



ESCUELA DE NEGOCIOS

HOTEL AMAZÓNICO EL GRAN HUAORANI

AUTOR

Ing. Milton Javier Jaramillo Guamán

AÑO

2020



ESCUELA DE NEGOCIOS

HOTEL AMAZÓNICO EL GRAN HUAORANI

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Magíster en Administración de Empresas.

Profesora Guía

MSc. Lidia Margarita Romo

Pico

Autor

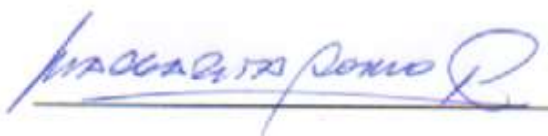
Ing. Milton Javier Jaramillo Guamán

Año

2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido el trabajo, HOTEL AMAZÓNICO EL GRAN HUAORANI, a través de reuniones periódicas con el estudiante Milton Javier Jaramillo Guamán, en el semestre 202000, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.



Lidia Margarita Romo Pico

Magíster en Economía con énfasis en Descentralización y Desarrollo Local.

CC.: 1703714087

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro haber revisado este trabajo, HOTEL AMAZÓNICO EL GRAN HUAORANI, del estudiante Milton Javier Jaramillo Guamán, en el semestre 202000, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.



Ketty Nicool Guerron Moreno

Magister en Business, MSc. de Riesgos & Análisis Financiero

CC.: 1002504213

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.



Milton Javier Jaramillo Guamán
Ingeniero Comercial
CC.: 2200029748

AGRADECIMIENTOS

A mis queridos padres y hermanos, quienes han sido mi apoyo constante, su comprensión y ayuda, han permitido que llegue a culminar esta maestría con la bendición de nuestro creador.

Esta meta cumplida, es una muestra de superación personal y profesional para mis hermanos, demostrando que el progreso y crecimiento, siempre se logrará, todo lo que se persevera, se alcanza.

A mis amigos, familiares, quienes me han apoyado e incentivado constantemente en el desarrollo de la Maestría.

RESUMEN

Al momento de emprender el proyecto de la creación del HOTEL AMAZÓNICO EL GRAN HUAORANI, uno de los objetivos principales fue determinar la factibilidad de una empresa hotelera, direccionada con características innatas de la región tanto sus acabados como su atención en la ciudad de Francisco de Orellana.

Durante el avance del proyecto se determinó, que el mismo es viable y aceptado en el mercado por la característica de innovador y enfocado principalmente a las necesidades de las compañías petroleras que actualmente son la fuente principal de ingreso económico en la región amazónica.

En el aspecto financiero sus indicadores son interesantes puesto que es un proyecto a largo plazo y no solamente tiene el concepto de hotelería sino además de áreas de recreación y servicio de alimentación, los diferentes ingresos de cada área hace del hotel un proyecto solvente y con visión de crecimiento.

En la actualidad existe una fuerte competencia en hotelería, cada quien busca ser mejor que el otro, a tal punto de enfocarse solo a la construcción y el amoblado respectivo, la presentación de este proyecto rompe este paradigma , cambia y mejora el concepto de hotelería , dando como resultado que la construcción del mismo vaya acompañado de acabados propios y característicos del sector, un lugar donde el visitante encuentre de todo en un solo lugar como alimentación, distracción, el contacto propio con la naturaleza , el conocimiento de sus costumbres y tradiciones de su gente y sobre todo lo más importante que rescata este proyecto es dar oportunidad a la gente del sector que todos los recursos y mano obra se quede en la comunidad donde es construido el hotel.

ABSTRACT

At the moment of undertaking the project of the creation of HOTEL AMAZÓNICO EL GRAN HUAORANI, one of the main objectives was to determine the feasibility of a hotel company, addressed with innate characteristics of the region both its finishes and its attention in the city of Francisco de Orellana.

During the progress of the project it was determined that it is viable and accepted in the market as an innovator, and focused mainly on the needs of the oil companies that are currently the main source of income in the Amazon region.

In the financial aspect, its indicators are interesting since it is a long-term project, and not only has the concept of hospitality but also recreation areas and food service, the different income of each area makes the hotel a solvent project and with vision of growth.

At present there is a strong competition in hotel, each seeks to be better than the other, to such a point focusing only on the construction and the respective furniture, the presentation of this project breaks this paradigm, changes and improves the concept of hospitality, giving as a result that the construction of the same is accompanied by own finishes and characteristic of the sector, a place where the visitor finds everything in one place as food, entertainment, contact with nature, knowledge of their customs and traditions of their people, and above all the most important thing that rescues this project is to give opportunity to the people of the sector that all the resources and hand work remain in the community where the hotel is built.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Objetivos.....	2
1.1.1 Objetivo General.....	2
1.1.2 Objetivos Específicos.....	2
1.2 Antecedentes que permiten comprender el tema	3
1.3 Razones por la cual se escogió el tema	3
1.4 Pertinencia del tema a desarrollar	4
1.5 Diagnóstico del entorno actual	5
1.6 Conclusiones del capítulo.....	6
CAPÍTULO II	7
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADÉMICA DEL ÁREA	7
2.1 Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente	7
2.2 Hallazgos de la revisión de la literatura académica ..	8
2.3 Conclusiones del capítulo.....	10
CAPÍTULO III	10
3. ESTRATEGIA GENÉRICA Y MERCADO	10
3.1 Naturaleza y filosofía del negocio.....	10
3.2 Estilo corporativo, imagen	11
3.3 Enfoque social, impacto en la comunidad	12
3.4 Misión y visión	12
3.5 Objetivos de crecimiento y financieros	13
3.6 Información legal	13

3.6.1	Tipo de empresa	13
3.6.2	Capital social, Socios, participantes	18
3.7	Estructura organizacional	20
3.7.1	Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades. Gobierno corporativo. Organigrama. Justificación de la estructura organizacional elegida.....	20
3.7.2	Organigrama.....	21
3.7.3	Descriptivo de Funciones.....	21
3.7.4	Sueldos.....	23
3.8	Ubicación.....	24
3.8.1	Lugar donde se ubicará la empresa y porqué.....	24
3.9	Análisis de la industria.....	25
3.9.1	Entorno macroeconómico y político	25
3.9.2	Análisis del sector	28
3.9.3	Tamaño de la industria	28
3.9.4	Ciclos económicos.....	31
3.9.5	Análisis del mercado.....	33
3.9.6	Análisis de la competencia	47
3.9.7	Análisis FODA	49
3.10	Matriz FODA.....	50
3.10.1	Estrategias de mercado	51
3.10.2	Concepto del producto o servicio.....	52
3.10.3	Estrategia de distribución.....	52
3.10.4	Estrategias de precios	53
3.10.5	Estrategias de promoción	55
3.10.6	Estrategias de comunicación	55
3.10.7	Estrategias de servicio.....	55
3.10.8	Presupuesto de las estrategias de mercadeo.....	56
3.10.9	Proyección de ventas.....	56
3.11	Conclusiones del capítulo	58

CAPÍTULO IV	59
4. OPERACIONES	59
4.1 Estado de desarrollo	59
4.2 Descripción del proceso.....	60
4.2.1 Diseño.....	62
4.2.2 Puesta en marcha y producción	63
4.2.3 Cadena de valor	65
4.2.4 Diagrama de flujo de proceso	67
4.2.5 Descripción del proceso.....	67
4.2.6 Análisis de capacidad de proceso	70
4.3 Necesidades y requerimientos	71
4.3.1 Capacidad instalada	72
4.3.2 Mano de obra.....	73
4.4 Plan de producción	74
4.4.1 Políticas de inventariado establecidas	75
4.4.2 Análisis de capacidad para brindar el servicio	75
4.5 Plan de compras.....	76
4.5.1 Identificación de proveedores	77
4.5.2 Capacidad para atender pedidos	77
4.5.3 Pago de los proveedores	77
4.5.4 Plan de control de calidad.....	77
4.6 KPI´s de desempeño del proceso productivo	78
4.6.1 Defina los KPIs del proceso productivo o de servicio de su proyecto	78
4.7 Conclusiones del capítulo.....	79

CAPÍTULO V	80
5. PLAN FINANCIERO	80
5.1 Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero	80
5.2 Estados financieros proyectados	93
5.2.1 Estado de resultados	93
5.3 Estado de situación y balance general	94
5.3.1 Estado de flujos de caja	96
5.3.2 Análisis de relaciones financieras: índices aplicables a la industria, VAN, TIR, PRI y análisis de punto de equilibrio	98
5.3.3 CAPM & WACC	99
5.4 Impacto económico, regional, social, ambiental: generación de empleo directo, ventas nacionales y exportaciones, según el caso	100
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
6.1 Conclusiones	100
6.2 Recomendaciones	101
REFERENCIAS	102
ANEXOS	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logotipo de la empresa.....	11
Figura 2 Organigrama	21
Figura 3 Ubicación del hotel amazónico el gran huaorani.....	24
Figura 4 terreno asignado	25
figura 5 sector turístico en perspectiva. se pueden apreciar los ingresos por turismo, en millones de dólares, igualmente las visitas internacionales hacia nuestro país.....	28
Figura 6 Participación del turismo en el pib, últimamente ha demostrado un incremento.....	29
Figura 7 Importancia del gasto turístico de los no residentes y los residentes % PIB.	29
Figura 8 Evolución del pib sector turístico última información actualizada de la cfn, del 2013 al 2016	30
Figura 9 Indicadores de alojamiento por categoría, de primera, segunda, lujo comprendido del periodo 2015 al 2017.	32
Figura 10 Estado de pérdidas y ganancias del sector turístico en millones de dólares. comprendido del periodo 2012 al 2016.....	32
Figura 11 Tendencia de gastos y viajes totales durante los feriados, comparaciones de los periodos 2017 y 2018.	33
Figura 12 Propuesta de valor.	36
Figura 13 Segmento de clientes.....	37
Figura 14 Encuestas del servicio hotelero.....	39
Figura 15 Encuestas de servicios requeridos.....	40
Figura 16 Encuesta de servicio de hotel que utiliza actualmente	41
Figura 17 encuesta por qué motivo se cambiaría de hotel.....	42
Figura 18 Encuesta en caso de disponer de campamento propio el personal operativo de las petroleras.	43
Figura 19 Encuestas de cuantas personas requieren de hotel.....	44

Figura 20 Encuesta de cuantas noches de estadía.....	45
Figura 21 Encuesta de como prefiere la decoracion y acabado del hotel	46
Figura 22 Encuesta de cuanto está dispuesto a cancelar por noche.	47
Figura 23 Analisis porter del hotel amazonico el gran huaorani	47
Figura 24 Análisis FODA.....	49
Figura 25 Matriz FODA.	50
Figura 26 Estrategia de mercado	51
Figura 27 Cadena de valor del hotel amazónico el gran huaorani.	66
Figura 28 Solicitud de habitación	68
Figura 29 Solicitud de alimentación.....	69
Figura 30 Solicitud de areas de recreación.....	69
Figura 31 Personal operativo y administrativo (producción).....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Desarrollo de estrategia	5
Tabla 2 Permisos y obligaciones tributarias a cumplir en el sector hotelero. ...	16
Tabla 3 Obligaciones patronales, contribuciones y obligaciones en el sector hotelero.	17
Tabla 4 Descripción del gasto para personería jurídica	18
Tabla 5 Descripción del capital social, socios participantes del hotel amazonico	18
Tabla 6 Descripcion de funciones del personal.....	1
Tabla 7 Detalle sueldos del personal	23
Tabla 8 Indicadores macroeconómicos ecuador al 2018.....	26
Tabla 9 Capacidad de los establecimientos turisticos registrados en el ministerio de turismo.	31
Tabla 10 Valores del servicio gran hotel el coca	53
Tabla 11 Valores del servicio gran hotel el auca.....	54
Tabla 12 Valores del servicio hotel amazonico el gran huaorani.....	54
Tabla 13 Valor total presupuesto a emplear en las estrategias.....	56

Tabla 14 Proyecciones de ventas	56
Tabla 15 Mercado, porcentaje de ingreso por línea de negocio	57
Tabla 16 Horarios del personal de atención del hotel amazónico el gran huaorani.	64
Tabla 17 Análisis de capacidad de proceso del hotel amazónico el gran huaorani.	70
Tabla 18 Mobiliario-implementos para adecuaciones de las áreas	71
Tabla 19 Descripción de tecnología requerida	72
Tabla 20 Capacidad instalada hotel amazónico el gran huaorani	73
Tabla 21 Sueldos del personal	73
Tabla 22 Capacidad del hotel de brindar servicio.....	75
Tabla 23 Kpis del proceso productivo	78
Tabla 24 El mercado, ingreso por línea de negocios	81
Tabla 25 Gastos administrativos	83
Tabla 26 Gastos de sueldos administrativos	84
Tabla 27 Gastos de ventas.....	85
Tabla 28 Gastos de sueldos área de ventas	86
Tabla 29 Gastos de sueldos de producción	87
Tabla 30 Gastos de nómina	88
Tabla 31 Amortización del préstamo	91
Tabla 32 Impuestos.....	91
Tabla 33 Ciclo del efectivo	92
Tabla 34 Estado de resultados proyectado	93
Tabla 35 Balances proyectados	95
Tabla 36 Estados de flujos de caja.....	96
Tabla 37 Análisis de las relaciones financieras	97
Tabla 38 CAPM & WACC.....	99

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Estructura del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	104
Anexo 2 Garaje Subterráneo.....	105
Anexo 3 Cotización de un sistema ERP. Para el hotel Huaorani.....	106
Anexo 4 Cotización de construcción con llave en mano.....	107
Anexo 5 Cotización de implementos y accesorios internos de las habitaciones.....	108
Anexo 6 Cotización de implementos de tecnología para el hotel Huaorani.	109
Anexo 7 Cotización de línea blanca e implementos para el hotel Huaorani	110
Anexo 8 Detalle de la Inversión del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	111
Anexo 9 Detalle de gastos administrativos incurridos en el Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	113
Anexo 10 Detalle de gastos de ventas incurridos en el Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	114
Anexo 11 Valores y nómina del personal del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	115
Anexo 12 Porcentajes de ingreso y ventas proyectadas por cada línea de negocios del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	116
Anexo 13 Porcentajes de margen de crecimiento anual por cada línea de negocios del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	116
Anexo 14 Tasas de interés del banco, y días de pagos a proveedores, del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	117
Anexo 15 Tabla de amortización del crédito solicitado a la entidad bancaria para el proyecto del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	117
Anexo 16 Estado de pérdidas y ganancias del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	118
Anexo 17 Flujo de caja libre y flujo de la deuda del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	120

Anexo 18 Valoración del proyecto por el método del valor presente ajustado del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	121
Anexo 19 Calculo del WACC en base a los datos del proyecto Hotel Amazónico el Gran Huaorani.....	122

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

Para la presente investigación se analiza el sector hotelero en el Ecuador el cual inicio al principio con solo 3 hoteles los cuales estaban en la ciudad de Guayaquil y también existían en la ciudad de Quito, estos hoteles reemplazaron a las que en ese momento se les denominaba como “Casa de Huéspedes” en la época actual este sector es uno de los más notorios y fuertes a nivel económico, así como también rentable en el país (García, 2014).

Se puede indicar además que el sector hotelero se encuentra constituido por un sin número de empresas los cuales se encargan de los servicios de hospedaje, así como de otras múltiples conexiones con empresas y otras demandantes de este servicio en el país, lo que actualmente se encuentra en auge y en gran proyección (García, 2014).

En los últimos años se puede indicar que en el país el sector hotelero ha mantenido una amplia demanda y crecimiento, esto ha conllevado a que tenga un incremento en las ventas, por lo que la industria hotelera ha significado un factor para estimular el empleo formal, y por ende en la mejora de la situación económica de la sociedad (García, 2014).

Existen una fuerte competencia entre los hoteles, los mismo que ofrecen una calidad de servicios elevado de carácter tradicional, objetivos muy seguidos por las personas que visitan el país, que no solo buscan unas bonitas instalaciones, sino que también contacto más directo con la población (García, 2014).

Con lo mencionado hoy en día existen gran cantidad de Hoteles en el Ecuador, y en las cuatro regiones que lo componen, pero la diferencia que radica en

cada uno de ellos es su autenticidad e identificación dentro del mercado, razón por la cual la creación y puesta en operación de un Hotel Amazónico es que tenga sus características acordes a la región amazónica y preferentemente operado con gente del lugar. Un sitio de atracción turística que brinde servicio de calidad, un lugar fuera de lo común, donde al momento de la visita, se viva una experiencia diferente. Con un ambiente propio innato, nativo, natural, donde sus instalaciones, experiencias y momentos tengan un aroma a selva natural acorde con la bella provincia amazónica.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la factibilidad de una empresa hotelera direccionada con características innatas de la región tanto sus acabados como su atención en la ciudad de Francisco de Orellana.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Estructurar y definir un modelo de negocio que permita brindar servicios de calidad con permanente innovación, para el segmento petrolero de la región.
- Desarrollar un estudio de mercado que permita conocer, el requerimiento habitacional petrolero en la provincia de Orellana.
- Desarrollar un modelo financiero que permita determinar la factibilidad del negocio.
- Determinar indicadores financieros que validen la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.

1.2 ANTECEDENTES QUE PERMITEN COMPRENDER EL TEMA.

Para lograr aquel propósito es necesario, realizar un plan de desarrollo donde se identifique todas las bondades que brinda la Amazonía, y las necesidades que tienen los habitantes de la comunidad. A través de una planificación participativa donde las ideas y propuestas tengan su origen desde los mismos habitantes de la comunidad indígena.

En la actualidad el sistema hotelero ha aumentado su actividad, todo esto por el incentivo que existe el gobierno a través del ministerio de turismo, es ahí que en fiestas o días feriados gran parte de los turistas visitan la región amazónica.

Otro factor atrayente a la visita, es que el personal extranjero visite la selva virgen, y el famoso parque nacional Yasuní, por ende la puerta de entrada es la región amazónica la bella provincia de Orellana, donde finalmente para emprender y organizar su viajes, pernoctan en hoteles, buscando un lugar confortable donde descansar.

1.3 RAZONES POR LA CUAL SE ESCOGIÒ EL TEMA.

- ❖ Esta investigación es de gran importancia para la provincia de Orellana, no solo nace con la idea de una actividad económica y con fines de obtener ganancia, sino a su vez enfocado a mejorar las condiciones de vida en la comunidad, preservación de los recursos naturales y costumbres innatas de nuestros ancestros.

- ❖ Además, busca promover e incentivar el desarrollo local e incremento del turismo, mediante la participación activa de los habitantes del sector, sobre toda la gente indígena, puesto que a los mismos se debe el

nombre del hotel, cuyo fin es rescatar sus costumbres y mostrar al mundo, sobre las tradiciones de nuestra gente nativa, que hoy en día no se rescata ni promueve de manera adecuada.

- ❖ Analizar la situación hotelera existente, fase donde se examinará oferta, demanda, competencia, recursos. Y mediante un diagnóstico se permitirá identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

- ❖ Buscar y aplicar la estrategia adecuada para mejorar y rescatar las tradiciones indígenas de tal forma mostrar al mundo las costumbres tradicionales.

1.4 PERTINENCIA DEL TEMA A DESARROLLAR

El plan de negocios para la creación del hotel Amazónico el Gran Huaorani, aportará significativamente al desarrollo de la región amazónica, brindando una opción auténtica e innovadora al turismo nacional y extranjero que visita a la región, y oportunidad de empleo a la comunidad del sector. La pertinencia del tema a desarrollar se fundamenta en estos aspectos descritos y considerados en el presente estudio.

La formulación de este plan de negocio permitirá plantear una “Estrategia”. Decidir escenarios que permitan rentabilizar el plan de negocios. Evaluar los aspectos sociales del proyecto. Cada punto a investigar se llevará a cabo utilizando la metodología general de investigación de siete pasos: Definición del problema, revisión de la literatura, definir el objetivo o hipótesis, diseñar las herramientas para recolección de datos y recogerlos, analizarlos, interpretarlos y comunicarlos con el fin de tener el conocimiento claro.

1.5 DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO ACTUAL

La cantidad de visitantes extranjeros según información del diario el Comercio en el año 2013 ascendió a 140.000 visitantes, de ellos en porcentaje por provincia ocupando el 1,85 % en la provincia de Orellana, siendo una de las más visitadas dentro del porcentaje en el rango de provincias amazónicas ocupando el cuarto puesto (El Comercio, 2018).

Conforme se aprecia en la tabla 1. Desarrollo de estrategia y análisis de factores porque el turismo en Ecuador aumenta y cuáles son los factores claves, observado de manera general.

Tabla 1

Desarrollo de la estrategia



Adaptado de El Comercio, 2018, p.68.

Los hoteles en Ecuador, son alojamientos dedicados a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

En la actualidad el Ministerio de Turismo autoriza la apertura, funcionamiento y clausura de los mismos. La categoría de aquellos establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. De acuerdo a la calidad de las instalaciones y a los servicios que presten (Turismo, 2018).

1.6 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

- ✓ De acuerdo al capítulo y en base a la información presentada el proyecto es pertinente y además plantea desarrollar aspectos que aportan al desarrollo de la región, comunidad, y del país.
- ✓ Nos permite focalizar cada capítulo e ítem a describir.
- ✓ Los diferentes métodos a aplicar en el detalle de cada uno de los capítulos, nos permite cuantificar e investigar el tema.
- ✓ Las similitudes y comparaciones en cada capítulo, invita a una investigación completa.
- ✓ Cada capítulo investigado, tiene su realidad del entorno y a la vez viene ligado al tema de la investigación.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADÉMICA DEL ÁREA

2.1. PROYECTOS SIMILARES QUE SE HAYAN DISEÑADO, ANALIZADO Y/O PUESTO EN PRÁCTICA PREVIAMENTE.

Entre los proyectos de la construcción de Hoteles en la ciudad de Francisco de Orellana se pueden citar los siguientes:

Hotel el Auca: El Hotel se encuentra en funcionamiento, con rasgos propios de la etnia en la ciudad del Coca, provincia de Orellana. De la investigación realizada se puede concluir que el proyecto previo a la puesta en marcha del hotel cuenta con la estructura de la empresa, Estudio de Mercado, Plan de Marketing, Proveedores, Competidores, Estudio Técnico y Análisis Técnico, Económico y Financiero, que le ha permitido concluir que el proyecto es factible y está en ejecución ya en la provincia de Orellana. (Booking, 2018).

Gran Hotel el Coca: Este hotel, pertenece a una cadena de hoteles de la región, el proyecto se analizó para la creación del mismo en la ciudad de Orellana, el proyecto presenta la Estructura Organizacional, Análisis de la Industria, Competencia, FODA, Estrategias de Mercado, Plan Operaciones y Plan Financiero, llegando a la conclusión que el proyecto es factible y por ende se encuentra en funcionamiento en la ciudad. (Orellana, 2018).

Hotel Heliconias: Este proyecto al igual que los demás se encuentra en funcionamiento en el centro de la ciudad de Orellana, cuenta con 72 habitaciones y brinda un servicio integral a los usuarios. Es relevante mencionar en este hotel que su evaluación de confort y servicios lo realizan los usuarios en la página Web del hotel, lo cual permite valorar la calidad del servicio (Heliconias Grand Hotel, 2018).

2.2. HALLAZGOS DE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADÉMICA.

La industria Hotelera ha progresado en los últimos tiempos por el incremento de la demanda en el sector turístico a nivel Internacional y Nacional. El Ecuador no ha sido la excepción, ya que en los últimos tiempos se promueve el turismo sostenible y comunitario por lo que ha sido especialmente rentable con respecto al segmento de turistas de élite (Valdivieso, 2018).

Las visitas adquiridas anualmente ha hecho que sea un país de gran acogida a nivel mundial, por lo que ha sido un objetivo primordial de la investigación el saber cómo un establecimiento hotelero tiene la forma de llamar la atención a los turistas para que se hospeden; por ello se ha encontrado conveniente investigar establecimientos de alojamiento de lujo y de primera en nuestra ciudad, y poder observar cómo han mejorado paulatinamente en calidad de servicio y comunicación hacia este segmento, planteando diferentes estrategias de marketing (Valdivieso, 2018).

La función hotelera

La naturaleza del trabajo hotelero obedece a la consecución de un fin, cuyo producto es de naturaleza intangible, Desde su origen, el hotel, en su concepción rudimentaria, fungió como un establecimiento cuya actividad era netamente hospitalaria; sin embargo, el devenir del tiempo transformó dicha actividad en una función socioeconómica con un rol estrictamente de servicio (Cavassa, 1995).

De una simple actividad hospitalaria, la hotelería se transformó en una actividad socioeconómica, con base en las condiciones de trabajo, en las

nuevas tecnologías, etc., que le han permitido servir a los diversos grupos sociales y a cada nivel de edad en el trabajo: negocios, congresos, conferencias, reuniones sociales, etc. Sin excluir la calidad de sus servicios, esto no le quita, en el campo de la planeación, organización y control de gestión, asumir el perfil de una industria. Como tal, el concepto de previsión o proyección del hotel en el futuro para ofrecer un servicio de calidad abarca, entre otros, los ambientes que siguen: recepción, salas de audiovisuales para seminarios, canchas de tenis, vestíbulos, administración, salas de conferencias, saunas, habitaciones, almacenes, salas de reunión, gimnasios. La función económica del hotel, como todo sistema empresarial, se canaliza en dos direcciones: funciones intrínsecas y funciones extrínsecas (Cavassa, 1995).

La industria hotelera.

Al realizar un análisis de la industria hotelera en el Ecuador en los últimos años, se puede determinar que el valor de las exportaciones de bienes disminuye cuando más se incrementan la exportación de los servicios lo que permite la compensación de la escasez de dólares. Motivo que la industria hotelera del turismo constituye la vía principal, como se puede observar en la industria hotelera de Ecuador (El comercio, 2014).

Es por ello que el auge hotelero en los últimos años en el país es bien visto por el Ministerio de Turismo, lo que identifica la revista gestión en el año 2014 donde los empresarios privados invirtieron 211 millones de dólares en este sector y existen alrededor de 21 proyectos turísticos los cuales mantienen una inversión de 650.000 millones de dólares adicionales, todo ello se adopta por cuanto los empresarios concuerdan en que es una buena inversión y excelente negocio, lo que determina que cuantas más camas de hotel existan vendrán más turistas los cuales son sujetos de la promoción turística la cual se ha

venido realizando desde hace ya décadas, por cuanto existía un crecimiento económico visible (El comercio, 2014).

2.3. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

De acuerdo a los proyectos anteriormente desarrollados similares se puede visualizar con un enfoque más amplio la idea de negocio a implementar y permitirá elaborar este estudio de factibilidad con un atributo diferenciador a lo que se ofrece en el mercado, además conocer las necesidades de cada persona, cliente con el fin de una vez recopilado toda esta información, implementar el proyecto pero con un aspecto diferenciador a los demás , como es confort, elegancia, y un ambiente natural de la región.

Conociendo el entorno de la situación actual de los hoteles, se puede deducir que este capítulo es de vital importancia puesto que se conoce de cerca la realidad y situación actual de los mismos, su ubicación, acabados, atención y lo más interesante la historia y trayectoria que tuvieron en su tiempo y que llevó a cabo para su construcción y puesta en marcha.

CAPÍTULO III

3. ESTRATÉGIA GENÉRICA Y MERCADO

3.1. NATURALEZA Y FILOSOFÍA DEL NEGOCIO.

La naturaleza del negocio es crear un Hotel Amazónico, con acabados modernos, donde se viva una experiencia inigualable, que al momento de su estadía quede impregnado aquella experiencia en su vida.

Como de igual forma la filosofía del negocio es , generar fuente de empleo para la gente de la zona, en especial para aquellos habitantes nativos y originarios del sector , cada día de cada semana atenderá sus requerimientos un personal de cada etnia como Shuar , Huaorani , Quichua , acompañados de una bebida

exótica como cóctel de bienvenida , el fin de todo este servicio es quedar impregnado de la experiencia única originaria, y conocer las bondades y cultura que brinda nuestra región amazónica y lo bello que es el país Ecuador.

3.2. ESTILO CORPORATIVO, IMÁGEN.

El nombre del proyecto es HOTEL AMAZÓNICO “EL GRAN HUAORANI” motivo por el cual es rescatar los nombres y orígenes de nuestros ancestros amazónicos, la palabra amazónico porque el hotel se encontrará dentro de la región amazónica y Huaorani en honor al hombre cazador y guerrero amazónico.

Con lo mencionado se busca e intenta rescatar los orígenes, tradiciones, costumbres de nuestra tierra, un hotel donde el concepto sea totalmente diferente a los demás, acompañados en todo sentido tanto sus acabados como atención se realice un mix en acabados modernos y originarios de la región.

Logotipo del Hotel Amazónico el Gran Huaorani



Figura 1. Logotipo de la empresa.

3.3. ENFOQUE SOCIAL, IMPACTO EN LA COMUNIDAD.

El enfoque social o impacto en la comunidad del hotel es dar empleo a los propios habitantes de la región en especial a la gente nativa, como de igual forma ocupar la mano de obra, proveedores, productos propios de la región, se realice en el sector. El hotel está direccionado principalmente brindar el servicio para los clientes de compañías petroleras mercado objetivo, en segunda opción a los clientes locales, nacionales y turistas extranjeros.

3.4. MISIÓN Y VISIÓN.

Misión

Brindar un servicio hotelero dentro de la región amazónica, con un concepto diferente donde las experiencias tanto de sus servicios como acabados sea un mix, de un ambiente moderno en sus instalaciones y acompañado de un servicio de calidad, pero sobre todo rescatando las tradiciones y costumbres de lo que caracteriza a la región amazónica.

Visión

Al término de cinco años ser una cadena hotelera amazónica moderna, donde el nombre y servicio sea una marca y experiencia que fácilmente quedará en la mente de todos los clientes.

3.5. OBJETIVOS DE CRECIMIENTO Y FINANCIEROS.

- Realizar alianzas estratégicas con el ministerio de turismo, para tener el acceso a paquetes turísticos específicos para la zona amazónica.
- Iniciar las operaciones del Hotel Amazónico el Gran Huaorani, con la implementación de treinta habitaciones, de las cuales se aspira a un porcentaje de ocupación inicial del 50 % y un crecimiento del 10 % anual, hasta llegar al 100 % de ocupación de las habitaciones construidas.
- Definir políticas claras de crédito y cobranza, lo cual permitirá que el hotel tenga el flujo y solvencia para enfrentar sus operaciones.
- Brindar además del servicio hotelero, servicios de alimentación, como aporte al flujo de ventas.

3.6. INFORMACIÓN LEGAL

3.6.1. Tipo de empresa: **CIA LTDA.**

El hotel amazónico el Gran Huaorani, de acuerdo al monto a invertir, su figura legal será bajo **COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**. El mismo que se contrae con un mínimo de dos personas, y un máximo de quince, únicamente el socio responde por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones individuales.

El nombre: En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la oficina Matriz de la superintendencia de Compañías.

Solicitud de aprobación: La presentación a la Superintendencia de Compañías, se realizará con tres copias certificadas de la escritura de Constitución de la Compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma debe ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Número mínimo y máximo de socios: La compañía se constituirá con un mínimo de dos socios, y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Este tipo de compañía no puede subsistir con un solo socio.

Capital Mínimo: El capital mínimo para constituirse la compañía de responsabilidad limitada es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.

La actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán avaluados por los socios o por los peritos.

NOTA: Cuando el objeto social de una compañía comprenda más de una finalidad, le corresponderá a la Superintendencia de Compañías establecer

su afiliación de acuerdo a la primera actividad empresarial que aparezca en el mismo (Scribd, 2018).

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO SEGÚN EL MINISTERIO DE TURISMO.

- 1.- Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- 2.- Nombramiento del representante legal.
- 3.- Copia del RUC.
- 4.- Copia de la cedula de identidad a color.
- 5.- Copia de la última papeleta de votación, a color.
- 6.- Copia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, CON LA AUTORIZACION DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
- 7.- Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEPI)
- 8.- Fotocopias de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- 9.- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- 10.- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el representante legal o apoderado de la empresa, formulario del ministerio de turismo.
- 11.- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Turismo, 2018).

Tabla 2

Permisos y obligaciones tributarias a cumplir en el sector hotelero.

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Ambiental (Quito)	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
Declaración Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo Imp. Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente - Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Consumos Especiales	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA /ICE /IR)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales

Tomado de Turismo, 2018, p.24.

Tabla 3

Obligaciones patronales, contribuciones y obligaciones a cumplir en el sector hotelero.

OBLIGACIONES PATRONALES			
Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14to. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13er. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla pago 15% utilidades	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Repartir 10% por Servicio	Empleados	Mensual	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Presentar Planilla de Pago 10% Servicio	Inspección de Trabajo	13ro. /14to. /Utili	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Aplicar % de Discapacitados en nómina	Ministerio de Trabajo	Permanente	P. Naturales y Jurídicas
Tener Dispensador de Preservativos	Ministerio de Salud	Permanente	P. Naturales y Jurídicas
OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES			
Contribución 1 x mil Activos Fijos	Ministerio de Turismo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contribución 1 / mil Activos Reales	Superintendencia Compañías	Anual	P. Jurídicas
Presentar Balances	Superintendencia Compañías	Anual	P. Jurídicas
Impuesto Activos Totales (1,5 / mil)	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Matriculación de Vehículos	Jefaturas de Tránsito	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Revisión Técnica Vehicular (Quito)	Municipio - CORPAIRE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contratar SOAT para vehículos	Aseguradoras calificadas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos Autoras y Compositoras	SAYCE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos Productores Fonogramas	SOPROFON	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Agua Potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Energía Eléctrica	Empresa Eléctrica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes Estadísticos	Ministerio Turismo	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes de Huéspedes	Varias Instituciones	Diario	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto a Espectáculos Públicos	Municipios	Ocasional	P. Naturales y Jurídicas
Tasa Servicios Turísticos	Municipio de Quito	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

Tomado de Turismo, 2018, p.24.

Tabla 4

Descripción del gasto para personería jurídica, gastos incurridos para la constitución del hotel amazónico, gastos de constitución, declaración de activos fijos del uno por mil, registro de marca (IEPI).

DESCRIPCIÓN DE GASTO PARA PERSONERIA JURÍDICA	VALOR
Gastos de Constitución más gastos notariales y trámites de gestión	\$ 800.00
Declaración de activos fijos cancelación del 1 por mil	\$ 775.00
IEPI Registro de Marca	\$ 285.00

3.6.2 Capital social. Socios, participantes.

Tabla 5

Capital con el que se iniciará HOTEL AMAZONICO EL GRAN HUAORANI de la siguiente manera:

CAPITAL SOCIAL, SOCIOS PARTICIPANTES	
DETALLE	MONTO
Activo Fijo capital Propio 19 % (Terreno)	230000,00
Activo Fijo Deuda L/P 81% Presupuesto estimado de la Construcción	
Cancha sintética / Gimnasio / Restaurant / Hotel / Parqueadero	739200,00
Maquinarias & Herramientas complementos del Hotel	67000,00
Mobiliario	67922,00
Equipos de Computación & Oficina	8400,00
Activo intangible ERP	3400,00
Total Capital 100 %	1115922,00

Activo fijo capital propio

El valor anteriormente citado actualmente uno de los accionistas, ya dispone del terreno del cual sería su aporte al proyecto. Para lo cual se adjunta el impuesto predial del inmueble, y según valor comercial consultado con el perito evaluador, y el dueño del bien menciona el valor anteriormente citado.

Activo fijo deuda a largo plazo

Es el crédito a realizar en una financiera este monto asciende por que incluye: Construcción del hotel mano de obra y materiales, canchas, parqueadero, piscina.

Maquinarias & herramientas

Crédito a realizar para la adquisición de bombas, sistema de recirculación, aires acondicionados, transformador, televisores, lavadora, cocina industrial.

Mobiliario

El monto anteriormente citado es el crédito a realizar para la adquisición de mesas, sala de reunión de trabajo, estación de trabajo, archivadores, sillas ejecutivas, mobiliario de habitación, implementos de gimnasio, implementos de piscina, equipamiento de habitación, muebles de recepción.

Equipos de computación & Oficina

Dentro de los equipos de computación y oficina, los equipos a adquirir mediante préstamo bancario son: computador de escritorio, servidor, teléfonos, impresora multifuncional blanco y negro, set de cámaras de seguridad.

Activo intangible ERP

Para un mejor control, en reservas de habitaciones, ámbito contable y financiero se procederá a la inversión de un sistema para efectuar un control eficiente. Además del control del acceso a las habitaciones lo cual su forma de abrir y cerrar las mismas es mediante una tarjeta magnética.

3.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.7.1. Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades. Gobierno corporativo. Organigrama. Justificación de la estructura organizacional elegida.

3.7.2 Organigrama:

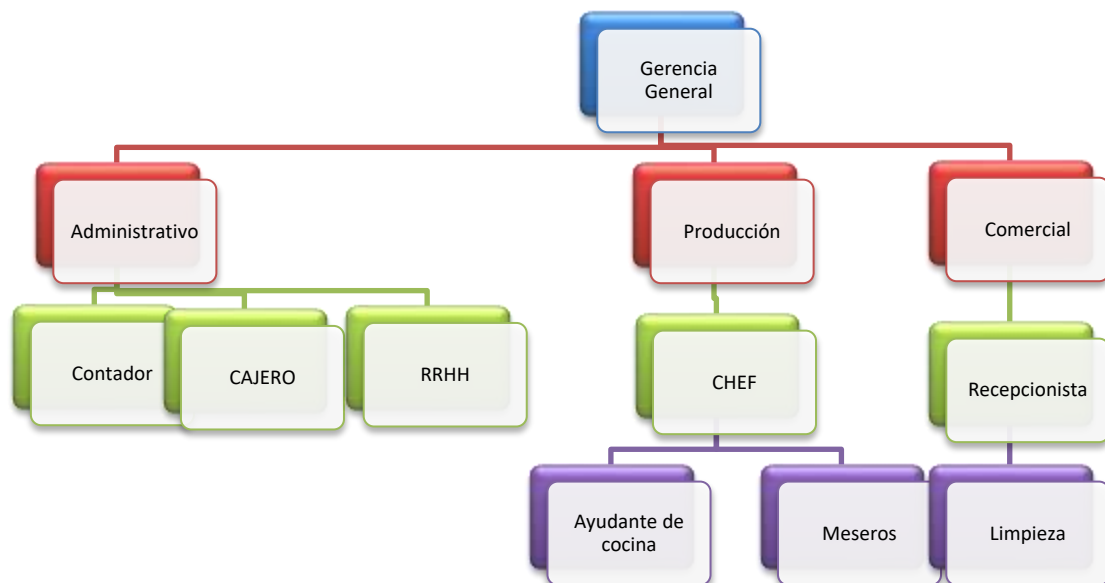


Figura 2. Organigrama.

3.7.3 Descriptivo de Funciones:

Tabla 6

Descripción de funciones del personal en el hotel.

CARGO	FUNCIONES
	Vigilar
	Seguimiento y control al buen servicio
GERENTA	Toma de decisiones
	Gerenciar procesos
	Vigilar
	Presentación de Balances

CONTADOR	Declaraciones Mensuales
	Llevar una correcta contabilidad
	Correcto direccionamiento contable
CAJERO	Control correcto del uso
	Buen manejo del efectivo
	Registro de ingresos y egresos
PERSONAL TTHH	Manejo de personal
	seguimiento del historial de personal
	Entrenamiento personal
CHEF	Capacitaciones al personal
	Preparación de Platos
	Variación del menú
AYUDANTE DE COCINA	Diversidad de platos a elaborar
	Manejo de alimentos
	Ayuda al Chef
MESEROS	Coordinación para la preparación alimentos
	Servir los alimentos
	Toma de pedidos
RECEPCIONISTA	Coordinación de los despachos
	Atención al cliente
	Atención de llamadas Telefónicas
LIMPIEZA	Monitoreo del Servicio
	Limpieza de las frazadas
	Ornato de las habitaciones

Limpeza del Hotel

3.7.4 Sueldos

Tabla 7

Detalle de sueldos del personal

Cantidad de Personal	Nómina Administrativo	Sueldo Mensual	Cantidad Meses	RMU	12,15%	13er Sueldo	14to Sueldo	Fondo de Reserva	Total
1	Contable	600,00	12	\$ 7.200,00	875	600	400	600	9.675
1	Caja	400,00	12	\$ 4.800,00	583	400	400	400	6.583
1	RRHH	450,00	12	\$ 5.400,00	656	450	400	450	7.356
1	Gerente	1000,00	12	\$ 12.000,00	1.458	1.000	400	1.000	15.858
									39.472
	Nómina Comercial								
1	Recepción	500,00	12	\$ 6.000,00	729	500	400	500	8.129
1	Limpeza	386,00	12	\$ 4.632,00	563	386	400	386	6.367
									14.496
	Nómina Producción								
1	Chef	750,00	12	\$ 9.000,00	1.094	750	400	750	11.994
1	Ayudante de cocina	450,00	12	\$ 5.400,00	656	450	400	450	7.356
1	Mesero	386,00	12	\$ 4.632,00	563	386	400	386	6.367
									25.716
TOTAL	TOTAL								79.684

El valor de los sueldos de cada personal a emplear en el hotel es mensual proyectado al año, por cada uno de la profesión de los mismos. Incluye todos los beneficios de ley.

3.8. UBICACIÓN

3.8.1 Lugar donde se ubicará la empresa y por qué

El Hotel Amazónico EL GRAN HUAORANI, se encontrará ubicado en la provincia de Orellana en el barrio Paraíso Amazónico. Por ser una zona céntrica y comercial.



Figura 3 Ubicación del Hotel Amazónico el Gran Huaorani, Francisco de Orellana, barrio Paraíso Amazónico.

Coordenadas del lugar 0°26'37"S 77°00'01"W

Tomado de Google Earth, 2020.



Figura 4. Terreno asignado en el barrio Paraíso Amazónico para la ejecución y construcción del hotel.

Tomado de Google Earth, 2020.

3.9 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3.9.1 Entorno macroeconómico y político

Riesgo de la economía sector real

De acuerdo con las estimaciones realizadas por la ONU, se prevé que en 2018 y 2019 la economía mundial presente un crecimiento estable del 3,0% aproximadamente.

La recuperación económica de América Latina también está cobrando ímpetu, a medida que las recesiones de algunos países (Brasil, Argentina y Ecuador) llegan a su fin. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), indican que en 2018 las perspectivas de crecimiento económico para América Latina y el Caribe son positivas (Classinternationalrating, 2018).

Para la economía ecuatoriana, diversos organismos, tanto locales como internacionales, prevén un crecimiento económico positivo para el año 2018, el crecimiento del Ecuador sería de 2,2% en 2018, superando así al crecimiento promedio de la región.

Son detallados los principales indicadores macroeconómicos del Ecuador, determinados al cierre de enero de 2018, de acuerdo al rubro (Classinternationalrating, 2018).

Tabla 8

Indicadores macroeconómicos Ecuador al 2018, riesgo país, PIB

	Valor		
PIB real (prev) (millones USD 2007) año 2018	71.496.923	Crecimiento anual PIB (t/t-4) III trimestre 2017	3,82 %
Deuda Externa Pública como % PIB (ene - 2018)	33,5%	Inflación mensual (febrero– 2018)	0,15 %
Balanza Comercial Total (millones USD) ene-2018	0,46	Inflación anual (febrero – 2018)	- 0,14 %
RI (millones USD feb-2018)	5.406,78	Inflación acumulada (febrero 2018)	0,34 %
Riesgo país (21-marzo-2018)	550,00	Remesas (millones USD) año 2017	2.84 0,2
Precio Barril Petróleo WTI (USD al 21-marzo-2018)	65,12	Tasa de Desempleo Urbano (diciembre – 2017)	5,82 %

Tomado de Classinternationalrating, 2018.

En análisis de la situación actual nacional, la inflación anual al 28 de febrero de 2018 fue de -0,14%, siendo una de las variaciones anuales más bajas en los últimos años. La inflación mensual se ubicó en 0.15%. Desde inicios de 2016, la inflación presenta una marcada reducción (Bolsa de Valores Guayaquil, 2018).

En referencia al salario nominal promedio, se aprecia que, a febrero de 2018, alcanzó un monto de USD 450,26 mientras que el salario unificado nominal, fue fijado en USD 386,00 a febrero de 2018, el mismo que incrementó en un 2,46% frente al salario unificado nominal del año 2017 (USD 375,00). Para la fijación del monto del Salario Básico Unificado los expertos consideraron el 2,3% de promedio de inflación. Con lo mencionado existe gran expectativa en el sector hotelero, considerando la estabilidad económica y política actual del país (Bolsa de Valores Guayaquil, 2018).



Figura 5. Sector turístico en perspectiva, se pueden apreciar los ingresos por turismo, en millones de dólares igualmente las visitas internacionales hacia nuestro país

Tomado de UNWTO, 2016.

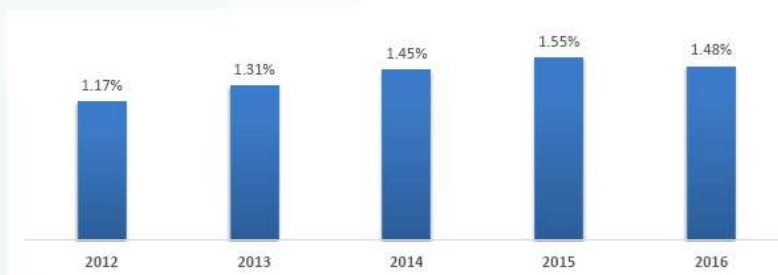
Según la información del portal Orellana Turístico, citada al 2016, mencionada que el Ecuador registra 1.551 millones de dólares de ingresos por concepto de turismo frente a 25.555 millones de dólares de ingresos a nivel de Sudamérica, lo que es una cifra significativa.

3.9.2 Tamaño de la industria

Producto Interno Bruto (PIB): No existe un consenso sobre el índice de crecimiento económico de Ecuador para el 2018. Las estimaciones de crecimiento del PIB del país realizadas por diversas entidades, en promedio fluctúan alrededor del 0,8% al 2,4%. Al cierre del III trimestre de 2017 (última información disponible), mostró una tasa de variación trimestral de 0,9% con respecto al Segundo trimestre de 2017, y una variación interanual de 3,8% con respecto al tercer trimestre 2016 (Classinternationalrating, 2018).

PESO DEL CONSUMO TURÍSTICO RECEPTOR EN EL PIB

PERIODO 2012-2016 (MILLONES DE DÓLARES)



Desde el 2012 la participación del turismo en el PIB ha aumentado favorablemente para Ecuador, en parte gracias a las políticas de promover los diferentes atractivos turísticos en el extranjero por medio de campañas internacionales.



Fuente: Banco Central del Ecuador — Boletín Trimestral de la Balanza de Pagos No. 59 2002. IT – 2017. IT
Elaboración: Subgerencia Nacional de Información y Análisis

Figura 6. Participación del turismo en el PIB.

Tomado de Banco Central del Ecuador, 2002.

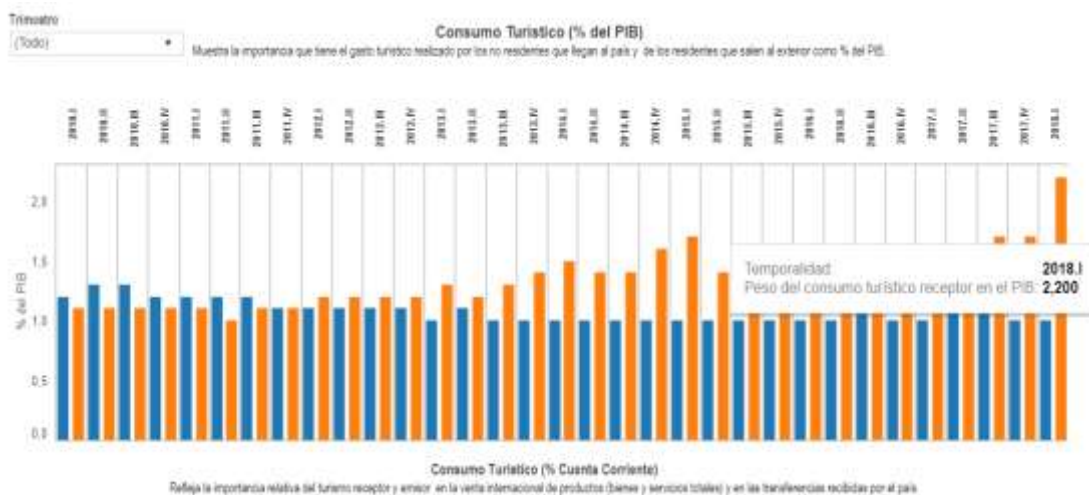


Figura 7. Importancia del gasto turístico de los no residentes y los residentes % PIB.

Tomado de Banco Central del Ecuador, 2002.

PIB DEL SECTOR TURÍSTICO

PERIODO 2010-2016 (MILLONES DE DÓLARES DE 2007)

Año	PIB - turismo	PIB total	Participación en el PIB
2010	1.031,31	56.481,06	1,83%
2011	1.092,76	60.925,06	1,79%
2012	1.136,12	64.362,43	1,77%
2013	1.190,94	67.546,13	1,76%
2014 (sd)	1.200,42	70.243,05	1,71%
2015 (p)	1.185,40	70.353,85	1,68%
2016 (prel)	1.114,97	69.321,41	1,61%



Fuente: Banco Central del Ecuador — Información Estadística Mensual — Producto Interno Bruto por Industria
Elaboración: Subgerencia Nacional de Información y Análisis



Figura 8. Evolución del PIB sector turístico última información actualizada de la CFN, del 2013 al 2016.

Tomado de Banco Central del Ecuador, 2002.

La industria hotelera genera empleo, con mano de obra ocupada del 6,08 % un aspecto relevante y de impacto económico para el país. En la tabla 9, se detalla la información de participación de empleo por provincia.

Obsérvese la tabla 9, fuente de crecimiento del sector turístico, distribución por provincia, número de registros, cantidad de habitaciones, cantidad de camas. En cada provincia en especial dentro de la región amazónica. Capacidad de los establecimientos turísticos registrados en el ministerio de turismo, en cuanto a número de establecimientos, total de empleados, número de habitaciones, camas, plazas y mesas, por actividad turística, clasificación, provincia y cantón.

Tabla 9

Capacidad de los establecimientos turísticos registrados en el ministerio de turismo.

PROVINCIA	Registr..	Habitaci..	Camas	Plaza Camas	Mesas	Plazas Mesas
AZUAY	264	4.841	8.838	9.822		
BOLÍVAR	27	521	1.006	1.238		
CAÑAR	35	738	1.213	1.338		
CARCHI	26	665	1.432	1.498		
CHIMBORAZO	88	1.791	3.754	3.929		
COTOPAXI	99	1.640	3.153	3.547		
EL ORO	102	2.570	4.181	4.767		
ESMERALDAS	136	3.618	9.211	11.400		
GALÁPAGOS	317	3.253	7.357	7.592		
GUAYAS	188	7.111	11.855	15.437		
IMBABURA	137	2.867	5.803	6.736		
LOJA	113	2.400	4.111	4.485		
LOS RÍOS	41	920	1.651	1.984		
MANABÍ	305	5.801	12.014	16.134		
MORONA SANTIA..	55	1.028	1.841	2.125		
NAPO	121	2.050	4.471	5.032		
ORELLANA	64	1.664	2.670	3.154		
PASTAZA	67	1.298	2.777	3.113		

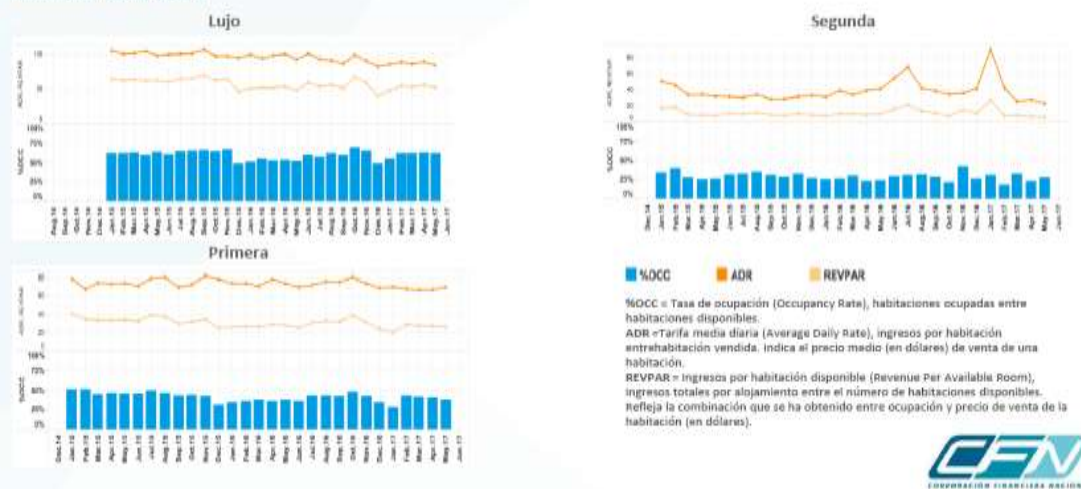
Tomado de Hotelecuador, 2018.

3.9.3. Ciclos económicos

Según información obtenida de la corporación financiera, se muestra claramente el ciclo económico del sector hotelero. Su auge y crecimiento de acuerdo a sus categorías.

INDICADORES COYUNTURALES DE ALOJAMIENTO POR CATEGORÍA

PERIODO 2015-2017



Fuente: MINTUR - Catastro turístico consolidado nacional 2015, Dirección de Investigación de la Oferta.

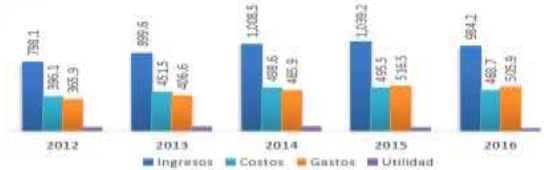
Figura 9. Indicadores de alojamiento por categoría, de primera, segunda, lujo comprendido del periodo 2015 al 2017.

Tomado de MINTUR, 2015.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL SECTOR TURÍSTICO

PERIODO 2010-2016 (MILLONES DE DÓLARES)

Cuentas (Millones de USD)	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos	798,14	899,39	1.008,52	1.039,25	984,19
Costos	396,07	451,48	498,58	495,48	468,66
Gastos	365,91	406,62	465,95	516,50	505,87
Utilidad	46,84	53,23	54,63	43,16	32,46



Fuente: Servicio de Rentas Internas — Estadísticas Multidimensionales

Elaboración: Subgerencia Nacional de Información y Análisis

Actividades comprendidas: servicios de alojamiento, otros servicios de alojamiento*, restaurantes*

Figura 10. estado de pérdidas y ganancias del sector turístico en millones de dólares, comprendido del periodo 2012 al 2016.

Tomado de MINTUR, 2015.

Figura de tendencia de gastos y viajes totales durante los días feriados, Como se observa en la figura desde el mes de mayo en el año 2018 ha existido incremento en gato de millones de dólares en turismo en comparación con el año 2017.

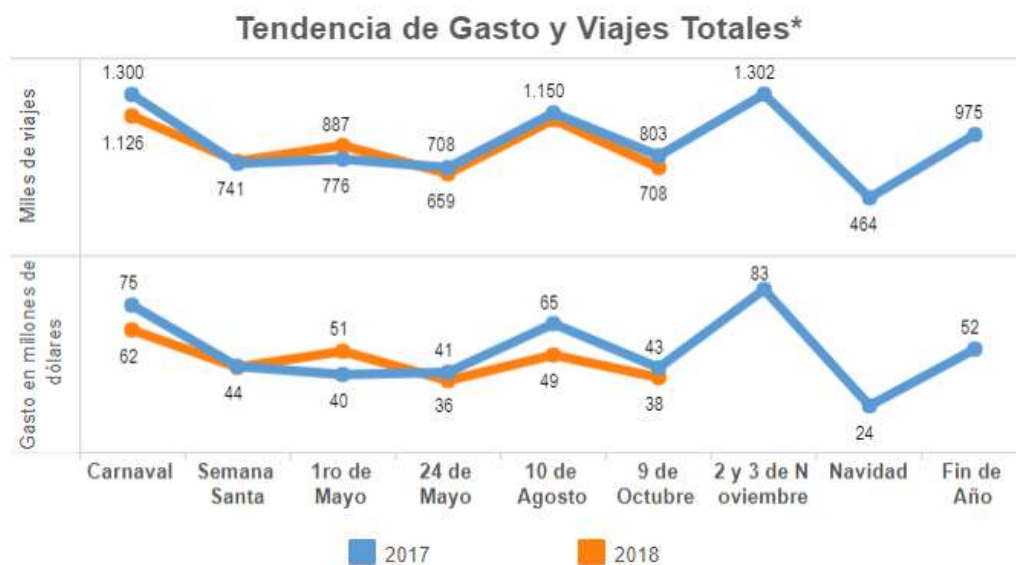


Figura 11. tendencias de gastos y viajes totales durante los feriados, comparaciones de los periodos 2017 al 2018.

Tomado de Banco Central del Ecuador, 2002.

3.9.4. Análisis del mercado

En el mercado se identificó los principales clientes los cuales son las empresas petroleras nicho de mercado definido para el negocio, como de igual forma los principales competidores quienes son los hoteles ya creados y radicados en la provincia de Orellana (Orellanaturistica, 2018).

En los clientes todas aquellas empresas petroleras quienes actualmente no poseen campamentos habitacionales, de los cuales optan en la renta de hoteles por varios días principalmente la mayoría de los hoteles se encuentran en el centro de la ciudad de Orellana, para su rápido desplazamiento hacia los diferentes campos petroleros (Orellanaturistica, 2018).

En referencia a los competidores de la misma forma se identificó los principales hoteles como son: Hotel el Auca, Gran Hotel el Coca, Hotel Heliconias.

El requerimiento principal hoy en día en el mercado, es un hotel que reúna todas las expectativas como servicio, confort y zonas de esparcimiento, servicio de alimentación incluido, precios accesibles, ambiente y acabados modernos, pero sobre todo que se diferencie de los demás hoteles, para demostrar que el cliente es lo más primordial y hacer que el mismo se sienta importante durante la estadía (Orellanaturistica, 2018).

Para el análisis del mercado se utilizó el método de lienzo, puesto que permite caracterizar el nicho de mercado, las necesidades de cada uno de nuestros posibles clientes, a tal punto que permite identificar la propuesta de valor que va a generar el Hotel Amazónico el gran Huaorani, no olvidando de igual forma la competencia ya existente del cual es un factor analizado con total cautela, para de ahí generar una propuesta de valor (Orellanaturistica, 2018).

Dentro del método de lienzo aplicado se identificó lo siguiente:

Trabajo del cliente actual:

- ✓ Buscar hoteles en medio web
- ✓ Verificar estructura Física
- ✓ Verificar sitio seguro
- ✓ Elección de un proveedor acorde
- ✓ Verificar condiciones del hotel
- ✓ Verificar condiciones de Pago.

Dolores del cliente:

- ✓ Caro
- ✓ Mal servicio
- ✓ Zona muy transitable
- ✓ Falta del parqueadero
- ✓ Zona lejana del centro
- ✓ Acceso limitados
- ✓ Medios de pagos limitados

Propuesta del Valor:

- ✓ Comodidad y buen servicio
- ✓ Acabados modernos
- ✓ Infraestructura con toda seguridad
- ✓ Variedad gimnasio, canchas, sauna.
- ✓ Servicio incluye alimentación
- ✓ Parqueaderos



Figura 12. Propuesta de valor a emplearse en el hotel amazónico el gran Huaorani.



Figura 13. Segmento de clientes definidas durante el análisis en la implementación del hotel.

Elaboración de Entrevista:

El objetivo principal de la elaboración de la entrevista ha sido identificar las características que busca el posible cliente como: infraestructura, acabados, servicios, zonas de esparcimientos y sobre todo cuanto están dispuestos a pagar. El alcance de esta entrevista es identificar y conocer claramente los requerimientos y necesidades del mercado, para lo cual se procede a realizar las entrevistas a todas las principales empresas petroleras del cual es el mercado objetivo.

Las preguntas realizadas en la entrevista son las siguientes:

1. ¿Qué opinión tiene usted del servicio hotelero en este momento?
2. ¿Qué servicios requeriría que se incorporen y que al momento no los encuentra en la oferta actual?
3. ¿Qué hotel utiliza actualmente y con qué frecuencia?
4. ¿De estar dispuesto a cambiar de hotel, cuáles serían sus necesidades para considerarlo?

SI	NO
----	----
5. ¿Tiene campamento propio para su personal operativo?

SI	NO
----	----
6. ¿De no tener campamento propio, cuál sería la cantidad de personal que requeriría hospedaje?
 - 0 a 5 personas
 - 6 a 10 personas
 - 11 a 15 personas
 - 15 en adelante
7. ¿Cuántas noches en promedio, requeriría al mes para alojamiento de su personal?

8. ¿Para su mayor comodidad la decoración y acabados los prefería?

- Moderno
- Minimalista
- Temático
- Lujo

9. ¿Cuál sería el valor por noche, que estaría dispuesto a cancelar?

- a) 30-35 USD
- b) 36-45 USD
- c) 46-55 USD
- d) 56 USD en adelante

Resultados Tabulados.

Pregunta 1

1.- ¿Qué opinión tiene usted del servicio hotelero en este momento?

Respuesta pregunta 1.-Dando como resultado a esta pregunta el 33% de los entrevistados manifiestan que en los hoteles nos existe variedad. El 22 % manifiesta que son antiguos, en igual forma el 22 % indican que poseen habitaciones malas, finalmente el 22 % también menciona que los hoteles actuales tienen buena infraestructura.

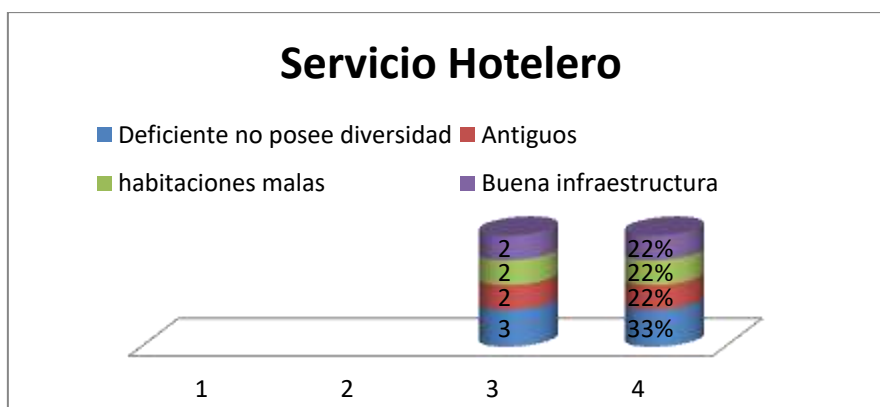


Figura 14. Resultados sobre el servicio hotelero.

Pregunta 2

2.- ¿Qué servicios requeriría que se incorporen y que al momento no los encuentra en la oferta actual?

Respuesta pregunta 2.- Resultado de la pregunta el 78 % de los encuestados manifiestan que en los hoteles no existen zonas de esparcimiento (como son piscinas, saunas, canchas).

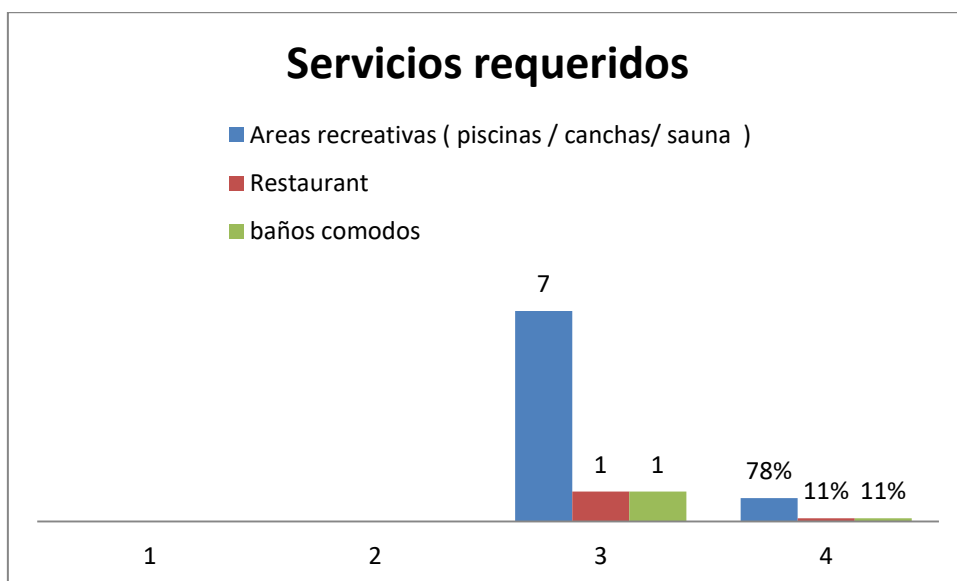


Figura 15. Resultados de servicios requeridos.

Pregunta 3

3.- ¿Qué hotel utiliza actualmente y con qué frecuencia?

Respuesta pregunta 3.- El 44% de los encuestados ocupan actualmente el gran hotel del Coca, el 33 % el hotel el Auca, 11 % el hotel Márquez, 11 % Hostería Amazonas.

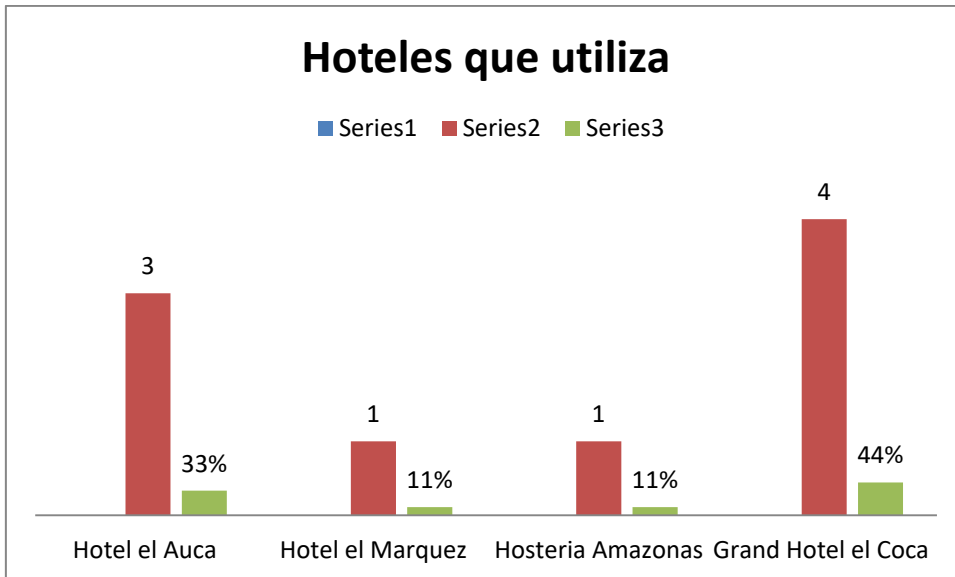


Figura 16. Resultados de servicio de hotel que se utiliza actualmente.

Pregunta 4

4.- ¿De estar dispuesto a cambiar de hotel, ¿cuáles serían sus necesidades para considerarlo?

SI

NO

Respuesta pregunta 4.-Según las encuestas realizadas el 44 % de las encuestas están dispuestas a cambiar de hotel, por el tan solo de que exista una mejor atención, debido a que hoy en día no lo hay.

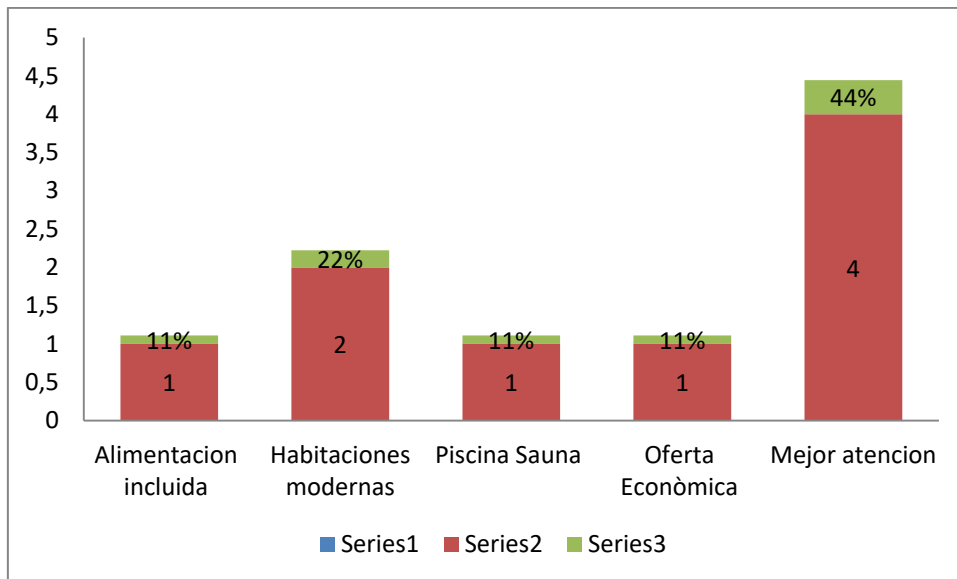


Figura 17. Resultados por qué motivo se cambiaría de hotel.

Pregunta 5

5.- ¿Tiene campamento propio para su personal operativo?

SI

NO

Respuesta pregunta 5.- El 56 % de los encuestados disponen de campamento propio, pero suelen rentar por cuestiones y distancias geográficas para el desplazamiento del personal a campos.

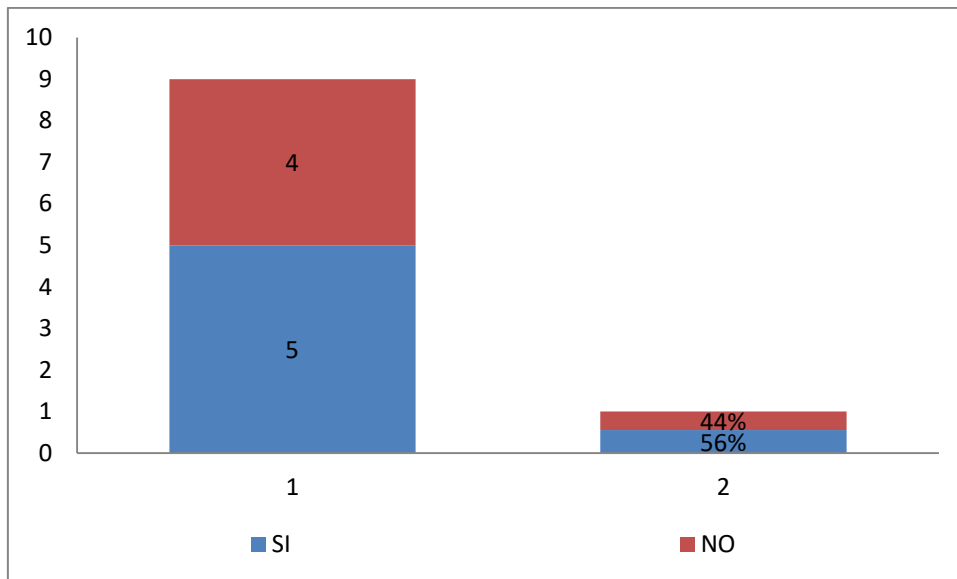


Figura 18. Resultados en caso de disponer de campamento propio del personal operativo de las petroleras.

Pregunta 6

6.- ¿De no tener campamento propio, ¿cuál sería la cantidad de personal que requeriría hospedaje?

0 a 5 personas

6 a 10 personas

11 a 15 personas

15 en adelante

Respuesta pregunta 6.- El 56 % de los encuestados (petroleras) mencionan hospedan la cantidad de quince personas en adelante.

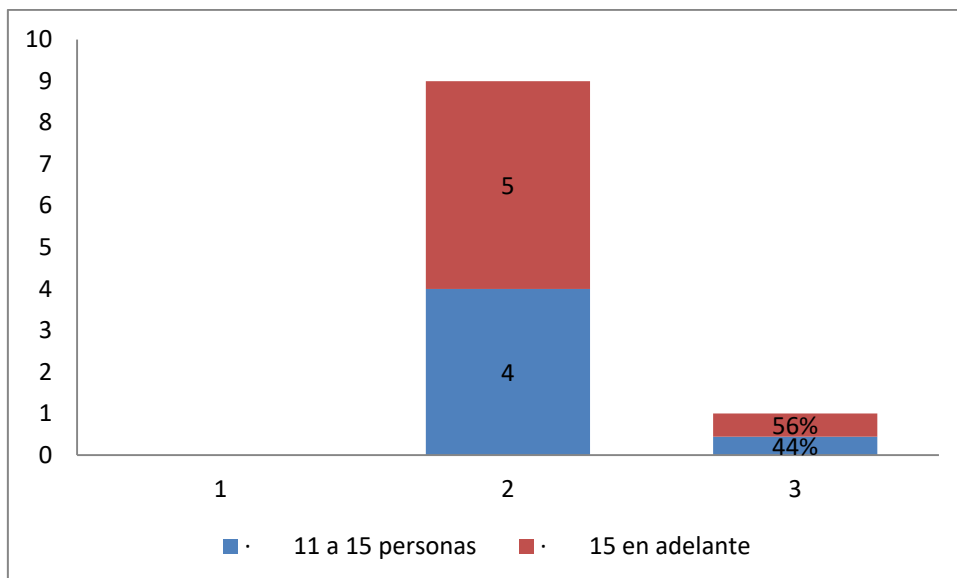


Figura 19. Resultados de cuantas personas requieren de hotel.

Pregunta 7

7.- ¿Cuántas noches en promedio, requeriría al mes para alojamiento de su personal?

Respuesta pregunta 7.- El 44 % de los encuestados (petroleras) mencionan que la cantidad a hospedarse es de quince noches en adelante.

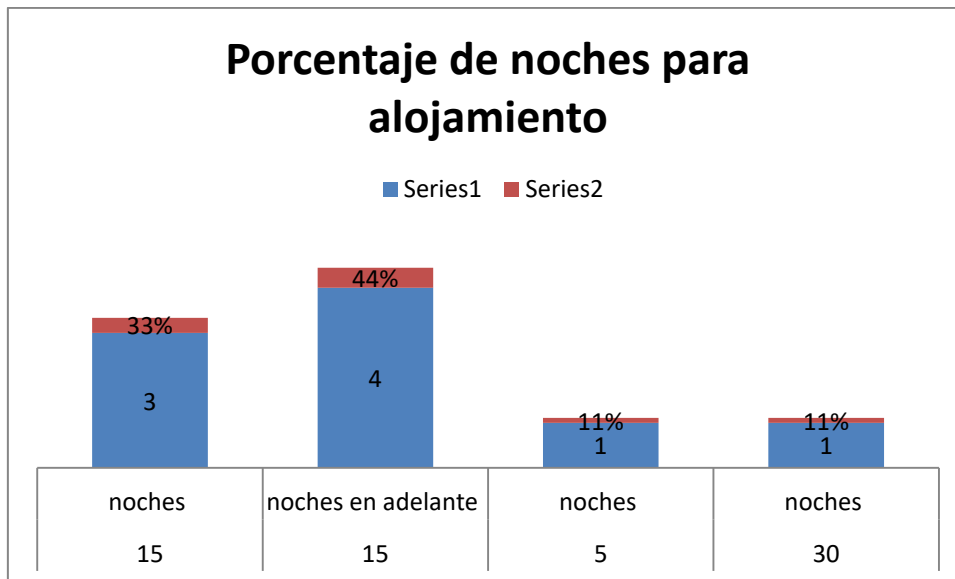


Figura 20. Resultados de cuantas noches de estadía.

Pregunta 8

8.- ¿Para su mayor comodidad la decoración y acabados los preferiría?

Moderno

Minimalista

Temático

Lujo

Respuesta pregunta 8.- 100 % de los encuestados, manifiestan el requerimiento de un hotel con acabado y ambiente moderno.

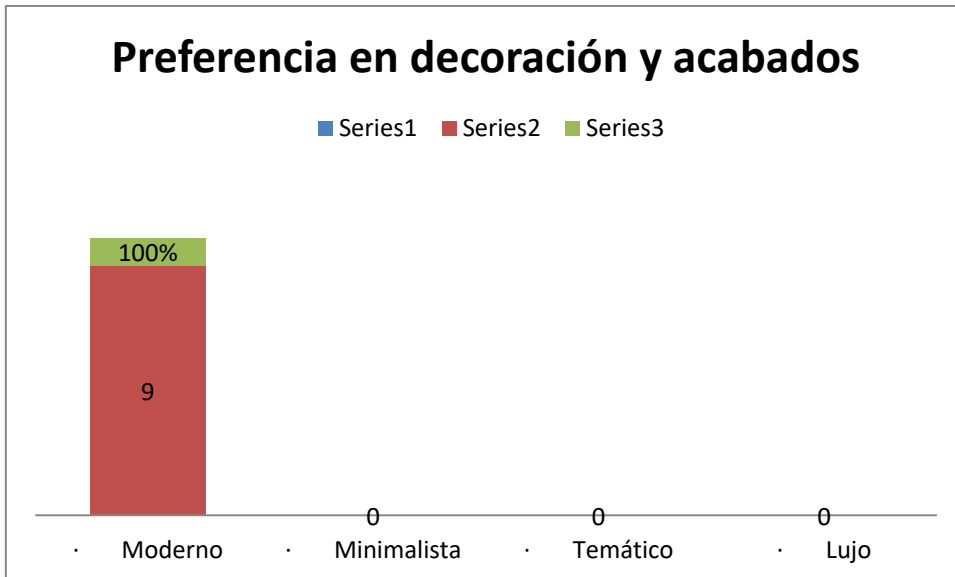


Figura 21. Resultados de como prefiere la decoración y acabado del hotel.

Pregunta 9

9.- ¿Cuál sería el valor por noche, que estaría dispuesto a cancelar?

a) 30-35 USD

b) 36-45 USD

c) 46-55 USD

d) 56 USD en adelante

Respuesta pregunta 9.- 56 % de los encuestados están dispuestos a pagar, desde los 46 a 55 USD.

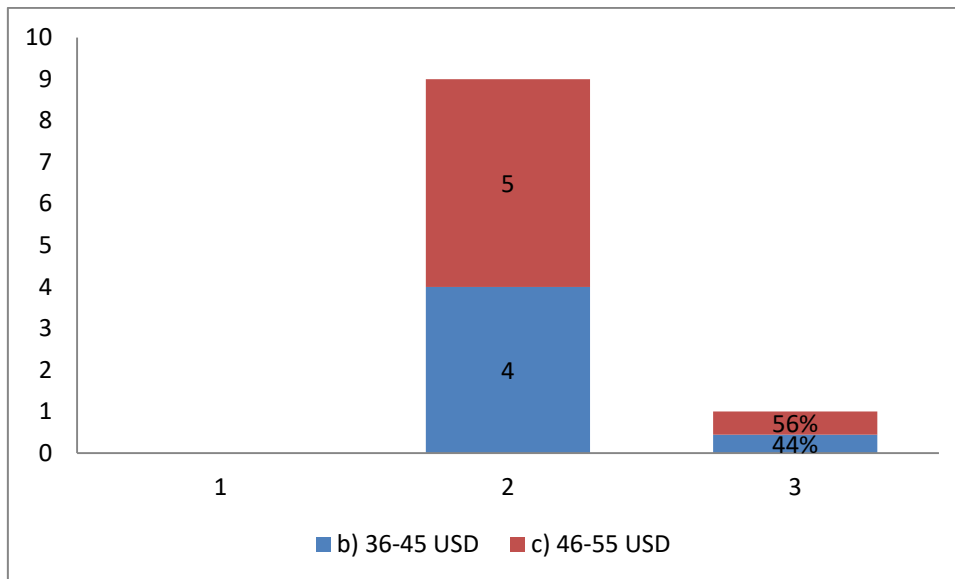


Figura 22. Resultados de cuánto está dispuesto a cancelar por noche.

3.9.5. Análisis de la competencia

La competencia existente está constituida principalmente por los hoteles Gran Hotel el Coca, hotel heliconias, hotel el auca, considerando el análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, Cabe notar que los competidores existentes reflejan una fuerte competencia debido a que cuentan con una importante clientela y experiencia en la zona, lo cual es un factor muy importante en trabajar.



Figura 23. Análisis porter del hotel amazónico el gran Huaorani.

Poder de negociación de los proveedores.

Es bajo, con los proveedores de alimentos, distribuidores, guardianía, proveedores de servicios locales, proveedores de mantenimiento, con los mencionados anteriormente se realizará convenios y contratos respectivos donde al final se logre una relación ganar-ganar de ambas partes, de igual forma lograremos que el proveedor cumpla y se fidelice con el hotel, todo esto mediante un contrato donde las reglas de juego estén bien claras. Existe fácil acceso a los proveedores no existirá dificultad alguna, por lo que en el análisis de Michael Porter, se ubica como una fuerza baja, porque hoy en día existe gran cantidad de los mismos, y como está la situación actual las facilidades y accesos es sumamente accesible obtener el producto o servicio en el medio.

Amenaza de los nuevos entrantes o competidores.

Referente a los nuevos entrantes, se ubica en el análisis como una fuerza débil, debido a que existen fuertes barreras de entrada, por la inversión inicial que se requiere para implementar un hotel. Además del proceso de normatividad y licenciamiento requerido.

Poder de negociación de los clientes.

Es alto debido a que tiene varias opciones de hoteles existentes, por lo que se deberá buscar los mecanismos y herramientas necesarias para que a más de cliente se vuelva fans y se fidelice con nuestro servicio, una ventaja importante es que el Hotel Amazónico el gran Huaorani, está enfocado a servir principalmente a las necesidades de alojamiento de las petroleras, este nicho de mercado, se estableció con la encuestas gran parte de las petroleras no

disponen de campamentos habitacionales y optarían por el arrendamiento del hotel. Al gestionar con las empresas petroleras convenios de uso de las instalaciones del hotel se asegura la demanda.

Amenaza de productos y servicios sustitutos.

Actualmente los productos y servicios sustitutos identificados, son Cuartos de arriendo, AIRB&B, residenciales. Que no constituyen una competencia real con los servicios del hotel por lo que esta amenaza es baja, puesto que no existe comparación del servicio que brinda un hotel como es: confort y complementación de servicios. No olvidar que en el hotel incluye limpieza y acceso a otros servicios.

3.9.6. Análisis FODA.

FODA / HOTEL AMAZONICO EL GRAN HUAORANI	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Alianza con las empresas petroleras	Apoyo gubernamental al turismo
Ubicación excepcional region amazónica	Reactivación de la economía por este sector
Ambiente moderno amazónico	Facilidades y acceso al sector turístico por el Gobierno
DEBILIDADES	AMENAZAS
Empresa Nueva	Posible guerra de precios
Adquirir experiencia en sector hotelero	Cambios de Gobierno
Espacio para áreas verdes	Falta de apoyo gubernamental al sector Hotelero

Figura 24. Análisis FODA.

3.10 MATRIZ FODA

MATRIZ FODA / HOTEL AMAZONICO EL GRAN HUAORANI		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Alianza con las empresas petroleras	Empresa Nueva
	Ubicación excepcional región amazónica	Con necesidad de adquirir experiencia en el sector hotelero
	Ambiente moderno y amazónico	Sin espacio para áreas verdes
OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
Apoyo Gubernamental al turismo	Fortalecimiento de las alianzas con las empresas petroleras	Participar en foros o reuniones para conocer mas del sector
Reactivación de la economía para el sector	Brindar facilidades para el conocimiento de la amazonía	Acceder a capacitaciones e indagar al sector
Facilidades y acceso	Estructurar, programas con beneficios en volumen de consumo para empresas petroleras	Incorporar jardines interiores y vegetación natural en cada rincón del hotel
AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
Posible guerra de precios	Alianzas estratégicas con el sector	Implementar programas de optimización de costos
Posible estancamiento financiero del país por	Planificar con mucha cautela en el tema de nuevas inversiones	Implementar mecanismos de recuperación inmediata de la inversión
Posible cambio en apoyo gubernamental al sector	Cada inversión a realizar tomar en cuenta la situación política	Implementar un plan de contingencias

Figura 25. Matriz FODA.

3.10.1. Estrategias de mercadeo






SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
				
Recursos humanos de las petroleras	Suministro de alimentos		Personal Exclusivo de Negocios	Compañías Petroleras
Prefectura	Suministro de lavandería y limpieza	Hotel Moderno con Servicio de Buffet		Turistas Locales
Cámaras de Turismo	Garantizar proceso de cocción	acompañado de instalaciones de esparcimiento		Turistas Extranjeros
Páginas de Alojamiento	Monitoreo de reservas			
Asociación de Hoteleros	RECURSOS CLAVES Arquitectura Moderna Construcción de zonas de esparcimiento Operarios entrenados Capital de Trabajo Seguridad en instalaciones Software Recepcionista Bilingüe		CANALES Pagina Web Visita Personal a los petroleros Facebook Revistas sobre turismo / localidad	
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESOS	
Proveedores			Convenios con las petroleras	
Gasto Administrativo			Turistas locales	
Gasto Financiero			Turistas internacionales	
Costos Variables en servicio			Venta mensual de alquiler de espacios	
Costos fijos de servicio			Venta mensual de alquiler de cancha	
Capacidad Ociosa			Venta mensual de alquiler de gimnasio	
Costo de paginas de alojamiento			Venta mensual de alquiler de Habitaciones	
			Venta mensual de comidas	

Figura 26. Estrategia de mercado.

Relaciones con los Clientes: Existirá una relación directa con los clientes potenciales los cuales son las empresas petroleras, para aquello se llevará a cabo visitas personales y reuniones de trabajo, se empleará personal exclusivo para el manejo de las relaciones comerciales acompañado del gerente comercial con el fin de afianzar más la relación.

Segmento de Clientes: El proyecto está enfocado principalmente para las empresas petroleras, sin dejar a lado a los posibles clientes locales y turistas extranjeros.

3.10.2. Concepto del producto o servicio

El hotel Amazónico el gran Huaorani, tendrá acabados modernos, habitaciones totalmente confortables, áreas de esparcimiento, acompañados de un servicio y atención de calidad con habitantes propios de la región, y lo más importante generará empleo a la misma comunidad y sector amazónico. El costo del servicio por cada habitación diaria es de \$55.00 (Cincuenta y cinco con 00 / 100 USD.) del cual incluye el desayuno y todas las áreas de esparcimiento, de acuerdo a la cantidad de consumo y los días de estadía se consideraría el costo. El valor anteriormente detallado es en base a la encuesta de mercado y llegando a un punto de equilibrio a considerar en nuestra oferta al cliente.

3.10.3. Estrategia de distribución

La distribución de nuestras ventas se realizará mediante página web, visitas personales y personalizadas a nuestros clientes principales empresas petroleras, utilización del Facebook, aplicación de propagandas en medios de la localidad como revistas del ministerio de Turismo. (Alianzas estratégicas). Para el principal mercado objetivo empresas petroleras, el acercamiento será de forma personal o con invitación de reunión de negocios acompañados de una cena. El presupuesto o fondo a destinar para la venta en distribución de publicidad a diferentes medios se asignará el valor mensual de 250,00 (doscientos cincuenta con 00 / 100 USD).

3.10.4. Estrategias de precios

La estrategia de precios a aplicar mediante encuesta realizada, permite conocer la realidad actual de los costos que se encuentran en el mercado, la condición de pago será mediante efectivo, tarjeta de crédito o cheque. El precio es inelástico no cede, no se pretende de bajar de precio, lo que se busca es una relación a largo plazo para un eventual descuento, por la renta de diez días o más de uso de habitación. El precio es de \$ 55.00(cincuenta y cinco con 00/100 USD) por cada habitación y por cada día, se estableció este precio todo esto debido a que en el mercado actualmente la competencia se encuentra en estos valores y más superiores como se detalla a continuación.

Tabla 10

Valores de servicio del Gran Hotel el Coca.

Tipo de Habitación	Alimentación	Valor	Otro Rubros
Habitación Sencilla	Desayuno tipo Bufet incluye Piscina, sauna , Hidromasaje	\$ 84.00	Más IVA + 10% servicios
Suit Ejecutiva	Desayuno tipo Bufet incluye Piscina, sauna , Hidromasaje	\$ 132.00	Más IVA + 10% servicios
Suit Presidencial	Desayuno tipo Bufet incluye Piscina, sauna , Hidromasaje	\$ 156.00	Más IVA + 10% servicios

Tabla 11

Valores de servicio del Gran Hotel el Auca.

Tipo de Habitación	Alimentación	Valor	Otro Rubros
Habitación Cabaña	Desayuno	\$ 44.00	Precio Final
Habitación Estándar	Desayuno	\$ 52.50	Precio Final
Habitación Suit	Desayuno	\$ 67.20	Precio Final

Tabla 12

Valores de servicio del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.

Tipo de Habitación	Alimentación	Valor	Otro Rubros
Habitación Sencilla	Desayuno Cancha sintética , Gimnasio	\$ 55.00	Más IVA

3.10.5. Estrategias de promoción

En la estrategia de promoción a aplicar. Son las páginas de alojamiento de la cual va a estar registrado el hotel amazónico el gran Huaorani, más las cenas de cortesía con nuestro cliente principal las empresas petroleras cuyo fin permite afianzar más la relación comercial, el presupuesto mensual es de 318.48 (Trescientos diez y ocho con 48/100).

3.10.6. Estrategias de comunicación

Utilización de medios masivos, radios, tv local. Acuerdos estratégicos con el ministerio de turismo, pagos publicitarios en redes sociales, se provisionará un pago mensual de trescientos con 00 /100 USD. Para que nuestro nombre sea fácil de escribir y acceder a la gama de servicio. La estrategia a aplicar es convenios con medios masivos, y acuerdos con el ministerio de turismo e incentivar de igual forma esta reciprocidad a los mismos mediante pases de cortesía a nuestras instalaciones de relajamiento.

3.10.7. Estrategias de servicio

Servicio de traslado del cliente hacia el hotel, con un solo valor de cancelación accedes a todo nuestro servicio, alimentación incluida servicio de buffet, acompañado de un ambiente moderno y atención personalizada , el costo de habitación mediante encuestas efectuadas , están dispuestos a cancelar la cantidad de cincuenta y cinco con 00 /100 USD cada habitación, Implantación de un ERP , para mejor control interno y reservas de las habitaciones , a más de aquello como estrategia de servicio lo que se va a vender es experiencias, esto concierne a una atención acompañada por habitantes propios de la comunidad acompañado de sus atuendos , y con una atención amable y junto a una bebida exótica de la región , con esto se busca que se viva una

experiencia y se rescate y valore las tradiciones auténticas de nuestra bello país y región amazónica.

3.10.8. Presupuesto de las estrategias de mercadeo

Tabla 13

Valor total presupuesto a emplear en las estrategias.

Descripción	Cantidad	Costo Mensual	Numero de Meses	Cantidad Total
Estrategia de distribución	1	250,00	12	3000,00
Estrategia de promoción	1	318,48	12	3821,76
Estrategia de Comunicación	1	300,00	12	3600,00
VALOR TOTAL PRESUPUESTO A EMPLEAR EN LAS ESTRATEGIAS				10421,76

3.10.9. Proyecciones de ventas

Tabla 14

Proyecciones de ventas.

PVP por noche	Incremento anual	Ingresos por línea de negocios					TOTAL
		2019	2020	2021	2022	2023	
Hospedaje	\$ 55,00	\$ 301.125,00	\$ 361.350,00	\$ 421.575,00	\$ 481.800,00	\$ 542.025,00	2.107.875
Alimentación	10%	91.250	100.375	110.413	121.454	133.599	557.090
Recreativo	5%	16.800	17.640	18.522	19.448	20.421	92.831
VENTAS		\$ 409.175,0	\$ 479.365,0	\$ 550.509,5	\$ 622.701,9	\$ 696.044,6	\$ 2.757.795,98

Tabla de mercado porcentaje de ingreso por cada línea de negocio, áreas recreativas, facturación de alimentación, estadía.

Tabla 15

Mercado, porcentaje de ingreso por línea de negocio.

Indicador	Valor	Descripción
Capacidad	30	Habitaciones disponibles
Tasa de ocupación	50,00%	Promedio de industria para hospedaje de Primera según CFN
Incremento anual de TO	10,0%	Objetivo Comercial definido en hospedaje
Incremento anual de servicio	10,00%	Objetivo Comercial definido en servicios de alimentación
Facturación alimentación	\$ 91.250,00	Hipótesis, valor en referencia a 250 usd de consumo promedio diario (correspondiente a 25 platos diarios a 10 USD)
Facturación áreas recreativas	\$ 16.800,00	Hipótesis, valor referencia a 14 horas semanales de uso de cancha por un valor 25 usd/hora
Incremento anual de servicio	5%	Objetivo comercial para crecimiento de recreativo

Costo de la habitación \$55.00 (cincuenta y cinco con 00 /100 USD), con una ocupación de veinte y uno habitaciones por día. (Tasa de ocupación inicial del 50 % de las compañías petroleras).

Con este margen de ocupación al termino del día existiría una recaudación diaria de \$ 836,45 (Ochocientos treinta y seis con 45 / 100 USD).

Cada año se proyecta un margen del 10 % más del consumo de habitaciones, esto hace incrementar más las ventas.

El objetivo principal es que todas las habitaciones estén llenas, con el fin de recuperar la inversión a un corto plazo.

3.11. Conclusiones del capítulo

- ✓ En el análisis del mercado permite identificar los clientes, el nicho de mercado, además cual va hacer el valor agregado que implementará el hotel Amazónico el gran Huaorani. Con el fin de ganar mercado.
- ✓ El principal cliente y nicho del mercado identificado son las compañías petroleras, del cual el Hotel Amazónico el Gran Huaorani esta direccionado.
- ✓ El organigrama funcional, permitió identificar claramente las funciones y responsabilidades de los posibles colaboradores del hotel amazónico.
- ✓ Aplicación del FODA, y PORTER, permitió visualizar de manera más concreta los competidores y las fuerzas competitivas que tenemos dentro del mercado, y las estrategias a aplicar para la buena marcha del mismo.
- ✓ En el ámbito de presupuesto, nos permite desarrollar y detallar cada uno de la inversión a efectuar en las estrategias a aplicar.
- ✓ De acuerdo al plan de ventas, con la proyección de ventas, lo que se espera es que todas las habitaciones estén 100% llenas, con el inicio del proyecto, las primeras ventas se notan interesantes y atractivas de que cada año aumenten.
- ✓ Este capítulo permite de igual forma identificar los nuevos entrantes y los competidores actuales, de los cuales permite analizar las estrategias a aplicar.
- ✓ El análisis del entorno económico es de gran importancia, puesto que permitió conocer la realidad de la situación actual del país, como índices, salarios básicos, PIB, porcentajes de ocupación en el sector hotelero.

CAPÍTULO IV

4. OPERACIONES

4.1. ESTADO DE DESARROLLO

El hotel amazónico el gran Huaorani, está enfocado principalmente al nicho del mercado de las empresas petroleras cliente principal, del cual hoy en día está apareciendo esta necesidad en que los trabajadores se hospeden en hoteles seguros y céntricos, actualmente está siendo una necesidad desatendida, con lo mencionado se espera satisfacer los requerimientos del cliente.

Si bien es cierto, en la actualidad la actividad petrolera está aumentando, comparado con los años anteriores del cual se pasó por la recesión económica. Esto hace que hoy en día cada representante de cada empresa petrolera, busque un lugar céntrico de la ubicación del hotel, para su pronto desplazamiento de su personal hacia los diferentes campos y bloque petroleros.

El avance del proyecto se encuentra en planificación, del cual se tiene adquirido el activo fijo como es el terreno (propietario uno de los accionistas), con el estudio del mercado y análisis de factibilidad, se puede deducir en seguir adelante con el proyecto, de acuerdo a nuestro análisis financiero se requiere una inversión de \$ 285.922.00 (doscientos ochenta y cinco mil novecientos veinte y dos con 00/ 100 USD). En aporte de todos los accionistas, así como incurrir en una deuda al banco por el monto \$ 600.000 (seiscientos mil con 00/100 USD).

El monto a financiar será ocupado, en su gran mayoría para la construcción del Edificio, mientras que el capital societario será utilizado en todo el menaje como al igual para la adquisición de todos los accesorios.

El capital societario se obtendrá de la venta de activos improductivos y retiro de pólizas de acumulación, con que cuentan los accionistas. De tal manera que podemos solventar todos los implementos y gastos a incurrir en el hotel.

La estrategia operativa a aplicar es dar oportunidad a la gente de la zona, capacitación constante para que todos los colaboradores día a día adquieran conocimientos, siendo el factor más principal del cual se capacitaría al personal es en ventas, marketing y atención al cliente cuyo fin es captar clientes y fidelizarlos con nuestro servicio.

Dentro de la táctica operativa a aplicar es tener un personal motivado por todo lo que realiza, de ahí desencadena varios factores para que se logre capacitar en los diferentes campos, a más del pago normal de sus servicios y cumplir a cabalidad la ley del trabajador.

4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Descripción del proceso de reservación de una habitación.- Para la reserva de una habitación nuestros posibles clientes tanto las empresas petroleras como los turistas nacionales, locales e internacionales, pueden acceder a nuestras redes sociales como la página Web, al igual contactarse a nuestros números telefónicos para la respectiva reserva, al momento de la llegada de nuestro cliente a la recepción se procede a verificar datos y realizar el CHECK IN, la recepcionista procede al cobro de la reserva , además de consultar a nuestro

cliente si su estadía es por un solo día o varios. Recordando que la reserva diaria de la habitación incluye el desayuno.

Al momento que el cliente cumple su estadía, se procede a realizar el CHECK OUT, verificar la habitación, y proceder a la entrega de la factura de todo lo que ha consumido, si el cliente es recomendado, se procede a la entrega de servicios adicionales que haya solicitado como más días de habitación o alimentación, y al final se procede al cobro total.

Descripción del proceso de reservación del gimnasio.

Para la reserva del gimnasio del hotel , el cliente que requiera acceder a nuestras instalaciones solo para hacer deporte y liberar un poco la adrenalina , en igual forma acceden a nuestras redes sociales o números telefónicos , y al momento de la llegada a recepción proceden a la cancelación del tiempo que permanecerá en el gimnasio , en igual forma se realiza un CHECK IN , y procede al ingreso , al momento que el cliente cumple su tiempo de reserva en el gimnasio y procede a retirarse , de igual forma se realiza el CHECK OUT , y la respectiva verificación del área , y se procede a la entrega de la factura respectiva.

Descripción del proceso de reservación de la cancha sintética.

En referencia a la reserva a la cancha sintética , los clientes pueden hacer su reserva en las respectivas redes sociales del hotel , o a su vez contactarse directo a nuestros números telefónicos , de ahí un factor importante que la reserva la realicen con tiempo , puesto que el cobro es por cada hora de ocupación , para lo cual se ruega puntualidad , el tiempo inicia desde la hora de

la reserva , al momento de la llegada de la persona o jugador quien hizo la reserva procede a realizar la cancelación en recepción CHECK IN , una vez que culminen el tiempo de juego o reservación de la cancha , se realizará el respectivo CHECK OUT , verificación y entrega de la cancha.

Descripción del proceso de venta de comida en el restaurant.

Para aquellos clientes, quienes desean degustar de nuestros platos especiales , o reserva alguna todo referente a almuerzos , desayunos , cenas , pueden acceder de la misma forma a nuestras redes sociales en especial a la página web, donde podrán observar todas las variedades de los platos de comida con su respectivo precio , o contactarnos a los números telefónicos ,y se desean para una mejor explicación visitarnos para atenderles de manera personalizada y realizar una degustación de los platos, Una vez que se llegue al acuerdo la cancelación se realiza en ese momento de acuerdo a la negociación que hayan acordado , una vez que hayan degustado y culminado su reserva se procede a la entrega de la factura respectiva por todo el consumo realizado.

4.2.1 Diseño.

A continuación, se indica el diseño del hotel Amazónico el Gran Huaorani, en un perímetro de 1200m². (Ver figuras Anexo No.1)

Comprende:

- ✓ Parqueadero subterráneo
- ✓ Planta Baja (Recepción, sala Staff, cocina, restaurante, área de limpieza)
- ✓ Primer Piso (Habitaciones)
- ✓ Segundo Piso (Habitaciones)

- ✓ Tercer Piso (Habitaciones)
- ✓ Cuarto Piso (Habitaciones)
- ✓ Terraza (Gimnasio, cancha sintética)

Área Operativa: Comprende el personal en operaciones, en las diferentes áreas, como el personal de limpieza del hotel y de las áreas recreativas, ornato y cuidado del hotel.

Área Administrativa: Personal encargado de la administración, gestión comercial, y coordinación de las reservas respectivas de los clientes.

Área Recreativa: Aquel personal encargado de la limpieza, logística y ornato de las áreas recreativas.

Área Gastronómica: Para el área del restaurant, todo aquel personal como meseros, ayudantes de cocina, Chef, encargados del aspecto culinario.

4.2.2. Puesta en marcha y producción

Para llevar a cabo la puesta en marcha del Hotel Amazónico El gran Huaorani, con los convenios establecidos y nuestro principal cliente las empresas petroleras, del cual se estima un porcentaje de ocupación del 50 % de las habitaciones, haciendo un total de quince habitaciones siempre ocupadas dentro del primer año, con un incremento anual del servicio del 10 % . Los días a atender en el hotel son los 365 días del año y las 24 horas del día referente a estadía. Con respecto a la alimentación y áreas recreativas la atención comprende solo en diurno, y con extensión a horas nocturnas no excediendo

de las 20hoopm. El personal operativo hará turnos de día y noche. De tal forma que todos roten su turno.

A continuación, tabla del personal y horarios de atención.

Tabla 16

Horarios de atención del personal, Hotel Amazónico el Gran Huaorani.

DIA	SERVICIO	HORA	SERVICIO	HORA	SERVICIO	HORA
	O	RIO		RIO		RIO
Lunes	Hospedaje	24 horas	Alimentación	08:00A M 20:00P M	Áreas Recreativas	08:00 AM 20:00 PM
Martes	Hospedaje	24 horas	Alimentación	08:00A M 20:00P M	Áreas Recreativas	08:00 AM 20:00 PM
Miércoles	Hospedaje	24 horas	Alimentación	08:00A M 20:00P M	Áreas Recreativas	08:00 AM 20:00 PM
Jueves	Hospedaje	24 horas	Alimentación	08:00A M 20:00P M	Áreas Recreativas	08:00 AM 20:00 PM
Viernes	Hospedaje	24 horas	Alimentación	08:00A M	Áreas Recreativa	08:00 AM

				20:00P M	s	20:00 PM
Sábado	Hospedaje	24 horas	Alimentación	08:00A M 20:00P M	Áreas Recreativas	08:00 AM 20:00 PM
Domingo	Hospedaje	24 horas	Alimentación	08:00A M 20:00P M	Áreas Recreativas	08:00 AM 20:00 PM

Diseño, puesta en marcha y producción. Cadena de valor (diagrama de flujo de proceso). Análisis de la capacidad del proceso.

4.2.3 Cadena de Valor

La cadena de valor en el Hotel Amazónico el Gran Huaorani, estará conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado, lo cual marcará la diferencia de la competencia actual.

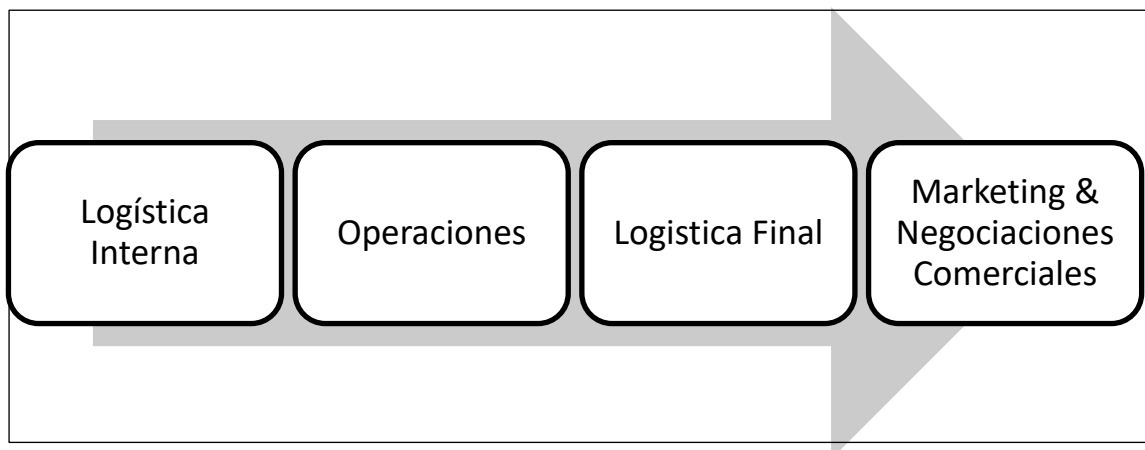


Figura 27. Cadena de valor del hotel amazónico el gran Huaorani.

Logística Interna: El hotel Amazónico el Gran Huaorani, contará con toda la infraestructura, y los servicios necesarios para el buen funcionamiento del mismo. Entrenamiento eficaz al personal para su correcto desenvolvimiento en las áreas de hospedaje, zonas de recreación, restaurante.

Operaciones: En el área de operaciones, cada uno de nuestro personal de cada área, cumplirá con cada una de sus actividades y en el tiempo establecido, para de tal forma brindar un servicio eficiente, con la calidad que se identifica el hotel.

Personal encargado del servicio de hospedaje: Reservas, limpieza y servicio las veinte y cuatro horas del día.

Personal encargado del servicio de recreación: Reservas, limpieza y ornato de las áreas de gimnasio y cancha sintética, servicio todos los días desde 08:00 am hasta 20:00 pm.

Personal encargado del servicio de restaurante: Reservas, atención, variedad de gastronomía servicio de atención todos los días desde 08:00 am hasta 20:00 pm.

Logística Final: Facturación de los servicios ofrecidos, satisfacción total del cliente.

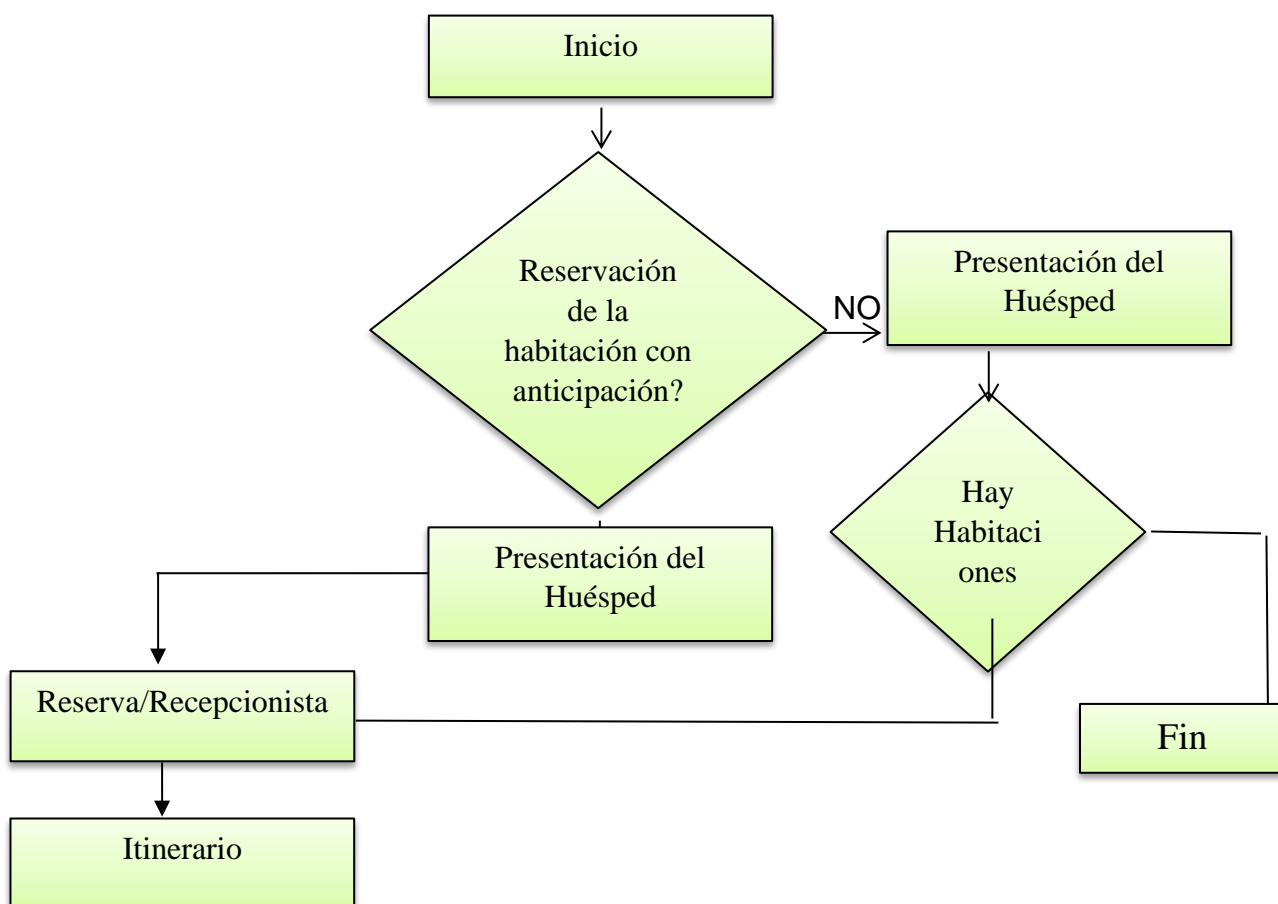
Marketing y Negociaciones Comerciales: Servicio personalizado, preparación de reuniones y juegos recreacionales cada mes con el fin de mostrar nuestra gama de servicios y a la vez entablar nuevas negociaciones comerciales, y en el caso de las que ya existen afianzar más la relación comercial.

4.2.4. Diagrama de Flujo de proceso

Se detalla las actividades de cada uno de los servicios que brinda el Hotel Amazónico el Gran Huaorani, desde un punto de vista macro de la organización.

4.2.5. Descripción del proceso.

SOLICITUD DE HABITACIÓN



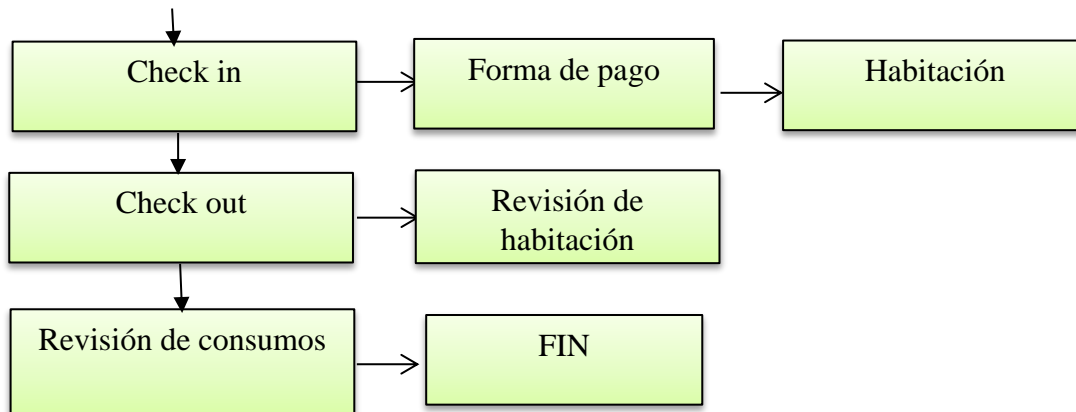


Figura 28. Solicitud de habitación.

ALIMENTACIÓN

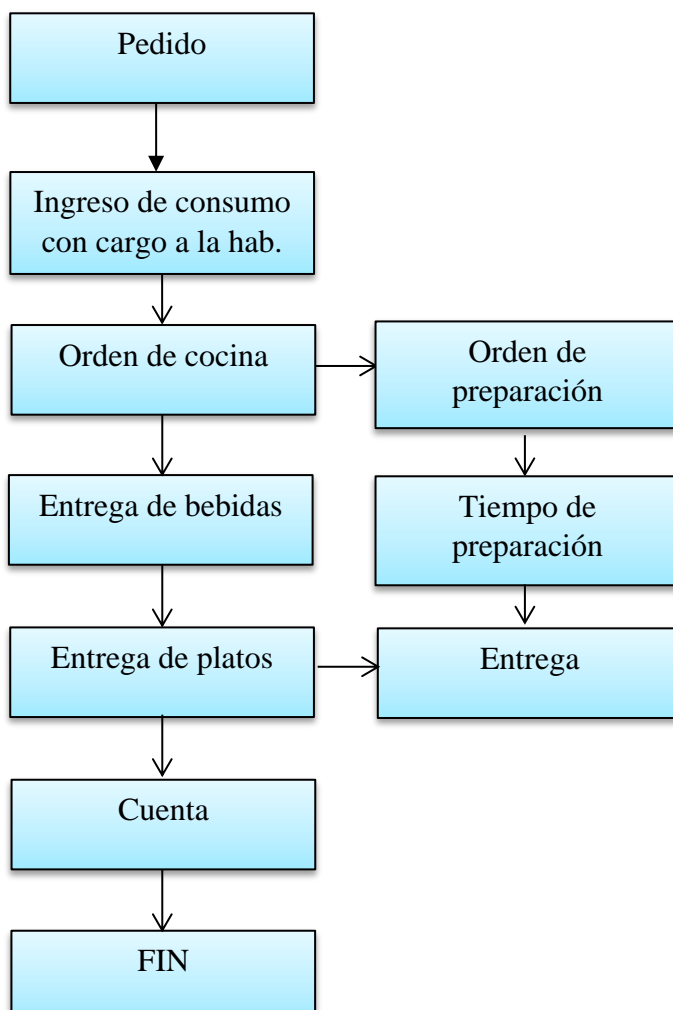


Figura 29. Solicitud de alimentación.

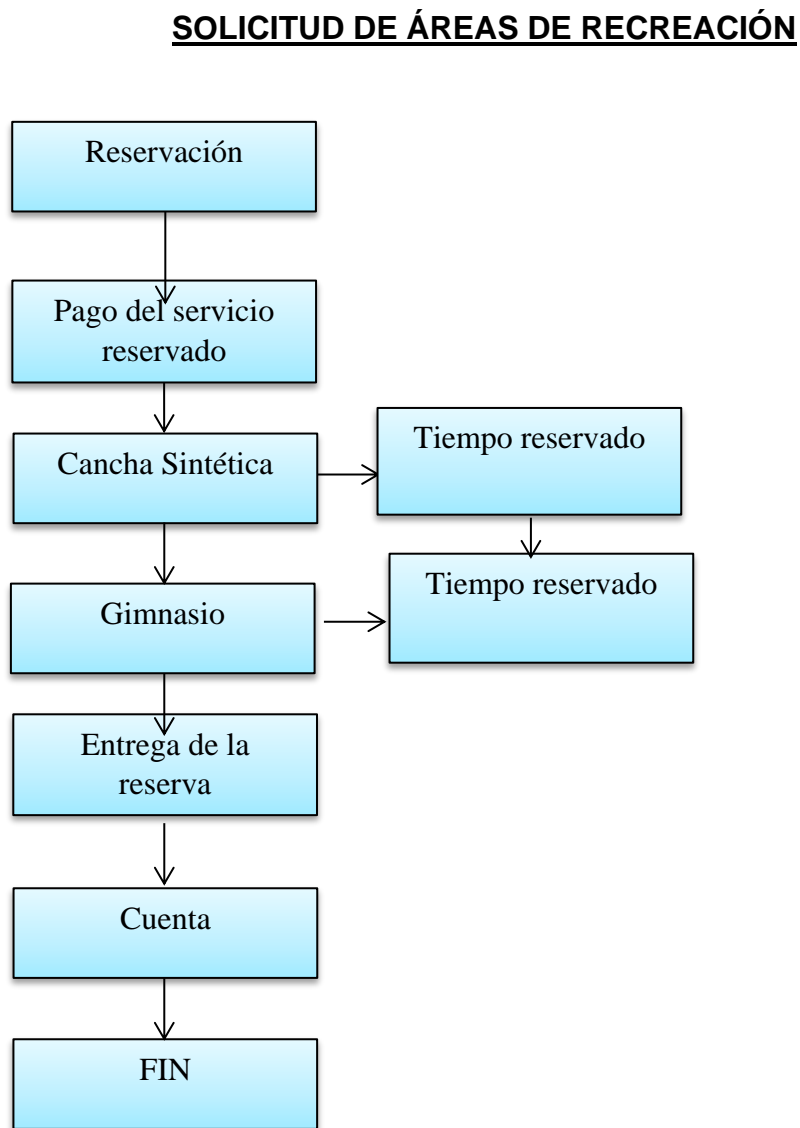


Figura 30. Solicitud de áreas de recreación.

4.2.6. Análisis de Capacidad de proceso

En el análisis de la capacidad de proceso, se identifica claramente los servicios a brindar con el personal encargado y la cantidad de horas que los mismos están dispuestos a entregar en cada área, la capacidad de proceso es alta, de la cual se puede deducir que es capaz.

Tabla 17

Análisis de capacidad de proceso del hotel amazónico el gran Huaorani.

Servicio	Detalle	Cantidad Servicio	Cargo del personal	Horas ocupación del personal diario	Cantidad de personal
Hospedaje	Habitaciones	30 Hab	Limpieza 0 camarero	08 Horas	1
Áreas Recreativas	Gimnasio				
	Cancha Sintética	01	Recepcionista	08 Horas	1
Restaurante	Comedor	01	Chef	08 Horas	1
		01	Mesero	08 Horas	1
		01	Ayudante de cocina	08 Horas	1

4.3. Necesidades y Requerimientos

De acuerdo a los servicios a ofrecer el Hotel Amazónico el Gran Huaorani, a continuación, se detalla los materiales, equipamiento y accesorios a adquirir para el buen funcionamiento de cada una de las áreas de servicio.

Tabla 18

Mobiliario – implementos para adecuaciones de las áreas.

Maquinaria y Herramienta				
Bombas	1	5	5.000	5.000
Sistema de recirculación	1	5	3.000	3.000
A/C	30	2	600	18.000
Transformador	1	5	8.000	8.000
TV	30	5	500	15.000
Cocina	2	5	6.000	12.000
Lavadora	1	5	6.000	6.000
				67.000

Mobiliario				
Estación de trabajo	4	10	180	720
Archivadores	3	10	130	390
Mesa Sala de Reunión	1	10	400	400
Sillas ejecutivas	12	10	140	1.680
Mobiliario Hab	30	5	400	12.000
Gimnasio	1	10	17.732	17.732
Recepción	1	10	5.000	5.000
Equipamiento Habitación	30	5	1.000	30.000
				-
				67.922

Tabla 19

Descripción de tecnología requerida.

Equipo de Computación y Oficina				
Computador escritorio	4	5	800	3.200
Servidor	1	5	-	-
Teléfonos	35	5	100	3.500
Impresora Multifunción B/N	2	3	500	1.000
Set Cámaras de seguridad	1	5	700	700
				8.400
Activo Intangible				
ERP	1	5	3.400	3.400
				3.400

4.3.1. Capacidad instalada

La capacidad instalada del Hotel Amazónico el Gran Huaorani, es de 30 habitaciones, un gimnasio, una cancha sintética, un restaurante. Tal como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 20

Capacidad instalada hotel amazónico el gran Huaorani.

HOTEL AMAZÓNICO EL GRAN HUAORANI	CAPACIDAD INSTALADA 100 %	CAPACIDAD UTILIZADA 50 %
Servicio de Hospedaje	30 Habitaciones	15 Habitaciones
Restaurante	40 puestos	20 puestos de personas
Gimnasio	20 personas	10 personas
Cancha Sintética	14 personas	7 personas

4.3.3. Mano de Obra

Dentro de los rubros de Mano de Obra, está considerado dos grupos de personal por un lado personal administrativo, y en otro grupo personal operativo del cual cada uno de sus honorarios son fijos, tal como se detalla en la tabla.18

Tabla 21

Sueldos del personal.

Cantidad de Personal	Nómina Administrativo	Sueldo Mensual	Cantidad Meses	RMU	12,15%	13er Sueldo	14to Sueldo	Fondo de Reserva	Total
1	Contable	600,00	12	\$ 7.200,00	875	600	400	600	9.675
1	Caja	400,00	12	\$ 4.800,00	583	400	400	400	6.583
1	RRHH	450,00	12	\$ 5.400,00	656	450	400	450	7.356
1	Gerente	1000,00	12	\$ 12.000,00	1.458	1.000	400	1.000	15.858
									39.472

4.4.1. Políticas de inventario establecidas

Políticas de proveedores.

Los proveedores son nuestros principales aliados estratégicos, al tratarse de un hotel amazónico del cual brindará oportunidades a la comunidad, para lo cual los productos de la zona proveerá la comunidad, en lo referente a productos de consumo masivo la accionista de la cual se menciona en el plan de compras, aclarando que cada uno de ellos ingresaran siempre y cuando con una calificación de proveedores , y cada proveedor de servicios o de productos tendrá su parámetro de calificación y requisitos a cumplir.

4.4.2. Análisis de capacidad para brindar el servicio.

Tabla 22

Capacidad del hotel servicios a ofrecer.

DETALLE	CAPACIDAD UTILIZADA	CARGO DEL PERSONAL	RECEPCION DEL PEDIDO	CANTIDAD DEL PERSONAL
Habitaciones	15 Habitaciones	Camarero	05 minutos	1
	25 platos	Chef	05 minutos	1
Comedor	25 platos	Mesero	02 minutos	1
	25 platos	Ayudante	03 minutos	1
HOTEL AMAZONICO EL GRAN HUAORANI			PREPARACION DEL PEDIDO	ENTREGA DEL PEDIDO
Habitaciones			05 minutos	03 minutos
			15 minutos	03 minutos
Comedor			02 minutos	03 minutos
			03 minutos	03 minutos

4.5 PLAN DE COMPRAS

El plan de compras está programado, primeramente, con la búsqueda de proveedores y la calificación respectiva de los cuales deberán cumplir estrictamente el requerimiento garantizado calidad tanto en los servicios como en los productos. Para las compras de productos de importación, como se indicó anteriormente en lo referente a aires acondicionados, televisores etc. Se procederá con abonos respectivos y al momento de la llegada de los implementos con la cancelación total, recordar que existe el nexo con uno de los inversionistas para el proceso de importación.

En lo que respecta al tema de insumos de cocina. El principal proveedor será supermercado San Fernando, de la cual es dueña uno de los accionistas, en igual forma deberá cumplirá altos estándares de calidad, de todos los productos a solicitar el Chef.

Mensualmente se solicitará información a cada uno de los dptos. Reporte de venta (reserva) de habitaciones, tasa de ocupación y porcentaje de reservas, la función del cajero los pagos, recibidos en tarjeta de crédito, convenios, o efectivo. En el área de facturación en referencia a bebidas, alimentos y mermas detectadas, información a diario de caja. Por parte de la alimentación el Chef deberá presentar los reportes semanalmente todo el producto que recibe, y lo que ocupa, de tal manera se pueda detectar a tiempo el exceso de producto solicitado y evitar el daño de los mismos.

4.5.1. Identificación de proveedores

Los proveedores a utilizarse en el proyecto del hotel Amazónico el Gran Huaorani son:

Proveedores de productos autóctonos de la comunidad

Supermercado San Fernando

Importadores de accesorios & línea blanca "JARAMILLOIL S.A"

4.5.2. Capacidad para atender pedidos

La capacidad de los proveedores, debe ser primeramente un proveedor que cuente con la capacidad de los productos, solvencia, garantía en sus bienes o servicios.

4.5.3. Pago de los proveedores

Para el pago de proveedores, se realizará dentro de los 15 días, una vez presentado todos los soportes para el respectivo pago como es la factura y la respectiva orden de requerimiento.

4.5.4. Plan de control de calidad

Con el fin de garantizar el control de calidad de cada uno de nuestros proveedores. Semanalmente se efectuará evaluaciones, esta evaluación involucra tanto proveedores de servicios como de venta de productos, en caso de que no cumple con las expectativas lamentablemente el proveedor es eliminado de nuestra base de datos.

4.6. KPI'S DE DESEMPEÑO DEL PROCESO PRODUCTIVO

4.6.1 Defina los KPIs del proceso productivo o de servicio de su proyecto

Tabla 23

KPIS del proceso productivo.

OBJETIVO ESTRATEGICO	MEDIDAS KPI	INICIATIVA ESTRATEGICA	FECHA INICIO	FECHA FINAL
Mejorar la productividad del proceso	Porcentajes estadísticos mensuales para revisión Plan de mejora	Llevar mediante una matriz donde muestre resultados	Febrero 15	Marzo 15
Incrementar la innovación de productos servicios y tecnología	Porcentajes de servicios nuevos *Porcentajes de ventas de nuevos servicios	Implementación de servicios novedosos o con un plus *Benchmarking adaptado a la realidad del Hotel	Febrero 15 Febrero 15	Agosto 15 Agosto 15

Ocupar la cantidad necesaria en la ejecución de un proceso	Inventario de cantidad de consumo	Adaptación de un software o control necesario para evitar desperdicios	Semanalmente	Semanalmente
---	-----------------------------------	--	--------------	--------------

4.7. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

- ✓ La conclusión de todo este capítulo, invita a conocer de forma resumida las necesidades y requerimientos en el proyecto.
- ✓ La forma de cómo se empleará los debidos medios de control en el proyecto.
- ✓ Los planes respectivos estrategias o medios a emplear para lograr los objetivos
- ✓ La respectiva medición para llevar a cabo el cumplimiento.
- ✓ Capacidad instalada y utilizada a la vez.

CAPÍTULO V

5. PLAN FINANCIERO

5.1. SUPUESTOS A CONSIDERAR PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN FINANCIERO

5.1.1 Proyección de ventas

El valor por noche de hospedaje es de \$ 55.00 (cincuenta y cinco con 00/100 USD), con una capacidad de treinta habitaciones. Se iniciará la operación con una tasa de ocupación del 50% , lo cual nos da un valor total \$ 301.125,00(trescientos un mil ciento veinte y cinco con 00/100 USD) que es el mercado objetivo que buscamos abarcar en el primer año de operación , cabe recalcar que esta tasa de ocupación para este modelo está por debajo de la tasa de ocupación del sector hotelero del país , todo esto en busca de mitigar el riesgo al cliente que se busca satisfacer en este caso el cliente objetivo que son las compañías petroleras. Y un posterior crecimiento de cada año del 10 %.

Otro de los rubros considerados como ingreso se encuentra los valores por alimentación, en la que obtenemos un consumo promedio de \$ 250.00 (doscientos cincuenta dólares) diarios, correspondiente a veinte y cinco platos con un valor promedio de \$ 10.00 (diez dólares) por cada plato de comida, el crecimiento definido en este rubro es del 10% anual.

Se parte del análisis realizado a diferentes sitios de alimentación y al término del año obteniendo una facturación promedio de 91.250,00 (noventa y un mil doscientos cincuenta con 00 /100 USD), en base a lo descrito se ha determinado que el objetivo de crecimiento es similar al del hospedaje en término de porcentaje, debido a que se encuentra directamente relacionados a la cantidad de huéspedes hospedados en el hotel.

Todo lo anteriormente mencionado corresponde a la alimentación solicitada fuera del desayuno puesto que este rubro ya está considerado dentro de la estadía por día. Corresponde más bien a comida por cena , almuerzos o platos a la carta solicitados.

Como último elemento a considerar son las áreas recreativas, en la que se obtiene un valor de \$16800.00 (diez y seis mil ochocientos con 00 / 100 USD) anuales, obteniéndose de catorce horas semanales de alquiler de área cancha sintética a un valor de \$25.00 (veinte y cinco dólares) la hora, y estableciendo un crecimiento anual del 5 %.

Tabla 24

El mercado, ingreso por línea de negocios.

365		Ingresos por línea de negocios						
	PVP por noche	Incremento anual	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
<i>Hospedaje</i>	\$ 55,00		\$ 301.125,00	\$ 361.350,00	\$ 421.575,00	\$ 481.800,00	\$ 542.025,00	2.107.875
<i>Alimentación</i>		10%	91.250	100.375	110.413	121.454	133.599	557.090
<i>Recreativo</i>		5%	16.800	17.640	18.522	19.448	20.421	92.831
VENTAS			\$ 409.175,0	\$ 479.365,0	\$ 550.509,5	\$ 622.701,9	\$ 696.044,6	\$2.757.795,98

Indicador	Valor	Descripción
Capacidad	30	Habitaciones disponibles
Tasa de ocupación	50,00%	Promedio de industria para hospedaje de Primera según CFN
Incremento anual de TO	10,0%	Objetivo Comercial definido en hospedaje
Incremento anual de servicio	10,00%	Objetivo Comercial definido en servicios de alimentación
Facturación alimentación	\$ 91.250,00	Hipótesis, valor en referencia a 250 usd de consumo promedio diario (correspondiente a 25 platos diarios a 10 USD)
Facturación áreas recreativas	\$ 16.800,00	Hipótesis, valor referencia a 14 horas semanales de uso de cancha por un valor 25 usd/hora
Incremento anual de servicio	5%	Objetivo comercial para crecimiento de recreativo

5.1.2. Gastos Administrativos

Como se observa en el cuadro se ha considerado un valor de 106.018,20 (ciento seis mil diez y ocho con 20 /100 USD.) anuales lo cual contempla todos los gastos que se incurrieron para la operación del Gran Hotel Huaorani, además se ha considerado una tasa de inflación de dichos gastos a una tasa del 1 % anual. Lo cual afecta a cada uno de los gastos.

Dentro del rubro de sueldos y salarios se considera el personal administrativo como se adjunta en la siguiente tabla, siendo su presupuesto anual de 39472,10 (treinta y nueve mil cuatrocientos setenta y dos con 10 /100) de igual manera se considera un ajuste del 1 % al valor neto de nómina, resguardando para los próximos ajustes de sueldos en el país.

Tabla 25

Gastos administrativos.

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Inflación proyectada			
<u>Gastos Administrativos</u>			
Arriendo Servidor	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Mantenimiento Portal Web	12	\$ 50,00	\$ 600,00
5% Primas de Seguro	1	\$ 55.796,10	\$ 55.796,10
Gastos Constitución	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Suministros de Oficina	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Servicio Luz	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Servicio Agua	12	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Servicio Telefono	12	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Sueldos y Salarios	1	\$ 39.472,10	\$ 39.472,10
Total			\$ 106.018,20

Tabla 26

Gastos de sueldos administrativos.

Gasto sueldo de administración	2019	2020	2021	2022	2023
<u>No. Operarios:</u>					
Contable	1	1	1	1	1
Caja	1	1	1	1	1
RRHH	1	1	1	1	1
Gerente	1	1	1	1	1
<u>Remuneración:</u>					
Sueldo Contable	9.675	9.772	9.869	9.968	10.068
Sueldo Caja	6.583	6.649	6.716	6.783	6.851
Sueldo RRHH	7.356	7.430	7.504	7.579	7.655
Sueldo Gerencia	15.858	16.017	16.017	16.017	16.017
Total Sueldo Administración	39.472	39.867	40.105	40.346	40.590

5.1.3. Gastos de ventas

Para los gastos de ventas se ha considerado como el mayor peso la gestión comercial, como comunicación de beneficios, publicidad, como material POP, así como facilidades en internet y telefonía móvil del asesor comercial. Teniendo un valor de \$ 33861.01 (treinta y tres mil ochocientos sesenta y uno con un centavo). Se brindará todas las facilidades y medios necesarios para las respectivas gestiones y negociaciones. Cuyo fin afianzar las relaciones comerciales con los clientes actuales y entablar nuevas negociaciones con los posibles clientes quienes formen parte de nuestro grupo selecto.

En el gasto de ventas también se toma en cuenta la cantidad de personal requerido acorde a la tasa de ocupación proyectada en la operación, adicional a aquellos se ha considerado para los siguientes años, un ajuste en el incremento del personal acorde al nivel de ventas, en el que como se puede observar de 20.862,58 (veinte mil ochocientos sesenta y dos con 58 /100) lo cual representa una alza al 24 % de este rubro, validando el incremento proyecto de venta.

Tabla 27

*Gastos de ventas.***Gastos Ventas**

Cenas cortesía (Comunicación)	12 \$	55,00 \$	660,00
Movilización ejecutivos clave	12 \$	40,00 \$	480,00
Publicidad y Promoción	12 \$	300,00 \$	3.600,00
Pago de servicios paginas de alojamiento	12 \$	188,20 \$	2.258,44
Internet	12 \$	150,00 \$	1.800,00
Telefonía Móvil	12 \$	100,00 \$	1.200,00
Material POP (Distribución)	12 \$	250,00 \$	3.000,00
Sueldos y Salarios	1 \$	20.862,58 \$	20.862,58
<hr/>			
Total			\$ 33.861,01
<hr/>			

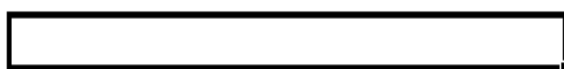
**TOTAL****\$ 139.879,21**

Tabla 28

Gastos de sueldos área de ventas.

Gasto sueldo de ventas	2019	2020	2021	2022	2023
<u>No. Operarios:</u>					
Recepción	1	1	1	1	1
Limpieza	2	2	2	3	3
<u>Remuneración:</u>					
Sueldo Recepción	8.129	8.210	8.210	8.210	8.210
Sueldo Limpieza	12.734	12.734	12.734	19.100	19.100
Total Sueldo Ventas	20.863	20.944	20.944	27.311	27.311

5.1.4 Gastos de producción

Dentro de los gastos de producción se ha considerado la nómina de este departamento ya que el resto de gastos se ha repartido para los demás departamentos tomando en consideración que se ha tomado los rubros más grandes de inventarios, costos de alimentos y bebidas se encuentran contenidos en la línea de costo de ventas del balance de pérdidas y ganancias, Dicho valor corresponde el 40 % de las ventas. Ya que de esta forma la estructuración tiene coherencia con la variabilidad que tiene dicho consumo.

El gasto asciende 185.042,00 (ciento ochenta y cinco mil cuarenta y dos con 0/100 USD). Proyectado en los cinco años de análisis, cabe recalcar que dicho valor de estimación es más elevado que el mercado pero nos permite cumplir con la premisa de tener un escenario conservador y cauto con el manejo de los costos.

Tabla 29

Gasto de sueldos de producción.

Gasto sueldo de Producción	2019	2020	2021	2022	2023
No. Operarios:					
Chef	1	1	1	1	1
Ayudante de cocina	1	1	1	2	1
Mesero	1	2	1	1	2
Remuneración:					
Sueldo Chef	11.994	12.113	12.113	12.113	12.113
Sueldo Ayudante de cocina	7.356	7.430	7.504	15.158	15.310
Sueldo Mesero	6.367	12.861	12.990	13.119	26.501
Total Sueldo Producción	25.716	32.404	32.607	40.391	53.924

5.1.5. Nómina

Dentro de la nómina se ha considerado toda la necesidad operativa de todos los departamentos así como las condiciones de mercado para determinar los salarios a cancelar , dentro de las contemplaciones se adhieren todos los derechos de ley enmarcados en el derecho laboral vigente , así como también el incremento del salario básico unificado dentro de los cuales podemos destacar el total de remuneración ,para el departamento administrativo con un valor de 39.472,00 (treinta y nueve mil cuatrocientos setenta y dos con 00/100 USD) departamento comercial 14.496,00 (catorce mil cuatrocientos noventa y seis con 00/100) y en producción 79.684,00 (setenta y nueve mil seiscientos ochenta y cuatro con 00 /100) Dichos valores contemplados en cada una de las operaciones y en lo posterior con un ajuste anual del 1% correspondiente al porcentaje de inflación proyectada del país.

Para el cálculo de la nómina se han integrado la remuneración unificada anual. Décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, etc. Apegado a la normativa vigente de los derechos de los trabajadores, así como generando la provisión necesaria para el pago de eventuales despidos.

Para lo cual se ha considerado la nómina que cada departamento, requiere junto al valor a pagar mensualmente por sus servicios y una respectiva corrección de incremento salarial, afectada por el valor de la inflación. Este análisis no contempla resoluciones las que el gobierno haga incremento fuera de los rangos mencionados de inflación, pero se puede realizar el correctivo de los incrementos salariales establecidos.

Tabla 30

Gastos de nómina.

Nómina	RMU	12,15%	13er Sueldo	14to Sueldo	Fondo de Reserva	Total
Administrativo						
Contable	7.200	875	600	400	600	9.675
Caja	4.800	583	400	400	400	6.583
RRHH	5.400	656	450	400	450	7.356
Gerente	12.000	1.458	1.000	400	1.000	15.858
						39.472
Comercial						
Recepción	6000	729	500	400	500	8.129
Limpieza	4632	563	386	400	386	6.367
						14.496
Producción						
Chef	\$ 9.000,00	1.094	750	400	750	11.994
Ayudante de cocina	\$ 5.400,00	656	450	400	450	7.356
Mesero	\$ 4.632,00	563	386	400	386	6.367
						25.716
TOTAL						79.684

5.1.6. Depreciaciones

En el anexo de inversión se detalla la vida útil de cada uno de los elementos involucrados y las respectivas categorías a las que pertenecen, se determina las depreciaciones para cada uno de ellos.

Dentro del análisis se ha determinado que el 87 % de la inversión correspondiente al activo fijo, lo cual nos brinda una depreciación por encima de los 10 años. Dando como resultado una depreciación anual el valor de 96.920,00 (noventa y seis mil novecientos veinte con 00/100) para nuestro análisis de forma lineal.

Para máquinas y herramientas que corresponde al 6 % de la inversión inicial , dando como resultado 18.800,00 (diez y ocho mil ochocientos con 00/100) de forma lineal por el tiempo de análisis incorporando tiempos de vida útil acorde a cada uno de los equipos, que fluctúa desde los dos a mayor de los cinco años.

En lo que respecta a mobiliario se corresponde al 6 % de la inversión y que termina en un valor anual de depreciación de 10.992,00 (diez mil novecientos noventa y dos con 00/100) y que acorde a la normativa vigente contable se determinaron tiempo de vida útil entre cinco a diez años.

Equipo de computación y oficina y activo intangible representa al 1 % de la inversión y un total depreciación de cada uno de los ítems por un valor 2493.00 (dos mil cuatrocientos noventa y tres con 00/100) dichos equipos serán depreciados a cinco años. Se debe mencionar que la inversión es bastante balanceada ya que el mayor rubro se encuentra en la construcción del proyecto. Y tan solo el 13 % corresponde a equipamiento para la operación. Cumpliendo con el criterio de razonabilidad para el sector hotelero.

5.1.7. Supuestos

Para la elaboración de los balances y flujos proyectados se ha utilizado el ciclo del efectivo lo cual nos permite determinar las políticas operativas que va a mantener el Gran Hotel Huaorani como se describe a continuación. Caja mínima días proveedores. Dicho análisis nos permite determinar el nivel de caja mínima requerido para la operación con las políticas establecidas.

Siguiente elemento a considerar es la normativa tributaria en la que se integran participación de trabajadores así como el impuesto a la renta dando un total de 33,70 % a imponer al EBT.

5.1.8. Interés

El monto solicitado del crédito, es de \$ 885.922,00 (ochocientos ochenta y cinco mil novecientos veinte y dos con 00/100) a un tiempo establecido de cinco años con opción a una extensión de ocho años. La tasa de interés obtenida por la relación comercial de empresas asociadas hemos logrado a una tasa de 11.33 % anual en el banco Produbanco.

Tabla 31

*Amortización del préstamo.***Banco Produbanco**

Tasa de interés	11,33%
Línea de Crédito	885.922
Tiempo (años)	5

	0	2019	2020	2021	2022	2023
Capital	885.922	708.738	531.553	354.369	177.184	-
Amortización		177.184	177.184	177.184	177.184	177.184
Saldo		531.553	354.369	177.184	-	(177.184)
Interés		100.375	80.300	60.225	40.150	20.075

5.1.9. Impuestos

La carga impositiva del estado ecuatoriano obedece al 33.70% después de haber cumplido con todas las obligaciones es decir la utilidad antes de impuesto, dicho valor impositivo tiene un desagregado siguiente.

Tabla 32

Impuestos.

PTU	15%
Impuesto Renta	22%
Tarifa Impositiva	33,70%

5.1.10. Política contable y operativa.

Se ha definido que se otorgará un plazo de pago para las empresas petroleras de 30 días, mientras que los días de inventarios tanto como bebidas y alimentos en el caso de los últimos perecibles se ha determinado en diez días. Las cuentas por pagar a proveedores en quince días ya negociados con cada uno de los proveedores en especial al Supermercado San Fernando proveedor de mayor consumo.

Como se evidencia el punto medio de maduración del efectivo de acuerdo a las políticas planteadas requiere un mínimo de 25 días en caja, razón por la cual se incluye como política de gestión operativa, así como de proyección de balances en 25 días de caja mínima.

Tabla 33

Ciclo del efectivo

PMM	Días CxC	Días Inv	Días CxP	Resultado
Ciclo Efectivo	30	10	15	25

Caja Mínima	25
Días Clientes TC	30
Días Inventario	10
Días Proveedores	15

5.2. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

5.2.1 Estado de Resultados

Tabla 34

Estado de resultados proyectado.

Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectados						
Periodo	0	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas		409.175,00	479.365,00	550.509,50	622.701,85	696.044,63
Costo de venta (Alimentos y bebidas)		36.500,00	40.150,00	44.165,00	48.581,50	53.439,65
Utilidad Operativa		372.675,00	439.215,00	506.344,50	574.120,35	642.604,98
Gastos Administración		106.018,20	105.199,78	106.251,78	107.314,30	108.387,44
Gastos de Producción		25.716,39	32.404,01	32.606,91	40.390,85	53.924,23
Gastos de Ventas		33.861,01	34.199,62	34.541,62	34.887,04	35.235,91
BAITD	-	207.079,40	267.411,59	332.944,19	391.528,17	445.057,40
Depreciación		129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
EBIT	-	77.873,87	138.206,05	203.738,65	262.322,64	315.851,87
Intereses		100.374,96	80.299,97	60.224,98	40.149,99	20.074,99
EBT	-	(22.501,10)	57.906,08	143.513,68	222.172,65	295.776,88
Impuestos		-	-	48.364,11	74.872,18	99.676,81
Utilidad Neta	-	(22.501,10)	57.906,08	95.149,57	147.300,47	196.100,07

De acuerdo al mercado objetivo presentado, se ha establecido los rubros de ventas netas para cada año de operación bajo la figura del estado de resultados resumido financiero, para lo cual se ha contemplado como se ha hecho mención con anterioridad el costo de venta como un elemento variable de la operación dicha estructura nos permite mantener una utilidad operativa positiva para todos los años.

El valor total de gastos asciende entre 30 a 40 % de las ventas de acuerdo al año que se analicen, dando como resultado un EBITA positivo en el resultado del ejercicio. Un acumulado 1.644,020.00 (un millón seiscientos cuarenta y cuatro mil veinte con 00 /100) mientras que reflejamos la depreciación antes mencionada de forma lineal establecen un valor interanual de 129.205,53 (ciento veinte y nueve mil doscientos cinco con 53/100) cabe destacar que el primer año se presenta una pérdida en el ejercicio, determinado por el pago de

interés así como la depreciación contable de los bienes, mientras que para los años subsiguientes se tiene un beneficio en cada uno de los periodos dando como resultado acumulado del análisis un total de 45.440,74 (cuarenta y cinco mil cuatrocientos cuarenta con 74/100) de beneficio neto.

5.3 Estado de Situación o Balance General

Cada año aumenta el activo, de igual los pasivos y las obligaciones crecen, para la entrega de utilidad del ejercicio a los socios, se ha establecido una política de dividendos de no tener que recurrir a deuda. Se paga dividendos con el fin que el accionista mantenga la confianza. No se requiere financiamiento adicional, pagando dividendos desde el tercer año.

Para el año pre operativo del análisis se ha establecido el importe de 370.000 (trescientos setenta y mil con 00/100) como capital societario así como la deuda de 885.922,00 (ochocientos ochenta y cinco mil novecientos veinte y dos con 00/100) rubros contrastados en activos por un 1.115.922,00 (un millón ciento quince mil novecientos veinte y dos con 00/100) y un capital de trabajo por 140.000 (ciento cuarenta mil con 00/100).

Para los años posteriores del análisis acorde a la política operativa planteada en literal a las anteriores se ha establecido las siguientes cuentas caja mínima, cuentas por cobrar, inventario y proveedores. El activo fijo bruto corresponde de la depreciación anual del total de activos. Y como ya se ha manifestado se los realizará de forma lineal. En lo que respecta a la depreciación acumulada obedece al monto del activo fijo.

Para el análisis del pasivo se ha tomado en cuenta la deuda adquirida y su respectiva tabla de amortización. Para la cuenta de capital no se estima un

incremento del mismo. Lo que si se ha considerado una política de dividendos correspondiente al 30 % de reparo del beneficio neto del ejercicio.

Tanto las cuentas e inversiones de largo plazo será usada para efectos de cuadro en cada uno de los años.

Es necesario mencionar que ninguno de los años requiere incurrir en una deuda adicional de corto plazo sino que más bien contamos con capital circulante, para la mejora de la operación. Dicho resultado es posible a la estructuración del proyecto a ejecutar.

Tabla 35

Balances proyectados.

Periodo	Balances Proyectados					
	0	2019	2020	2021	2022	2023
Caja mínima	140.000,00	14.034,42	14.718,99	15.108,70	16.053,73	17.429,67
Inversiones (Exceso de Caja)		15.186,56	35.964,54	105.417,87	242.030,37	441.561,74
Cuentas por cobrar	-	34.097,92	39.947,08	45.875,79	51.891,82	58.003,72
Inventarios	-	1.013,89	1.115,28	1.226,81	1.349,49	1.484,43
Activo Corriente	140.000,00	64.332,78	91.745,89	167.629,17	311.325,40	518.479,56
Activo Fijo Bruto	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00
Depreciación Acumulada		129.205,53	258.411,07	387.616,60	516.822,13	646.027,67
Activos fijos	1.115.922,00	986.716,47	857.510,93	728.305,40	599.099,87	469.894,33
Total activos	1.255.922,00	1.051.049,25	949.256,82	895.934,57	910.425,27	988.373,90
Proveedores		1.563,08	1.677,14	1.844,86	2.029,34	2.232,27
Deuda Corto Plazo						
Pasivo Corriente	-	1.563,08	1.677,14	1.844,86	2.029,34	2.232,27
Deuda Largo Plazo	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
Pasivos Largo Plazo	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
Total Pasivos	885.922,00	710.300,68	533.230,34	356.213,66	179.213,74	2.232,27
Capital	370.000,00	370.000,00	370.000,00	370.000,00	370.000,00	370.000,00
Utilidad del Periodo	-	(22.501,10)	57.906,08	95.149,57	147.300,47	196.100,07
Dividendos (30% UN)		(6.750,33)	17.371,82	28.544,87	44.190,14	58.830,02
Utilidades Retenidas		(29.251,43)	46.026,48	169.720,92	361.211,53	616.141,62
Patrimonio	370.000,00	340.748,57	416.026,48	539.720,92	731.211,53	986.141,62
Total pasivos	1.255.922,00	1.051.049,25	949.256,82	895.934,57	910.425,27	988.373,89

5.3.1 Estado de Flujos de Caja

Tabla 36

Estados de flujos de caja.

Valoración del proyecto por el método del Valor Presente Ajustado						
Flujo de caja libre (Free cash flow) (Método directo)						
Período	0	2018	2019	2020	2021	2022
EBIT	885.922,00	77.873,87	138.206,05	203.738,65	262.322,64	315.851,87
Impuestos		26.243,49	46.575,44	68.659,93	88.402,73	106.442,08
EBIAT		51.630,37	91.630,61	135.078,73	173.919,91	209.409,79
Mas depreciación		129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
Cambio en NOF	885.922,00	(92.416,86)	6.521,06	6.262,24	6.899,25	7.419,85
CAPEX	-	-	-	-	-	-
FCF sin VT	(885.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	331.195,47
Valor Terminal						2.325.281,99
FCF con VT	(885.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	2.656.477,46

Flujo de la deuda						
Período	0	2018	2019	2020	2021	2022
Principal de la deuda	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
Intereses: D*Kd		80.299,97	60.224,98	40.149,99	20.074,99	-
Flujo de la deuda	885.922,00	(257.484,37)	(237.409,38)	(217.334,39)	(197.259,39)	(177.184,40)
Escudo fiscal: Tc*D*Kd		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-
Valor Terminal de Escudo Fiscal						-
Escudo Fiscal con VT		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-

Tabla 37

Análisis de las relaciones financieras.

Valoración	Sin VT	Con VT
Valor presente FCF	81.814,19	1.385.106,58
Deuda	885.922,00	708.737,60
Equity	- 804.107,81	676.368,98

TIR	15,79%	43,61%
------------	--------	--------

Para la elaboración del flujo de caja se ha determinado el método directo en la que partimos del EBIT, y su posterior reducción de impuestos. Con el fin de obtener un beneficio solamente antes del EBIAT , para después incorporar sus respectivas depreciaciones, cambio de NOF y variaciones del CAPEX que para nuestro ejercicio no existe ya que se ha considerado todas las inversiones en el pre operativo , el valor a descontar de la caja con valor inicial es de 885922,00 (Ochocientos ochenta y cinco mil novecientos veinte y dos con 00/100) obedeciendo al valor de inversión inicial, adicional a aquello se ha determinado un valor terminal de flujos , para el posterior análisis de valoración del valor actual presente VAN & TIR.

Se debe hacer mención al flujo de deuda ya que dicho instrumento nos permite un ahorro de 44164.98 (cuarenta y cuatro mil ciento sesenta y cuatro con 98/100) de pago fiscal. Como se muestra a continuación.

Determinar de los elementos considerados para elaborar el flujo de deuda TC, TASA IMPOSITIVA, INTERES DE CAPITAL Y LA DEUDA, para dar como resultado el valor de ahorro antes mencionado.

5.3.2. Análisis de relaciones financieras

Índices aplicables a la industria, VAN, TIR, PRI, y análisis de punto de equilibrio.

En el trayecto de la inversión inicial, se obtiene un valor negativo los primeros años de debido a que el tiempo de análisis es inferior al tiempo de recuperación que se establece a siete años en el que el valor se convierte a positivo, otro elemento a considerar en la valoración es el alto componente de deuda , que corresponde al 89 % del valor total del proyecto elemento adicional que genera valores negativos de EQUITY, en los cinco años de análisis sin embargo dicho valor de deuda , es liquidado en el tiempo de análisis por lo cual es necesario realizar un análisis de VAN & TIR con valor terminal en el que podemos expresar el VAN determinado nuevamente por el análisis del periodo de recuperación de la inversión. En lo que respecta al TIR sin valor terminal son positivos lo que alienta a proceder con el proyecto.

Ya que expresa un crecimiento acelerado a partir del quinto año. Dichas tasas van del 07 al 35 % se debe mencionar adicional que el WACC definido para el proyecto es del 12,28% y logra ser superado por el rendimiento de los activos a partir del cuarto año de operación, razón por la cual refleja una tasa pequeña de retorno en el tiempo de análisis.

Cabe destacar que a partir del quinto año de operación el porcentaje de rendimiento de los activos (ROA), Logra casi duplicar el rendimiento por el WACC del proyecto. Concluimos que el proyecto es viable en el largo plazo y que corresponde al comportamiento hotelero a esta escala.

5.3.3 CAPM & WACC

Tabla 38

CAPM & WACC

Datos	
β_e industria	0,94
D/E industria	39,91%
Tc indust	33,70%
β_o sin D	0,74
rf	3,35%
rm - rf	7,00%
Ka0%	8,55%
Riesgo país	6,87%
Ka0% Ecuador	15,42%
g perpetuo	3,00%
Kd	11,33%
D/V	70,54%
E/V	29,46%
D/E	239,44%
β_e	1,92
Ke Ecuador	24%
WACC	
Ka Ecuador	12,28%

El método de CAPM Busca determinar la tasa de descuento (WACC), de los flujos proyectados acorde a la realidad del proyecto. Dichos descuentos tiene componentes comparativos con la industria hotelera americana debido a que cotizamos dólares así como la mayor referencia bursátil del sector se encuentra en dicho país.

Una vez determinado el WACC se puede traer a valor presente los flujos proyectados ya que este permite hacer el descuento de los mismos conocer su valor a la fecha de análisis.

5.4 Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental.

Generación de empleo a la comunidad, venta provincial, delimitada en su mayor peso de facturación en las empresas petroleras clientes principales del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.

6. Conclusiones y recomendaciones

6.1. Conclusiones

- ✓ El proyecto es ejecutable por su novedad dentro del mercado, a más del nicho de mercado, ya que sus principales clientes son las Cías petroleras.
- ✓ Sus varias líneas de servicio a ofrecer a más de hotelería reúne los requerimientos que tiene el cliente hoy en día.
- ✓ El interés del banco es del 11.33%, del cual es una tasa Pymes y aceptable para el pago en el tiempo, mientras que la tasa del pago de la deuda en el mercado (KE Ecuador) , es por el 24 % del cual es sumamente alta.
- ✓ La inversión realizada será recuperada en cinco años, y el proyecto es para largo tiempo.
- ✓ Las varias líneas del servicio complementa y permite obtener más ingresos, esto hace que el hotel sea solvente.

- ✓ De acuerdo al estado de pérdida y ganancias, existe la pérdida en el primer año, pero a partir del segundo año se observa un valor positivo de rentabilidad.
- ✓ Y en conclusión se puede indicar que el proyecto es viable a nivel económico de acuerdo al análisis de los indicadores financieros.

6.2. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda iniciar el proyecto a medida de la aceptación del mismo en el mercado, luego de forma prolongada se puede expandir el mismo.
- ✓ Para este proyecto hay que tener en cuenta que desde el inicio ya se obtuvo un nicho de mercado , y del cual es fuerte como las petroleras , con aquello también se recomienda no solo centrarse a un solo cliente sino más bien expandir el mismo.
- ✓ Adquirir suministros o materiales para el funcionamiento del hotel, acorde al consumo en igual forma va ligado a la cantidad de personal para cada área y los alimentos para la preparación.

REFERENCIAS

- García, M. V. (2014). *Historia de los primeros hoteles del Ecuador y su evolución*. Obtenido de Blogger: Recuperado el 14 de Mayo de 2018 de <http://historiadeloshotelesdeecuador.blogspot.com/>
- Heliconias Grand Hotel.com.ec. (2018). Procesos hoteleros y calidad en el servicio. Obtenido de <http://heliconiasgrandhotel.com.ec/>
- Historia de los hoteles de Ecuador.blogspot.com. (06 de 2014). <http://historiadeloshotelesdeecuador.blogspot.com/>. Obtenido de <http://historiadeloshotelesdeecuador.blogspot.com/>
- Hotelesecuador.com.ec. (2018). www.hotelesecuador.com.ec. Obtenido de <https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idiom=1>
- OrellanaTurística, (2018). <http://orellanaturistica.gob.ec>. (2018). Guía básica para revisión de procesos hoteleros. Obtenido de <http://orellanaturistica.gob.ec/servicios-turisticos/alojamiento/hoteles/gran-hotel-del-coca>
- Ramírez Cavassa , Cesar. (1995). *HOTELES Gerencia, Seguridad y Mantenimiento*. . Mexico: Trillas. pg.75
- Scribd, (2018). Responsabilidad en una compañía hotelera en el Ecuador. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/93820295/REQUISITOS-PARA-CREAR-UNA-COMPANIA-DE-RESPONSABILIDAD-LIMITADA-EN-EL-ECUADOR>
- Turismo, m. d. (2018). Evaluación y determinación de amenazas en el sector Hotelero. Obtenido de www.turismo.gob.ec
- Valdivieso, J. R. (2018). Historia y administración adecuada de hoteles en el Ecuador, enfocada a un servicio de calidad. . Obtenido de dspace.ucuenca.edu.ec/

ANEXOS

Anexo 1. Simulación de la estructura del Hotel Amazónico el Gran Huaoarani.



Anexo 2. Garaje Subterráneo.



Anexo 3. Cotización de un sistema ERP. Para el hotel Huaorani.



Señores: HOTEL AMAZONICO EL GRAN HUAORANI

Fecha: Quito, 7 de noviembre de 2018

Atencion:

Nro Ctz: CTZ14621

Presentes.-

Sirvase encontrar en la siguiente proforma la información requerida para su empresa.

Cantidad	MODULOS Y/ O DETALLES	Valor Unitario	Valor Total
1.00	LATINIUM HOTELERO Permite crear los pisos, habitaciones. Registro de entred y salida. Registros de militcajeros. Manejo de reservaciones. Manejo de restaurante y bar. otros. Incluye 10 horas de capacitación	3,035.71	3,035.71
SUBTOTAL IVA:			3,035.71
DESCUENTO:			0.00
12% IVA:			364.29
TOTAL:			3,400.00

ESTA COTIZACION REEMPLAZA TODAS LAS ANTERIORES

Tiempo de entrega:

0 días laborables despues del pago del anticipo

Validez de la oferta:

30 días

Forma de pago:

50% como anticipo y 50% a 30 días

Aceptacion del Software:


Posterior a la entrega del desarrollo, el "CLIENTE" dispondrá de un plazo máximo de 15 días calendario, para remitir por escrito o vía correo electrónico si existiera algún reclamo u observación, cumplido ese tiempo el "PROVEDOR", considerará que existe plena aceptación del "SOFTWARE PERSONALIZADO" por parte del "CLIENTE".

DIAZ CASTILLO IRINA ELIZABETH
ELIXIRSOFTWARE COMERCIALIZADORA S. A.

Cordialmente

Amazonas N41-56 e isla Floreana - Edificio Amazonas Norte of. 101B
Tlfs.:09 8783 5964
Página Web: www.elixir.ec Correo: idadiaz@elixir.ec
Quito - Ecuador

Anexo 5. Cotización de implementos y accesorios internos de las habitaciones.



METALICAS SANDOVAL
Muebles y Sistemas Modulares
R.U.C. 1707660609001

ALMACEN: Av. América 226-158 y Diego Méndez
Telefax: 2556 074
Cel: 0956 829 075 - 0993 821 570
FABRICA: De Los Guarumos E19-42 y Av. 6 de Diciembre
Telefax: 2257 287 Quito - Ecuador
E-MAIL: metalicasandoval@gmail.com

PROFORMA
0000452

CLIENTE: Jaramillo Oil

DIRECCION: Dr. Helton Jaramillo TELF: _____

FECHA: 26 Noviembre 2018. R.U.C./C.I.: _____

CANT.	ARTICULO	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
30	Veladores 070x040x035 estructura metalica y Superficie de metalúrico	60 ⁰⁰	1.800 ⁰⁰
30	Armarios 170x060x050 estructura metalica	160 ⁰⁰	4.800 ⁰⁰
12	Sillas Ejecutivas en Cuero	140 ⁰⁰	1.680 ⁰⁰
1	Mesa Reuniones 200x100 Estructura metalica, Superficie en metalúrico	160 ⁰⁰	160 ⁰⁰
8	Sillas Grafiti	30 ⁰⁰	240 ⁰⁰
3	Indicadores metalicos de 4 Gavetas	130 ⁰⁰	390 ⁰⁰
4	Relaciones en L 150x150 3 gavetas	180 ⁰⁰	720 ⁰⁰
TOTAL			69.790⁰⁰

PLAZO DE ENTREGA: 10 días laborables.

FORMA DE PAGO: 70% Contrato 30% Entrega

VALIDEZ DE LA OFERTA: _____

[Firma] IVA 0% Calificación Artesanal

Anexo 6. Cotización de implementos de tecnología para el hotel Huaorani.



SUPERMERCADO SAN FERNANDO

GUAMAN VICENTE ASTERIA
 DIRECCION: NAPO Y FRANCISCO MEJIA
 RUC.1709059073001
 CEL: 0997140012 TLF: (06)2880797
 E-MAIL: facturacion@supermercadosanfernado.com

PROFORMA No. PF-0000-101


CLIENTE : HOTEL AMAZONICO EL GRAN HUAORANI
 DIRECCION : AV. 9 DE OCTUBREVENDEDOR :
 FECHA : 5-11-2018 TELEFONO :

Cantidad	Descripción	Precio	Total
4	COMPUTADOR ESCRITORIO	\$ 714,286	\$ 2.857,14
35	TELÉFONOS	\$ 89,286	\$ 3.125,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN B/N	\$ 446,428	\$ 892,86
1	SET CÁMARAS DE SEGURIDAD	\$ 625,00	\$ 625,00
		Subtotal	\$ 7.500,00
		Subtotal 0%	0,00000
		12 %IVA	\$ 900,00
		Otros impuestos :	0,00000
		Imp. Verde :	0,00000
		Total	\$ 8.400,00

VENDEDOR

CLIENTE

Anexo 7. Cotización de línea blanca e implementos para el hotel Huaorani.

		DIRECCION: 27 DE OCTUBRE JUAN MONTALVO 01 Y OSWALDO BURGOS RUC: 099291610900-1 COCA-ORELLANA-ECUADOR TELEFONO: 0980418537			
		COTIZACION			0002
EMPRESA:		HOTEL AMAZONICO EL GRAN HUAORANI		CIUDAD:	EL COCA
RUC:					
DIRECCION:		EL COCA			
CONTACTO:		MILTON JARAMILLO			
TELEFONO:		0985888080*		FECHA:	9-nov-18
ES UN GUSTO COTIZAR LA DOTACION SOLICITADA PARA SU INQUIETUD LLAME AL 0960519354					
Items	Unidad	Cantidad	Descripción	P. Unitario	P. Total
1		1	Bomba de cisterna	5000,00	\$ 5.000,00
2		1	Sistema de recirculacion	3000,00	\$ 3.000,00
3		30	Aires Acondicionados 12000 BTU Estandar ecologico instalado	600,00	\$ 18.000,00
4		1	Transformador 25 AMP	8000,00	\$ 8.000,00
5		30	Televisores Plasma 21 a 32 pulgadas	500,00	\$ 15.000,00
6		2	Cocinas industriales	6000,00	\$ 12.000,00
7		1	Lavadora Industrial	6000,00	\$ 6.000,00
OBSERVACIONES:				SUMAN	\$ 67.000,00
ENTREGA:				DSCTO. 0%	\$ 0,00
FORMA DE PAGO: LOS ITEM QUE SE DA CREDITO ES A 60 DIAS				SUBTOTAL	\$ 59.821,43
VIGENCIA DE LA OFERTA: 5 DIAS				IVA 12%	\$ 7.178,57
				TOTAL	\$ 67.000,00

VENDEDOR
 GIOVANNI VELASQUEZ
 INCA SOL
 09-80418537

Anexo 8. Detalle de la Inversión del Hotel Amazónico el Gran Huaorani.

Descripción	Cantidad	V. Útil	Costo Unitario	Costo Total
Activo Fijo				
Terreno	1	10	230.000	230.000
Edificio (Canchas, parqueadero, restaurante, gym)	1	10	739.200	739.200
				969.200
Maquinaria y Herramienta				
Bombas	1	5	5.000	5.000
Sistema de recirculación	1	5	3.000	3.000
A/C	30	2	600	18.000
Transformador	1	5	8.000	8.000
TV	30	5	500	15.000
Cocina	2	5	6.000	12.000
Lavadora	1	5	6.000	6.000
				67.000

Mobiliario				
Estación de trabajo	4	10	180	720
Archivadores	3	10	130	390
Mesa Sala de Reunión	1	10	400	400
Sillas ejecutivas	12	10	140	1.680
Mobiliario Hab	30	5	400	12.000
Gimnasio	1	10	17.732	17.732
Recepción	1	10	5.000	5.000
Equipamiento Habitación	30	5	1.000	30.000
				-
				67.922

Equipo de Computación y Oficina				
Computador escritorio	4	5	800	3.200
Servidor	1	5	-	-
Telefonos	35	5	100	3.500
Impresora Multifunción B/N	2	3	500	1.000
Set Cámaras de seguridad	1	5	700	700
				8.400
Activo Intangible				
ERP	1	5	3.400	3.400
				3.400
Total				1.115.922

Anexo 9. Detalle de gastos administrativos incurridos en el Hotel Amazónico el Gran Huaorani.

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Inflación proyectada			
Gastos Administrativos			
Arriendo Servidor	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Mantenimiento Portal Web	12	\$ 50,00	\$ 600,00
5% Primas de Seguro	1	\$ 55.796,10	\$ 55.796,10
Gastos Constitución	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Suministros de Oficina	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Servicio Luz	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Servicio Agua	12	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Servicio Telefono	12	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Sueldos y Salarios	1	\$ 39.472,10	\$ 39.472,10
Total			\$ 106.018,20

Anexo 10. Detalle de gastos de ventas incurridos en el Hotel Amazónico el Gran Huaorani.

Gastos Ventas

Cenas cortesía (Comunicación)	12 \$	55,00 \$	660,00
Movilización ejecutivos clave	12 \$	40,00 \$	480,00
Publicidad y Promoción	12 \$	300,00 \$	3.600,00
Pago de servicios paginas de alojamiento	12 \$	188,20 \$	2.258,44
Internet	12 \$	150,00 \$	1.800,00
Telefonía Móvil	12 \$	100,00 \$	1.200,00
Material POP (Distribución)	12 \$	250,00 \$	3.000,00
Sueldos y Salarios	1 \$	20.862,58 \$	20.862,58

Total			\$ 33.861,01
-------	--	--	--------------



TOTAL

\$ 139.879,21

Anexo 11. Valores y nómina del personal del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

Nómina	RMU	12,15%	13er Sueldo	14to Sueldo	Fondo de Reserva	Total
Administrativo						
Contable	7.200	875	600	400	600	9.675
Caja	4.800	583	400	400	400	6.583
RRHH	5.400	656	450	400	450	7.356
Gerente	12.000	1.458	1.000	400	1.000	15.858
						39.472
Comercial						
Recepción	6000	729	500	400	500	8.129
Limpieza	4632	563	386	400	386	6.367
						14.496
Producción						
Chef	\$ 9.000,00	1.094	750	400	750	11.994
Ayudante de cocina	\$ 5.400,00	656	450	400	450	7.356
Mesero	\$ 4.632,00	563	386	400	386	6.367
						25.716
TOTAL						79.684

Anexo 12. Porcentajes de ingreso y ventas proyectadas por cada línea de negocios del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

365		Ingresos por línea de negocios						
	PVP por noche	Incremento anual	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
<i>Hospedaje</i>	\$ 55,00		\$ 301.125,00	\$ 361.350,00	\$ 421.575,00	\$ 481.800,00	\$ 542.025,00	2.107.875
<i>Alimentación</i>		10%	91.250	100.375	110.413	121.454	133.599	557.090
<i>Recreativo</i>		5%	16.800	17.640	18.522	19.448	20.421	92.831
VENTAS			\$ 409.175,0	\$ 479.365,0	\$ 550.509,5	\$ 622.701,9	\$ 696.044,6	\$ 2.757.795,98

Anexo 13. Porcentajes de margen de crecimiento anual por cada línea de negocios del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

Indicador	Valor	Descripción
Capacidad	30	Habitaciones disponibles
Tasa de ocupación	50,00%	Promedio de industria para hospedaje de Primera según CFN
Incremento anual de TO	10,0%	Objetivo Comercial definido en hospedaje
Incremento anual de servicio	10,00%	Objetivo Comercial definido en servicios de alimentación
Facturación alimentación	\$ 91.250,00	Hipótesis, valor en referencia a 250 usd de consumo promedio diario (correspondiente a 25 platos diarios a 10 USD)
Facturación áreas recreativas	\$ 16.800,00	Hipótesis, valor referencia a 14 horas semanales de uso de cancha por un valor 25 usd/hora
Incremento anual de servicio	5%	Objetivo comercial para crecimiento de recreativo

Anexo 14. Tasas de interés del banco, y días de pagos a proveedores , del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

Caja Mínima	25
Días Clientes TC	30
Días Inventario	10
Días Proveedores	15

PTU	15%
Impuesto Renta	22%
Tarifa Impositiva	33,70%

Banco Produbanco

Tasa de interés	11,33%
Línea de Crédito	885.922
Tiempo (años)	5

Anexo 15. Tabla de amortización del crédito solicitado a la entidad bancaria para el proyecto del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

	0	2019	2020	2021	2022	2023
Capital	885.922	708.738	531.553	354.369	177.184	-
Amortización		177.184	177.184	177.184	177.184	177.184
Saldo		531.553	354.369	177.184	-	(177.184)
Interés		100.375	80.300	60.225	40.150	20.075

Anexo 16. Estado de pérdidas y ganancias del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectados						
Período	0	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas		409.175,00	479.365,00	550.509,50	622.701,85	696.044,63
40% Costo de venta (Alimentos y bebidas)		36.500,00	40.150,00	44.165,00	48.581,50	53.439,65
Utilidad Operativa		372.675,00	439.215,00	506.344,50	574.120,35	642.604,98
Gastos Administración		106.018,20	105.199,78	106.251,78	107.314,30	108.387,44
Gastos de Producción		25.716,39	32.404,01	32.606,91	40.390,85	53.924,23
Gastos de Ventas		33.861,01	34.199,62	34.541,62	34.887,04	35.235,91
BAITD	-	207.079,40	267.411,59	332.944,19	391.528,17	445.057,40
Depreciación		129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
EBIT	-	77.873,87	138.206,05	203.738,65	262.322,64	315.851,87
Intereses		100.374,96	80.299,97	60.224,98	40.149,99	20.074,99
EBT	-	(22.501,10)	57.906,08	143.513,68	222.172,65	295.776,88
Impuestos		-	-	48.364,11	74.872,18	99.676,81
Utilidad Neta	-	(22.501,10)	57.906,08	95.149,57	147.300,47	196.100,07

Balances Proyectados						
Período	0	2019	2020	2021	2022	2023
Caja mínima	140.000,00	14.034,42	14.718,99	15.108,70	16.053,73	17.429,67
Inversiones (Exceso de Caja)		15.186,56	35.964,54	105.417,87	242.030,37	441.561,74
Cuentas por cobrar	-	34.097,92	39.947,08	45.875,79	51.891,82	58.003,72
Inventarios	-	1.013,89	1.115,28	1.226,81	1.349,49	1.484,43
Activo Corriente	140.000,00	64.332,78	91.745,89	167.629,17	311.325,40	518.479,56
Activo Fijo Bruto	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00	1.115.922,00
Depreciación Acumulada		129.205,53	258.411,07	387.616,60	516.822,13	646.027,67
Activos fijos	1.115.922,00	986.716,47	857.510,93	728.305,40	599.099,87	469.894,33
Total activos	1.255.922,00	1.051.049,25	949.256,82	895.934,57	910.425,27	988.373,90

	Proveedores	1.563,08	1.677,14	1.844,86	2.029,34	2.232,27
	Deuda Corto Plazo					
	Pasivo Corriente	-	1.563,08	1.677,14	1.844,86	2.029,34
	Deuda Largo Plazo	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40
	Pasivos Largo Plazo	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40
	Total Pasivos	885.922,00	710.300,68	533.230,34	356.213,66	179.213,74
	Capital	370.000,00	370.000,00	370.000,00	370.000,00	370.000,00
	Utilidad del Periodo	-	(22.501,10)	57.906,08	95.149,57	147.300,47
30%	Dividendos (30% UN)		(6.750,33)	17.371,82	28.544,87	44.190,14
	Utilidades Retenidas		(29.251,43)	46.026,48	169.720,92	361.211,53
	Patrimonio	370.000,00	340.748,57	416.026,48	539.720,92	731.211,53
	Total pasivos	1.255.922,00	1.051.049,25	949.256,82	895.934,57	910.425,27
	Diferencia	-	0,00	0,00	0,00	0,00
	Deuda Corto Plazo	-	(0,00)	(0,00)	(0,00)	0,00
	Activos - pasivos	-	(0,0030)	(0,0012)	(0,00457)	0,003
	NOF	140.000,00	47.583,14	54.104,21	60.366,44	67.265,69
	FM	140.000,00	62.769,71	90.068,75	165.784,32	309.296,06

Flujo de caja libre (Free cash flow)						
Periodo	0	2019	2020	2021	2022	2023
EBIT	-	77.873,87	138.206,05	203.738,65	262.322,64	315.851,87
Impuestos	-	-	46.575,44	68.659,93	88.402,73	106.442,08
EBIAT	-	77.873,87	91.630,61	135.078,73	173.919,91	209.409,79
Más depreciación	-	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
Cambio en NOF		(92.416,86)	6.521,06	6.262,24	6.899,25	7.419,85
CAPEX (Cambio en AF Bruto)		-	-	-	-	-
FCF: flujo caja libre		299.496,25	214.315,08	258.022,02	296.226,19	331.195,47

Flujo del Accionista						
Periodo	0	2018	2019	2020	2021	2022
Utilidad Neta		(22.501,10)	57.906,08	95.149,57	147.300,47	196.100,07
Más depreciación		129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
Cambio en la deuda		(177.184,40)	(177.184,40)	(177.184,40)	(177.184,40)	(177.184,40)
Cambio en NOF		(92.416,86)	6.521,06	6.262,24	6.899,25	7.419,85
Cambio en activos fijos		-	-	-	-	-
ECF: flujo del accionista		21.936,89	3.406,15	40.908,46	92.422,35	140.701,35

Flujo de caja libre (Free cash flow)						
Periodo	0	2018	2019	2020	2021	2022
ECF: flujo del accionista	-	21.936,89	3.406,15	40.908,46	92.422,35	140.701,35
Más intereses	-	100.374,96	80.299,97	60.224,98	40.149,99	20.074,99
Menos escudo fiscal interés		(33.826,36)	(27.061,09)	(20.295,82)	(13.530,54)	(6.765,27)
Reversa cambio en la deuda	-	177.184,40	177.184,40	177.184,40	177.184,40	177.184,40
FCF: flujo caja libre	-	265.669,89	233.829,43	258.022,02	296.226,19	331.195,47

Roe: rentabilidad patrimonio	-6,08%	16,99%	22,87%	27,29%	26,82%
Roa: rentabilidad activo	-1,79%	5,51%	10,02%	16,44%	21,54%

Compras		37.513,89	40.251,39	44.276,53	48.704,18	53.574,60
CAPEX						
Activo Fijo Bruto	1.115.922	1.115.922	1.115.922	1.115.922	1.115.922	1.115.922
Depreciación Acumulada	-	129.206	258.411	387.617	516.822	646.028
DEPRECIACIÓN	111.592	129.206	129.206	129.206	129.206	129.206
DEUDA LARGO PLAZO	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
INCREMENTO DEUDA						
AMORTIZACIÓN		177.184,40	177.184,40	177.184,40	177.184,40	177.184,40

Deuda	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
Patrimonio	370.000,00	340.748,57	416.026,48	539.720,92	731.211,53	986.141,62
D/E	239%	208%	128%	66%	24%	0%
D/V	70,54%	67,53%	56,10%	39,63%	19,51%	0,00%
E/V	29%	32%	44%	60%	80%	100%

Anexo 17. Flujo de caja libre y flujo de la deuda del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

Flujo de caja libre (Free cash flow) (Método directo)						
Periodo	0	2018	2019	2020	2021	2022
EBIT		77.873,87	138.206,05	203.738,65	262.322,64	315.851,87
Impuestos		26.243,49	46.575,44	68.659,93	88.402,73	106.442,08
EBIAT		51.630,37	91.630,61	135.078,73	173.919,91	209.409,79
Mas depreciación		129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
Cambio en NOF	1.255.922,00	(92.416,86)	6.521,06	6.262,24	6.899,25	7.419,85
CAPEX		-	-	-	-	-
FCF sin VT	(1.255.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	331.195,47
Valor Terminal						2.325.281,99
FCF con VT	(1.255.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	2.656.477,46

Flujo de la deuda						
Periodo	0	2018	2019	2020	2021	2022
Principal de la deuda	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
Intereses: D*Kd		80.299,97	60.224,98	40.149,99	20.074,99	-
Flujo de la deuda	885.922,00	(257.484,37)	(237.409,38)	(217.334,39)	(197.259,39)	(177.184,40)
Escudo fiscal: Tc*D*Kd		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-
Valor Terminal de Escudo Fiscal						-
Escudo Fiscal con VT		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-

Valoración del proyecto por el método del Valor Presente Ajustado

Flujo de caja libre (Free cash flow) (Método directo)						
Período	0	2018	2019	2020	2021	2022
EBIT	885.922,00	77.873,87	138.206,05	203.738,65	262.322,64	315.851,87
Impuestos		26.243,49	46.575,44	68.659,93	88.402,73	106.442,08
EBIAT		51.630,37	91.630,61	135.078,73	173.919,91	209.409,79
Mas depreciación		129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
Cambio en NOF	885.922,00	(92.416,86)	6.521,06	6.262,24	6.899,25	7.419,85
CAPEX		-	-	-	-	-
FCF sin VT	(885.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	331.195,47
Valor Terminal						2.325.281,99
FCF con VT	(885.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	2.656.477,46

Flujo de la deuda						
Período	0	2018	2019	2020	2021	2022
Principal de la deuda	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
Intereses: D*Kd		80.299,97	60.224,98	40.149,99	20.074,99	-
Flujo de la deuda	885.922,00	(257.484,37)	(237.409,38)	(217.334,39)	(197.259,39)	(177.184,40)
Escudo fiscal: Tc*D*Kd		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-
Valor Terminal de Escudo Fiscal						-
Escudo Fiscal con VT		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-

Valoración	Sin VT	Con VT
Valor presente FCF	81.814,19	1.385.106,58
Deuda	885.922,00	708.737,60
Equity	- 804.107,81	676.368,98

TIR	15,79%	43,61%
------------	--------	--------

Anexo 18. Valoración del proyecto por el método del valor presente ajustado del Hotel Amazónico el Gran Huaorani

Valoración del proyecto por el método del Valor Presente Ajustado						
Flujo de caja libre (Free cash flow) (Método directo)						
Período	0	2018	2019	2020	2021	2022
EBIT		77.873,87	138.206,05	203.738,65	262.322,64	315.851,87
Impuestos		26.243,49	46.575,44	68.659,93	88.402,73	106.442,08
EBIAT		51.630,37	91.630,61	135.078,73	173.919,91	209.409,79
Mas depreciación		129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53	129.205,53
Cambio en NOF CAPEX	1.255.922,00	(92.416,86)	6.521,06	6.262,24	6.899,25	7.419,85
FCF sin VT	(1.255.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	331.195,47
Valor Terminal						2.325.281,99
FCF con VT	(1.255.922,00)	273.252,76	214.315,08	258.022,02	296.226,19	2.656.477,46
Flujo de la deuda						
Período	0	2018	2019	2020	2021	2022
Principal de la deuda	885.922,00	708.737,60	531.553,20	354.368,80	177.184,40	-
Intereses: D*Kd		80.299,97	60.224,98	40.149,99	20.074,99	-
Flujo de la deuda	885.922,00	(257.484,37)	(237.409,38)	(217.334,39)	(197.259,39)	(177.184,40)
Escudo fiscal: Tc*D*Kd		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-
Valor Terminal de Escudo Fiscal						-
Escudo Fiscal con VT		17.665,99	13.249,50	8.833,00	4.416,50	-

Valoración	Sin VT	Con VT
Valor presente FCF	(288.185,81)	1.015.106,58
Valor presente escudo fiscal	\$35.834,36	\$35.834,36
Valor Empresa	(252.351,46)	1.050.940,94
Deuda	885.922,00	708.737,60
Equity	- 1.138.273,46	342.203,34
D/V	-307%	70%
E/V	395%	34%
D/E	-78%	207%

Anexo 19. Calculo del WACC en base a los datos del proyecto Hotel Amazónico el Gran Huaorani

Datos	
β_e industria	0,94
D/E industria	39,91%
Tc indust	33,70%
β_o sin D	0,74
rf	3,35%
rm - rf	7,00%
Ka0%	8,55%
Riesgo país	6,87%
Ka0% Ecuador	15,42%
g perpetuo	3,00%
Kd	
	11,33%
D/V	
	70,54%
E/V	
	29,46%
D/E	
	239,44%
β_e	
	1,92
Ke Ecuador	
	24%
WACC	
Ka Ecuador	12,28%

