avistamiento de aves terrestres y marinas y para la observación de plantas maderables, medicinales y frutales.

2.1.3.11 DEPORTES

Las olas aquí tienen la dimensión perfecta para la práctica del surf, trekking, pesca deportiva, buceo, snorking, caminatas, y kayak estos son deportes comúnmente practicados por los turistas

2.1.4. INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

La hotelería surge desde la edad media, cuando las primeras civilizaciones necesitaban viajar de un lugar a otro ya sea por comercio o por entrega de correo, aunque no existe ninguna información sobre posadas o lugares para descansar.

Se cree en la antigüedad que la hospitalidad era primordial de las personas debido a que debían serlo por el bienestar religioso que provocaba, otra creencia era que brindar hospitalidad a una persona es brindarle una cama y comida para que en algún momento tal vez hicieran lo mismo.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Clasificación de Hoteles

La industria de la Hospitalidad tiene diferentes tipos de clasificación de alojamientos los más utilizados son:

- Según el Plan de Alojamiento
- Según el Tamaño
- Según el Tipo de clientela
- Según la calidad de Servicios
- Según la Ubicación
- Según la Operación
- Según la Organización
- Según los servicios que cuentan

Plan de alojamiento

Existen diferentes tipos de planes de alojamiento como son el continental, americano, americano modificado, europeo, bed and breakfast y plan inclusive.

Cada uno difiere en el sistema de alimentación que brinda además de incluir el hospedaje, se debe analizar las características y servicios que ofrecen los hoteles para su público.

Tamaño

Existen varios tipos de alojamientos que se caracterizan según el tamaño y son influenciados por la estructura que tienen, uno de los ejemplos es contar con el número de habitaciones lo cual puede clasificarlos en pequeños, medianos y grandes.

Tipo de Clientela

Existen hoteles que según los clientes son adecuados por ejemplo hoteles de negocios, convenciones, vacacionales y residentes, cada uno de ellos tienen características y servicios según el público objetivo al cual están dedicados.

SEGÚN LA CALIDAD DE SERVICIOS

Este tipo de alojamientos se clasifican por medio de un sistemas de vocablos, sistemas de clave o letras y de estrellas.

El sistema de vocablos descriptivos son: de lujo, superior primera, ordinario de primera, superior de turista y ordinario de turista.

El sistema de clave de letras se compone por: AA, A,B,C,D.

El sistema de estrellas es por: 5, 4,3,2,1 estrellas.

SEGÚN LA RELACIÓN CON LOS SERVICIOSO UBICACIÓN

Este tipo de alojamientos se clasifican según la ubicación por ejemplo aparecen hoteles metropolitanos, hotel- casino y hoteles de centros de vacacionales.

SEGÚN SU OPERACIÓN

Los alojamientos que se encuentran en esta clasificación son hoteles que atienden en forma permanente y de estación. En el Ecuador no existe de estación debido a que no hay fuerzas como el clima para suspender este tipo de actividades.

SEGÚN SU ORGANIZACIÓN

Existen alojamientos que pertenecen a varias cadenas por todo el mundo lo que se consideran como franquicia y que su marca es reconocida, esto atrae a miles de personas.

Existen otro tipo de alojamientos que son privados manejados por inversionistas que se dedican a este tipo de industria.

2.2.2 OBJETIVOS DE LOS ALOJAMIENTOS

Los objetivos de la empresa Hotelera responden a la generalidad de las empresas, a continuación se detalla los objetivos principales que se debe tomar en cuenta al poner en marcha un negocio.

- Cumplir con el objetivo económico y financiero
- Optimizar el tamaño de explotación
- Objetivos de participar en el mercado
- Adaptación a la industria
- Mejorar la calidad de los servicios ofrecidos
- Cumplir con objetivos comerciales
- Cumplir con objetivos sociales y políticos

2.2.3 CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS

En el presente análisis de las diferentes compañías que se pueden crear en el país y las diferentes características que rigen en cada una de las categorías.

La compañía debe tener un Contrato en las que algunos o pocas personas unen su capital, para emprender operaciones y obtener utilidades. Este contrato se rige por esta ley (Compañía), ley de Comercio y disposiciones del Código Civil. Las especies de compañía se constituyen como personas jurídicas.

A continuación vamos a redactar la clasificación de las especies de compañías que describe en el artículo 2 de la ley de Compañías:

- La compañía de nombre Colectivo
- La compañía en Comandita Simple
- La compañía en Comandita Dividida por Acciones

- La compañía de Anónima
- La compañía de Economía Mixta
- La compañía accidental o Cuentas en Participación
- Compañías extranjeras
- Compañía limitada

Una de las empresas que también está en circulación es al unipersonal pero poco se conoce de ella, y los abogados no se dedican a ella y no la realizan por este caso no se nombrara.

También la ley de compañía prohíbe formar compañías contrarias al orden público, y que tiendan al monopolio de las existencias o subsistencias en cualquier ramo de cualquier industria.

En este análisis se ha detectado las concordancias que tienen estas especies de compañía, como la prohibición, domicilio, representante, juicios si tuvieren obligaciones con el país de origen, transferencia de dominio

2.3. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLOGICA

Es importante como la sociología tiene que ver con el desarrollo sociocultural y económico y la incidencia que tiene en las personas, es por eso que el turismo de masas es un actor importante porque las personas desarrollan productos turísticos para que las personas que viajan desarrollan un impacto en la sociedad, uno de los más importantes es la creación de empleos.

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LEY DE LA CONSTITUCIÓN

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

Art#380: Serán responsabilidades del Estado:

Literal #6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

Art. 413.- El Estado promoverá la eficiencia energética, el desarrollo y uso de prácticas y tecnologías ambientalmente limpias y sanas, así como de energías renovables, diversificadas, de bajo impacto y que no pongan en riesgo la soberanía alimentaria, el equilibrio ecológico de los ecosistemas ni el derecho al agua.

LEY DE TURISMO

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional.

Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

LEY DE AMBIENTE

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 23.- La evaluación del impacto ambiental comprenderá:

c) La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.

Art. 24.- En obras de inversión públicas o privadas, las obligaciones que se desprendan del sistema de manejo ambiental, constituirán elementos del correspondiente contrato. La evaluación del impacto ambiental,

conforme al reglamento especial será formulada y aprobada, previamente a la expedición de la autorización administrativa emitida por el Ministerio del ramo.

2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Cadena de Valor.-es una técnica desarrollada para identificar las actividades primarias y secundarias en la parte interna de la empresa.

Ecoturismo: Viaje a lugares naturales enfocándose en la apreciación, conservación, preservación y el desarrollo sostenible de los recursos naturales del área y la comunidad que la rodea.

Ensenada.- es un accidente geográfico costero.

Factibilidad: es la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.

FODA: es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar la situación actual de la empresa u organización, permitiendo así obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ellos tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

Fuerzas de Porter.- son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia.

Hostería.- establecimiento de categoría inferior que ofrece alojamiento y comida.

Hostería Ecológica.- son aquellos que cumplen con reglamentos adecuados y respetan el medio ambiente

Hospitalidad.-es la cualidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a los invitados o a los extraños.

Investigación del mercado: es la herramienta necesaria para el ejercicio del marketing. Podemos decir que este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas (FODA) de una organización.

Marketing mix: es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las para analizar cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

Mesones:- casas públicas con fines lucrativos, localizados en las poblaciones donde se ofrecía alimentos bebidas y albergue.

Payback: denominado periodo medio de maduración, es uno de los llamados métodos de selección estáticos. Se trata de una técnica que tienen las empresas para hacerse una idea aproximada del tiempo que tardarán en recuperar el desembolso inicial invertido en el proceso productivo; es decir, el número de días que normalmente los elementos de circulante completen una vuelta o ciclo de explotación.

Pestel: Esta técnica consiste en describir el entorno externo a través de factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales.

Turismo: es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Turismo ecológico: actividad turística que se concreta sin incidir en la relación entre los seres vivos y el medio ambiente.

Van – Tir: Dos parámetros muy usados a la hora de calcular la viabilidad de un proyecto son el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno).

Ventas.- localizaban en los caminos o fuera de las poblaciones a una distancia que podía ser cubierta a caballo durante un día.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se utilizara el análisis de PESTEL, herramienta que permite distinguir los factores externos tales como son políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.

La segunda herramienta a utilizar son las 5 fuerzas de porter que permite el análisis de la parte externa de la empresa a continuación se detalla:

1. Rivalidad entre competidores.
2. Amenaza de entrada de nuevos competidores.
3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.
4. Poder de negociación de los proveedores.
5. Poder de negociación de los consumidores.

Como última herramienta esta la cadena de valor, la cual permitirá verificar la parte interna del proyecto para la puesta en marcha, esta se divide en actividades primarias y secundarias.

Al final de estas herramientas se obtendrá el FODA estratégico para analizar las estrategias que el proyecto deberá poner en marcha.

3.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO DE LA EMPRESA.

3.2.1 ANÁLISIS DE PESTEL

ENTORNO POLÍTICO

El entorno Político del Ecuador está en desequilibrio debido a las nuevas políticas fiscales impuestas por el actual régimen, en la actualidad la nueva matriz productiva han tomado en cuenta al turismo.

Uno de los claros ejemplos es la creación del Plan de Tour 2020 para cumplir hasta el año 2020, y como resultado es terminar las estrategias para que el Turismo sea considerado como el primer ingreso no petrolero del País.

Otro de los principales fue el plan de marketing PIMTE 2014, que permitió incrementar la demanda de turistas nacionales e internacionales y sobre todo potencializarlo sosteniblemente.

Con el apoyo de otras campañas que el gobierno ha venido realizando a través del ministerio de turismo como, Ecuador ama la vida, All you need is Ecuador y su segunda fase Feel Again que busca posicionar turísticamente al país en diversos países y ciudades del mundo.

Actualmente el gobierno tiene muchos inconvenientes, y ha tomado varias decisiones que afectan al emprendimiento, además la recesión económica mundial afecta indirectamente a Ecuador. Se debe tomar en cuenta el posible Fenómeno del niño que perjudica a la región costa.

ENTORNO ECONÓMICO

Los datos registrados del PIB son esenciales para el análisis económico, pues permite conocer la riqueza que se genera en el país cada año según sus producciones.

Un punto también importante es el ingreso por llegadas de turismo en el país, que ha aumentado significativamente en referencia con años anteriores por ejemplo en 2010 se registraron 1.047.098 llegadas de extranjeros proporcionando un ingreso de divisas de 386.8, mientras que en el 2014 esa cifra aumento con la llegada de 1.557.006 turistas que dejaron un ingreso de 1.085.5 superando incluso la meta propuesta de llegadas para ese año; donde se esperaba solo 1.500.000 visitantes.

Los meses con mayor regreso son abril, febrero y agosto y los principales turistas son de origen Colombiano, americano y peruano siendo las provincias más visitadas Manabí y Guayas.

ÍNDICES MACROECONÓMICOS

Tabla 1 PIB E INFLACIÓN

	2010	2011	2012	2013	2014
PIB %	3.5%	7.8%	5.1%	4.6%	3,8%
INFLACIÓN	3,33%	5,41%	4,16%	2,70%	3,67%

Fuente: propia

Tabla 2 TASA DE INTERES

PARA EL PERIODO DE JULIO 2015	
TASA DE INTERÉS ACTIVA REFERENCIAL	8.54%
TASA DE INTERÉS PASIVA REFERENCIAL	5.54%

Fuente: propia

ENTORNO SOCIAL

Es importante que en la actualidad las personas se concienticen y apoyan el cuidado ambiental, lo cual varias empresas invierten en este tema y utilizan herramientas que minimizan el impacto ambiental.

Por las grandes características que tiene el Ecuador sobre su geografía apunta a traer a turistas asiáticos, preferencialmente chinos, tener en cuenta que en el país oriental, el horario, la alimentación, las costumbres y demás son totalmente diferentes a las de América Latina.

Es por esa razón que la hostería ecológica utilizara materiales que sea ecológicas para crear un valor de conciencia ecológica.

Actualmente el turista poco conoce sobre hosterías ecológicas y que tipo de herramientas se utilizan para ser llamadas así por ese motivo se desarrollara a esta hostería como un producto turístico único en Puerto López.

ENTORNO TECNOLÓGICO

La tecnología es la característica principal que tiene esta hostería, porque implementara con herramientas que permitirán obtener a largo plazo un ahorro en sus costos directos. Por ejemplo la estructura será usando materiales de la región.

Entre los recursos necesarios para el funcionamiento de la hostería es el uso de tecnologías de bajo consumo de agua, el uso de paneles solares, manejo de desechos y crearlos como una ayuda en minimizar costos a la empresa.

Se utilizaran sistemas de limpieza de tecnología biodegradables, que estarán sujetas a criterios científico y ecológico, del mismo modo se usara papel reciclado para las impresiones, computadoras que tengan logo ecológico que indicaran que consumen menos electricidad con contenido de menos sustancias nocivas para la salud que se puedan desmantelar y

reciclar fácilmente y al finalizar su ciclo de vida el fabricante la retira de manera gratuita; a su vez en las portátiles se tomara en cuenta que posean baterías recargables menos contaminantes.

Se utilizara varias muebles decorados hechos con materiales ecológicos y del sector, considerado un plus más al ser considerados como un establecimiento que cuida el medio ambiente.

Se utilizara tecnología para el mejoramiento de manejo de personal con el uso de biométricos, y el uso de tecnologías para la promoción de la empresa en redes sociales.

Los sanitarios serán ecológicos los cuales tendrán un debido manejo de desechos sólidos y líquidos para evitar el desperdicio de agua.

ENTORNO ECOLÓGICO

La operadora turística se está constituyendo en base a lo que dice la constitución en el capítulo II biodiversidad y recursos naturales, sección primera naturaleza y ambiente, **art. #395** numeral 2 es de carácter obligatorio aplicar políticas de gestión ambiental que ayuden a conservar el medio ambiente.

Siguiendo con la ley de gestión ambiental en el art.2 donde la gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Efectivamente las tecnologías y recursos que serán usados en la operadora son tecnologías y equipos ecológicos, que ayuden a cuidar y conservar el medio ambiente.

ENTORNO LEGAL

El proyecto estará sujeto a:

- A la ley de compañías según el art # 143.
- Cumplir con el art # 5 de la ley de Turismo sobre cumplir con una actividad turística.
- Debe cumplir con el ministerio de trabajo para la contratación laboral y la libertad de trabajo.
- Cumplir con normativas de la ley de ambiente.
- Cumplir con las ordenanzas del municipio para la licencias de funcionamiento

3.2.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

Las barreras de entrada son bajas lo que permite que muchos competidores puedan ofertar más empresas de alojamiento, como consecuencia de esto, la participación de mercado en el cantón será menor.

Se debe tomar en cuenta que el plus que ofrecerá el proyecto será importante en el desarrollo de las estrategias de la empresa.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

El proceso de negociación dependerá de los productos que ofrezca cada una de las reservas; ya sea para mejorar el alojamiento y que el futuro cliente pueda percibir un servicio intangible único.

En este sentido se tiene varios tipos de proveedores para la construcción y para la compra de productos necesarios, aunque existe la prioridad de viajar a la ciudad de Manta, Portoviejo y Guayaquil para la compra de productos que sean necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Una de las formas en las que siempre el cliente busca negociar con una empresa de servicios es el precio, este varía de acuerdo al estado de la economía en el país.

Las temporadas altas y bajas generalmente también pasan por un proceso de negociación con el cliente; este desea viajar con menor precio en temporadas altas y no hacerlo en las bajas.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Existe mucha competencia dedicada a la industria de la hospitalidad, en Puerto López no cuenta con hosterías ecológicas, pero si cuenta con hoteles, pensiones y otros considerados como competencia indirecta, lo cual lo hace como un proyecto único e innovador.

Se debe tener en cuenta que esta rivalidad puede no afectar al proyecto debido a que cumplirá con servicios de calidad de los servicios y esto permitirá no competir por el precio con la otra competencia.

Al tener mayor concentración de competencia indirecta, en este cantón permitirá a las empresas de mayor experiencia jugar con los precios lo cual es una amenaza para el negocio que se va a desarrollar.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Una de las mayores amenazas es el consumo de productos sustitutos, debido a que este cantón posee muchos productos igual al proyecto a implementar, lo que concluye en que los futuros clientes puedan utilizar otros establecimientos hoteleros.

Además se debe tomar en cuenta que los compradores tendrán la oportunidad de comparar precios y elegir la opción que estimen conveniente.

Por esa razón la oportunidad de penetrar este mercado será la diferenciación que percibe el cliente frente al negocio.

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO DE LA EMPRESA.

AMENAZAS

- Entrada de varios competidores directos e indirectos a este mercado.
- Cambio constante en leyes para la implementación de la hostería.
- Poseer productos sustitutos.
- Pelea de precios para atraer mayor mercado.

OPORTUNIDADES

- Atención al cliente
- Ser un producto único en el mercado.
- Poseer tecnología para la satisfacción del cliente
- Minimizar costos a largo plazo
- Obtener apoyo de entidades gubernamentales por el uso de materiales ecológicos.

3.2.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO DE LA EMPRESA

3.2.3.1 CADENA DE VALOR

ACTIVIDADES PRIMARIAS

Logística de entrada

Esta logística permitirá a la persona encargada de recepción utilizar el procedimiento respectivo para que el cliente pueda registrarse o realizar el Check in, para cumplir con lo que indica la ley, y la política de la empresa.

Operaciones

Se debe tomar en cuenta las actividades que debe cumplir la hostería, para ofrecer al cliente un lugar diferente para la satisfacción del cliente, este servicio debe estar medido en la limpieza de las habitaciones, cobro

de habitaciones y el proceso de manejo de quejas, y el manejo de reservaciones.

Logística Externa

Esta logística tiene que ver con el proceso de realizar el checkout del huésped y del pago de habitaciones u otros productos o servicios usados por el cliente.

Además de adicionar el tipo de pago impuesto por la gerencia.

Marketing y Ventas

Debe existir una persona o empresa dedicada a la comercialización, promoción y ventas de servicios que ofrezca la empresa para el público en general, la correcta información o publicidad permitirá a la empresa ser considerados como una opción para hospedarse.

Servicios

En los servicios adecuados solo ofrecerá servicios de alojamiento según la clasificación de planes de alojamiento en el cual solo ofrecerá según el plan Europeo y el manejo de atención al cliente será el primordial en este lugar.

ACTIVIDADES SECUNDARIAS

Compras

Las compras de productos de uso del hotel estará encargado por la administración del hotel lo cual se utilizara diferentes técnicas de manejo de inventario para controlar y no desperdiciar recursos de la empresa.

Desarrollo de Tecnologías

La tecnología adecuada para el hotel se caracterizara según las necesidades de las operaciones de la hostería, se debe tomar en cuenta que la tecnología adecuada servirá para la operaciones y administración de la empresa. Esto permitirá controlar el proceso estratégico de la empresa.

Gestión de Recursos humanos

El talento humano será evaluado al momento de contratar y se buscare personas con experiencia para cargos administrativos o de mayor relevancia en las operaciones de la empresa.

Después de contar con la contratación de empleados se someterán a evaluaciones periódicas para que sigan manteniendo el servicio de calidad que propone la empresa.

Infraestructura

La empresa utilizara una planeación estratégica desarrollada por los principales accionistas dela empresa, además de contar con una persona encargada en la contabilidad para desarrollar una correcta información para los organismos reguladores.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANÁLISIS INTERNO

FORTALEZAS

- Manejo de procesos de calidad en cada uno de los procesos administrativos.
- Experiencia de los socios en la administración de la hostería.
- Ser únicos en el mercado.
- Manejar opciones ecológicas para minimizar costos y obtener mayor beneficios.

DEBILIDADES

- Existe poco personal con estudios en turismo.
- Elevados costos en la inclusión de nuevas tecnologías
- Utilizar productos que existen en ciudades vecinas.

CAPÍTULO IV

4. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de Investigación

Mixta.- Por que la información recolectada servirá para interpretarla lo que permitirá utilizar varias herramientas para diseñar estrategias en la puesta en marcha del negocio. Estos datos servirán para medir la rentabilidad de la empresa.

4.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Bibliográfica.- porque se necesita obras para la búsqueda y recopilación de información útil para descubrir y solucionar problemas, mediante el uso de estrategias y métodos matemáticos.

De Campo.- porque permite descubrir los fenómenos que afecta en forma directa e indirecta para la puesta en marcha del negocio, este tipo de investigación permitirá conocer en forma real los actores involucrados en este tipo de proyectos.

4.3 Métodos de investigación

1.- Del nivel teórico:

Método Teórico Inductivo- deductivo.- este método se tomó para recopilar información para hacer el análisis externo e interno, lo que dio como resultado las estrategias y se obtuvo la ventaja competitiva para que la empresa ponga en marcha.

2.-Del nivel empírico:

Observación.- porque permite que mediante técnicas establecidas se una a la observación para desarrollar estrategias para la implementación de la hostería.

3.- Del nivel estadístico:

Muestreo probabilístico.- este estudio permite utilizar formulas necesaria para obtener una muestra de un universo y se pueda interpretar y obtener la información requerida.

4.4 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS

Observación.- se realizara en este proyecto esta técnica para verificar el hecho en una forma más real, y se utilizara una observación directa para verificar y analizar los competidores y el lugar idóneo para la implementación de la empresa.

Encuesta.- se realizara la encuesta para turistas y ver las percepciones y los gustos de los potenciales consumidores para introducir las estrategias necesarias para obtener la ventaja competitiva de la empresa.

4.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

La encuesta utilizará la variable demográfica, en este caso la opción es la edad y va desde los 18-55 años, debido a que se necesita la población económica activa para obtener cálculos reales.

Esta encuesta está dirigida a turistas que llegan a este cantón y por lo general visitan los atractivos de Puerto López.

Este universo tomado fue recolectado según el GAD del cantón, y se indicó que es de 35.000 turistas promedio al año.

$$n = \frac{Npq}{(N-1)E^2 + pq} \cdot Z^2$$

$$n = \frac{(35000)(0,5)(0,5)}{(35000 - 1) (0,05)^2 + 0,5 * 0,5} \cdot (1,96)^2$$

$$n = \frac{8750}{3,8416 + 0,25}$$

$$n = \frac{8750}{3,8416} + 0,25$$

$$n = \frac{8750}{3,8416}$$

$$n = \frac{8750}{23,03}$$

$$n = 379,93$$

Entonces se puede indicar que **380** es el tamaño de nuestra muestra.

CAPÍTULO V

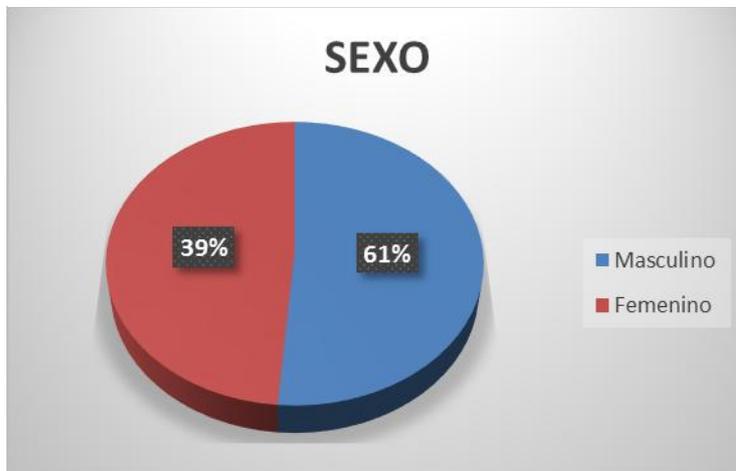
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Datos generales

Tabla 3 SEXO

SEXO		
DETALLE	CANTIDAD	%
Masculino	230	61
Femenino	150	39
TOTAL	380	100

Ilustración 1 SEXO



Fuente: Propia

ANÁLISIS

El gráfico indica que el 61 % de los encuestados fueron hombres y el 39% fueron mujeres.

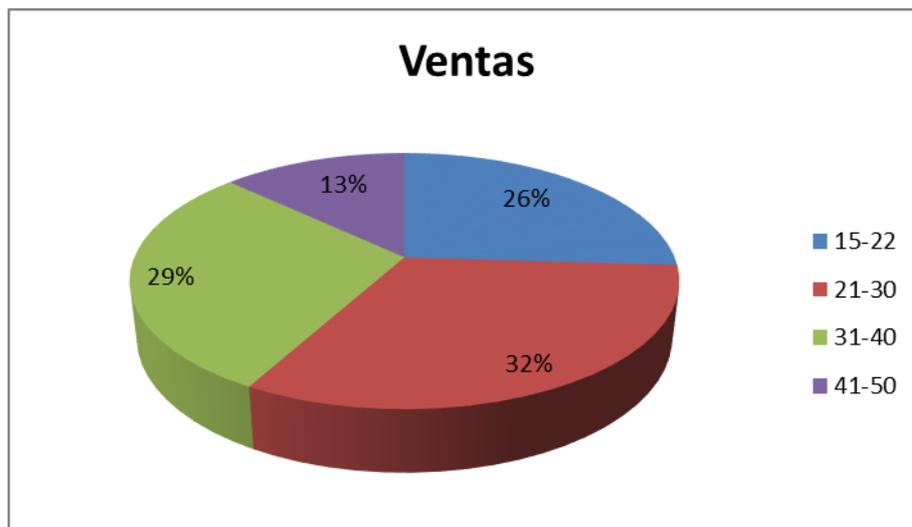
2.¿Cuál es su edad?

Tabla 4 EDAD

EDAD		
DETALLE	CANTIDAD	%
15 - 20	99	26
21 – 30	120	32
31 – 40	110	29
41 – 50	51	13
TOTAL	380	100

Fuente: propia

Ilustración 2 VENTAS



Fuente: propia

Análisis

El gráfico indica que el 32% de las personas encuestadas tienen un intervalo de edad de 21-30 años, el 29% el rango es de 31-40, 26% de 15-22 y 13% de 41 a 50, se debe tomar en cuenta que el 74% de personas encuestadas son económicamente activas.

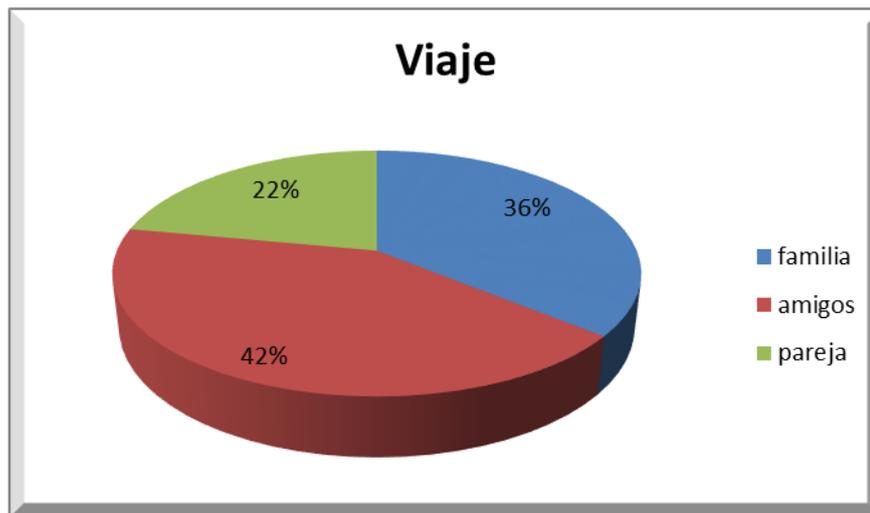
3.- ¿Con quién usted por lo general viaja?

Tabla 5 PREGUNTA 1

detalle	Número	porcentaje
Familia	135	36%
Amigos	160	42%
Pareja	85	22%
Total	380	100%

Fuente: propia

Ilustración 3 PERSONAS DE VIAJE



Fuente: propia

Este análisis permite identificar que el 42% de personas viajan con amigos a la playa, 36% con la familia el 22% en pareja, lo cual concluye que la hostería debe tener habitaciones con gran capacidad.

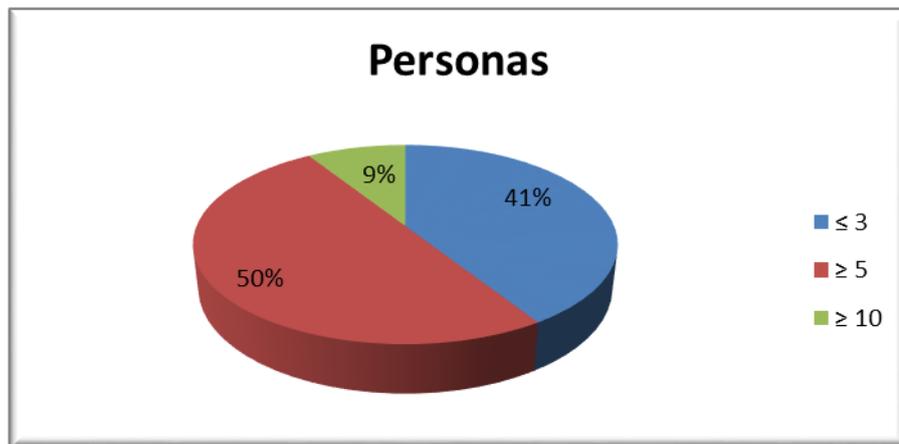
4.- ¿Con cuántas personas por lo general usted viaja?

Tabla 6 PREGUNTA DOS

detalle	Número	Porcentaje
≤3	155	41%
≥5	190	50%
≥10	35	9%
Total	380	100%

Fuente: propia

Ilustración 4 NÚMERO DE PERSONAS



Fuente: propia

Estos datos indican el análisis planteado anteriormente en el cual la hostería debe tener las habitaciones con capacidad para un promedio de cinco personas, debido a que 50% de los encuestados viajan con cinco o más personas.

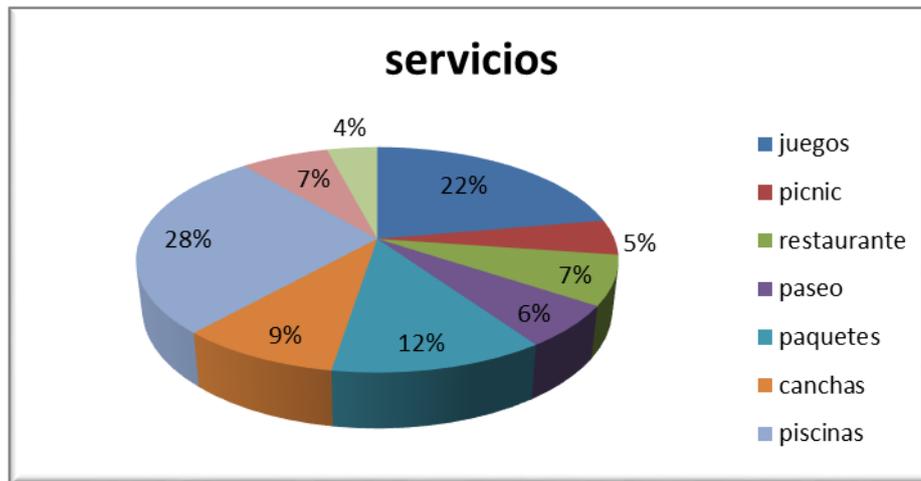
5.-¿ Qué tipo de servicios le gustaría que existiera en una hostería?

Tabla 7 PREGUNTA TRES

Detalle	Número	Porcentaje
Juegos	150	22%
Picnic	36	5%
Restaurante	50	7%
Paseo	38	6%
Paquetes	80	12%
Canchas	59	9%
Piscinas	180	27%
Paseos	48	7%
Pesca	29	4%
Total	670	100%

Fuente: propia

Ilustración 5 SERVICIOS



Fuente: propia

Este indica que el 27% de los encuestados les gustaría que exista piscina además de juegos con un 22% y que se realice paquetes con un 12% de importancia debido que el cantón se encuentra en un lugar primordial para visitar lugares turísticos.

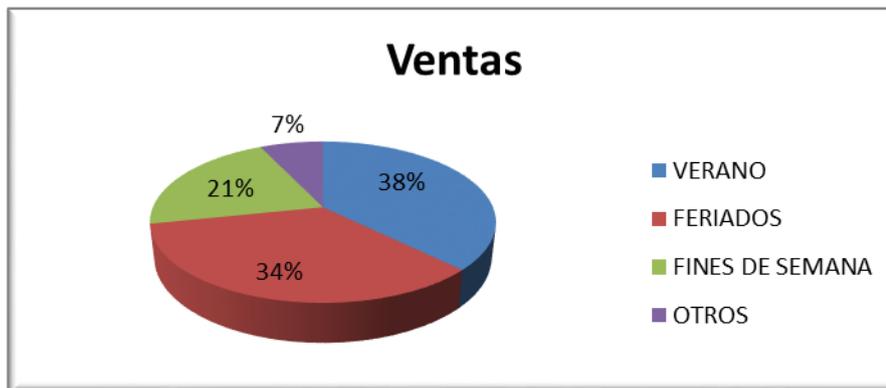
6.- ¿En qué época del año viaja a la playa?

Tabla 8 PREGUNTA CUATRO

Detalle	Número	Porcentaje
Verano	140	37%
Feriado	131	34%
Fines de semana	80	21%
Otros	29	7%
TOTAL	380	100%

Fuente: propia

Ilustración 6 PLAYA



Fuente: propia

Esto indica que la temporada alta ser en verano o conocida como la época de playa debido a las vacaciones que tienen en la región costa lo que prevé cinco meses muy importantes, se debe indicar que el resto del año tiene también mayor atracción por las ballenas jorobadas y es un punto primordial de paso de turistas extranjeros que viajan a montaña.

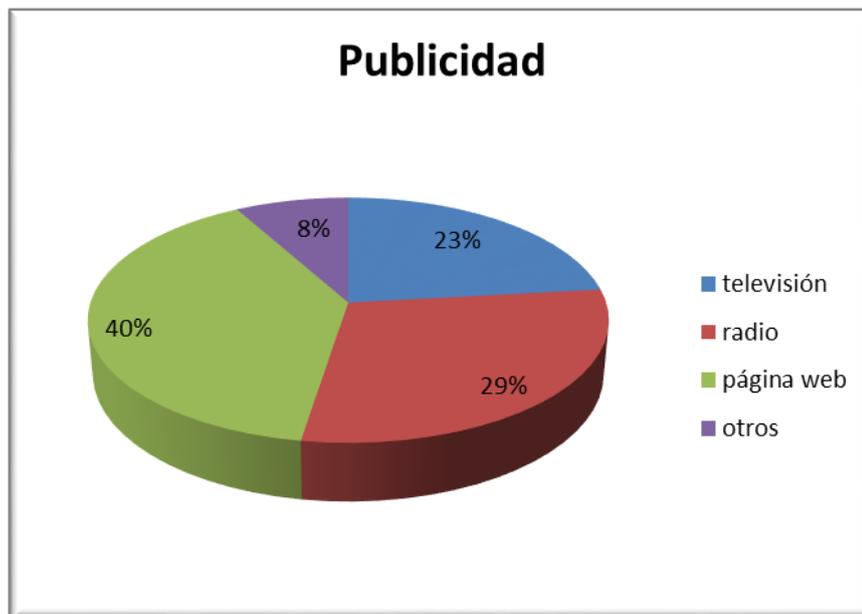
7.- ¿En qué medios de comunicación, le gustaría recibir promociones?

Tabla 9 PREGUNTA CINCO

Detalle	Número	Porcentaje
Televisión	89	23%
Radio	110	29%
Página web	150	39%
Otros	31	8%
TOTAL	380	100%

Fuente: propia

Ilustración 7 MEDIOS PUBLICITARIOS



Fuente: propia

Con este análisis se puede concluir que la hostería debe promocionar sus características mediante redes sociales y realizar una página web para que puedan reservar u obtener información, además de incluir varios anuncios en radios conocidas en el país.

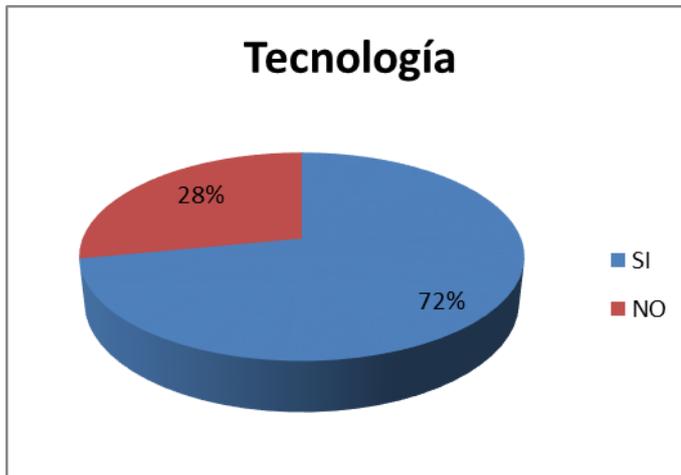
8.- Está de acuerdo que se utilicen tecnología para el cuidado del medio ambiente?

Tabla 10 PREGUNTA SEIS

Detalle	Número	Porcentaje
Si	370	97%
No	10	3%
Total	380	100%

Fuente: propia

Ilustración 8 TECNOLOGÍA



Fuente: propia

Esta pregunta indica que las personas tienen mayor conciencia con el cuidado ambiental por lo que es importante que negocios puedan incluir materiales ecológicos para minimizar el impacto ambiental producido.

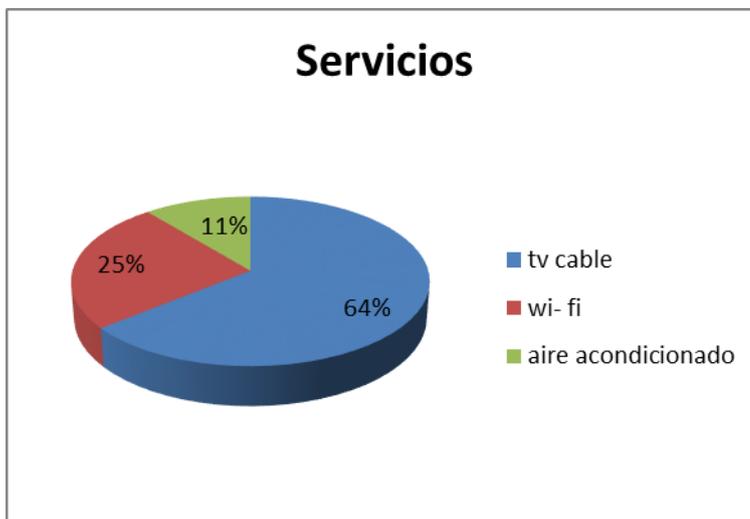
9.- ¿Qué tipos de servicios le gustaría en cada habitación de la hostería?

Tabla 11 PREGUNTA SIETE

Detalle	Número	Porcentaje
Tv cable	125	33%
Wi fi	160	42%
Aire acondicionado	95	25%
Total	380	100%

Fuente: propia

Ilustración 9 SERVICIOS EN HABITACIÓN



Fuente: propia

Esta pregunta indica que las opciones más importantes en una habitación es el uso de la tecnología en el cual tv cable, wi-fi son las importantes sin descuidar que es importante el aire acondicionado en cada habitación.

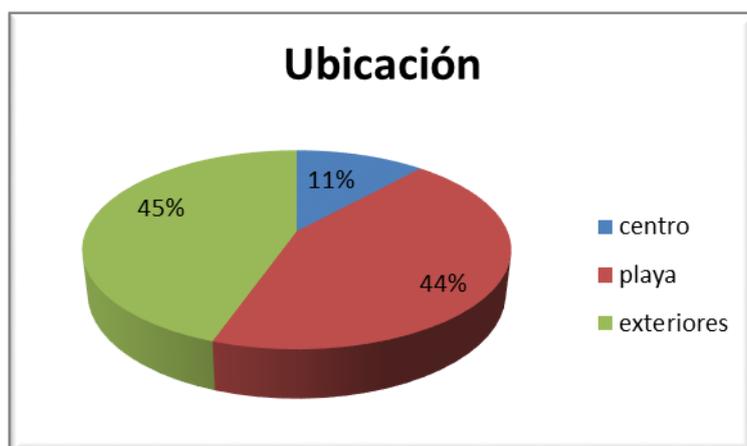
10 ¿En qué lugar le gustaría que este ubicada la hostería?

Tabla 12 PREGUNTA OCHO

Detalle	Número	porcentaje
Centro	46	12%
Frente a la playa	170	45%
Exteriores	164	46%
TOTAL	380	100%

Fuente: propia

Ilustración 10 UBICACIÓN



Esto indica que las personas desean que la ubicación más propicia sea afuera de los exteriores del centro del cantón lo que permitirá un ambiente confortable y algo natural.

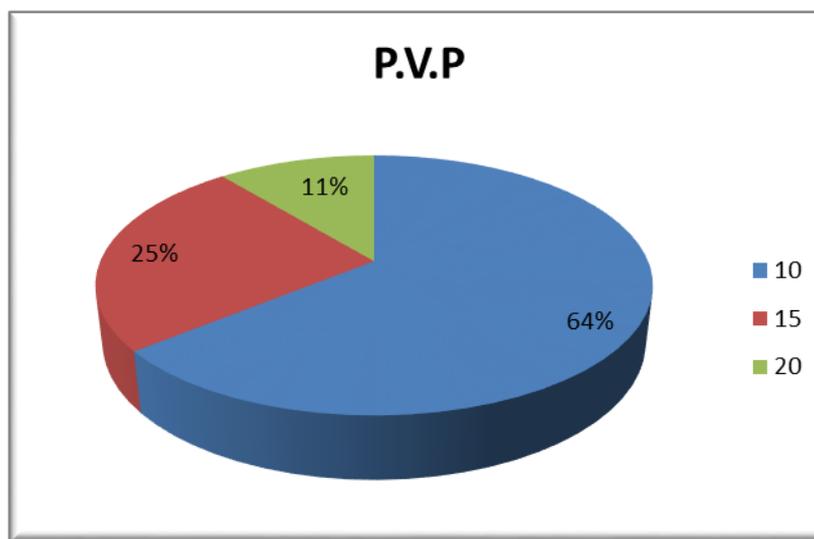
11.- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por hospedarse una hostería ecológica?

Tabla 13 PREGUNTA NUEVE

Detalle	Número	Porcentaje
10	177	47%
15	120	32%
20	83	21%
TOTAL	380	100%

Fuente: Propia

Ilustración 11 P.V.P



Fuente: propia

Estos resultados indican que el promedio de pago es de \$10 x persona lo que concluye una cantidad muy relevante para el proyecto teniendo en cuenta que el 64% de los encuestados les parece interesante este valor.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA DE LA EMPRESA

6.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

6.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.

- **Nombre Comercial**

El nombre comercial de la hostería es Paraíso Ecolodge, este nombre es el más indicado según la misión y visión que desea promocionar al público.

- **R.U.C.**

El número del Ruc es establecido por el SRI según la actividad que se va a desarrollar y con este número se cumplirá con las obligaciones requeridas por dicha institución.

- **Dirección, teléfonos, correo electrónico.**

La ubicación será en los exteriores de la ruta del spondylus a 10 minutos de Puerto López, teléfonos se establecerá por medio de teléfonos celulares de claro y movistar para reservaciones.

- **Constitución Jurídica (Sociedad Anónima, Compañía Limitada)**

La empresa será una Sociedad Anónima, lo cual estará constituida por tres accionistas y se fijara mediante consejo la cantidad requerida para formar el capital suscrito.

- **Fecha de Constitución e inicio de operaciones**

Al fecha de constitución se iniciara cuando los accionistas suscribanla cantidad con la cual fijaran el patrimonio de la empresa.

- **Representantes Legales (Presidente y Gerente General)**

El representante legal estará a cargo por una persona contratada la cual sera la persona que administra y opera el hotel, este cargo será estudiado por el consejo directivo de la empresa.

- **Capital Social (Suscrito y pagado)**

El capital suscrito para la constitución será de \$30.000 dólares americanos por cada socio, esta cantidad será distribuido para los gastos en la constitución de la empresa y para los gastos operativos que más adelante se desarrollara.

- **Listado de Accionistas (Nombre, nacionalidad, % de participación)**

Tabla 14 ACCIONISTAS

Nombre	nacionalidad	participación	Capital suscrito
Socio a	Ecuatoriana	33,33%	\$30.000
Socio b	Ecuatoriana	33,33%	\$30.000
Socio c	ecuatoriana	33,33%	\$30.000

Fuente: propia

Se debe tomar en cuenta que por protección de los accionistas los nombres no figuran en dicha tabla y solo se toma como socio A, B, y C.

6.1.2 OBJETIVOS

6.1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un control de inversiones y gastos para demostrar la factibilidad del proyecto.

6.1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los métodos de cálculo más importante para medir la rentabilidad del negocio.
- Elaborar el presupuesto de inversiones y gastos para cumplir con las operaciones de la hostería.
- Evaluar que opción adecuada de financiamiento para el mejor desempeño de la empresa.

6.2 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

6.2.1 MÉTODOS DE CÁLCULO

Los métodos de cálculo decidirán si el proyecto es factible o no para la creación de la hostería Ecológica en Puerto López. A continuación se detalla los criterios.

6.2.2 CRITERIOS PARA EL CÁLCULO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA

6.2.1.1 FINANCIEROS (FLUJO DE CAJA),

Este método cuantitativo permitirá evaluar las ventas del proyecto, y verificar todos los gastos e inversiones que generara la empresa para comenzar sus operaciones.

6.2.1.2 NO FINANCIEROS (VAN, TIR Y PAYBACK)

VAN.- el valor actual neto es uno de los índices que permite al evaluador si el proyecto es factible, esta herramienta esta expresado en dinero por lo que los futuros accionistas tendrán el valor exacto de rentabilidad.

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

TIR.- la tasa interna de retorno es una herramienta muy usada para indicar la rentabilidad al final del ejercicio fiscal por lo que los inversionistas siempre usan para evaluar sus inversiones.

$$VPN = 0 = \left(\frac{FE_1}{(1+K)^1} \right) + \left(\frac{FE_2}{(1+K)^2} \right) \dots + \left(\frac{FE_N}{(1+K)^N} \right) - Inversion$$

El criterio de selección del proyecto, una vez obtenida la TIR es como sigue:

- $TIR > i$, y la inversión interesa.
- $TIR = i$, y la inversión es indiferente.
- $TIR < i$, y la inversión se rechaza.

6.2.3 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

6.2.3.1 INVERSIONES

Está enfocado a distribuir el dinero en activos fijos e inversiones para obtener un rendimiento esperado al corto o largo plazo, este tipo de bienes generará ingresos a lo largo del tiempo.

Maquinarias, Equipos de Oficina y Muebles

Esta inversión es de suma importancia en una empresa con la finalidad de que este recurso genere ingresos para la empresa, y así puedan obtener los resultados esperados. En esta hostería es importante porque es parte esencial para la comodidad de los potenciales clientes.

PRESUPUESTO CONSTRUCCIÓN DE HOSTERÍA

Tabla 15 CONSTRUCCIÓN

Construcción de Hostería Ecológica			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Terreno	1	\$25.000	\$25.000
construcción	1	\$85.000	\$85.000
Total			\$ 110.000,00

Fuente: Elaboración Propia

NOTA: Se indica que en el costo de construcción está ya el valor de la construcción de la hostería con 7 habitaciones, además de incluir en el costo ciertos materiales de equipamiento de cada habitación.

Además se indica que la hostería se caracteriza por tener un plan de alojamiento Europeo por lo que brindará solo alojamiento.

Ademas en el costo de la construcción se incluye los paneles solares en las habitaciones.

PRESUPUESTO EQUIPAMIENTO PARA LAS HABITACIONES

Tabla 16 HABITACIONES

EQUIPO PARA HABITACIONES			
	Cantidad	PrecioUnitario	Precio Total
Señalética de madera	7	\$ 7,00	\$49,00
Camas de ½ plaza con veladores	21	\$ 160,00	\$3.360,00
Cama matrimonial con velador	3	\$125,00	\$375,00
Lámparas	7	\$ 9,00	\$63,00
Espejos	7	\$ 4,00	\$ 28,00
Tv 32 pulgadas LCD con soporte y dvd	7	\$400,00	\$2.800,00
Juegos de sabanas ½	96	\$11,00	\$ 1.056,00
Juegos de Sabanas 2	50	\$10,00	\$ 500,00
Almohadas	28	\$4,00	\$ 112,00
Colchones ½ plaza	21	\$100,00	\$2.100,00
Colchones 2 plaza	3	\$130,00	\$390,00
Toallas de cuerpo	72	\$5,00	\$360,00
Toallas de mano	72	\$5,00	\$360,00
Cesto de basura para baño	10	\$4,00	\$40,00
TOTAL			\$11.233,00

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO EQUIPAMIENTO RECEPCIÓN

Tabla 17 EQUIPOS

Área de Recepción			
	Cantidad	PrecioUnitario	Precio Total
Portallaves	1	\$6,00	\$6,00
Computadora / Impresora	2	\$650,00	\$1.300,00
Juegos de Sala	1	\$400,00	\$400,00
Escritorio/ Silla	1	\$210,00	\$210,00
Tacho de basura	2	\$5,00	\$10,00
Total			\$1.926,00

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO SUMINISTROS DE OFICINA

Tabla 18SUMINISTROS DE OFICINA

Suministros de Oficina		
CANT.	PRODUCTO	VALOR
5	Resmapapel bond	\$25,00
2	Esferos	\$8,00
5	Perforadora	\$15,00
4	Grapadora	\$16,00
3	Caja clips	\$3,50
2	Corrector	\$2,50
4	Tintaimpresora	\$4,00
Total mes		\$74,00

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO SUMINISTRO DE LIMPIEZA

Tabla 19 SUMINISTROS DE LIMPIEZA

SUMINISTRO DE LIMPIEZA				
Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Detergente	Galón	12	\$5,00	\$60,00
Desinfectante	Galón	12	\$5,00	\$60,00
Ambientador	Galón	12	\$6,00	\$72,00
Cloro	Galón	12	\$4,00	\$48,00
Escobas	Unid.	6	\$3,00	\$18,00
Trapeador	Unid.	6	\$4,00	\$24,00
Papel Higiénico	Pacas de 6 rollos	7	\$10,00	\$70,00
Funda de basura	Paquetes (10fundas)	50	\$2,00	\$100,00
Total ANUAL				\$452,00

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO GASTOS DE PUBLICIDAD

Tabla 20 GASTOS PUBLICIDAD

Gasto de Publicidad			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Página web	1	\$1000,00	\$650,00
Tarjeta de presentación	1000		\$400,00
Hojasvolantes	1000	\$0,80	\$800,00
Total			\$1850,00

Fuente: Elaboración Propia

CAPITAL DE TRABAJO

Energía eléctrica

La estimación de consumo de energía eléctrica será lo básico de consumo de una hostería lo que se estima pagar \$70 mensual y anual es \$840

Agua

El consumo de agua será previsto por cada persona la cual se utilizara para baños, la limpieza, con un total de \$30,00 mensual. Y un total 360 anual

SERVICIOS ANEXOS

WIFI: Es uno de esos servicios la cual estará integrado por internet, se considera pagar \$80,00 al mes

PRESUPUESTO GASTO SERVICIOS BÁSICOS

Tabla 21 SERVICIOS BÁSICOS

CostoAnual de Servicios	
Detalles	Costos
Agua	\$360,00
Luz	\$840,00
Teléfono	\$360,00
Internet	\$360,00
Suministro de Limpieza	\$452,10
Suministro de Oficina	\$888,00
Total Año	\$3260,10

Fuente: Elaboración Propia

PERSONAL OPERATIVO

Tabla 22 COSTOS DE PERSONAL

COSTO ANUAL DE PERSONAL				
Personas	Cargos	Salario Mensual	Salarios más Beneficios	Salario Anual
1	Gerente	\$ 600,00	\$672,90	\$9.274,80
5	Recepcionista	\$ 708,00	\$1985,05	\$27.360,66
2	Botones	\$ 708,00	\$794,02	\$10.944,26
2	Mantenimiento y Limpieza	\$354,00	\$794,02	\$10.944,26
4	Camareras	\$708,00	\$1.588,04	\$21.888,53
Total				\$80.412,52

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 COSTOS DE INVERSIÓN Y EGRESOS

Costo de Inversión y Egresos para Operaciones	
Terreno Y Construcción	\$110.000,00
Equipamiento para las habitaciones	\$11.233,00
Equipamiento recepción	\$1.926,00
Costo Anual de Servicios	\$3260,10
Gastos De Publicidad	\$1.850,00
Costo Anual de Personal	\$80.412,52
Total	\$ 208.681,62

Fuente: Elaboración Propia

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

La depreciación es la vida útil de los activos fijos el método que hemos escogido para realizar la depreciación de nuestro proyecto es la de método de línea recta, cada activo fijo tiene un año de vida útil.

Por ejemplo:

- Mejoramiento de instalaciones 20 años.
- Maquinaria en general 5 años.
- Muebles 10 años
- Computadoras y equipos de oficina 3 años.
- Materiales como toallas o sábanas se amortizan 3 años

Tabla 24 DEPRECIACIÓN

Nombre	TOTAL	% Depreciación	Años Vida Útil	Valor Anual
Adecuación	\$ 2.000,00	5%	20	\$ 100,00
Subtotal				\$ 100,00
Camas 2 plaza con Veladores	\$ 375,00	10%	10	\$ 37,50
Camas 1 ½ plaza con veladores	\$ 3360,00	10%	10	\$ 336,00
Colchones 2 plaza	\$390,00	10%	10	\$39,00
Colchones 1 ½ plaza	\$ 2.100,00	10%	10	\$210,00
Juego de sala	\$ 460,00	10%	10	\$46,00
Escritorio	\$ 120,00	10%	10	\$12,00
Sillas	\$210,00	10%	10	\$21,00
Subtotal				\$ 701,50
Computadoras	\$ 1300,00	33,33%	3	\$ 433,33
Subtotal				\$ 433,33
Materiales	\$875,60	33,33%	3	\$ 291,84
Subtotal				\$291,84

Tabla 25 DEPRECIACIÓN ANUAL

INVERSIÓN	USD	Años A DEPRECIAR	1	2	3	4	5	VALOR EN LIBROS
			Monto a Depreciar					
ADECUACIONES	\$ 2000,00	5%	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$1500
MUEBLES Y ENSERES	\$7015,00	10%	\$ 701,50	\$701,50	\$701,50	\$701,50	701,50	\$3507,50
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$1300,00	33,33%	\$433,33	\$433,33	\$433,33	-	-	-
MATERIALES	\$875,60	33,33%	\$291,86	\$291,86	\$291,86			
Depreciación Total			\$1526,69	\$1526,69	\$1526,69	\$801,50	\$801,50	\$5007,50

Fuente: Elaboración Propia

GASTOS PUESTA EN MARCHA

El valor de gasto de puesta en marcha es de \$3000 que es requerido para constituir la empresa.

Todas las instalaciones se las considero como inversión y estas serán depreciadas en el flujo de caja.

6.2.3.2 Propuesta de Ingresos y Gastos

INGRESOS (REV PAR)

Para el cálculo de las ventas se utilizó el REV PAR de las habitaciones disponibles de la hostería.

El P.V.P para el público de las habitaciones es de 15 x persona tomando en cuenta que el hotel tiene capacidad de 5 o más personas en 5 habitaciones y dos de ellas tienen capacidad para dos clientes.

Al final del mes tienen 210 habitaciones disponibles y al año se tiene 2520 habitaciones disponibles.

Se investigó el cálculo de porcentaje de ocupación que tiene Puerto López en la industria de alojamiento y se concluyó que es del 75% promedio.

Tabla 25 VENTAS ESTIMADAS

VENTAS ESTIMADAS PARA EL PRIMER AÑO HABITACIONES				
	Habitaciones	Consumo por Visita	%	Ventas anual
1	Hab. Matrimonial	\$ 30,00	75%	\$8100,00
2	Hab. Matrimonial	\$30,00	75%	\$8100,00
3	Hab. Grupal	\$ 75,00	75%	\$20250,00
4	Hab. Grupal	\$ 75,00	75%	\$20250,00
5	Hab. Grupal	\$ 75,00	75%	\$20250,00
6	Hab. Grupal	\$ 75,00	75%	\$20250,00
V7	Hab. Grupal	\$75,00	75%	\$20250,00
Total Anual				\$117450,00

Fuente: Elaboración Propia

Egresos

Los egresos estimados mensualmente para realizar el flujo de caja serán los previstos por las operaciones realizadas por parte de la hostería.

A continuación se detalla el valor de cada egreso percibido

- Imprevistos \$500 mensual
- Compras de productos \$200 mensual
- Compra de cualquier activo en el año tres por el valor de \$5000.

Nota: se debe tomar en cuenta que existe en varios rubros un incremento del 5% a sueldos, y costos que requiere las habitaciones como shampoo, y jabón.

6.2.4 Financiamiento

La financiación del proyecto es importante para el desarrollo del proyecto, se realizó varios estudios y se concluyó que el mejor banco para financiar es el CFN.

El capital de los socios es de \$90.000,00 dólares americanos y la inversión requerida para el inicio de las operaciones es de \$ 201.682,62, en vista de eso el proyecto necesita un apalancamiento del \$118.681,62

TABLA DE AMORTIZACION

Capital 118.681,62

Interés Anual 7%

Periodo 5 años

Tabla 26 PRESTAMO

PERIODO	INTERÉS	CAPITAL	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0				\$ 118681,62
1	\$ 8307,71	\$ 28945,34	\$20637,63	\$ 98043,99
2	\$ 6863,08	\$ 28945,34	\$22082,26	\$ 75961,73
3	\$ 5317,32	\$ 28945,34	\$23628,02	\$ 52333,71
4	\$ 3663,36	\$ 28945,34	\$25281,98	\$ 27051,72
5	\$ 1893,62	\$ 28945,34	\$27051,72	\$ -

Fuente: Elaboración Propia

6.2.5 Flujo de caja

Se desarrollará un flujo de caja sin financiamiento y con apalancamiento, además se incluye varios puntos a tomar en este flujo de caja

- Las ventas se incrementará un 5% de inflación.
- Se tomó un 10% de tasa de descuento como un valor referencial para desarrollar el análisis con el TIR y verificar si es rentable.
- Los gastos de publicidad bajaran a partir del cuarto año, debido a que ya con la promoción en los primeros años ya estará en la mente del consumidor.

Nota: El impuesto a la renta como se nota en el flujo de caja no se lo ha tomado en cuenta ya que por motivo de no pasar de la base imponible.

A continuación detalles de los flujos de Caja:

	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales		\$117450	\$129195	\$142114,50	\$156325,95	\$171958,55
TOTAL DE INGRESOS						
COSTOS DE VENTAS						
compras de Productos		\$400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
compras de Activo Fijo		\$ -	\$ -	\$ 4.000,00	\$ -	\$ -
TOTAL DE COSTOS VENTAS		\$400,00	\$ 400,00	\$ 2.400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Margen BRUTO		\$117050	\$128795	\$137714,50	\$155925,95	\$171558,55
EGRESOS OPERACIONALES						
Permiso de Funcionamiento		\$200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
Sueldos y Salarios		\$80412,52	\$80412,52	\$80412,52	\$80412,52	\$80412,52
Gastos publicidad		\$1850	\$1850	1850	\$500	\$500
Luz Eléctrica		\$840	\$840	\$840	\$840	\$840
Agua		\$340	\$340	\$340	\$340	\$340
Suministros de Oficina		\$452,10	\$452,10	\$452,10	\$452,10	\$452,10
Internet		\$360	\$360	\$360	\$360	\$360
Gastos de Limpieza		\$888	\$888	\$888	\$888	\$888
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		\$85342,10	\$85342,10	\$85342,10	\$85342,10	\$85342,10
OTROS GASTOS E INGRESOS						
(-) Gastos puesta en marcha		\$3.000,00				
(-) Gastos Depreciación		\$1526,69	\$1526,69	\$1526,69	\$801,50	\$801,50
(-) Valor en Libro						\$5007,50
TOTAL DE OTROS EGRESOS		\$89868,79	86868,79	86868,79	86143,6	91151,1
TOTAL		\$27181,21	\$41926,21	\$50845,71	\$69782,35	\$80407,45
Utilidad 15%		\$4077,18	\$6288,93	\$7626,85	\$10467,35	\$12061,11
Utilidad Impuesta Renta		\$6795,30	\$10481,55	\$12711,42	\$17455,58	\$20101,86
UTILIDAD NETA		\$16308,72	\$25155,72	\$30507,43	\$41869,41	\$48244,47
Depreciación		\$1526,69	\$1526,69	\$1526,69	\$801,50	\$801,50
Capital de Trabajo	\$ (1.280,00)					
Terreno y construcción	(\$110.000)					
Habitaciones	(\$11.233)					
Recepción	(\$1926)					
FLUJO DE CAJA	\$(124.439)	\$17835,42	\$26682,42	\$32034,12	\$42670,91	\$49045,97

	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales		\$117450	\$129195	\$142114,50	\$156325,95	\$171958,55
TOTAL DE INGRESOS						
COSTOS DE VENTAS						
compras de Productos		\$400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
compras de Activo Fijo		\$ -	\$ -	\$ 4.000,00	\$ -	\$ -
TOTAL DE COSTOS VENTAS		\$400,00	\$ 400,00	\$ 2.400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Margen BRUTO		\$117050	\$128795	\$137714,50	\$155925,95	\$171558,55
EGRESOS OPERACIONALES						
Permiso de Funcionamiento		\$200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
Sueldos y Salarios		\$80412,52	\$80412,52	\$80412,52	\$80412,52	\$80412,52
Gastos publicidad		\$1850	\$1850	1850	\$500	\$500
Luz Eléctrica		\$840	\$840	\$840	\$840	\$840
Agua		\$340	\$340	\$340	\$340	\$340
Suministros de Oficina		\$452,10	\$452,10	\$452,10	\$452,10	\$452,10
Internet		\$360	\$360	\$360	\$360	\$360
Gastos de Limpieza		\$888	\$888	\$888	\$888	\$888
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		\$85342,10	\$85342,10	\$85342,10	\$85342,10	\$85342,10
OTROS GASTOS E INGRESOS						
(-) Gastos puesta en marcha		\$3.000,00				
(-) Gastos Depreciación		\$1526,69	\$1526,69	\$1526,69	\$801,50	\$801,50
(-) Valor en Libro						\$5007,50
TOTAL DE OTROS EGRESOS		\$89868,79	86868,79	86868,79	86143,6	91151,1
TOTAL		\$27181,21	\$41926,21	\$50845,71	\$69782,35	\$80407,45
Utilidad 15%		\$4077,18	\$6288,93	\$7626,85	\$10467,35	\$12061,11
Utilidad Impuesta Renta		\$6795,30	\$10481,55	\$12711,42	\$17455,58	\$20101,86
Intereses		8307,71	6863,08	5317,32	3663,36	1893,62
UTILIDAD NETA		\$ 8001,16	\$18292,64	\$25190,11	\$38206,05	\$49355,35
Depreciación		\$1526,69	\$1526,69	\$1526,69	\$801,50	\$801,50
Capital de Trabajo	\$ (1.280,00)					
Terreno y construcción	(\$110.000)					
Habitaciones	(\$11.233)					
Recepción	(\$1926)					
PRESTAMO	\$118681,62	\$20637	\$22082,26	\$23628,02	\$25281,98	\$27051,72
FLUJO DE CAJA	(-5757,38)	-11109,29	-2262,92	3088,78	13725,57	23105,13

VAN, TIR Y PAYBACK

En la siguiente tabla se presenta el indicador financiero del flujo de caja puro:

Tabla 27 FLUJO DE CAJA

Indicador Financiero	
Flujo de Caja	Indicador
TIR	10%
tasa de descuento	10%
VAN	\$121931,80

Fuente: Elaboración Propia

En la siguiente tabla se presenta el indicador financiero del flujo de caja financiado:

Tabla 28 FLUJO CON FINANCIAMIENTO

Indicador Financiero	
Flujo de Caja	Indicador
TIR	40%
tasa de descuento	10%
VAN	\$ 14072,31
PAYBACK	

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

- El proyecto es totalmente rentable utilizando los índices financieros para poder verificar la rentabilidad del proyecto.
- Los proyectos que utilizan materiales ecológicos en la actualidad son más valorados por los clientes.
- Puerto López es un cantón muy adecuado para proyectos de esta magnitud debido a sus condiciones geográficas y la infinidad de sus recursos naturales y culturales.
- Se recomienda que el precio de la habitación por persona debe ser de \$15 dólares americanos para que la empresa pueda subsistir en el tiempo.
- El uso adecuado de materiales ecológicos permitirá a la empresa reducir costos a mediano y largo tiempo permitiéndole obtener mejores beneficios.

RECOMENDACIONES

- Los organismos públicos deben apoyar este tipo de proyectos para garantizar el cuidado ambiental en estos lugares muy frágiles.
- La banca privada debe apoyar estos emprendimientos que mejora la calidad de vida de las personas emprendedoras y de la comunidad.
- Las empresas turísticas utilicen o inviertan en materiales ecológicos para mejorar a mediano plazo su utilidad y mejorar la competitividad.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL											
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL											
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA											
Encuesta para el análisis de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica											
	edad			sexo		M			F		
1.- Con qué personas le gusta viajar a la playa?											
	Familia			Amigos			Pareja				
2.- ¿Con cuántas personas ud. viaja?											
	Tres			Cinco			Diez				
3.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que se adicione en el hostería.											
3.1	Juegos para niños										
3.2	Área de picnic										
3.3	restaurante										
3.4	Paseo a caballo										
3.5	paquetes										
3.6	Canchas deportivas										
3.7	Piscinas										
3.8	Paseos en bicicleta										
3.9	Paseos en Bote										
3.10	Pesca										
3.11	Otro, Cuál?										

4.- ¿En qué época del año visitaría la hostería?													
4.1	Verano												
4.2	Feridos												
4.3	Fines de Semana												
4.4	Otra alternativa, cuál? _____												
5.- ¿Porqué medios de comunicación, le gustaría recibir promociones de la hostería?													
5.1	Televisión												
5.2	Radio												
5.3	Páginas Web												
5.4	Otra alternativa, cuál? _____												
6.- ¿estad de acuerdo que se utilicen tecnologia para el cuidado del medio ambiente?													
				SI				NO					
8.-¿ Qué tipos de servicios son importantes en cada habitación													
	tv cable			wifi				aire acondicionado					
9.- ¿Dónde le gustaria que este ubicado la hosteria?													
				centro				frente a la playa			exteriores		
10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para hospedarse en la hostería.?													
	\$ 10.00x Persona							\$ 20.00 x Persona					

	\$ 15.00 x Persona					Otro, Cuánto_____			
				GRACIAS					