



UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN MOMPICHE, PROVINCIA DE ESMERALDAS

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a
los requisitos para obtener el título de Ingeniería
Comercial**

PROFESOR GUÍA:

Dr. Manuel María Herrera Peña

AUTORAS:

Karen Díaz

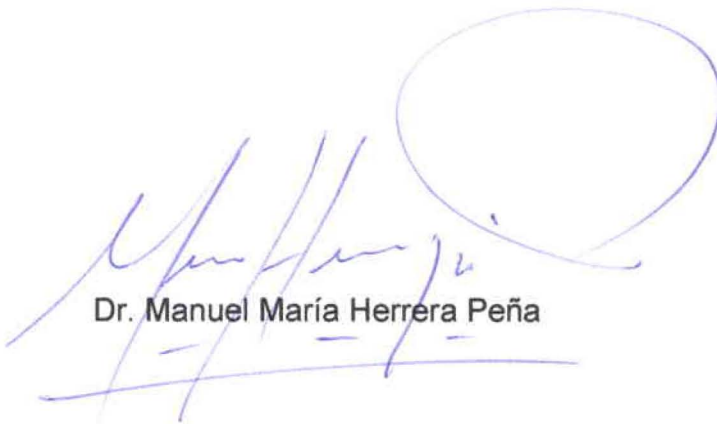
Jenyffer Farias

2009



DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

Yo, Manuel María Herrera Peña, declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con las estudiantes Jenyffer Farias y Karen Díaz, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema **“Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas”**, y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente.



Dr. Manuel María Herrera Peña



DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Nosotras, Jenyffer Farias y Karen Díaz, declaramos que este trabajo es original, de nuestra 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.



AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros padres por ser un apoyo constante y por el soporte incondicional que nos han brindado; al doctor Manuel María Herrera Peña, por su constante y valiosa asesoría a lo largo del desarrollo de este plan de negocios; y, a nuestros profesores.



DEDICATORIA

El siguiente trabajo esta dedicado a mis padres,
que han sido mi apoyo incondicional, que con su
esfuerzo, amor y ejemplo de superación
han sido mi inspiración a lo largo de
mi realización como profesional.

Jenyffer



DEDICATORIA

Dedicado a nuestros padres y hermanos

Karen



RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento consiste en un plan de negocios para la creación de una hostería ecológica en Mompiche, provincia de Esmeraldas, Ecuador.

Se hace un análisis de los aspectos del macro y microentorno, incluyendo la evolución, situación actual y perspectivas del sector y la industria; índices económicos tales como inflación, tasas de interés y riesgo país; requisitos legales propios del giro del negocio; y factores sociales como la tendencia a lo ecológico. Se presenta el análisis de las "Cinco Fuerzas Competitivas de Porter".

Posteriormente, se expone el estudio de mercado aplicado en el Distrito Metropolitano de Quito a los niveles socio económico medio-alto y alto. De los resultados de esta investigación, se obtiene como conclusión la factibilidad de la idea de negocio desde el punto de vista de mercado. Detectada esta oportunidad, se procede a realizar el direccionamiento estratégico de la "Hostería Ecológica Mompiche".

Para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa y para su posicionamiento se crea un plan de marketing en el que se da a conocer los paquetes y los precios respectivos, los mismos que son la proyección de ventas para los cinco primeros años de vida de la empresa.

Se realiza un análisis técnico tomando en cuenta el tamaño y la localización de del negocio ya que depende del segmento de mercado que se ha escogido como meta para cubrir sus necesidades y exigencias.

***Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas***



Finalmente, se determinan supuestos financieros tomando en cuenta los escenarios para el análisis financiero: optimista, pesimista y normal, en los tres casos con y sin apalancamiento, el mismo que refleja la viabilidad de este plan de negocios. Concluyendo que se puede realizar y ejecutar la empresa.



INDICE

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA	I
DECLARACIÓN AUTORIA DEL ESTUDIANTE	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN EJECUTIVO	IVI
INDICE	VIII
INDICE DE FIGURAS.....	XII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES	2
1.1. ORIGEN DE LA IDEA DEL NEGOCIO	2
1.2. HIPÓTESIS	2
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos	3
CAPÍTULO II: ANALISIS DEL ENTORNO	4
2.1. SECTOR TURISTICO	4
2.1.1 Antecedentes Sector Turístico	4
2.2.2 Actualidad del Sector Turístico en Ecuador.....	5
2.2.3 Proyecciones del Sector Turístico en Ecuador.....	6
2.2.4 El Turismo en Esmeraldas.....	7
2.2.4.1 Datos Generales.....	7
2.2.4.2 Clima	7
2.2.4.3 Límites	7
2.2.4.4 Datos Turísticos	7
2.2.4.5 Lugares Turísticos.....	8
2.3 LA INDUSTRIA HOTELERA.....	8
2.3.2 Antecedentes de la Industria Hotelera	8
2.3.3 Situación Actual de la Industria Hotelera	9
2.4 EL NEGOCIO	10
2.4.1 Definición del Negocio.....	11
2.5 FACTORES DEL MACROENTORNO	11
2.5.1 Factores Económicos.....	11
2.5.1.1 Indicadores Económicos.....	11
2.5.2 Factores Políticos.....	14
2.5.2.1 Nuevas Elecciones.....	14
2.5.2.2 Incertidumbre Gubernamental 2009.....	14
2.5.3 Factor Tecnológico.....	16
2.5.3.1 Internet.....	16
2.5.4 Factores Legales.....	16
2.5.4.1 Registro de Turismo.....	16
2.5.4.2 Licencia Anual de Funcionamiento	17
2.5.4.3 Afilación a la Cámara Provincial de Turismo de Esmeraldas	18
2.5.4.4 Permisos Sanitarios.....	18
2.5.5 Factores Ambientales y Geográficos	18
2.5.5.1 Temporadas.....	18
2.5.5.2 Reserva Ecológica Mache Chindul	19
2.6 Factores Sociales	20
2.6.1.1 Tendencia a lo Ecológico.....	20
2.7 ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER	20



2.7.1.	<i>Rivalidad entre Competidores Existentes</i>	20
2.7.2.	<i>Amenaza de Nuevos Competidores</i>	21
2.7.3.	<i>Poder de Negociación de los Proveedores</i>	21
2.7.4.	<i>Poder de Negociación de los Clientes</i>	21
2.7.5.	<i>Amenaza de Productos Sustitutos</i>	22
CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO		23
3.1.	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	23
3.1.1.	<i>Problema de Decisión Gerencial</i>	23
3.1.2.	<i>Problema de Investigación de Mercado</i>	24
3.2.	HIPÓTESIS.....	24
3.2.1.	<i>Hipótesis General</i>	24
3.2.2.	<i>Hipótesis Específicas</i>	24
3.3.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.3.1.	<i>Objetivo General</i>	24
3.3.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	25
3.4.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.4.1.	<i>Investigación Exploratoria</i>	25
3.4.2.	<i>Investigación Concluyente / Descriptiva</i>	26
3.5.	FUENTES DE DATOS.....	26
3.5.1.	<i>Fuentes Primarias</i>	26
3.5.2.	<i>Fuentes Secundarias</i>	26
3.6.	TÉCNICAS CUALITATIVAS.....	26
3.6.1.	<i>Entrevista a Expertos</i>	27
3.6.1.1.	<i>Objetivo General</i>	27
3.6.1.2.	<i>Objetivos específicos</i>	27
3.6.1.3.	<i>Procedimiento</i>	27
3.6.1.4.	<i>Resultados</i>	27
3.6.1.5.	<i>Conclusiones</i>	28
3.6.2.	<i>Grupo Focal</i>	28
3.6.2.1.	<i>Objetivo General</i>	28
3.6.2.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	28
3.6.2.3.	<i>Procedimiento</i>	29
3.6.2.4.	<i>Resultados</i>	29
3.7.1.1.	<i>Conclusiones</i>	29
3.7.	TÉCNICAS CUANTITATIVAS.....	30
3.7.1.	<i>Encuesta</i>	30
3.7.1.1.	<i>Objetivo General</i>	30
3.7.1.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	30
3.7.1.3.	<i>Muestreo</i>	31
3.7.1.4.	<i>Resultados</i>	33
3.7.1.5.	<i>Conclusiones</i>	34
3.8.	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	34
CAPÍTULO IV: LA EMPRESA		35
4.1.	NOMBRE DE LA EMPRESA.....	35
4.2.	VISIÓN.....	35
4.3.	MISIÓN.....	35
4.4.	PROPÓSITO EMPRESARIAL.....	36
4.5.	VALORES Y CREENCIAS.....	36
4.6.	PRINCIPIOS.....	36
4.7.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	37
4.7.1.	<i>Clientes</i>	37
4.7.2.	<i>Servicio</i>	37
4.7.3.	<i>Método</i>	37
4.8.	ESTRATEGIAS POR ÁREA.....	37
4.9.	CADENA DE VALOR.....	38



4.9.1. Flujograma del Proceso de Servicio	41
4.10. PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO	43
4.10.1. Escala Estratégica	43
4.11. ORGANIZACIÓN DE LA HOSTERÍA.....	43
4.11.1. Cultura Organizacional	44
CAPÍTULO V: ESTUDIO TÉCNICO	47
5.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	47
5.2. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.....	47
5.2.1. Tamaño del Proyecto	47
5.2.1.1. <i>Demanda</i>	47
5.2.1.2. <i>Suministros e Insumos</i>	48
5.2.1.3. <i>Tamaño y Localización</i>	48
5.2.1.4. <i>Tecnología y Equipos</i>	49
5.2.1.5. <i>Financiamiento</i>	49
5.2.1.6. <i>Organización</i>	49
5.2.2. Definición de Localización	49
5.2.3. Micro localización	50
5.2.3.1. <i>Análisis de los Factores de Micro localización</i>	50
5.2.3.2. <i>Medios y Costos de Transporte</i>	50
5.2.3.3. <i>Disponibilidad y Costo de Mano de Obra</i>	50
5.2.3.4. <i>Disponibilidad de Servicios Básicos</i>	50
5.3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL NEGOCIO.....	50
5.4. DEFINICIÓN DE LAS ÁREAS DEL NEGOCIO	51
5.4.1. Habitaciones	52
5.5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIO	53
5.5.1. Hospedaje	53
5.5.2. Cantidad de Productos Requeridos	53
CAPÍTULO VI: PLAN DE MARKETING	54
6.1. OBJETIVOS.....	54
6.1.1. Objetivo General	54
6.1.2. Objetivos Específicos	54
6.2. MARKETING ESTRATÉGICO	55
6.2.1. Consumidor	55
6.2.1.1. <i>Perfil del Consumidor</i>	55
6.2.1.2. <i>Deseos y Necesidades del Consumidor</i>	55
6.2.1.3. <i>Características del Consumidor</i>	55
6.3. MERCADO	55
6.3.1. Tamaño del Mercado	55
6.3.2. Estacionalidad	56
6.3.3. Competidores	56
6.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	56
6.4.1. Criterio Geográfico	56
6.4.2. Criterio Psicográfico	56
6.4.3. Criterio Personal	56
6.4.4. Criterio Socio-económico	57
6.5. POSICIONAMIENTO.....	57
6.5.1. Estrategia de Diferenciación del Servicio	57
6.5.2. Estrategia de venta	57
6.5.2.1. <i>Venta Directa</i>	57
6.5.2.2. <i>Ventas a través de Internet</i>	57
6.5.2.3. <i>Ventas a través de Agencias de Turismo Nacionales</i>	58
6.5.3. Estrategia de Publicidad	58
6.5.3.1. <i>Televisión</i>	58
6.5.3.2. <i>Radio</i>	58
6.5.3.3. <i>Medios Escritos</i>	59
6.5.3.4. <i>Internet</i>	59

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



6.6.	MARKETING MIX	60
6.6.1.	Características del Servicio	60
6.6.1.1	Imagen Corporativa	60
6.6.1.2	Slogan	60
6.6.1.3	Logotipo.....	61
6.6.2.	Precio y Forma de Pago	61
6.6.1.4	Precio.....	61
6.6.1.5	Formas de Pago.....	62
6.6.2	Plaza	63
6.6.3	Promoción	63
6.7	PROYECCIÓN DE VENTAS	63
6.7.1	Supuestos	63
6.7.2	Escenario Esperado	63
6.6.3	Escenario Pesimista	63
6.6.3	Escenario Optimista	63
CAPÍTULO VII: ANÁLISIS FINANCIERO		67
7.1.	SUPUESTOS FINANCIEROS	67
7.2.	ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD FINANCIERA	69
7.2.1.	Van y TIR del Proyecto	69
7.3.	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	70
CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		71
8.1.	CONCLUSIONES	71
8.2.	RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFÍA		74
ANEXOS A: INVESTIGACIÓN DE MERCADO		I
ANEXOS B: MARKETING		XIX
ANEXOS C: FINANCIERO		XXVI



INDICE DE FIGURAS

FIGURA 2.1. TABLA DE CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA (EN USD).....	9
FIGURA 2.2. TABLA DE CRECIMIENTO DEL TURISMO	10
FIGURA 2.3. GRÁFICO DEL SECTOR, INDUSTRIA Y NEGOCIO	10
FIGURA 2.4. GRÁFICO INFLACIÓN ANUAL 2006-2008	11
FIGURA 2.5. FIGURA TASA ACTIVA 2004-2008	13
FIGURA 2.6. FIGURA RIESGO PAÍS 2004-2008	14
FIGURA 2.7. ESQUEMA GRÁFICO ESTRATEGIA COMPETITIVA	22
FIGURA 3.1. TABLA MERCADO TOTAL NACIONAL.....	31
FIGURA 3.2. TABLA DESGLOSE SEGMENTO OBJETIVO DE MUESTREO	32
FIGURA 4.1. TABLA ESTRATEGIAS POR ÁREA.....	39
FIGURA 4.2. FLUJOGRAMA PROCESO DEL SERVICIO	41
FIGURA 4.3. DIAGRAMA DE LA CADENA DE VALOR	42
FIGURA 4.4. ORGANIGRAMA FUNCIONA HOSTERIA MOMPICHE.....	44
FIGURA 4.5. ESQUEMA DE LA ESTRUCTURA Y CULTURA HOSTERIA MOMPICHE	45
FIGURA 4.6. GRÁFICA ESCALA ESTRATÉGICA	46
FIGURA 5.1. MAPA DE UBICACIÓN HOSTERÍA MOMPICHE.....	48
FIGURA 5.2. PLANO GENERAL HOSTERÍA MOMPICHE VISTA SUPERIOR.....	51
FIGURA 5.3. TABLA DE DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO DE LA HOSTERÍA.....	51
FIGURA 5.4. PLANO CABAÑA COMPLETA.....	52
FIGURA 5.5. TABLA CANTIDAD REQUERIDA DE PRODUCTOS PARA EL RESTAURANTE INVENTARIO SEMANAL	53
FIGURA 6.1. TABLA INVERSIÓN EN PUBLICIDAD.....	59
FIGURA 6.2. LOGOTIPO DE HOSTERIA MOMPICHE.....	61
FIGURA 6.3. PRECIO PAQUETES	62
FIGURA 6.4. TABLA TURISTAS NACIONALES.....	63
FIGURA 6.5. GRÁFICO TURISTAS NACIONALES.....	64
FIGURA 6.6. TABLA MERCADO META NACIONAL.....	64
FIGURA 6.7. GRÁFICO MERCADO META NACIONAL.....	64
FIGURA 6.8. PROYECCIÓN DE VENTAS ESCENARIO NORMAL	65
FIGURA 6.9. PROYECCIÓN DE VENTAS ESCENARIO PESIMISTA	66
FIGURA 6.10. PROYECCIÓN DE VENTAS ESCENARIO OPTIMISTA.....	66
FIGURA 7.1. TIR Y VAN DEL PROYECTO CON Y SIN FINANCIAMIENTO.....	69
FIGURA 7.2. PUNTO DE EQUILIBRIO EN US DOLARES.....	70



INTRODUCCION

El turismo es una gran fuente de ingreso de divisas en el país, debido este aspecto y al incremento turístico que se ha registrado en los últimos años, se ha visto como oportunidad implementar las necesidades de los turistas en Mompiche, aprovechando los recursos naturales que esta región brinda, así como las facilidades logísticas, climática y recreativas que esta posee. Sacando provecho a la biodiversidad que nuestro país posee, de la variedad de fauna y flora, así como en la cantidad de recursos naturales no explotados.

La principal razón para la realización de este plan es posicionar al Ecuador y a la hostería ubicada en Mompiche, como uno de los principales y más visitados destinos de Latinoamérica, además se espera que la rentabilidad que se obtenga sea reinvertida en el país. Con la realización del proyecto se brindara oportunidades de ejemplo en varios sectores económicos de la industria, mejorando la economía nacional.

Es importante recalcar que debido al acelerado proceso de la globalización hace necesario desarrollar nuevas ideas de negocio e impulsar otros sectores como el de servicios en donde Ecuador puede sacar el mayor beneficio debido a los atractivos históricos, culturales y sociales.



Capítulo I

ASPECTOS GENERALES

El incremento turístico registrado en los últimos años en la provincia de Esmeraldas, principalmente en Atacames, Tonsupa y Mompiche, hace pensar en la oportunidad de implantar una hostería en Mompiche, aprovechando los recursos naturales de esta región, así como las facilidades logísticas, climáticas y recreativas que se requieran.

1.1. ORIGEN DE LA IDEA DEL NEGOCIO

La idea de crear una hostería ecológica en Mompiche surge de las vivencias propias de las autoras en paseos y visitas a esta zona su entorno natural, de gente cálida y fácil acceso, convirtiéndola en un sitio propicio para el descanso y la práctica de deportes extremos. Hablar de Esmeraldas es hablar de la belleza mágica de sus playas, de su arena suave y del mar tibio que las baña, a donde acuden los turistas. Las más conocidas son: Atacames, Súa, Tonsupa, Playa Ancha, Tonchigue y Same.

1.2. HIPÓTESIS

Una Hostería ecológica en Mompiche genera rentabilidad económica y social, al mismo tiempo que satisface las necesidades y gustos más exigentes de turistas nacionales y extranjeros, y fomenta el turismo en el Ecuador.



1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad de implantar una hostería ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación del macro y microentorno para determinar las oportunidades y amenazas ante la implantación de la empresa.
- Llevar a cabo una investigación de mercado que permita conocer la aceptación de la empresa, los gustos, preferencias, frecuencia de consumo, factores de compra y competencia.
- Conocer y analizar las aptitudes del negocio y determinar las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta.
- Elaborar un plan de marketing que defina el producto, precio, plaza y promoción y permita determinar estrategias que conlleven a la implantación exitosa de la empresa.
- Establecer la viabilidad financiera del negocio.



Capítulo II **ANALISIS DEL ENTORNO**

En este capítulo se desarrolla un análisis de las variables macro y micro que influyen en el sector turístico, en la industria hotelera y el negocio.

2.1. SECTOR TURISTICO

2.1.1 Antecedentes Sector Turístico¹

El turismo nace en el siglo XIX como consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX, para llegar a ser, a finales del siglo XX, la mayor industria del mundo. En estos años se desarrolla la producción de autos en cadena y la construcción de carreteras y autopistas, permitiendo un mayor flujo de viajeros. El avión de hélice es sustituido por el de reacción, lo que supone un golpe definitivo para las compañías navieras, que se ven obligadas a destinar sus barcos a los cruceros o a la carga.

Todos estos factores llevan a la era de la estandarización del producto turístico. Los grandes operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo *charter*, que abarata el producto y lo populariza.

• ¹Monthly Market Report: Germany (Alemania). Tourism Australia (Febrero 2008).



En Ecuador el último año el turismo ha tenido un crecimiento importante del 7% lo que permite mantener una expectativa de que esta actividad económica puede constituirse, a futuro, una alternativa para que los pueblos puedan mejorar su nivel de vida y se incremente la inversión y se generen nuevas fuentes de trabajo.

Este crecimiento se debió al mejoramiento de la infraestructura y al arreglo experimentado en varias de las principales ciudades del país.

2.2.2 Actualidad del Sector Turístico en Ecuador

El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega-diversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y albergan entre el 60% y 70% de la biodiversidad del planeta.

Ecuador tiene potencial para posicionar su calidad del país más “mega-biodiverso”² del planeta, ya que cuenta con la mayor diversidad de vida por unidad de superficie a escala mundial. Esta “mega-biodiversidad” se expresa en la variedad de atractivos culturales y naturales ubicados en sus cuatro regiones naturales. Además, Ecuador ofrece diversidad cultural, variedad de lenguas y la hospitalidad de su gente.³

A diciembre de 2006 se registraban 12 518 establecimientos turísticos en el Ministerio de Turismo (MINTUR). La actividad predominante de esta industria es alimentos y bebidas (60%) seguida de alojamientos (23%),

² El término megabiodiverso abarca todo lo relativo a la diversidad de vida, tanto en lo que se refiere a la diversidad de las formas de vida, como en lo que se refiere a diversidad y complejidad interna de los ecosistemas.

<http://espa.ol.answers.yahoo.com/question/index?qid>, acceso 11-12-08.

³ Plandetur, Plan de Turismo, 2020, pág. 12, acceso el 07-07-08



agencias de viaje (9%), y recreación y esparcimiento (8%)⁴. El sector turístico ecuatoriano empezó a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe necesidad de inversión para mejorar la infraestructura y la imagen de Ecuador. En 2006 visitaron Ecuador aproximadamente 840 000 turistas que generaron 700 millones de dólares. Para el año 2010, se estima que medio millón de personas visitarán la capital.⁵

El Gobierno del Ecuador está aplicando en varios países de Europa y América un Plan Integral de Marketing Turístico, con el cual pretende incrementar las visitas a Ecuador en los próximos diez años, objetivo primordial del Fondo Mixto de Promoción Turística de Ecuador. Además, el país se ha hecho presente en ferias internacionales como FITUR en Madrid, ITB en Alemania y WTM en Londres, obteniendo varios reconocimientos.⁶

El sector turístico⁷ es la cuarta fuente de ingreso de divisas para el país, la cual brinda un buen aporte al PIB, siendo una de las más dinámicas de la economía del país y a la cual pertenece el presente plan de negocios.

2.2.3 Proyecciones del Sector Turístico en Ecuador

Ecuador ha emprendido un proceso ampliamente participativo que involucra a los actores de los sectores privado, comunitario y público, para lograr que el turismo sostenible sea un eje dinamizador del país y un ejemplo en la gestión del desarrollo turístico con equidad, eficacia y eco-eficiencia.

Para poder enfrentar de la mejor manera posible los retos futuros, el Ministerio de Turismo desarrolló el PLANDETUR 2020⁸ que contempla las acciones a seguir para brindar los mejores servicios y obtener réditos en lo que a turismo se refiere; busca el desarrollo del turismo como visión de largo

⁴ Plandetur, Plan de Turismo, 2020, Pág. 13, acceso el 07-07-08

⁵ Según cifras brindadas por el Ministerio de Turismo, a Junio del 2008.

⁶ Comp: www.icex.es, acceso el 07-07-08

⁷ Ministerio de Turismo, pag. Web. Turismo y Desarrollo

⁸ Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible en el Ecuador. AÑO 2020



plazo hacia el año 2020 con una gestión que apunta a convertirse en una herramienta efectiva para la inclusión y equidad social para el alivio de la pobreza, contribuyendo al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

2.2.4 El Turismo en Esmeraldas

2.2.4.1 Datos Generales

Capital: Esmeraldas

Población: 300 000 habitantes

2.2.4.2 Clima

El clima de Esmeraldas varía desde tropical subhúmedo, subtropical húmedo y subtropical muy húmedo, con una temperatura media de 23°C.

2.2.4.3 Límites

NORTE: República de Colombia; SUR: Provincia de Manabí; ESTE: Provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha; OESTE: Océano Pacífico

2.2.4.4 Datos Turísticos

La Dirección Nacional de Turismo ha declarado de interés turístico de primer orden los siguientes lugares de la provincia: la ciudad de Esmeraldas con sus balnearios de las Palmas, Atacames, Súa, Tonchigue, Muisne en la zona Sur y Camarones y Rioverde de Rocafuerte, en la zona Norte.

Además, es de interés turístico La Tola, donde se encuentra la Isla La Tolita, declarada reserva arqueológica nacional.



2.2.4.5 Lugares Turísticos

Esmeraldas se caracteriza por la belleza de sus playas; las más conocidas son: Atacames, Súa, Tonsupa, Playa Ancha, Tonchigue, Camarones y Same.

Sus principales atracciones turísticas son los pueblos de pescadores, los manglares y los sitios arqueológicos. Cerca de la playa, las aguas son ricas en camarón, ostra, langosta, cangrejo, almeja y otros crustáceos.

La Reserva Bio-antropológica de la Comunidad Awa y la Reserva Cotacachi-Cayapas, típicas del bosque lluvioso, se localizan en la parte norte de la provincia, área de extrema humedad que incluye un complejo y una comunidad botánica de múltiples especies.

2.3 LA INDUSTRIA HOTELERA

2.3.2 Antecedentes de la Industria Hotelera

Los hoteles constituyen un elemento primordial de la industria turística de un país, pues además de diversiones y atracciones al aire libre, los turistas demandan instalaciones bajo cubierta de nivel aceptable.

Respecto a la provisión de alojamiento, los estándares mínimos con los que los hoteles puedan adaptarse a todos los países son: comodidad, limpieza y buena cocina.

A partir del año 2001, con la dolarización, la industria hotelera ecuatoriana ha tenido un desarrollo importante, como muestra la Figura 2.1.:



Figura 2.1
TABLA DE CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA (en USD)
 (*) Datos Provisionales

AÑO	Valor en miles de USD
2003	197.754
2004	205.844
2005	209.359
2006 (*)	213.444
2007 (*)	220.915

Fuente: Boletín Anuario N° 26-27
 Elaborado por: Autoras

El aporte del sector turístico al PIB ha crecido en los últimos años, y el desarrollo del sector se muestra favorable para constituir una hostería.

En el año 2007 se registraron 1 105 establecimientos nuevos, de los cuales el 29% pertenece a la rama de hoteles y restaurantes. En comparación con años anteriores, este porcentaje refleja un incremento del 1% anual.

2.3.3 Situación Actual de la Industria Hotelera

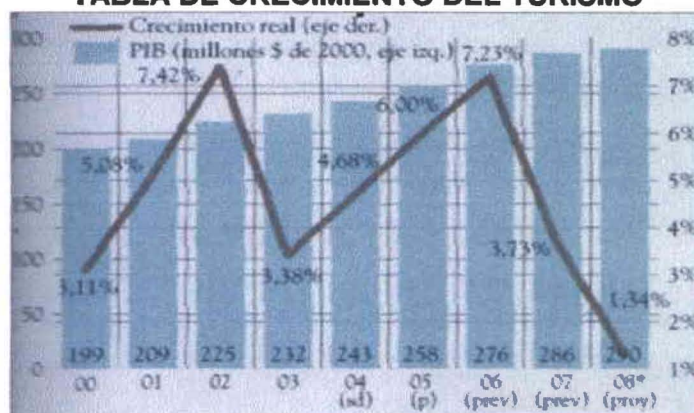
El turismo en el Ecuador ha permitido ampliar las diferentes facetas de esta actividad. El ecoturismo y el turismo de convenciones y eventos son los segmentos más dinámicos, han alcanzado un crecimiento de hasta el 20% y el 16%, respectivamente, favoreciendo además a otras ramas relacionadas como el turismo comunitario.

Es importante el énfasis del apoyo gubernamental al sector; el régimen del presidente Correa ha apoyado al turismo con políticas beneficiosas. De igual manera, los empresarios están preparados; actualmente se tiene una capacidad instalada que puede ofertar una mayor y mejor cantidad de servicios, y se prevé hacer inversiones siempre que la evolución de la economía así lo requiera.



Se espera que para 2009, las actividades turísticas impulsadas por el Gobierno receipten alrededor de US\$37 millones de los cuales, se pretende invertir US\$ \$12 millones en el fortalecimiento de promoción internacional.

Figura 2.2
TABLA DE CRECIMIENTO DEL TURISMO

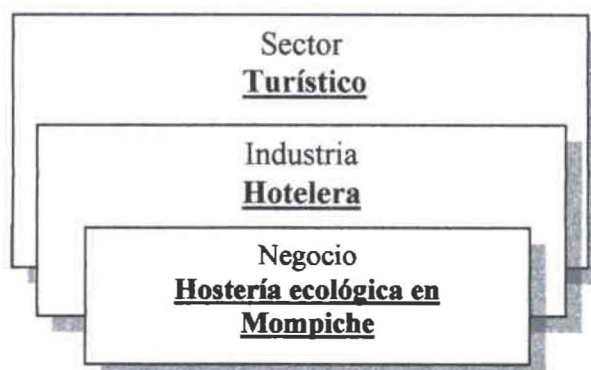


Fuente: Banco Central del Ecuador

2.4 EL NEGOCIO

Para determinar el sector e industria a los que pertenece la idea de negocio, se ha tomado como referencia la Clasificación Industrial Uniforme (CIIU):

Figura 2.3.
GRÁFICO DEL SECTOR, INDUSTRIA Y NEGOCIO



Elaborado por: Autoras



2.4.1 Definición del Negocio

El negocio consiste en una hostería ecológica basada en un servicio diferenciado, que contempla la armonía entre el hombre y el medio ambiente. Será una empresa dedicada a ofrecer una variedad de servicios relacionados con hospedaje de calidad y alimentación especializada, para satisfacer las necesidades de clientes exigentes.

2.5 FACTORES DEL MACROENTORNO

Son todos aquellos elementos económicos, políticos, sociales, culturales que influyen o afectan, no solamente a un negocio sino a todos en su conjunto.

2.5.1 Factores Económicos

2.5.1.1 Indicadores Económicos

Inflación actual

A diciembre de 2008 se registró una inflación mensual del 0.29%, lo que sugiere una desaceleración importante de la variación mensual del IPC. En cuanto a la inflación anual, en diciembre alcanzó un índice del 8.83%, inferior al del mes anterior (9.13%), y 5.51 puntos porcentuales por encima del índice de diciembre de 2007 (3.32%).

Figura 2.4.
FIGURA INFLACIÓN ANUAL 2007-2008

	Índice	Anual	Acumulado	Mensual
A diciembre 2007	109,97	3,32%	3,32%	0,57%
A octubre 2008	119,52	9,85%	8,69%	0,03%
A noviembre 2008	119,33	9,13%	8,51%	-0,16%
A diciembre 2008	119,68	8,83%	8,83%	0,29%

Fuente: INEC
Elaborado por: Autoras



En términos geográficos, las ciudades con mayor índice inflacionario son: Esmeraldas (11.24%), Manta (10.67%) y Machala (10.36%). Mientras que los índices más bajos fueron registrados en Quito (7.87%) y Guayaquil (8.17%). Tomando en consideración que en el aporte a la inflación por división de artículos, Restaurantes y Hoteles contribuye es del 8.84%.

En cuanto a la inflación anual, en julio alcanzó un índice de 9.87%, superior al del mes anterior (9.69%). La tasa de inflación anual se ubicó 7.29 puntos porcentuales por encima del valor calculado en julio del año 2007. La inflación acumulada alcanzó el 7.72%; es decir, 6.43 puntos porcentuales sobre el índice de julio del 2007.

La inflación es un factor que afecta a industrias y consumidores, ya que cuando ésta aumenta, también lo hacen los precios de las materias primas, la mano de obra y productos y servicios. Si la tendencia continúa a la alza se verán perjudicados los nuevos negocios del sector, ya que el precio de la materia prima e insumos requeridos para la construcción de la infraestructura tendrán variaciones constantes, dificultando la estimación de costos del estudio técnico e inclusive, el establecimiento del negocio en sí.

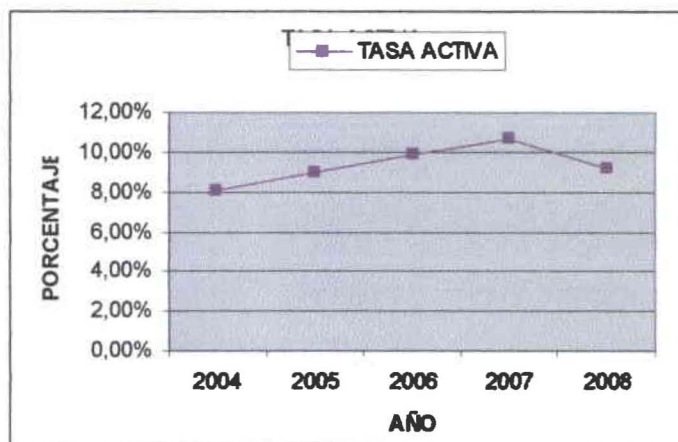
Tasas de Interés

Representan el costo de financiamiento de las empresas y el valor que reciben los intermediarios financieros de los demandantes de préstamos.

Cuando los negocios arrancan consideran la posibilidad de apalancarse, por lo que se toma necesario conocer la evolución de la tasa activa. En los últimos años, no se han presentado grandes variaciones; la tasa activa, al 30 de diciembre del 2008 fue de 9,14% inferior a la del cierre del año 2007 (10,72%). Esta variable tiene efecto directo en las industrias, pues su subida, desincentiva las inversiones.



Figura 2.5.
FIGURA TASA ACTIVA 2004-2008



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Autoras

Riesgo País

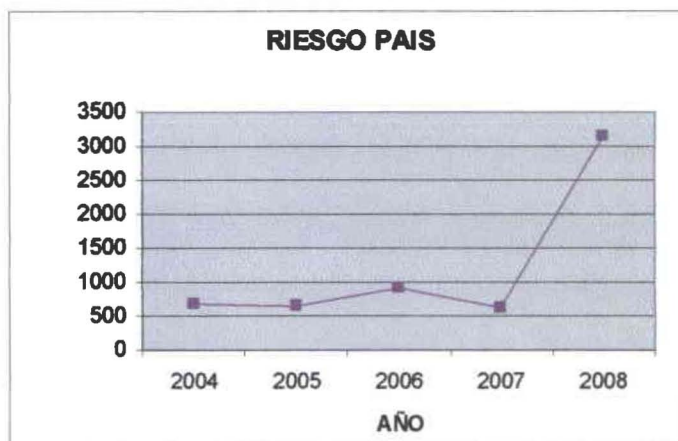
La tendencia de crecimiento del último año ha hecho que el país proyecte una mala imagen a nivel externo, provocando que la inversión extranjera pierda interés en el Ecuador como un potencial mercado.

Las calificaciones de riesgo país han degradado el *rating* ecuatoriano, lo que va a influir en falta de acceso y elevado costo para la obtención de crédito del Estado o de las instituciones privadas. Esto repercute en las condiciones de endeudamiento local para nuevos inversionistas o para empresas ya existentes, pues el acceso a créditos se complica con las altas tasas de interés.

En los últimos cuatro años, la variación de este indicador no ha sido significativa. Durante el año 2006 existió un incremento por las campañas electorales, hasta ubicarse en 920 puntos; para el año siguiente bajó nuevamente, hasta que subió a 3150 puntos al 31 de diciembre de 2008, como se aprecia en el gráfico siguiente:



Figura 2.6
FIGURA RIESGO PAIS 2004-2008



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Autoras

2.5.2 Factores Políticos

2.5.2.1 Nuevas Elecciones

Más de US\$150 millones deberá gastar el Estado en el nuevo proceso electoral que se realizarán el 29 abril del 2009, para su organización y la promoción publicitaria de cerca de 6 mil candidatos; todo esto en medio de una crisis financiera sin precedente, anuncios de ajustes, restricción a las importaciones, dramática caída del precio del petróleo y reducción obligada de la producción hidrocarburífera por orden del cartel de la OPEP.

2.5.2.2 Incertidumbre Gubernamental 2009

El presidente ecuatoriano, Rafael Correa, proyecta un panorama halagüeño de la economía del país para 2008, con un crecimiento del 5,3% y la meta de llevar la inversión pública hasta el 13% del PIB.

El sistema financiero privado obtuvo en el año 2008 utilidades de US\$445 millones, una cifra récord desde el año 2000 cuando Ecuador adoptó la dolarización de la economía. Los últimos años se recibieron US\$20 000



millones por ingresos del petróleo, lo mismo que lo captado en los últimos cuatro años. El destino de los ingresos netos de aproximadamente US\$10 000 millones, en otras administraciones era el pago de la deuda externa; en estos dos años ha sido la inversión social, la reconstrucción vial, el equipamiento de hospitales y la ayuda para vivienda, llegando al 13% del PIB en inversión en el sector público, cosa que no se ha visto en Ecuador en las últimas tres décadas.

Con un precio del petróleo que superaba los US\$100 por barril, el Ejecutivo repartió bonos, aumentó subsidios y entregó cheques del Banco Nacional de Fomento a lo largo de las tres campañas que ha liderado. El gobierno calculó una proforma presupuestaria para 2009 con un precio del barril de crudo de US\$85, ubicándose en los últimos meses por debajo de US\$30.

El 20 de noviembre de 2008, la Comisión Integral para la Auditoría del Crédito Público (CAIC) concluyó en un informe que algunos tramos de la deuda externa de Ecuador de los últimas tres décadas eran ilegales e ilegítimos, ante lo cual, Correa anunció que su Gobierno iba a buscar la manera de no pagar esa deuda ilegal. Esta actitud gubernamental, a la que se añade el incomprensible conflicto con Brasil, deja al Ecuador sin la posibilidad de requerir financiamiento si se le terminan los recursos, ya que países como Venezuela e Irán no podrán suplir que lo propuesto para el presente año fiscal debido a sus problemas de liquidez que les ha sobrevenido a sus economías petroleras.

El país pierde credibilidad y genera desconfianza en mercados internacionales y en los distintos sectores del Ecuador, incluyendo al turístico y todas las actividades relacionadas.⁹

⁹ Fuente: REVISTA GESTION, diciembre 2008, #174 Tema: Más sombras que luces en el túnel de 2009, páginas 14-23.



2.5.3 Factor Tecnológico

2.5.3.1 Internet

Ecuador, al igual que muchos países en vías de desarrollo, recién está tomando conciencia de la importancia de la tecnología. La evolución tecnológica ha dado paso a la optimización de los procesos de las empresas para obtener mejores productos y servicios.

Las aplicaciones como el *e-commerce*, o *e-business*, se han desarrollado a pasos agigantados; hoy son herramientas básicas para la promoción y venta de bienes y servicios.

2.5.4 Factores Legales

Las empresas de servicios turísticos generalmente son sociedades anónimas, y se constituyen con cuatro socios fundadores que responderán por el valor de sus aportes y realizarán el comercio sobre una razón social. Estas compañías se establecen mediante contrato y escritura pública; son de carácter mercantil y su representación la ejercen administradores legalmente capaces; cuentan con capital suscrito y pagado; su nombre y domicilio será determinado con anterioridad y en consenso con los socios, existirá un capital inicial. Una empresa tipo "hostería", para constituirse legalmente deberá cumplir con los siguientes requisitos más los exigidos por ley.

2.5.4.1 Registro de Turismo

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previa al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que



establece la Ley de Turismo¹⁰. La solicitud de este documento se debe hacer mínimo treinta días antes de que el negocio entre en funcionamiento, y deberá estar acompañada de los siguientes documentos¹¹:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución.
- Nombramiento del Representante Legal y RUC.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.

2.5.4.2 Licencia Anual de Funcionamiento

La Licencia Anual de Funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los establecimientos o empresas dedicadas a actividades y servicios turísticos, sin la cual no podrán operar; tiene validez durante el año en que se otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente¹². Los requisitos para la obtención de esta licencia, son:

- Solicitud de Registro (sin costo).
- Copia del RUC, Cédula de Identidad y papeleta de votación.
- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón social.¹³

¹⁰ Art. 9, Ley de Turismo

¹¹ Art. 142, Reglamento General de Actividades Turísticas.

¹² Art. 149, Reglamento General de Actividades Turísticas.

¹³ www.tramites.go.cr/manual/espanol/11/11-1.html 11 PATENTE MUNICIPAL, acceso 05/11/08.



2.5.4.3 Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo de Esmeraldas

Todas las personas dedicadas a la actividad turística que tienen establecimientos legalmente autorizados en varias provincias de la República están obligadas a afiliarlas a las respectivas Cámaras Provinciales de Turismo.¹⁴

2.5.4.4 Permisos Sanitarios

Todo centro turístico que brinde servicios de alojamiento, entretenimiento y animación debe obtener el permiso sanitario en la Jefatura Provincial de Salud que corresponda. Todo establecimiento que vaya a expedir alimentos y bebidas debe obtener el permiso sanitario respectivo de la Dirección de Higiene y Salud Municipal. Los requisitos son:

- Planilla de inscripción.
- Solicitud valorada de permiso de funcionamiento.
- Licencia anual de funcionamiento.
- Copia de cédula del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.

2.5.5 Factores Ambientales y Geográficos

2.5.5.1 Temporadas

El turismo es un negocio lucrativo pero tiene restricciones como la temporalidad. El clima que tiene Ecuador es beneficioso para el turismo ya que tiene solamente dos estaciones pero no tan marcadas, es decir que en el invierno no nieva pero las lluvias son permanentes durante los meses de octubre y noviembre; y en el verano el calor es soportable y no es muy

¹⁴ Art. 6, **Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.**



marcado en la sierra. Esto permite visitar el Ecuador en cualquier época del año.

2.5.5.2 Reserva Ecológica Mache Chindul

Ubicada en las provincias de Esmeraldas y Manabí, la Reserva Ecológica Mache-Chindul es una de las áreas protegidas de reciente apertura; con una superficie de 70 mil hectáreas, su nombre lo debe a las cordilleras menores sobre las que está localizada. Contiene uno de los últimos remanentes de bosque húmedo tropical de la Costa ecuatoriana, caracterizado por su altísima biodiversidad y sorprendentes niveles de endemismo, y alberga además varias especies que podrían ser nuevas para la ciencia.

La altitud que registra el área asciende de los 200 a los 800 metros sobre el nivel del mar y el clima varía entre tropical y subtropical con precipitaciones de hasta 3 000 milímetros anuales. La temperatura promedio fluctúa entre 21 y 23 grados centígrados y desciende conforme avanza el Bosque Húmedo Tropical.

Las evaluaciones rápidas registran la existencia de especies representativas como el mono aullador, mico, guatusa, guanta, puma, perezoso, cabeza de mate, venado de cola blanca, saíno, jaguar, gato de monte y tigrillo; entre las aves hay cuervos, tijeretas, gavilán príncipe y el tragón.

La biodiversidad y los recursos paisajísticos que ofrece el Bosque Húmedo Tropical son los principales atractivos de la Reserva Mache - Chindul. Lugares exóticos con cascadas y piscinas naturales formadas por los ríos Boca del Sucio y Ene o la laguna de Cube, rodeadas de bosque imperturbado.



Las investigaciones efectuadas en la zona confirman la presencia de una extraordinaria riqueza de plantas y animales, difícil de cuantificarla completamente.

Las ciudades de Esmeraldas, Atacames, Muisne y Pedernales son accesos que permiten iniciar impredecibles recorridos hacia la zona.¹⁵

2.6 Factores Sociales

2.6.1.1 Tendencia a lo Ecológico

Si bien se ha despertado el interés por temas ecológicos, resulta complejo alcanzar el grado de concienciación requerido sobre los problemas del mundo. Es necesario encontrar una manera de acoplar el ritmo de vida acelerado de las urbes modernas, con aspectos “eco-amigables” que tengan el menor impacto posible sobre la naturaleza y el ambiente, pero sin causar inconvenientes a los empresarios, permitiendo alternativas ecológicas que contribuyan a la preservación de la flora y fauna para el deleite de todos.

2.7 ESTRATEGIA COMPETITIVA DE PORTER

Mediante el análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter, se tendrá conocimiento de los principales factores que incluyen en la industria en la cual competirá el negocio. (Ver figura 2.7)

2.7.1. Rivalidad entre Competidores Existentes

En lo que se refiere a proyectos turísticos, el número de competidores se ha ido incrementando a través de los años debido al aumento de la afluencia turística a la provincia de Esmeraldas. El poder de rivalidad entre competidores existentes es medio. Este tipo de negocios son muy atractivos

¹⁵ www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/mache.htm - 33k - ACCESO 20-01-09



por la rentabilidad que generan y por el valor que los turistas dan a lugares que preservan la armonía con la naturaleza. Actualmente, en Mompiche opera el Grupo Casa Blanca, y a mediano plazo, operará el grupo Decameron.

2.7.2. Amenaza de Nuevos Competidores

Las barreras de entrada son altas en la actualidad el turista es más exigente y aun más con los servicios por tanto la infraestructura con la que debe contar la hostería debe ser de primera calidad, esto conlleva a costos de infraestructura altos.

2.7.3. Poder de Negociación de los Proveedores

Dentro del campo del turismo, el poder de los proveedores es bajo, ya que los productos necesarios para el funcionamiento del negocio se consiguen en varios lugares, entre los cuales se escogen fundamentalmente a los de menores costos y alta calidad, que permitan obtener el mayor beneficio económico para el negocio. Hay un alto poder de negociación en cuanto a oferta de personal capacitado, puesto que a pesar de que el turismo está en apogeo en el país, es difícil encontrar profesionales calificados en la rama.

2.7.4. Poder de Negociación de los Clientes

El incremento del turismo en Ecuador ha permitido un mayor número de clientes para este tipo de negocios. Por la oferta existente, resulta fácil para el cliente buscar la mejor opción y el lugar que le ofrezca el mayor nivel de satisfacción, otorgándole un alto poder de negociación. Incrementa este poder, el acceso a varias fuentes de información, principalmente la Internet. En los turistas se evidencia una marcada tendencia a asumir un precio cualquiera siempre y cuando los servicios prestados satisfagan sus necesidades, lo que denota que no hay una alta sensibilidad a los precios.

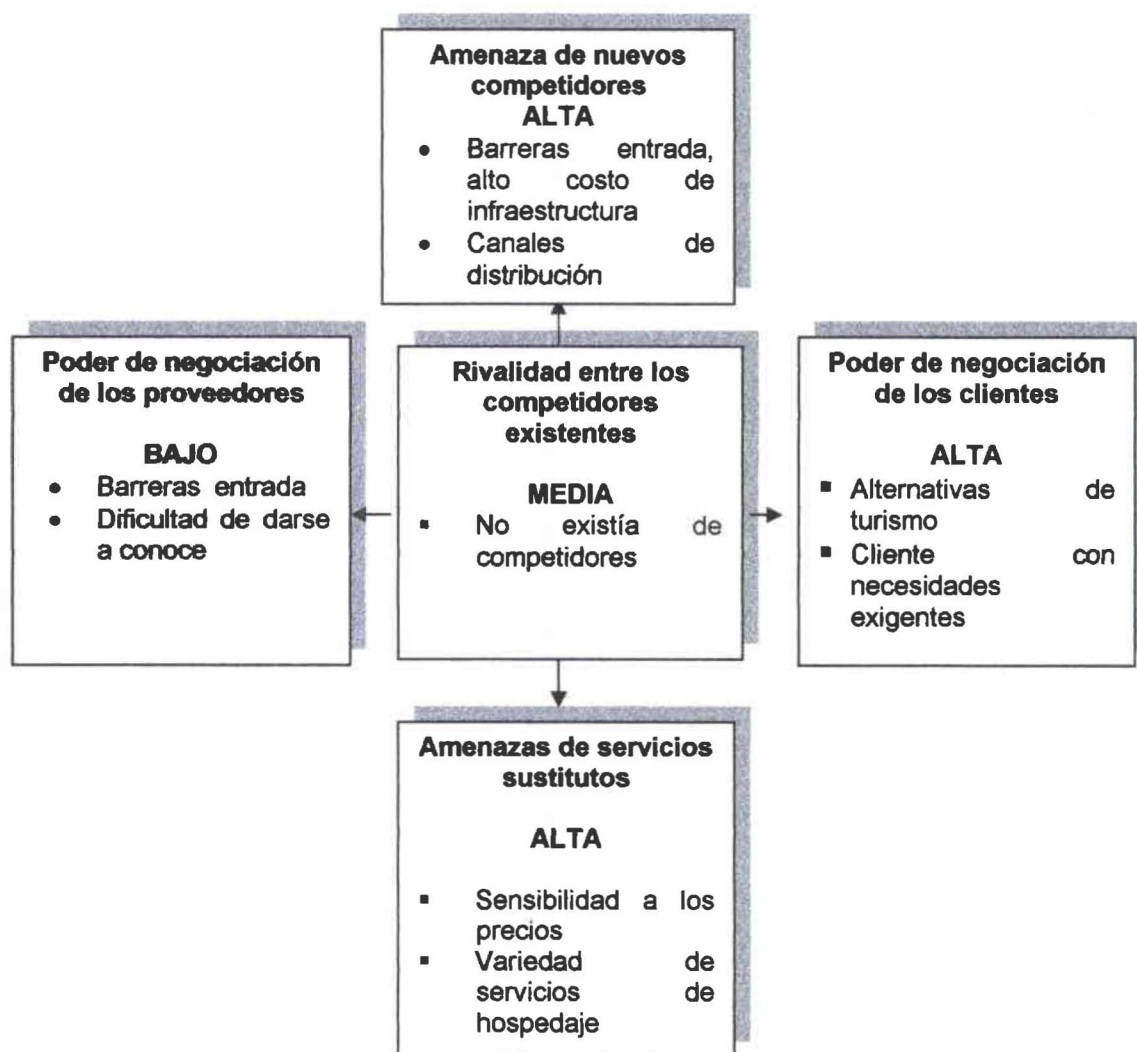


2.7.5. Amenaza de Productos Sustitutos

En el mercado del turismo es muy fácil encontrar productos sustitutos ya que los recursos disponibles en el país son abundantes y brindan al cliente la facilidad de elegir según sus gustos, preferencias y posibilidades.

En este caso, los sustitutos serán las casas, apartamentos, y campamentos de turismo, los mismos que ofrecen el servicio de hospedaje, pero no todos ofrecen actividades de recreación especial y un entorno ecológico.

Figura 2.7
ESQUEMA GRÁFICO ESTRATEGIA COMPETITIVA



Elaborado por: Autoras



CAPÍTULO III **INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO**

Se realizará la investigación de mercado con la finalidad de identificar, recolectar, analizar y aprovechar la información obtenida de los clientes potenciales con el fin de determinar las necesidades y aceptación del servicio, así como las tendencias y preferencias del mercado en el cual se desea incursionar.

3.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La definición del problema es un enunciado amplio del problema general e identificación de los componentes específicos del problema de investigación de mercados.¹⁶

Debido a la importancia de realizar una correcta investigación de mercado para contar con información valiosa en la toma de decisiones en base a las necesidades del cliente, se han identificado estos dos tipos de problema:

3.1.1. Problema de Decisión Gerencial

Es el problema que enfrenta quien toma las decisiones. Se pregunta qué tiene que hacer.¹⁷ En el contexto de este documento, se define así:

"¿Cómo se pueden satisfacer al máximo las necesidades y gustos más exigentes de los turistas nacionales y extranjeros para fomentar el

¹⁶ MALHOTRA NARESH, Investigación de Mercados, cuarta edición, pag 33.

¹⁷ MALHOTRA NARESH, Investigación de Mercados, cuarta edición, pag 42



turismo en el Ecuador y lograr el posicionamiento de la hostería a nivel nacional e internacional?”.

3.1.2 Problema de Investigación de Mercado

Consiste en determinar qué información se necesita y cómo puede obtenerse de la manera más asequible. En este caso, se define como:

”Determinar si el turista nacional e internacional de Mompiche, elegirá los servicios ofrecidos por la hostería que se pretende crear.”

3.2. HIPÓTESIS

3.2.1 Hipótesis General

El turista nacional e internacional de Mompiche elegirá los servicios ofrecidos por el negocio que se pretende crear.

3.2.2 Hipótesis Específicas

- Mompiche es sitio de preferencia de los turistas.
- Los turistas prefieren deportes extremos.
- El sistema de hospedaje “todo incluido” es lo que busca el cliente.

3.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 Objetivo General

Determinar los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que visiten Mompiche, en cuanto a hospedaje y servicios relacionados que debería ofrecer la Hostería.



3.3.2 Objetivos Específicos

- Percibir el nivel de aceptación de la Hostería frente a competidores.
- Identificar los nombres de empresas relacionadas posicionadas en la mente de las personas
- Analizar la afluencia de hospedaje y prestación de servicios adicionales de actividades relacionadas con el turismo ecológico.
- Determinar la conformación de los paquetes junto con los servicios ofertados.
- Determinar los criterios de selección más importantes al momento de adquirir el servicio de hospedaje.
- Determinar los servicios y las características que deberá tener la Hostería, y que influyen en la decisión de consumo.
- Conocer el rango de precio por paquete que estaría dispuesto a pagar el turista por servicios específicos
- Conocer la frecuencia de visita a Mompiche por parte de los turistas.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El Diseño de la investigación se llevará a cabo a través de una investigación de tipo Exploratoria ya que es apropiada en etapas tempranas de cualquier proyecto y Concluyente porque suministra información para seleccionar un curso de acción.

3.4.1 Investigación Exploratoria

Es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.



3.4.2 Investigación Concluyente / Descriptiva

La aplicación del tipo de investigación concluyente se refiere a realizar conclusiones en base a un tema estudiado e investigado a fondo. Se aplica una vez realizada la investigación exploratoria.

3.5. FUENTES DE DATOS

3.5.1 Fuentes Primarias

Para la investigación se utilizarán técnicas como sondeo, grupos focales, encuestas personales y entrevistas a personas inmersas en el turismo.

3.5.2 Fuentes Secundarias

Se tomará información de las entidades relacionadas con la población, el mercado del turismo, entes de control y otros afines, como son:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- Municipio de Mompiche
- Ministerio de Turismo del Ecuador
- Cámara de Turismo de Esmeraldas
- Cámara de Turismo de Pichincha

3.6. TÉCNICAS CUALITATIVAS

Permiten examinar las actitudes, sentimientos y motivaciones de los turistas (los datos recolectados no están sujetos a cuantificación). Además del análisis de la información secundaria, se realizarán entrevistas a expertos en el tema del turismo y grupos focales con potenciales clientes.



3.6.1 Entrevista a Expertos

Las entrevistas a personas expertas permiten apreciar de primera mano sus experiencias al momento de administrar una hostería o restaurante.

3.6.1.1 Objetivo General

Recopilar información que ayude a determinar las necesidades de los turistas y la forma en que las empresas las satisfacen.

3.6.1.2 Objetivos específicos

- Obtener información de primera mano sobre las exigencias de los turistas y la forma de atender sus requerimientos.
- Diferenciar el porcentaje de turismo nacional e internacional.
- Determinar la modalidad de servicio y pago que prefiere el turista.
- Conocer la frecuencia de visita de los turistas a los diferentes balnearios del Ecuador.
- Averiguar qué variedad de servicios ofrecen las hosterías en Esmeraldas.

3.6.1.3 Procedimiento

Se utilizaron preguntas abiertas para tener mayor información de los sobre cómo se debería manejar una hostería y los servicios a ofrecer. La duración de las entrevistas fue de 15 a 30 minutos. El entrevistador empleó un formato guía para aplicar esta técnica. (Ver Anexo A1).

3.6.1.4 Resultados

Los meses de junio, julio, agosto y septiembre son los más visitados, por la mayoría de turistas los mismos que no buscan hoteles cinco estrellas,



primero por su costo, segundo quieren vivir la aventura y prefieren lo natural, adicionalmente prefieren los deportes extremos y de aventura.

3.6.1.5 Conclusiones

- La mayor parte de turistas que visitan y visitarían Mompiche, son turistas nacionales.
- Los turistas nacionales, en mayor grado que los internacionales, gustan de los deportes extremos.
- Casi ninguna hostería u hostel en la Provincia de Esmeraldas ofrece servicios adicionales al de hospedaje y alimentación, y su promoción es nacional.
- El turista local viaja en feriados y temporada de vacaciones, mientras que el internacional viaja en forma regular durante todo el año.
- El turismo de aventura y deportes extremos es el más solicitado en la zona de Mompiche, donde se planea la implantación del proyecto.

3.6.2 Grupo Focal

A través de esta técnica se pueden obtener ideas e impresiones de clientes potenciales, acerca del negocio que se pretende crear.

3.6.2.1 Objetivo General

Recopilar información necesaria y nuevas ideas por parte del grupo objetivo, en relación con las necesidades no satisfechas del turista nacional.

3.6.2.2 Objetivos Específicos

- Definir los servicios que debería ofrecer una hostería ecológica.
- Conocer el precio que es accesible al bolsillo del turista.
- Obtener información básica del turista en cuanto a gustos preferencias y frecuencia de visita a Mompiche.
- Averiguar aspectos claves de percepción del turista sobre el negocio.



3.6.2.3 Procedimiento

Se utilizaron preguntas abiertas para lograr una mayor participación del grupo, con sus opiniones sobre la zona de Mompiche y lo que debe ofrecer una hostería ecológica. Se definieron tres grupos compuestos por participantes de características homogéneas (hombres y mujeres, clase media y alta y de edad media). Se realizaron tres sesiones; cada una de ellas inició con la presentación del moderador y tuvo una duración de 60 a 90 minutos. El formato del grupo focal se lo puede apreciar en el Anexo A2.

3.6.2.4 Resultados

- Existe interés de los turistas, en conocer las playas de Mompiche.
- Todos los entrevistados coinciden en la necesidad de una infraestructura adecuada para que la zona sea visitada.
- Los turistas, en general, visitan las playas de la provincia de Esmeraldas en promedio cinco veces al año, en temporada alta de la Costa ecuatoriana, es decir, feriados como carnaval, difuntos, semana santa año nuevo y vacaciones escolares de la Sierra.
- Al salir de vacaciones, las personas permanecen entre tres y cuatro días en la playa, por lo que se deberán preparar paquetes para este tiempo.
- La mayoría de participantes coincidió en que la mejor manera de hospedarse es del modo más natural posible, esto es en cabañas.

3.6.2.5 Conclusiones

Se obtuvo como conclusión, el segmento poblacional al cual debe ir dirigido el negocio, el presupuesto destinado a recreación y turismo por este segmento, así como los factores determinantes de éxito a incluir dentro de la infraestructura del plan de negocio.



3.7. TÉCNICAS CUANTITATIVAS

En esta investigación se aplicaron encuestas con preguntas cerradas, lo que permitió obtener información precisa sobre las necesidades y gustos que tiene la población del segmento identificado. Se utilizaron métodos de investigación como el hipotético deductivo¹⁸ y el inductivo¹⁹.

El estudio cuantitativo se concretó en determinar la situación del mercado respecto a la afluencia de turistas en Mompiche, en donde se aplicaron las encuestas para establecer precios, oferta y demanda.

3.7.1 Encuesta

Las encuestas son una especie de entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado.²⁰

3.7.1.1 Objetivo General

Obtener la información necesaria para establecer los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros al momento de escoger una hostería.

3.7.1.2 Objetivos Específicos

- Investigar las preferencias de los turistas al tomar sus vacaciones.
- Conocer el presupuesto que manejan los turistas en sus vacaciones.
- Averiguar el precio accesible al bolsillo del turista, para servicios ofrecidos en hosterías.

¹⁸ Modalidad de investigación que parte de premisas o leyes de aplicación universal, para llegar a conclusiones particulares.

¹⁹ Modalidad eminentemente empírica de investigación que parte de la observación de la casuística de un fenómeno para, mediante la búsqueda y agrupación de semejanzas, formular conclusiones de valor general. Ídem

²⁰ Malhotra Naresh, Investigación de mercados, cuarta edición, Pág. 115.



- Saber el grado de conocimiento de los turistas sobre Mompiche y los servicios hoteleros que allí se ofrecen.
- **Identificar los deportes y demás actividades que busca el turista.**

3.7.1.3 Muestreo

Las ventajas del muestreo son: ahorro de tiempo y dinero; mayor exactitud en la obtención de información; se evita la destrucción o contaminación de todos los elementos de la población. Los pasos de este proceso son:

- Población objetivo,**
- Elegir el modelo de muestreo,**
- Determinar el tamaño de la muestra,**
- Seleccionar la muestra.**

A. Población objetivo.- En lo que respecta al mercado total nacional, el Ecuador tiene 12 408 859 habitantes de los cuales, el 30% pertenece al nivel socioeconómico alto (3%), medio alto (4%) y medio típico (23%); es decir, existen 3 722 658 habitantes que tendrían acceso a visitar los complejos turísticos y podrían ser considerados como potenciales clientes.

Figura 3.1.
TABLA MERCADO TOTAL NACIONAL

Total habitantes en el Ecuador	12,408,859
Potenciales Turistas	3,722,658
Nivel Socioeconómico Alto (3%)	372,266
Nivel Socioeconómico Medio Alto (4%)	496,354
Nivel Socioeconómico Medio Típico (23%)	2,854,038
Familias (grupo familiar 4 personas)	930.665

Fuente: INEC
Elaborado por: Autoras



B. Elegir el modelo de muestreo.- En esta investigación se aplicará un muestreo aleatorio simple.

C. Determinar el tamaño de la muestra.- Se consideró que, tal como indicaron los resultados del grupo focal y las entrevistas, los turistas viajan a las playas más cercanas por motivos de tiempo, por lo que se trabajó con los datos de la población de Quito, hombres y mujeres del área urbana, de clase media y media-alta, considerados como clientes potenciales.

Según la Superintendencia de Telecomunicaciones –SUPERTEL,²¹ la población de Quito a septiembre de 2008 fue de 2 207 231, mientras que la población de nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto fue del 30%.

Figura 3.2.
TABLA DESGLOSE SEGMENTO OBJETIVO DE MUESTREO

Habitantes de Quito	2.207.231
Clase media y media alta (30%)	662169
Promedio de familia 4	165.542

Fuente: SUPERTEL
Elaborado por: Autoras

La fórmula estadística utilizada en el proceso de muestreo, fue la siguiente:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 N p q}{N E^2 + z_{\alpha/2}^2 N p q} \quad (22)$$

N = Población total de familias dentro de la zona urbana de Quito, clase media y alta (165.542) (promedio de familia: cuatro personas)

n = Tamaño de la muestra

p = q = 0,5

E = Error = 5%

Z = Nivel de confianza = 95%

²¹ Superintendencia de Telecomunicaciones

²² Spiegel, M. R. "Estadística". McGraw-Hill. Serie Schaum



Al aplicar la fórmula, como resultado se obtuvo una muestra de **149** encuestas. El formato de la encuesta se lo puede apreciar en el Anexo A3.

D. Seleccionar la muestra.- Las encuestas se distribuyeron de la siguiente manera:

- Centro Comercial Quicentro: 20 encuestas
- Centro Comercial El Bosque: 20 encuestas
- Centro Comercial Iñaquito: 35 encuestas
- Sector El Batan Alto: 15 encuestas
- Sector República del Salvador: 20 encuestas
- Sector Exterior: 20 encuestas
- Sector Granda Centeno: 20 encuestas

3.7.1.4 Resultados

El resultado ponderado de cada una de las preguntas realizadas en las encuestas se encuentra en el anexo A4. Sin embargo, se representan a continuación los resultados de las preguntas cruzadas:

- El 52% de los encuestados viajan con familia o amigos entre 1 a 3 personas, y un 43% entre 4 y 5 personas. Al 81% de los potenciales clientes le interesaría conocer Mompiche. El 6% conoce sitios de hospedaje en Mompiche y de este el 77% del 81% de las personas que contestaron afirmativamente, les gustaría que se construyera una hostería en Mompiche.
- Las instalaciones con las que debería contar son: bar-restaurante, piscina, canchas deportivas, sauna; además, las actividades preferidas son las visitas a atractivos turísticos, deportes extremos y pesca deportiva.
- La mayoría de encuestados se inclina por el precio, comodidad y ubicación, seguida de seguridad. El 82% visitaría la Hostería entre 1 y 2 veces al año y el 18%, entre 3 y 4 veces. El 51% de los turistas que visitaría la Hostería están dispuestos a pagar entre US\$26 y US\$35 por noche de hospedaje;



mientras el 30% pagaría un máximo de US\$25 por el uso de las instalaciones y servicios indicados.

3.7.1.5 Conclusiones

De la investigación se desprende lo siguiente:

- El turista generalmente viaja en grupo, por lo que se hace necesario diseñar programas especiales para grupos.
- Mompiche no es un sitio muy conocido ni explotado turísticamente.
- Existe gran aceptación por parte de las personas en conocer Mompiche y que se construya una Hostería en esta zona.
- La frecuencia de visita es de 1 a 4 días, hasta cuatro veces al año en segmentos muy pequeños y hasta dos, en la mayor parte de la población.
- Los turistas gustan de novedades y deportes extremos (como pesca deportiva) que resultan atractivos para considerarlos dentro del proyecto.
- La mayoría de personas estarían dispuestas a pagar hasta US\$35 por noche, por servicios de alojamiento, alimentación y actividades recreativas.

3.8 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Elaborado la investigación del entorno con sus variables micro y macro se obtuvieron resultados positivos; el estudio de mercado permitió determinar que el 8% de las encuestas desean conocer Mompiche, el 77% del anterior porcentaje sugieren la construcción de una hostería ecológica, y el 51% tiene intención de compra. Tomando en consideración los anteriores resultados se muestra una alta tendencia a lo ecológico y con esto una oportunidad de negocio que nos permite crear una empresa.



Capítulo IV **LA EMPRESA**

Después de analizar y conocer el entorno favorable y una investigación de mercado positiva, en este capítulo se procederá a diseñar la estructura y direccionamiento estratégico del negocio.

4.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre es un factor importante para cualquier negocio, pues éste debe ser lo suficientemente fácil para recordar y transmitir la idea del negocio. Por esto, se considera que “**Hostería Mompiche**” es la denominación, además de corresponder al nombre de la zona.

4.2. VISIÓN

“Llegar a ser en cinco años, una hostería reconocida por su calidad de servicio y atención al turista en el ámbito nacional e internacional, por brindar servicios de óptima calidad en cuanto a estadía y alimentación se refiere, cuidando siempre el bienestar de los clientes”.

4.3. MISIÓN

“Somos una empresa de Mompiche, destinada a brindar el mayor confort a los clientes, manteniendo la armonía con la naturaleza, ofrecemos hospedaje, recreación y alimentación; brindamos servicios de excelencia y hacemos de la estadía de los turistas, una experiencia inolvidable llena de emoción, paz y deleite con la preservación del ambiente”.



4.4. PROPÓSITO EMPRESARIAL

El propósito de la empresa es ofrecer servicios innovadores que brinden satisfacción a los clientes y logren rentabilidad para la empresa.

4.5. VALORES Y CREENCIAS

- La responsabilidad y el respeto son la base de desarrollo dentro de la organización, pues genera confianza dentro y fuera de la empresa.
- La cultura de disciplina debe estar en todos los miembros de la organización para poder alcanzar los objetivos planteados.
- La empresa respetará las ideas de los clientes y del personal, teniendo en cuenta que éstas mejorarán el desempeño en todas las áreas de la empresa.
- Se tomará en cuenta la igualdad de oportunidades para que no existan confrontaciones entre los miembros de la organización.
- La empresa implantará una cultura de motivación organizacional, para crear un mejor desempeño laboral.

4.6. PRINCIPIOS

Uno de los principios fundamentales es brindar un servicio de buena calidad a un precio razonable, que satisfaga las necesidades de los clientes, sin causar ningún daño al medio ambiente.

La organización fomentará el trabajo en equipo, para que cada miembro de la organización se sienta comprometido y se logre un mejor ambiente laboral y un correcto desarrollo.



4.7. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

El turista típico gusta de un sitio tranquilo para descansar, con buena comida y actividades que le permitan distraerse y pasar buenos momentos.

4.7.1. Clientes

El segmento meta del negocio son familias, hombres y mujeres de 20 a 55 años de edad, de clase media y alta, dispuestos a vivir aventuras diferentes.

4.7.2. Servicio

Consiste en el servicio de hospedaje y alimentación en un ambiente diferente y acogedor, con distracciones complementarias como cabalgata, deportes acuáticos, caminatas y otros.

4.7.3. Método

- Infraestructura adecuada a la zona, en armonía con la naturaleza.
- Personal capacitado.
- Facilidades de pago.
- Acceso fácil a la hostería.
- Convenios con lugareños para contratación de varios servicios.

4.8. ESTRATEGIAS POR ÁREA

Una estrategia se percibe como un conjunto de relaciones entre ambientes internos y externos dentro de una organización, en la figura 4.1, se evidencian las estrategias propuestas para alcanzar los objetivos planteados.



4.9. CADENA DE VALOR

La cadena de valor es una herramienta para identificar una serie de estrategias que al ser puestas en práctica otorgan valor agregado.

La cadena de valor de Hostería Mompiche integra todas las actividades que se llevarán a cabo. El servicio inicia la cadena de valor con la contratación de personal idóneo y calificado; en hospedaje, con la recepción del cliente en el aeropuerto o en las instalaciones propias de la hostería para luego ser llevado a su habitación, en donde lo espera un cóctel de bienvenida y se le consulta sobre sus preferencias en el almuerzo y cena. El proceso productivo del restaurante y hospedaje inicia al adquirir los insumos como artículos de limpieza, menajes y la materia prima para comida.



Figura 4.1.
TABLA DE ESTRATEGIAS POR ÁREA

AREA	OBJETIVO	PERIODO	ESTRATEGIAS	POLITICA
ADMINISTRATIVA Y RRHH	Crear un sistema de control de flujo de efectivo y recompensa al personal	Anual	<ul style="list-style-type: none"> Adquirir un sistema contable administrativo que permita manejar de manera eficiente ingresos y gastos, además de realizar consultas y reportes para tomar decisiones oportunas y basadas en datos reales. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecer sistemas de control.
	Capacitar y motivar constantemente al personal.	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un adecuado proceso de reclutamiento, selección y contratación de personal. Mantener un ambiente laboral agradable Incentivar emocionalmente a los trabajadores 	<ul style="list-style-type: none"> Políticas de motivación a través de incentivos económicos. Tener al personal preparado para poder satisfacer al cliente. El personal debe conocer y poner en práctica los objetivos y valores de la empresa.
MARKETING Y VENTAS	Posicionar el nombre de la hostería a nivel nacional.	2009-2014	<ul style="list-style-type: none"> Brindar un servicio diferenciado utilizando materia prima de calidad y personal capacitado Efectuar campañas publicitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer diferentes tipos de promociones. Mantener actualizada la página Web de la empresa.
	Incrementar las ventas en 10% anual los primeros cinco años.	Anual	<ul style="list-style-type: none"> Realizar campañas publicitarias. 	
	Atraer, retener y fidelizar a clientes	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer productos personalizados, exclusivos y de excelencia calidad Dar una atención a clientes de calidad, escuchar las quejas comentarios y sugerencias 	<ul style="list-style-type: none"> Innovación y servicios personalizados.
OPERATIVA	Reducir tiempos en procesos de elaboración de alimentos y atención al cliente.	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar la materia prima eficientemente para reducir costos. 	<ul style="list-style-type: none"> Mejoramiento continuo de la calidad de los servicios y productos.

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



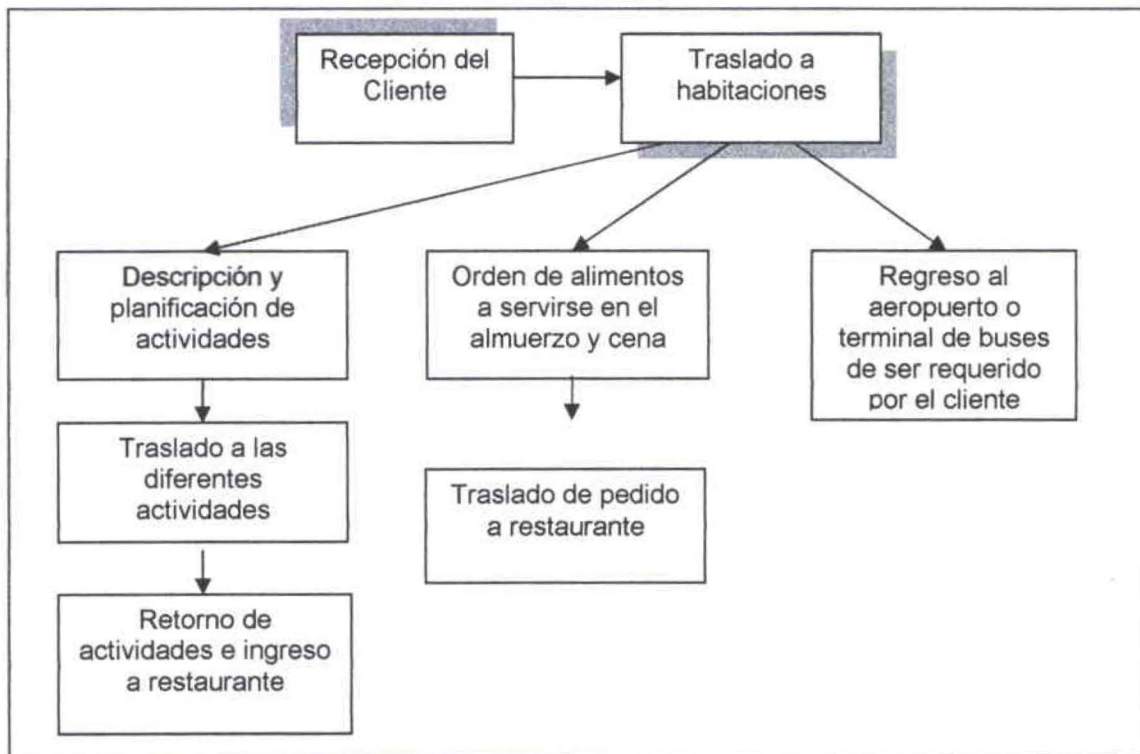
	Ofrecer productos y servicios de excelente calidad.	Diario	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar la materia prima fresca y de primera calidad a través de alianzas estratégicas con proveedores • Aplicar estándares de limpieza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad Total de los productos • Respetar normas de limpieza e higiene • Mantener un sistema de inventarios PEPS
	Incrementar la producción en un 10% anual.	Anual	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar los procesos de producción existentes • Realizar una evaluación de la capacidad instalada de la planta 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad instalada óptima • Incremento de jornada de trabajo
FINANZAS	Apalancar la empresa en un 70% en relación a los activos fijos	Mensualmente	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar la entidad financiera que brinde mayor garantía y beneficios a un bajo interés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar seguimiento y control de las políticas de endeudamiento.

Elaborado por: Autora



4.9.1. Flujoograma del Proceso de Servicio

Figura 4.2.
FLUJOGRAMA PROCESO DEL SERVICIO



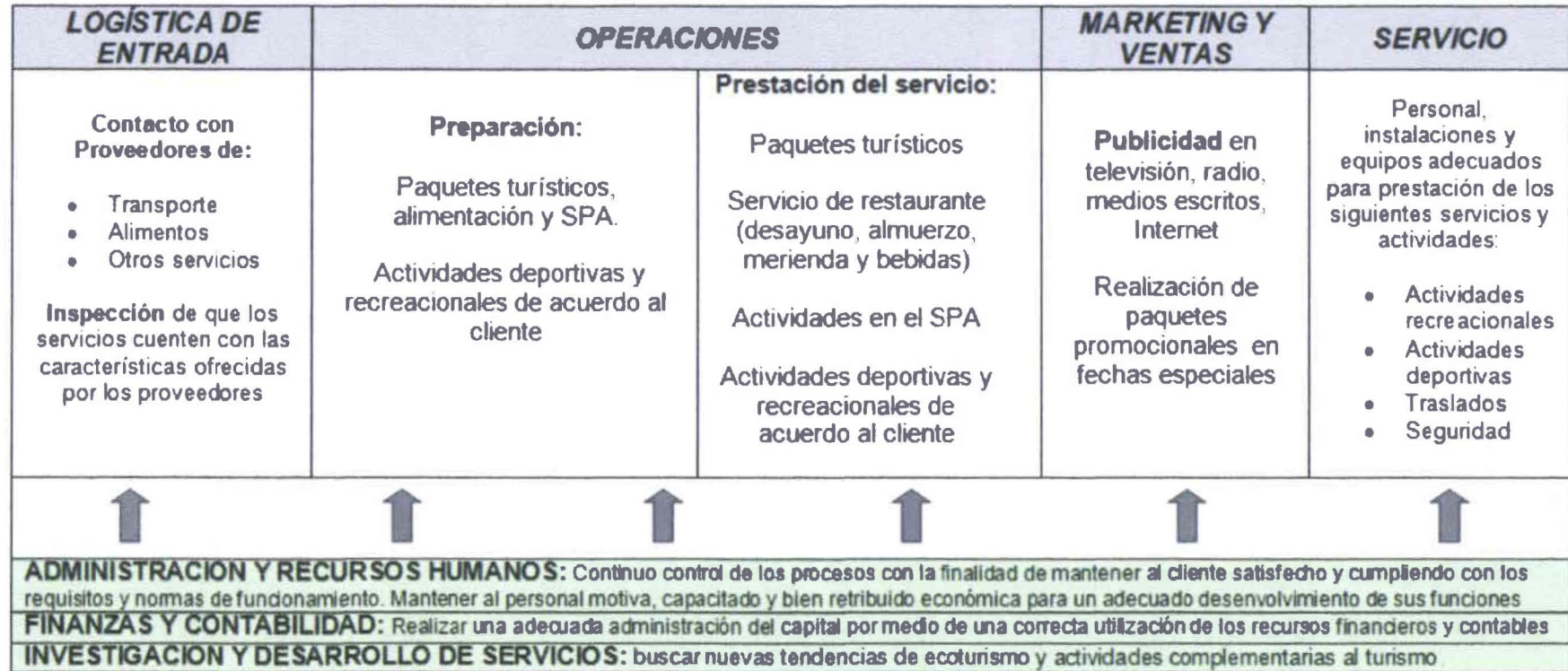
Elaborado por: Autoras

Los diagramas se realizan para mostrar las relaciones entre partes de la organización, además muestra las funciones, pasos o secuencias de los procesos a realizarse dentro de la organización, tal como se puede ver en la figura 4.2. ubicada en la parte superior de la hoja.



Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas

Figura 4.3
DIAGRAMA DE LA CADENA DE VALOR



Elaborado por: Autoras



4.10. PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO

4.10.1. Escala Estratégica

En la figura 4.6, se evidencian la escala estratégica junto con sus capacidades y medidas a tomar.

4.11. ORGANIZACIÓN DE LA HOSTERÍA

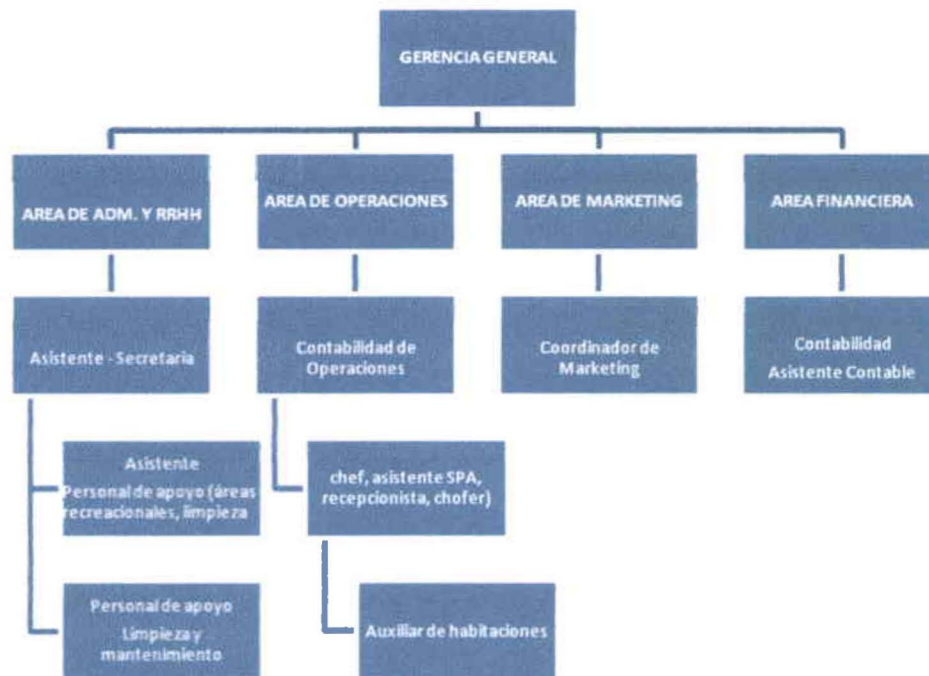
El organigrama representa gráficamente la jerarquización de responsabilidades dentro de la organización, de igual manera divide el trabajo por áreas o departamentos, proporcionando un ambiente interno adecuado y en especial la armonía y coordinación de las unidades estructurales.

La empresa tendrá una estructura organizacional simple, tomando en cuenta que es rápida, flexible, y la contabilidad es clara. Logrando eficacia y eficiencia en las actividades, ya que facilitará el logro de los objetivos permitiendo la utilización mínima de cantidad de recursos; además, se facilitará la comunicación entre departamentos, se podrán tomar decisiones rápidas y oportunas, y por último, se tendrá una relación directa con los clientes.

La empresa estará compuesta por tres niveles jerárquicos, los cuales se presentan en la figura 4.4:



Figura 4.4
ORGANIGRAMA FUNCIONAL HOSTERIA MOMPICHE



Elaborado por: Autoras

4.11.1. Cultura Organizacional

La estructura organizacional, esta basada en valores que deberían ser defendidos y respetados por todos aquellos quienes sean parte de la organización.

Esta cultura, se soporta en base a estrategias enfocadas a lograr posicionamiento de marca, gracias a una diferenciación en el servicio brindado.

Esta estrategia solo podrá ser lograda gracias a una estructura sólida y un personal de gran calidad tanto profesional como humana, el cual será motivado por incentivos de todo tipo.



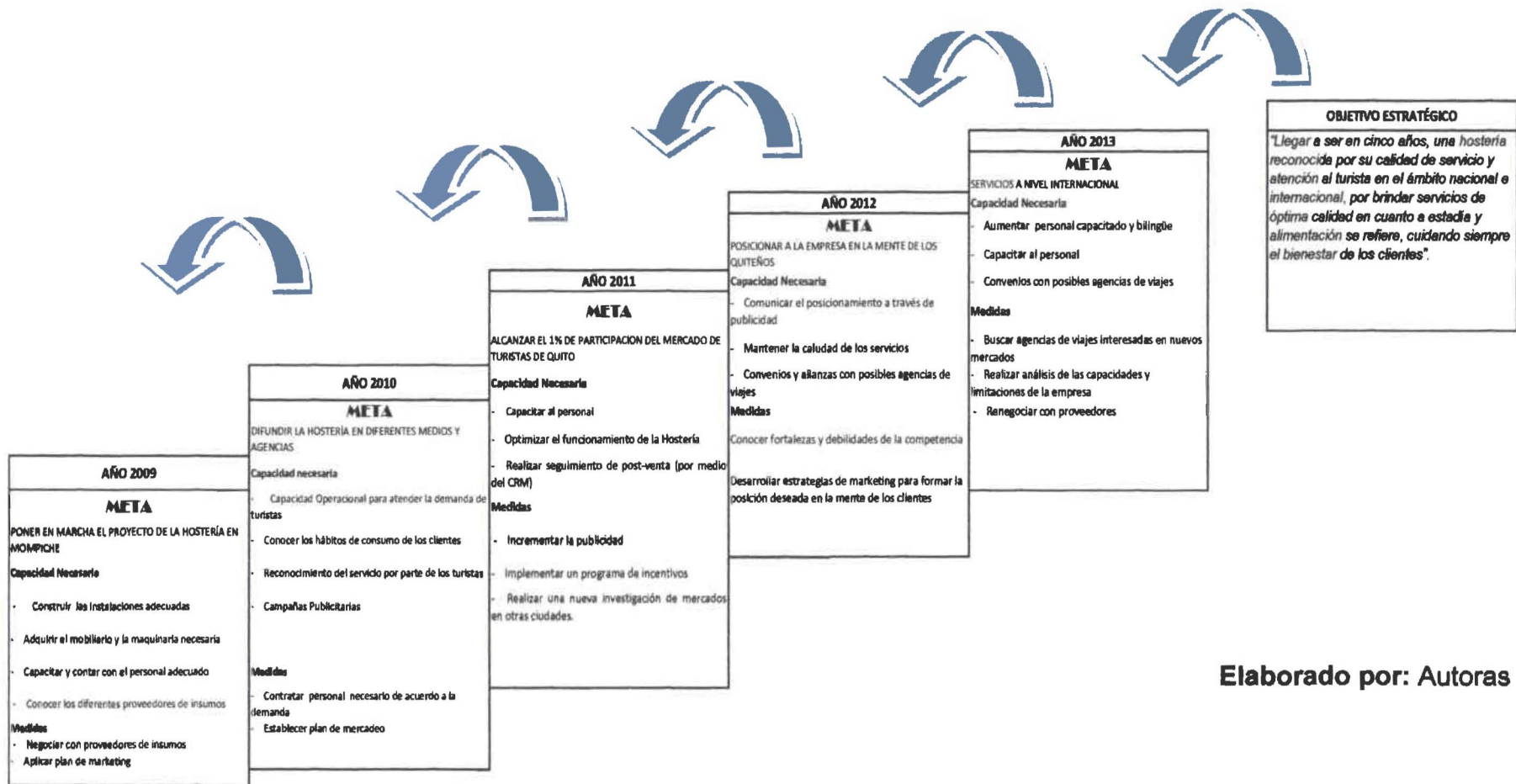
Figura 4.5.
ESQUEMA DE LA ESTRUCTURA Y CULTURA HOSTERIA MOMPICHE



Elaborado por: Autoras



Figura 4.6.
GRÁFICA ESCALA ESTRATÉGICA



Elaborado por: Autoras



Capítulo V **ESTUDIO TÉCNICO**

El tamaño y localización de un negocio es un factor clave de éxito para llegar al segmento meta, tomando en cuenta que en esta industria el cliente es quien tiene el poder negociación y la opción de elegir entre varias alternativas.

5.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El negocio consiste en una hostería ecológica que brinda un servicio diferenciado, enfocado en atender las necesidades de los clientes, con respuestas rápidas y asesoría personalizada.

5.2. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

5.2.1. Tamaño del Proyecto

Factores como la definición y segmentación del mercado, el estudio de competencia, los gustos y preferencias de los consumidores, la fracción de la demanda insatisfecha en relación al mercado total y la descripción del negocio en sí, son considerados para determinar el tamaño del proyecto.

5.2.1.1. Demanda

La demanda es superior al tamaño del proyecto, pues para el primer año es de 6 000 turistas, lo cual indica que existe un mercado en busca de nuevos lugares para experimentar el turismo de aventura y disfrutar de la naturaleza.



5.2.1.2. *Suministros e Insumos*

Al ser un proyecto turístico, los suministros e insumos necesarios pueden ser adquiridos en la ciudad de Esmeraldas y Atacames, tomando en cuenta que hay un gran número de proveedores de los cuales se deberán elegir aquellos que provean materia prima de con buena relación precio-calidad. Entre los insumos y suministros necesarios están: alimentos, higiene y limpieza, salud, botas de caucho, materiales de oficina, objetos decorativos, utensilios domésticos, cámaras de fotos, rollos fotográficos, videos, leña, entre otros.

5.2.1.3. *Tamaño y Localización*

La hostería se encuentra ubicada en Mompiche, sector privilegiado no sólo por los recursos naturales sino también, por los recursos físicos y humanos, y la cercanía con los proveedores, beneficiando el costo de abastecimiento de materiales. La ubicación es aproximadamente a 1 hora y 30 minutos de Esmeraldas, tomando la Ruta del Sol vía Esmeraldas Pedernales, en el Kilómetro 4 pasando el primer desvío que señala el camino a Mompiche.

Figura 5.1.
MAPA DE UBICACIÓN HOSTERÍA MOMPICHE



Fuente: mapquest.com



5.2.1.4. Tecnología y Equipos

No se requiere mucha tecnología para el funcionamiento del negocio, pues lo que se busca es la armonía entre el hombre y la naturaleza preservando los parajes y permitiendo al turista que se deleite con ellos, por tanto, la intervención de tecnología -a excepción de las áreas de cocina, administración y publicidad- es casi nula. Los equipos que se requerirán tan solo serán computadoras, faxes, teléfonos, radios intercomunicadores, equipos de cocina, internet e instalaciones eléctricas.

5.2.1.5. Financiamiento

La inversión es alta considerando, además del terreno, que una hostería ecológica implica obra civil adecuada al medio y poca inversión en equipos o tecnología. El personal requerido es mínimo y el mantenimiento no implica mayores gastos.

5.2.1.6. Organización

Una vez realizado el estudio para determinar el tamaño del proyecto, es necesario verificar que se cuenta no sólo con el personal suficiente sino apropiado; el personal necesario para Hostería Mompiche es mínimo y cada persona conocerá a cabalidad su cargo y función.

5.2.2. Definición de Localización

El proyecto estará localizado en una propiedad de doce hectáreas, en el sector de Mompiche, la cual constituye una zona estratégica que en los últimos años ha crecido gracias al aumento de demanda potencial y afluencia turística, y que no presenta limitantes que puedan afectar al proyecto.



5.2.3. Micro localización

5.2.3.1. Análisis de los Factores de Micro localización

Para que el proyecto tenga éxito es muy importante analizar los factores de micro y macro localización, los mismos que facilitan la determinación del sitio ideal para obtener una mayor factibilidad.

5.2.3.2. Medios y Costos de Transporte

La zona cuenta con vías de fácil acceso que permiten la circulación de vehículos pesados y livianos de proveedores, personal de trabajo y clientes, quienes tienen la facilidad de movilizarse en vehículo propio o en transporte público.

5.2.3.3. Disponibilidad y Costo de Mano de Obra

La cercana provincia de Esmeraldas cuenta con varias universidades, las cuales proporcionan personal calificado en el área administrativa y de ventas.

5.2.3.4. Disponibilidad de Servicios Básicos

El sector escogido para la ubicación del negocio pertenece al área rural pero cuenta con servicios de agua potable, luz eléctrica, alumbrado público y redes telefónicas.

5.3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL NEGOCIO

El tamaño del proyecto ha sido calculado con base en la demanda potencial, la cual asciende al 8% de turistas insatisfechos con los servicios turísticos actuales y que están interesados en el negocio, lo que representa 6 000 turistas.

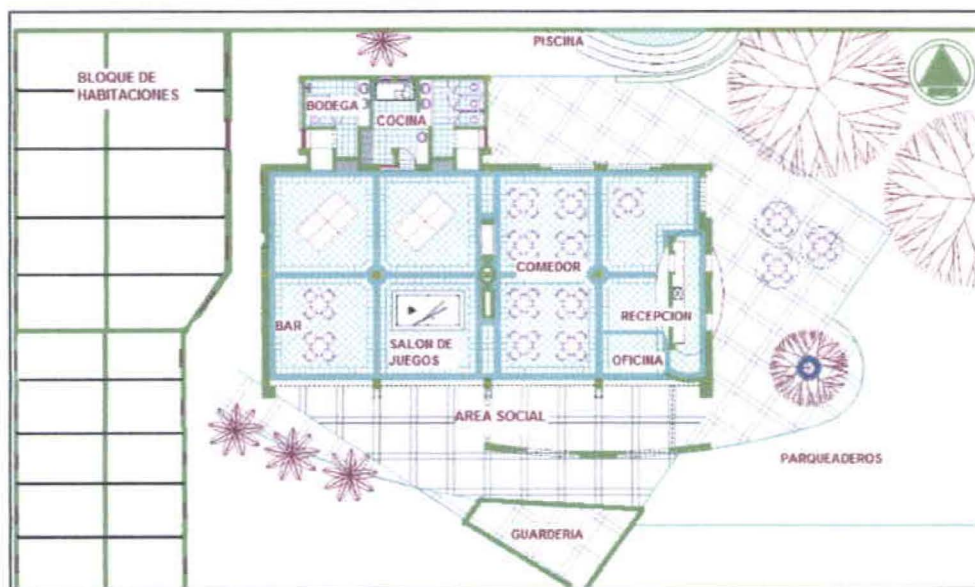
Las doce hectáreas de terreno disponibles estarán divididas en habitaciones, áreas recreativas, restaurante, caballerizas, piscina, parqueaderos, jardines y más.



5.4. DEFINICIÓN DE LAS ÁREAS DEL NEGOCIO

La Hostería contará con 25 habitaciones (10 dobles y 15 familiares); una amplia área para el restaurante, cocina, bodega, cuarto de máquinas y bar; un espacio para piscina, sauna, turco, gimnasio, guardería y caballerizas; y demás zonas recreativas que permitan ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

Figura 5.2.
PLANO GENERAL HOSTERÍA MOMPICHE -VISTA SUPERIOR



Fuente: Arq. Santiago Avilés,
Profesional Independiente

Figura 5.3.
TABLA DE DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO DE LA HOSTERÍA

DETALLE	AREA m2
Habitaciones (cabañas familiares 24 m2 y dobles 18 m2)	555
Pasillos	60
Bar	50
Sala de recepción	30
Gimnasio	30
Cuarto de juegos	35
Guardería	25
La cocina	40
El cuarto de bodega	12
Cuarto para desechos	4
Cuarto de servicio	6

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



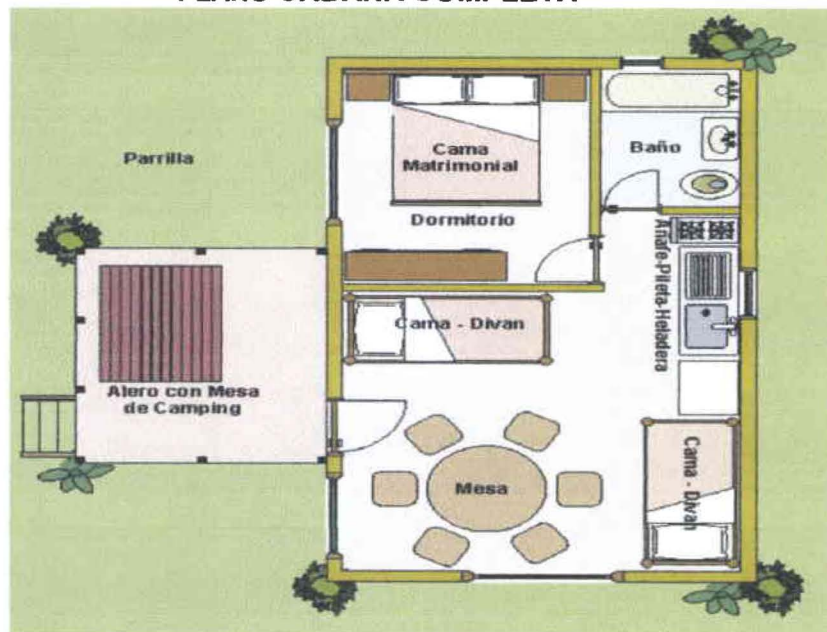
El restaurante	180
Los baños comunes	12
Área administrativa	16
Piscina	160
Sauna y Turco	20
TOTAL	1.235

Elaborado por: Autoras

5.4.1. Habitaciones

Se contará con amplios dormitorios de 18 y 24 m², dependiendo de su uso (doble o familiar), con todas las comodidades.

Figura 5.4.
PLANO CABANA COMPLETA



Fuente: Arq. Santiago Avilés,
Profesional Independiente



5.5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIO

5.5.1. Hospedaje

Este servicio es considerado el eje del negocio, y consiste en dar comodidad, tranquilidad y sobre todo, en hacerle sentir al huésped que es la persona más importante. Para ello, se ofrecerán habitaciones totalmente equipadas y un servicio ofrecido por personal altamente calificado.

5.5.2. Cantidad de Productos Requeridos

Partiendo de una demanda de 6000 turistas al año, se obtiene un estimado de 500 turistas al mes, con un consumo de acuerdo a los paquetes que adquieran. Si se considera que los turistas preferentemente visitarán la hostería los fines de semana, las compras se las tiene que prever para cada semana, con el fin de mantener frescos los alimentos y conservar su calidad.

Figura 5.5.
TABLA CANTIDAD REQUERIDA DE PRODUCTOS PARA EL RESTAURANTE
-INVENTARIO SEMANAL-

DETALLE	Cantidad diaria de lunes a jueves	Cantidad diaria viernes, sábado y domingo	Cantidad total semanal	Cantidad anual
Desayuno	19	80	318	16.515
Almuerzo	19	80	318	16.515
Cena	19	80	318	16.515
Jugo	10	40	160	8.320
Colas	10	40	160	8.320
TOTAL	78	320	1.273	66.186

Elaborado por: Autoras



Capítulo VI

PLAN DE MARKETING

El siguiente plan de marketing pretende determinar las diversas estrategias que deberán llevarse a cabo para la introducción y posicionamiento de la “Hostería Ecológica Mompiche” en el segmento de mercado adecuado; además, dar a conocer los servicios y atributos diferenciadores de la empresa.

6.1. OBJETIVOS

6.1.1. Objetivo General

Posicionar la “Hostería Ecológica Mompiche” en el mercado ecuatoriano, logrando ser reconocida como una de las mejores empresas en ofrecer turismo ecológico en la zona norte del país, considerándola como sinónimo de naturaleza y calidad en su servicio.

6.1.2. Objetivos Específicos

- Lograr una participación de mercado inicial del 8% de la demanda insatisfecha, hasta llegar a tener una participación del 12% al quinto año
- Tener un crecimiento anual de las ventas del 10% hasta el quinto años a través de publicidad y promociones.
- Posicionar a la empresa dentro del mercado nacional al término del cuarto año, dentro de las mejores alternativas de turismo ecológico, para posteriormente comenzar a ampliar el mercado hacia el mercado internacional.
- Ingresar en el quinto año a nuevos mercados internacionales



6.2. MARKETING ESTRATÉGICO

6.2.1. Consumidor

6.2.1.1. Perfil del Consumidor

Son hombres y mujeres entre 20 y 55 años de edad, y familias, de clase media, media-alta y alta, que residen en zonas urbanas de la ciudad de Quito y frecuentemente viajan a diferentes partes del país por turismo y distracción, gustan de la naturaleza y disfrutan de actividades poco comunes. El consumidor objetivo se establece en una posición económica favorable, con capacidad de compra y con un alto nivel de consumo.

6.2.1.2. Deseos y Necesidades del Consumidor

Los turistas tienen una alta propensión al consumo de servicios vinculados con aventura, de alta calidad y precios competitivos. Son consumidores dispuestos a comprar productos o servicios nuevos en el mercado que ayuden a satisfacer sus necesidades de aventura y descanso, en un entorno de armonía natural.

6.2.1.3. Características del Consumidor

- Busca conocer un lugar diferente.
- Tiene ingresos propios.
- Gusta del contacto con la naturaleza.
- Disfruta hacer actividades distintas al hacer turismo.

6.3. MERCADO

6.3.1. Tamaño del Mercado

Ecuador tiene 12 408 859 habitantes, de éstos se estiman 3 722 658 potenciales turistas de los cuales el 17% (632 852) visitan la provincia de Esmeraldas con fines vacacionales²³. De esta porción, el 77% está interesado en que se construya una hostería en Mompiche y de los interesados, el 51% (248 521 personas) está dispuesto a pagar entre US\$ 26 y US\$ 35 y tienen

²³ Ministerio de Turismo



gran interés por conocer Mompiche²⁴. De esta cantidad, un 30% de turistas quedan insatisfechos con los servicios ofrecidos² actualmente, lo que da un universo de 74 556 potenciales turistas que buscan nuevas distracciones.

6.3.2. Estacionalidad

La estacionalidad juega un factor primordial en este tipo de negocio; el servicio hotelero es predominante en temporada vacacional de la sierra (meses de julio, agosto y septiembre), los fines de semana y días feriados.

6.3.3. Competidores

Son competencia indirecta los hoteles y hosterías de las poblaciones cercanas a Mompiche: Atacames, Same, Súa, Playa Ancha, Tonsura, entre los principales.

6.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para obtener un mejor conocimiento de los mercados objetivos, se los ha analizado en base a las siguientes características:

6.4.1. Criterio Geográfico

- Localización: ciudad de Quito
- Población: urbana
- Tamaño: 327 022

6.4.2. Criterio Psicográfico

- Personalidad: consumista
- Estilo de vida: todas las categorías

6.4.3. Criterio Personal

- Sexo: femenino y masculino
- Edad: de 20 a 55 años

²⁴ Encuestas realizadas



6.4.4. Criterio Socio-económico

- Clase social: media, media alta y alta
- Ocupación: indistinta

6.5. POSICIONAMIENTO

La Hostería Mompiche pretende lograr posicionarse en la mente del consumidor de la ciudad de Quito, por brindar el mejor servicio de hospedaje, alimentación y distracción.

6.5.1. Estrategia de Diferenciación del Servicio

Hostería Mompiche quiere diferenciarse de su competencia por su ubicación que ofrece al turista, armonía entre el hombre y la naturaleza, acompañada de actividades únicas como caminatas, deportes extremos acuáticos, tours a las islas y servicios complementarios como guardería y SPA.

6.5.2. Estrategia de venta

Para vender los servicios turísticos de Hostería Mompiche, se utilizarán sistemas de venta directa, vía Internet, y agencias de turismo nacionales.

6.5.2.1. Venta Directa

La venta directa se hará en las oficinas de Quito y en las instalaciones de la Hostería en Mompiche. Se realizarán promociones y venta por teléfono, así como también visitas a instituciones para vender los servicios.

6.5.2.2. Ventas a través de Internet

La Hostería contará con su propia página web www.mompicheen-ecuador.com, a través de la cual se realizará la promoción y venta de los paquetes turísticos.



6.5.2.3. Ventas a través de Agencias de Turismo Nacionales

Existen varias agencias turísticas a nivel nacional que se encuentran bien posicionadas tanto en el mercado nacional, como en el mercado internacional, por lo cual es importante realizar alianzas para promocionar la Hostería y vender sus servicios. Algunas de estas agencias tentativas se listan en el Anexo B1.

6.5.3. Estrategia de Publicidad

La estrategia de publicidad debe ser muy agresiva por la cantidad de competidores existentes en el mercado, aunque no en la zona específica. Se debe comunicar a los potenciales clientes por todos los medios masivos de publicidad: televisión, radio, internet y medios escritos. El mensaje a transmitir estará encaminado a persuadir al turista para que elija a Mompiche como su siguiente destino turístico y que esté convencido que no hay mejor elección para sus vacaciones, o simplemente para un tiempo de relajación.

6.5.3.1. Televisión

Se hará un comercial para promocionar la Hostería, mostrando en imágenes los beneficios y los servicios que se ofertan; poniendo énfasis en los atractivos naturales y en el *confort*, paz y armonía. El comercial saldrá al aire en Ecuavisa, por la facilidad de precios, horarios e influencia en el grupo objetivo. También se promocionará en diversos programas especializados en el fomento del turismo, especiales, reportajes y entrevistas.

6.5.3.2. Radio

En la radio se pautarán dos cuñas, una enfocada al mercado joven y otra dirigida al mercado adulto. Las emisoras elegidas son La Bruja 107.3, Hot 106.1, Onda Cero 103.3, Alfa Súper Stereo 98.5, La Metro 88.5, Radio Disney 90.5 y Joya Stereo 96.1 para el público joven. Ecuashyri 104.9, Sonorama 103.7, Canela 97.3, Radio Bolívar 96.5 y Gitana 94.9 para el público adulto.



6.5.3.3. Medios Escritos

Se diseñarán tres tipos de anuncios que transmitan todos los servicios de la Hostería, uno para publicarlo en diarios, otro para revistas de circulación masiva y otro para revistas especializadas. Las revistas de circulación masiva elegidas son Cosas, Hogar, Soho, Gestión, Pacificard y La Onda, ya que éstas se dirigen a personas del grupo objetivo. Además, se promocionará a través de publicaciones del Ministerio de Turismo y Cámaras de turismo nacional e internacional.

6.5.3.4. Internet

La Hostería contará con su propia página electrónica www.mompiche-ecuador.com en la cual se detallarán todos los servicios que ésta ofrece y todos los parajes y atractivos que posee. Habrá información sobre precios y formas de pago, *tips* importantes para todo turista, galería virtual con imágenes y *tour* virtual. Al ser el Internet un medio masivo, se incorporarán mensajes *flash* para que aparezcan al abrir ciertas páginas visitadas constantemente por personas a nivel mundial. Esto se lo hará en una segunda fase del proyecto.

El detalle de las inversiones en publicidad se puede apreciar en la figura a continuación:

Figura 6.1.
TABLA INVERSIÓN EN PUBLICIDAD

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNIT.	C. TOTAL
1.000	Tarjetas	0,08	80,00
1.000	Hojas volantes	0,06	60,00
1.000	Hojas membretadas y sobres	0,07	70,00
5	Publicidad en prensa	200,00	1.000,00
4	Publicidad en revistas especializadas	250,00	1.000,00
30	Publicidad en televisión	100,00	3.000,00
100	Publicidad por radio	7,00	700,00
	TOTAL		5.910,00

Elaborado por: Autoras



6.6. MARKETING MIX

El *marketing mix* permite apreciar con claridad las estrategias que se van a utilizar para dar a conocer a la empresa; éstas se resumen en cuatro P`s.

6.6.1. Características del Servicio

Todos los servicios que ofrecerá HOSTERIA MOMPICHE serán de la más alta calidad para satisfacer las exigencias de los turistas preservando siempre la armonía entre el hombre y la naturaleza.

A continuación se detalla los servicios se ofrecer y los paquetes según las necesidades y preferencia de los consumidores se los puede observar detalladamente en el Anexo B2.

- Servicio de hospedaje
- Servicio de restaurante: desayuno, almuerzo, merienda y bebidas alcohólicas y no alcohólicas
- Servicios de SPA
- Visitas a lugares propios de la zona, caminatas, cabalgatas, deportes extremos, pesca deportiva, clases de baile etc.
- Guías turísticos

6.6.1.1 Imagen Corporativa

La imagen representa la belleza de las playas esmeraldeñas. La palabra "Hostería" representa el servicio, y "Mompiche" hace referencia a la ubicación.

6.6.1.2 Slogan

El *slogan* "Como en el cielo", pretende transmitir al cliente la idea de que la experiencia que va a vivir es sin límites. Una vez vivida, el turista sentirá que alcanzó sus expectativas y quedará grabada en su mente por siempre.



6.6.1.3 Logotipo

Es de color verde que lo identifica con la naturaleza y celeste, que se lo compara con el mar y el cielo, diseño que al leerlo lo identifica claramente con la naturaleza y el mar.

Figura 6.2

LOGOTIPO DE HOSTERIA MOMPICHE



Elaborado por: Autoras

6.6.2. Precio y Forma de Pago

6.6.1.4 Precio

Hostería Mompiche manejará el sistema de todo incluido (hospedaje, comidas, bebidas, actividades e impuestos). Los precios serán por persona, de acuerdo con el paquete turístico elegido. Niños menores de 11 años pagarán mitad de precio. Los precios por paquete se detallan en la tabla 6.3.:



Figura 6.3
PRECIO DE PAQUETES

Costos	paq 1	paq 2	paq 3	paq 4	paq 5
Costos variables					
Alimentación	4.62	5.37	7.31	11.93	16.55
bebidas (8 en promedio)	1.58	3.16	4.74	6.32	7.90
implementos de aseo (jabón, papel, shampoo)		1.00	2.00	3.00	4.00
luz, agua, limpieza de habitación, toallas, sábanas		2.00	4.00	6.00	8.00
Spa	2.00	4.00	6.00	8.00	10.00
Comisiones (tarjeta de crédito y Agencias de Viaje)	3.00	6.00	7.50	12.00	15.00
Total Costo variable	11.20	21.53	31.55	47.25	61.45
Costos Fijos	14.88	22.32	29.76	44.64	59.52
Total Costos	26.08	43.85	61.31	91.89	120.97
Margen de ganancia	3.92	16.15	13.69	28.11	29.03
PRECIO PAQUETE	30.00	60.00	75.00	120.00	150.00

Elaborado por: Autoras

6.6.1.5 Formas de Pago

El pago puede realizarse de las siguientes formas:

- a. Pago directo: efectivo, depósito o tarjeta de crédito corriente.
- b. Pago diferido: tarjeta de crédito a 3 o 6 meses con intereses.
- c. Pago por Internet.
- d. Membrecías

El pago directo se lo puede hacer en efectivo en las oficinas de la Hostería, a través de un depósito en la cuenta bancaria, o pago con tarjeta de crédito corriente o diferido (con intereses dependiendo de la tarjeta). Las tarjetas aceptadas serán: VISA, MASTERCARD, DINERS CLUB y AMERICAN EXPRESS. Otras formas de pago son: a través de la página web de la Hostería y mediante membrecías, que consiste en un pago anual que permitirá a los socios hacer uso de las instalaciones dos veces por año.



6.6.2 Plaza

A pesar de que la Hostería se ubicará en Mompiche, la mayor parte de la operación y promoción se la realizará desde Quito y a través de Internet.

6.6.3 Promoción

La promoción permite dar a conocer los servicios que ofrecerá Hostería Mompiche al mercado objetivo, a través de sus paisajes, playas y deportes, al igual que la alimentación que se le brindará.

6.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

En Ecuador existen 3 722 658 potenciales turistas, (ver figura 6.4.9, de los cuales el 17% (632 852) visitan la provincia de Esmeraldas con fines vacacionales²⁵. De este porcentaje, el 77% está interesado en que se construya una hostería en Mompiche y de esta parte, el 51% está dispuesto a pagar entre US\$26 y US\$35; es decir, 248 521 personas tienen un gran interés por conocer Mompiche²⁶. De esta cantidad, un 30% están insatisfechos con los servicios actualmente ofrecidos², con lo que se obtiene un segmento de 74 556 potenciales turistas que buscan nuevas distracciones, lugares y servicios. Se espera por tanto, que el proyecto abarque aproximadamente el 8% anual de esta porción, 6 000 turistas nacionales al año. (Ver figura 6.6)

Figura 6.4.
TABLA TURISTAS NACIONALES

Total habitantes en el Ecuador	12,408,859
Potenciales Turistas	3,722,658
Turistas nacionales que viajan al exterior (19%)	707,305
Turistas nacionales que visitan Esmeraldas (17%)	632,852
Turistas nacionales que visitan otras provincias del País (64%)	2,382,501

Fuente: Ministerio de Turismo

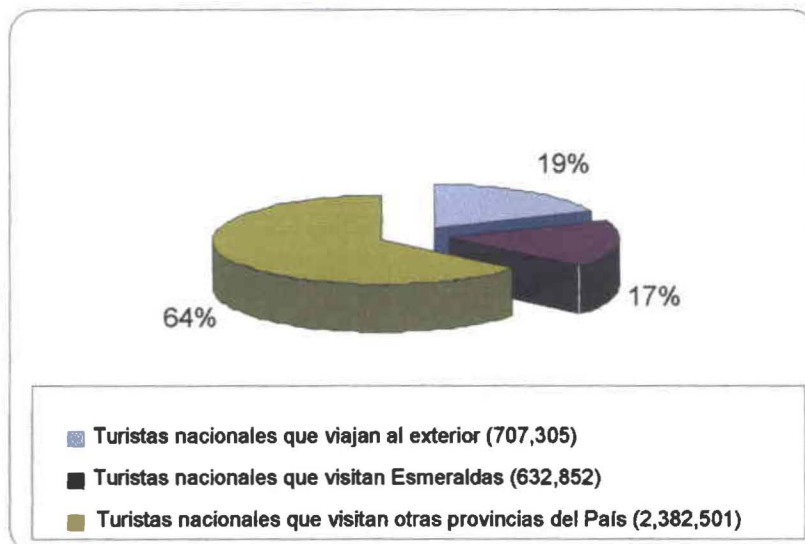
Elaborado por: Autoras

²⁵ Ministerio de Turismo

²⁶ Encuestas realizadas



Figura 6.5.
GRÁFICO TURISTAS NACIONALES



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Autoras

Figura 6.6
TABLA MERCADO META NACIONAL

Turistas Insatisfechos	74.556
Mercado Meta Nacional ($\pm 8\%$)	6.000

Elaborado por: Autoras

Figura 6.7
GRÁFICO MERCADO META NACIONAL



Elaborado por: Autoras



En las condiciones normales analizadas, las ventas se proyectan de la siguiente forma:

6.7.1 Supuestos

- Las proyecciones de ventas tendrán un horizonte de 5 años y serán en tres escenarios posibles, dentro de los cuales están: optimista, esperado y pesimista.
- Para determinar el número de turista que visitarán la hostería, se tomó como referencia los resultados obtenidos de los turistas insatisfechos tomando un 8% como mercado meta nacional (Ver figura 6.4 y 6.6)
- La participación que Hostería Mompiche tendrá una participación inicial de mercado del 8% en un escenario esperado.
- Se estima un crecimiento del 10% anual.

6.7.2 Escenario Esperado

Figura 6.8
PROYECCIÓN DE VENTAS ESCENARIO ESPERADO

AÑO	Turista	+	%Crecimiento	=	# de Turistas
2009 =	6.000	+	0	=	6.000
2010 =	6.000	+	600	=	6.600
2011 =	6.000	+	1.200	=	7.200
2012 =	6.000	+	2.000	=	8.000
2013 =	6.000	+	3.000	=	9.000

Elaborado por: Autoras

6.7.3 Escenario Pesimista

Si las condiciones del proyecto cambian entrando en una recesión, se estima una reducción considerable del 40% respecto a las condiciones normales.



Figura 6.9
PROYECCIÓN DE VENTAS ESCENARIO PESIMISTA

AÑO	6 000 * (1-0,40)	+	% Crecimiento	=	# de Turistas
2009 =	3.600	+	0	=	3.600
2010 =	3.600	+	400	=	4.000
2011 =	3.600	+	800	=	4.400
2012 =	3.600	+	1200	=	4.800
2013 =	3.600	+	1800	=	5.400

Elaborado por: Autoras

6.7.4 Escenario Optimista

Si las condiciones del proyecto cambian por mejores condiciones económicas del país, se estima un crecimiento del 20% respecto a las condiciones normales. Dicho porcentaje se obtuvo sumando el promedio de crecimiento del sector turista, la desviación estándar (Ver anexo B3)

Figura 6.10
PROYECCIÓN DE VENTAS ESCENARIO OPTIMISTA

AÑO	6 000 * (1+0,20)	+	% Crecimiento	=	# de Turistas
2009 =	7.200	+	0	=	7.200
2010 =	7.200	+	600	=	7.800
2011 =	7.200	+	1.200	=	8.400
2012 =	7.200	+	2.000	=	9.200
2013 =	7.200	+	3.000	=	10.200

Elaborado por: Autoras



Capítulo VII **ANÁLISIS FINANCIERO**

En este presente capítulo se desarrollarán los costos y gastos, así como los ingresos, egresos y las fuentes de financiamiento. Se realizará el análisis e interpretación de las tablas analíticas, basados en los supuestos financieros fundamentales para el desarrollo del plan de negocio permitiendo proyectar a la empresa en el tiempo, evaluar su desarrollo y obtener la rentabilidad del negocio.

7.1. SUPUESTOS FINANCIEROS

1. Se contará con una oficina principal en la Hostería y otra en Quito.
2. El horizonte de evaluación será a cinco años.
3. Se realizará una inversión inicial de US\$ 415 000,00, compuesta por construcciones físicas, equipamiento de la hostería, equipamiento de SPA, equipos deportivos, equipo de gimnasio, centro de entretenimiento, equipamiento oficinas y restaurante, juegos infantiles, requerimientos de animales, vehículos e intangibles (Ver anexo C1). Esto incluye USD \$ 24 131.60 como capital de trabajo
4. La nómina de empleados se basarán en las disposiciones del Código de trabajo (Ver anexo C2)
5. La proyección de ventas se analizarán en tres escenarios: optimista (120% de los paquetes ofertados), pesimista (60% de los paquetes ofertados) y normal (100% de los paquetes ofertados); contemplando un incremento anual de turista del 10% para los cinco años, Ver figuras 6.8, 6.9 y 6.10 del Capítulo 6.
6. Se consideró un financiamiento del 70% del valor de los activos fijos, a una tasa referencial del 16% del Banco del Pichincha (Ver anexo C3).



7. La estructura del capital será con aportes de dos socias en efectivo y en especies (terreno).(Ver anexo C1)
8. Se realizó el costeo de alimentación y bebidas (desayuno, almuerzo y merienda). Partiendo de una demanda de 6000 turistas al año, se obtiene un estimado de 500 turistas al mes, con un consumo de acuerdo a los paquetes que adquieran (Ver anexo C4)
9. Se calcularon los costos totales para cada uno de los paquetes ofertados (Ver anexo C5).
10. La participación de los distintos paquetes # 1, #2, #3, #4, #5 y actividades deportivas son las siguientes: 3,92%, 18,82%, 49,02%, 18,82% 7,84% y 1,57% correspondientemente.
11. En los gastos se consideró un incremento inflacionario promedio de los últimos cinco años, del 5%.
12. Se utilizó el método de línea recta para el cálculo de la depreciación (Ver anexo C6).
13. Dentro de las amortizaciones estarán los gastos por concepto de constitución de la empresa y adecuaciones de la planta, en una lapso de 5 años (Ver anexo C7)
14. El costo de oportunidad es del 37,79%, calculado en función de las condiciones del país al 30 de septiembre de 2008. Para cuyo análisis se utilizó la tasa libre de riesgo de los bonos del tesoro de Estados Unidos, el promedio de las betas de las empresas similares a la Hostería, la tasa de mercado y la rentabilidad libre de riesgo de Estados Unidos, y finalmente el riesgo país del Ecuador (Ver anexo C8, C9)
15. Los flujos de caja se realizarán en tres escenarios: esperado, optimista y pesimista; con apalancamiento y sin apalancamiento (Ver anexo C10, C11, C12, C13, C14, C15)
16. Se analizará los indicadores financieros más relevantes para el escenario esperado con financiamiento (Ver anexo C16)



17. El valor de rescate se determinará en base al precio de mercado que tendrán los activos fijos de la empresa dentro de cinco años (Ver anexo C17)
18. Se desarrolló un análisis de sensibilidad al precio y de la cantidad de paquetes que se ofrecen (Ver anexo C18)

7.2. ANALISIS DE LA VIABILIDAD FINANCIERA

7.2.1. Van y TIR del Proyecto

El Valor Actual Neto –VAN es un indicador que permite apreciar si los flujos de efectivo traídos a valor presente son iguales o superiores a su inversión inicial, al aplicar una tasa de descuento requerida por los accionistas.

Los datos demuestran que el plan es atractivo y viable para los inversionistas con financiamiento dado que los valores del VAN y la TIR son más altos.

Figura 7.1.
TIR Y VAN DEL PROYECTO CON Y SIN FINANCIAMIENTO

Resumen de escenario	PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO		
	NORMAL	OPTIMISTA	PESIMISTA
Celdas cambiantes:			
VENTA DE PAQUETES Y SERVICIOS MENSUALES	500	600	300
Celdas de resultado:			
VAN	-52.553,90	35.613,54	-228.888,79
TIR	31,76%	41,80%	10,27%

Resumen de escenario	PROYECTO CON FINANCIAMIENTO		
	NORMAL	OPTIMISTA	PESIMISTA
Celdas cambiantes:			
VENTA DE PAQUETES Y SERVICIOS MENSUALES	500	600	300
Celdas de resultado:			
VAN	73.172,15	161.339,59	-103.162,74
TIR	56,66%	79,62%	11,54%

Elaborado por: Autoras



7.3. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Se ha determinado el punto de equilibrio²⁷ tomando como base el volumen de ventas anuales para cada año de operación. Con la siguiente fórmula, se podrá determinar el punto de equilibrio en dólares, ya que al tener varios paquetes se complica determinarlo en unidades.

$$P.E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}} \quad (28)$$

Figura 7.2.
PUNTO DE EQUILIBRIO EN US DOLARES

AÑO	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES TOTALES	INGRESOS TOTALES	EQUILIBRIO DOLARES
1	176.776,13	181.128,78	459.000,00	292.006,66
2	177.563,15	209.203,75	504.900,00	303.188,27
3	175.520,66	241.630,33	610.929,00	290.362,98
4	171.768,22	279.083,03	672.021,90	293.765,80
5	167.424,84	322.340,90	739.224,09	296.880,47

Elaborado por: Autoras

²⁷ Tomado de ROSS, S. (2001), **Fundamentos de Finanzas Corporativas**. México: Mc. Graw Hill.

²⁸ Formula tomada de Fernandez Padilla Rigoberto. **Costos y Gastos, de lo elemental a lo fundamental**. EAEHT. 2005.



Capítulo VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

- El turismo representa la tercera fuente de ingresos económicos del Ecuador, por lo que es importante explotar este sector aprovechando todas las ventajas competitivas y comparativas que el país posee: recursos naturales, cultura, historia, arquitectura, atractivos turísticos, y su gente.
- La provincia de Esmeraldas ha experimentado un incremento de la afluencia turística en los últimos años debido a la gran cantidad de atractivos turísticos y recursos naturales de esta zona, el desarrollo de infraestructura y la belleza del mar, gran ventaja para la implementación de la Hostería en Mompiche.
- Mediante el análisis del entorno se puede observar que a pesar de que el Ecuador tiene una economía dolarizada, no existe una completa estabilidad económica, pues la inflación tiene una tendencia al alza y las tasas de interés son elevadas, restando competitividad al país. Esto se refleja en el bajo crecimiento del PIB en el 2007 (tan sólo el 3%).
- La inversión para montar una hostería es muy elevada, básicamente por el costo del terreno e infraestructura, siendo ésta una barrera de entrada para la industria.
- Existe gran cantidad de competencia indirecta en lugares cercanos a Mompiche; sin embargo, no existe ningún competidor directo que ofrezca servicios de hospedaje, restaurante, SPA, actividades deportivas y recreativas en un ambiente ecológico.
- En lo que se refiere a la parte legal, no existen impedimentos para el establecimiento de la hostería; al contrario, existen varias políticas que fomentan y promocionan el turismo a nivel nacional, lo que genera

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



beneficios para la empresa y permite, a través de regulación especial, que el turismo sea más efectivo y que su calidad se mantenga en niveles aceptables.

- El estudio de mercado determinó la existencia de una demanda real que será abarcada por el proyecto, 6 000 turistas al año; además, se identificaron los gustos y preferencias de los turistas, información básica para satisfacer sus necesidades con servicios de calidad a precios competitivos.
- El mercado objetivo al que se dirigirá la Hostería son las personas de clase media, media alta, gente que prefiere lo ecológico y sistemas todo incluido. Por lo general, visitan la hostería en vacaciones, acompañados por la familia y amigos; prefieren pagar en efectivo y tarjeta de crédito, en la oficina de Quito o Mompiche.
- El 52% de los encuestados viajan con familia o amigos entre 1 a 3 personas; mientras que el 43% viaja entre 4 y 5 personas. Al 81% de los potenciales clientes les interesaría conocer Mompiche. El 6% conoce sitios de hospedaje en Mompiche y de éste, al 77% del 81% de las personas que contestaron afirmativamente, les gustaría que se construyera una hostería en Mompiche.
- El posicionamiento de Hostería Mompiche se logrará a través de fuertes estrategias de marketing, publicidad y promoción, las cuales se reflejan en la planeación estratégica realizada. La clave es la estrategia de diferenciación de “todo incluido”.
- Acorde con este estudio, se determinó que el plan de negocios es completamente viable ya que se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) de \$135.766,57 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 61,35%.
- La mejor alternativa de inversión es apalancarse ya que los indicadores financieros presentan mayores beneficios.
- El proyecto contemplado en este plan de negocio es financieramente viable y sin problemas de liquidez, como se aprecia en sus indicadores.



8.2. RECOMENDACIONES

- Se aconseja empezar la construcción y operación de la Hostería Mompiche lo más pronto posible ya que aún no existe competencia en la zona, lo que es una gran oportunidad de negocio.
- Buscar los mejores proveedores, pues esta selección se reflejará en la calidad de los productos.
- Hacer una adecuada selección de personal tanto en el área administrativa como operativa para poder brindar un mejor servicio a los clientes dentro de las áreas de la hostería y los servicios relacionados que se ofertan.
- Manejar adecuadamente los medios publicitarios para obtener una buena concienciación y fidelidad de los clientes hacia la hostería.
- Dada su viabilidad, el proyecto no debe quedarse solo en papel, es importante que sea ejecutado; de esta forma, todo el trabajo realizado será recompensado.



BIBLIOGRAFÍA

1. HILL Charles, W. y Gareth R. Jonesl. *Administración Estratégica un Enfoque Integrado*. México, Mc Graw-Hill, marzo 2005.
2. BATEMAN, Thomas S. y Scott A. Snell. *Administración una ventaja competitiva*. México, Impresora Apolo S.A., 2000.
3. PORTER, Michael E. *Estrategia competitiva*. México, Compañía Editorial Continental S.A., 1997.
4. RAMOS, Enrique y Héctor Alberto Faga. *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. México, Ediciones Granica S.A., 2000.
5. GITMAN, L. *Administración financiera básica*. México, Harla S.A., 1990.
6. HARRINGTON, J. *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. México, Mc Graw-Hill, 1993.
7. HAY, Edward. *Justo a tiempo*. México, Norma S.A., 1998.
8. DEAR, Anthony. *Hacia el justo a tiempo*. México, Ventura Ediciones, 1991.
9. MC GRAW-HILL. *Fundamentos de gerencia financiera*. Bogotá, Interamericana S.A., 2001.
10. VARELA, Rodrigo. *Innovación empresarial*. Bogotá, Pearson Educación de Colombia, 2001.
11. CHIRIBOGA, Luis. *Diccionario técnico financiero ecuatoriano*. Quito, Imprenta Jokama, diciembre 2003.

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



12. *Dirección de marketing y ventas*. Madrid, Cultural S.A., 2002.
 13. OROZCO, Arturo. *Investigación de mercados, conceptos y práctica*. Madrid, Editorial Norma, 1999.
 14. SAPAG, Chain. *Preparación y evaluación de proyectos*. México, Mc Graw-Hill, 1999.
 15. VILLALBA, Carlos. *Metodología de la investigación científica*. Segunda edición. Quito, Sur Editores, 2004.
 16. VILLALBA, Carlos. *Guía para la Elaboración de Anteproyectos y Proyectos*. Quito, Sur Editores.
- <http://www.inec.gov.ec>
 - <http://www.bce.gov.ec>
 - <http://www.marketineros.com/marketing-de-empresasturisticas.htm>
 - <http://www.ildis.org.ec/estadisticas/estadisticassei.htm>
 - <http://www.cfn.fin.ec>
 - <http://www.ecuadorexplorer.com/html/ecolodges.html>



ANEXOS A INVESTIGACIÓN DE MERCADO



ANEXO A1 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

En la entrevista realizada al ingeniero **Vladimir Vizcaíno Sierra**, Gerente de la Agencia de Viajes Tierra de Fuego, ubicada en la ciudad de Quito, le preguntamos lo siguiente:

- 1.) *¿Cuál es el tipo de turista que visita la Agencia?*
Es básicamente turista extranjero que busca asesoría para conocer el Ecuador.
- 2.) *¿Si son nacionales o extranjeros. Cuál es el porcentaje?*
90% son turistas extranjeros y apenas un 10% sería locales
- 3.) *¿Cuáles son los destinos turísticos que prefieren sus clientes?*
Básicamente Galápagos y el Oriente ecuatoriano
- 4.) *¿Cuáles son las temporadas de mayor afluencia de turistas?*
Los meses de mayo, junio y julio
- 5.) *¿Qué tipo de hospedaje prefieren sus clientes y con qué servicios adicionales?*
La mayoría no busca hoteles cinco estrellas primero por su costo y segundo quieren vivir la aventura y prefieren lo natural, adicionalmente prefieren los deportes extremos y de aventura.
- 6.) *¿De qué países son los turistas que contactan su Agencia?*
Muchos de los turistas son norteamericanos pero también existen turistas europeos y estos son más alemanes, holandeses
- 7.) *¿Cuál es el rango de edad de sus clientes?*
Es un target joven están entre 17 a 45 años
- 8.) *¿Qué porcentaje de sus clientes prefiere el turismo ecológico?*
Son pocos yo diría que un 15% máximo, ellos prefieren el turismo de aventura rodeado de naturaleza eso si.
- 9.) *¿Qué tipo de paquetes turísticos ofrece la Agencia?*
Como la mayoría prefiere Galápagos y el oriente los paquetes están dirigidos solo a estas dos zonas y son todo incluido con transporte alimentación y hospedaje.



- 10.) *¿Qué medios de publicidad utilizan para promover la Agencia?*
Nosotros utilizamos básicamente el internet y en ciertas ocasiones la prensa escrita para captar a turistas nacionales pero nosotros mantenemos convenios con otras agencias de viajes que nos remiten turistas y viceversa.
11. *¿Actualmente tienen alguna alianza con hoteles u hosterías de la provincia de Esmeraldas?*
Como te mencioné anteriormente no trabajamos con la costa por lo que no mantenemos alianzas con ningún hotel, pero sería interesante el mantener alianzas y ampliar los servicios a esta zona del país.

La entrevista realizada a la licenciada **Gabriela Maya**, Administradora del Hostal Jhoana en la provincia de Esmeraldas le consultamos lo siguiente:

1. *¿Cuál es el tipo de mercado al que está enfocado el Hostal?*
Turistas clase media de edades entre 20 y 45 años aproximadamente con deseos de aventura y disfrutar de la naturaleza.
2. *¿Cuál es el porcentaje de turistas nacionales y de extranjeros que visitan el Hostal?*
Es variado en ciertas fechas del año como los meses de mayo junio y julio existe bastante turista extranjero mientras que julio y agosto es turista nacional.
3. *¿Cuáles son los servicios adicionales que ofrece el Hostal?*
Solo el de alimentación pues no se cuenta con una infraestructura adecuada para brindar mayores servicios, si se tiene contactos para brindar servicios pero son fuera del hostal.
4. *¿Cuál es el tipo de habitación y los precios que ofrecen?*
Habitaciones sencillas y dobles que están entre 15 y 30 dólares dependiendo si desean con aire acondicionado o no.
5. *¿Qué tipo de promociones u ofertas maneja la Administración?*
No se maneja ofertas lo que se considera en temporada baja es bajar los precios de acuerdo a la cantidad de turistas.
6. *¿Cómo se promocionan internacionalmente?*
Sólo por el Internet.



ANEXO A2 FORMATO DE APLICACIÓN DEL FOCUS GROUP

Pregunta 1

Cual es la tendencia de clima para vacacionar?

Pregunta 2

¿Cuáles son los sitios de preferencia para vacacionar?

Pregunta 3

¿Cuántos días suelen permanecer de vacaciones?

Pregunta 4

¿Cuál es la preferencia de la infraestructura para hospedarse?

Pregunta 5

¿Cuál es el precio que es están dispuesto a pagar por hospedarse en una cabaña rustica, con su estructura de madera, y servicios independiente como son sala, comedor y cocina; a la vez cada cabaña teniendo una capacidad hasta 8 personas?

Pregunta 6

¿Le gustaría que al lugar donde se van a hospedar les brinde servicios extras como son cabalgatas, caminatas, pescas deportivas etc.... Y cuanto pagaría por este servicio extra?

Pregunta 7

¿Cuál es el presupuesto asignado para hospedarse?

Pregunta 8

¿Conoce la playa de Mompiche?

Pregunta 9

¿Cuál es opinión de las personas que conocen?

Pregunta 10

¿Estarían dispuestos a visitar este lugar?



**ANEXO A3
FORMATO DE ENCUESTA**

Encuesta

Edad:....

Profesión.

Sexo: M. F.....

1. Con cuántas personas en promedio usted viaja?

1 a 3

4 a 5

mas de 5

2. Marque con una X en el grado de conocimiento que tenga de cada uno de los siguientes lugares

	Alto	Medio	Bajo
Atacames	—	—	
Mindo	—	—	
Muisne	—	—	
Same			
Mompiche			
Sua	—	—	

3. ¿Le gustaría conocer Mompiche y sus alrededores?

Si ___

No ___

4. ¿Conoce establecimientos que brinden servicio de alojamiento en Mompiche?

Si ___

No ___

Cuáles? _____

5. ¿Le gustaría que se construyera una hostería en Mompiche que le brinde nuevas alternativas y servicios?

Si ___

No ___

6. ¿Qué instalaciones debería tener esta hostería?

Canchas deportivas

Sauna

Almacén de artesanías

Piscina

Bar-Restaurante

Otras(cuáles?) _____



7. ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría que se ofrezcan en la hostería? (escoja máximo 4)

Observación de flora y fauna
 Caminatas en torno a la naturaleza
 Deportes extremos
 Visitas a atractivos turísticos naturales
 Equitación
 Ciclismo de montaña
 Pesca deportiva
 Otras (cuáles?)_____

8. ¿Cuántos días se alojaría en nuestra hostería considerando que todos los días tendría diferentes opciones de actividades y lugares por conocer?

1 a 2 ___ 3 a 4 5 a 8 ___ 8o más ___

9. Cuantas veces al año visitaría la Hostería?

1 a 2 ___ 3 a 4 5 a 8 ___ 8o más ___

10. Qué aspectos toma en cuenta para escoger el lugar donde se hospedará durante sus vacaciones?

Precio Comodidad Ubicación
 Información del lugar Establecimiento ecológico Actividades a realizar
 Belleza paisajística del entorno
 Belleza del establecimiento
 Promociones
 Seguridad
 Otro (cuál?) _____

11. Generalmente dónde busca información para escoger los destinos turísticos que visita?

Internet	Revistas
Periódico	Folletería
Agencias de viajes	Publicidad Tv
Guías de viaje	Publicidad Radio
Amigos-familiares / otros (cuál) _____	



12. Sabiendo que existe una hostería ecológica en Mompiche Provincia de Esmeraldas y que ofrece servicios de alojamiento y alimentación, además de deportes de aventura, actividades de recreación y contacto con flora y fauna todo en un conjunto como paquete turístico. ¿Cuánto usted pagaría por estos servicios?

Hasta 15 USD

16-25 USD

36-35 USD

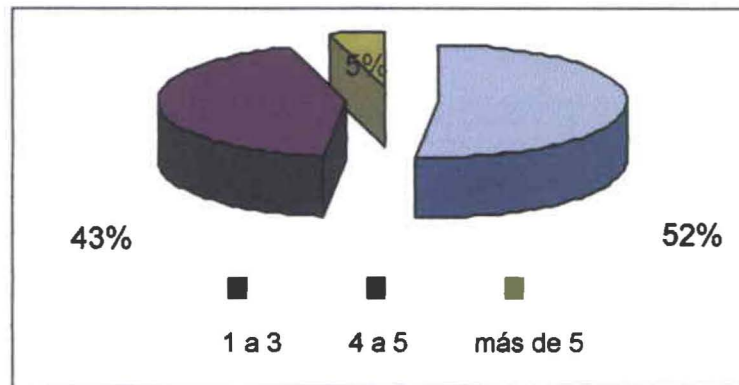
más de 35 USD



**ANEXO A4
RESULTADO ENCUESTAS**

1. ¿Con cuántas personas en promedio usted viaja?

Figura 3.3.
GRÁFICO NUMERO DE ACOMPAÑANTES DE VIAJE



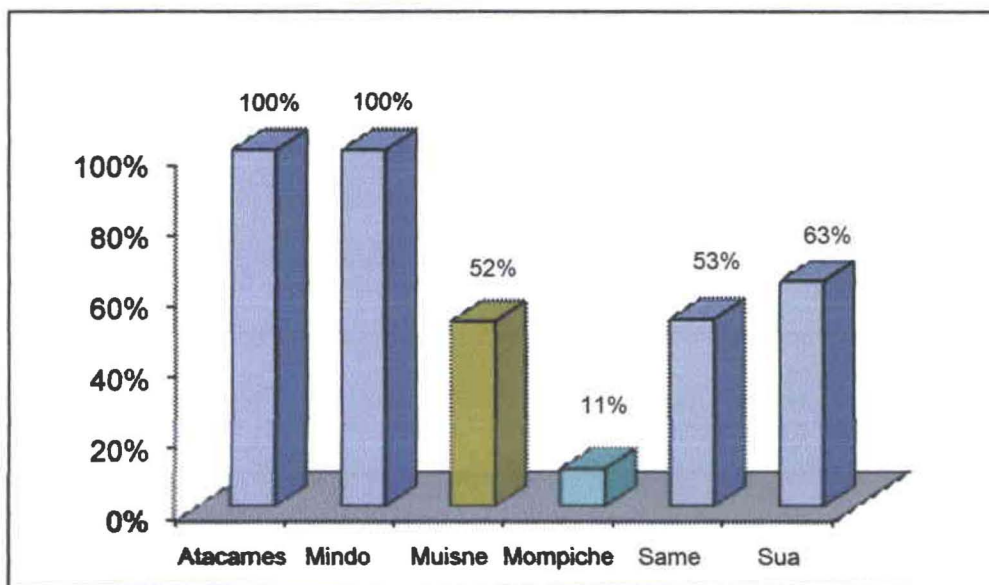
Elaborado por: Autoras

El 52% de los encuestados viajan con familia o amigos entre 1 a 3 personas, y un 43% entre 4 y 5 personas, lo que permite apreciar que los resultados se deberán proyectar no por individuos sino por grupos.



2. Marque con una X el grado de conocimiento que tenga de cada uno de los siguientes lugares

Figura 3.4
GRÁFICO CONOCIMIENTO DE LUGARES TURÍSTICOS



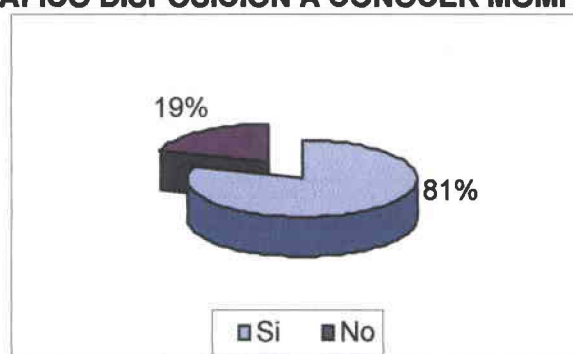
Elaborado por: Autoras

Al ponderar los resultados del grado de conocimiento de los entrevistados en los diferentes sectores, se aprecia que todos conocen Atacames y Mindo pero apenas un 11% conoce Mompiche, lo que representa un limitante para el proyecto.



3. ¿Le gustaría conocer Mompiche, población cercana a Atacames con parajes únicos, para disfrutar del descanso y deportes extremos?

Figura 3.5
GRÁFICO DISPOSICIÓN A CONOCER MOMPICHE

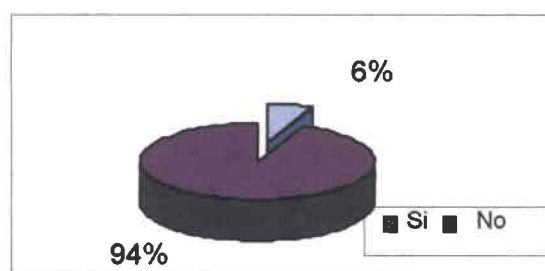


Elaborado por: Autoras

Al 81% de los potenciales clientes le interesaría conocer Mompiche, lo que da buenas perspectivas al proyecto.

4. ¿Conoce establecimientos que brinden servicio de alojamiento en Mompiche?

Figura 3.6.
GRAFICO CONOCIMIENTO DE ALOJAMIENTOS EN MOMPICHE



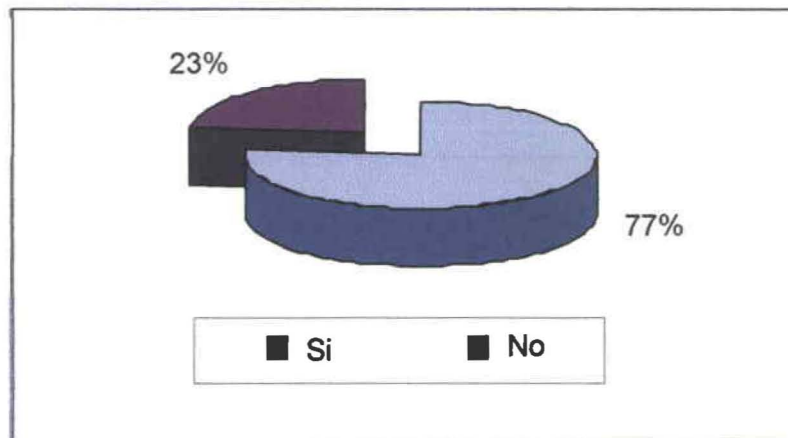
Elaborado por: Autoras

Al existir el desconocimiento por parte de la gran mayoría de entrevistados, apenas el 6% conoce sitios de hospedaje en Mompiche.



5. ¿ Le gustaría que se construyera una hostería en Mompiche, que le brinde nuevas alternativas y servicios de recreación y deportes extremos?

Figura 3.7.
GRÁFICO ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA



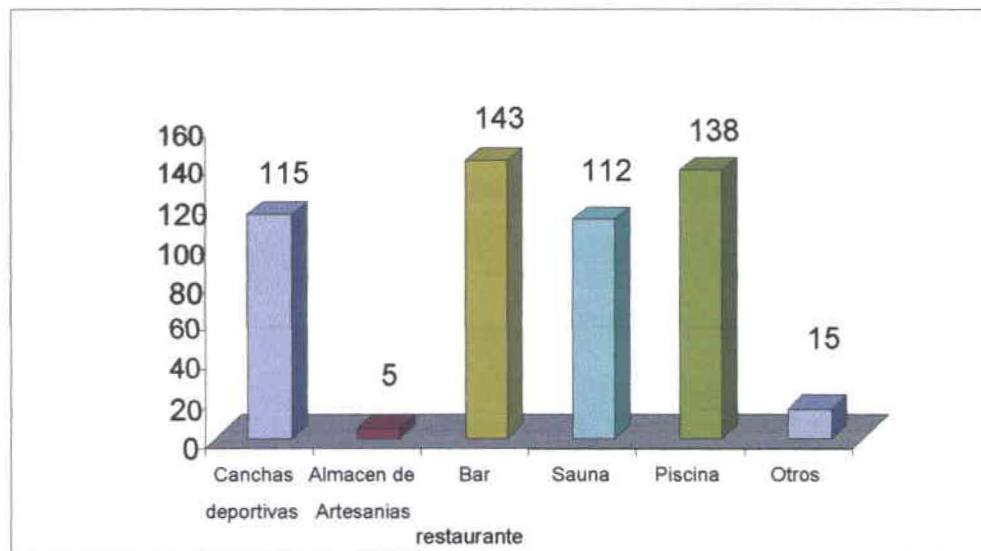
Elaborado por: Autoras

La respuesta a esta pregunta resulta muy positiva para el proyecto, ya que al 77% del 81% de las personas que contestaron afirmativamente la tercera pregunta, les gustaría que se construyera una hostería en Mompiche.



6. ¿Qué instalaciones debería tener esta hostería para brindar todas las comodidades al turista?

Figura 3.8.
GRÁFICO FACILIDADES DEMANDADAS



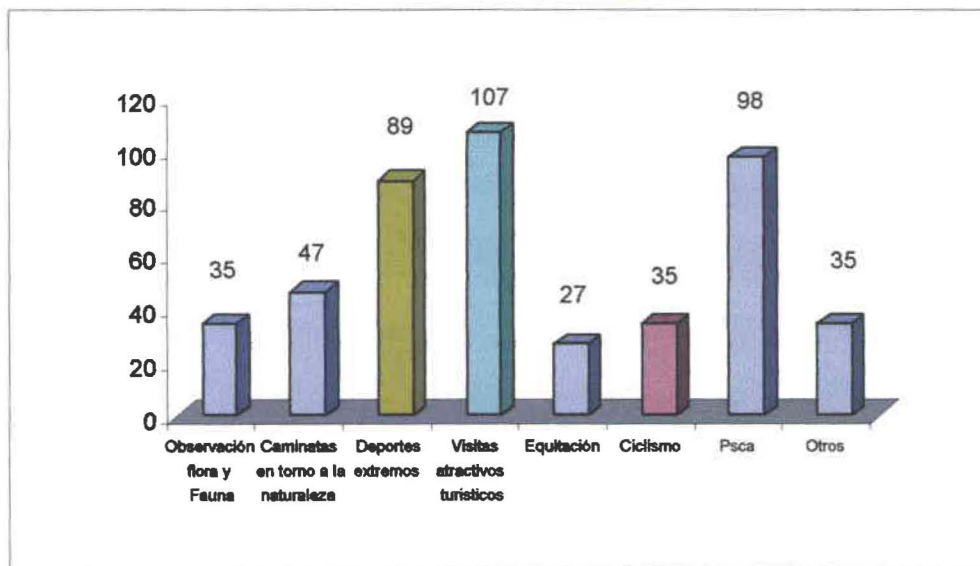
Elaborado por: Autoras

La preferencia absoluta fue que la hostería cuente con un bar-restaurante, piscina y canchas deportivas, complementando el servicio con sauna.



7. ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría que se ofrezcan en la Hostería?

Figura 3.9.
GRÁFICO ACTIVIDADES A OFERTAR



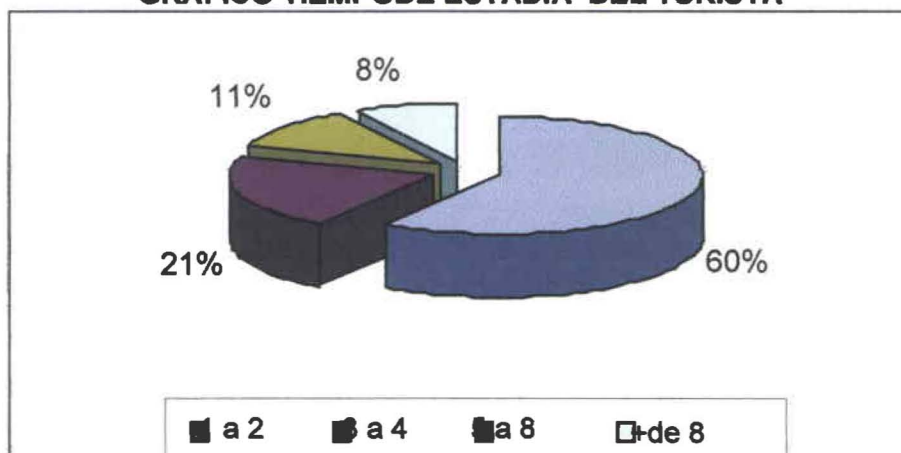
Elaborado por: Autoras

Las actividades preferidas son las visitas a atractivos turísticos, punto a ser considerado para los servicios que debe ofrecer la hostería, al igual que los deportes extremos y la pesca deportiva.



8. ¿Cuántos días se alojaría en nuestra hostería, considerando que todos los días tuviera diferentes opciones de actividades y lugares por conocer?

Figura 3.10.
GRÁFICO TIEMPO DE ESTADÍA DEL TURISTA



Elaborado por: Autoras

El 60% de los encuestados visitaría la Hostería entre 1 y 2 días, y el 21% restante, entre 3 y 4 días, datos importantes sobre la afluencia de turistas y estadía.

9. ¿Cuántas veces al año visitaría la Hostería?

Figura 3.11.
GRÁFICO FRECUENCIA DE VISITA



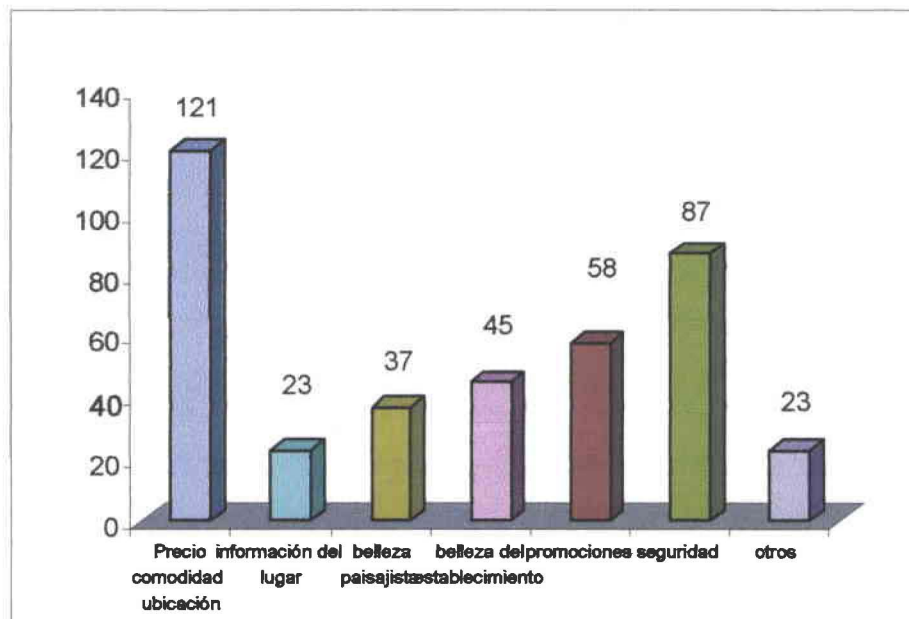
Elaborado por: Autoras

El 82% visitaría la Hostería entre 1 y 2 veces al año y el 18%, entre 3 y 4 veces. No existiría posibilidad de mayor tiempo.



10. ¿Qué aspectos toma en cuenta para escoger el lugar donde se hospedará durante sus vacaciones?

Figura 3.12.
GRÁFICO VARIABLES DIFERENCIADORAS



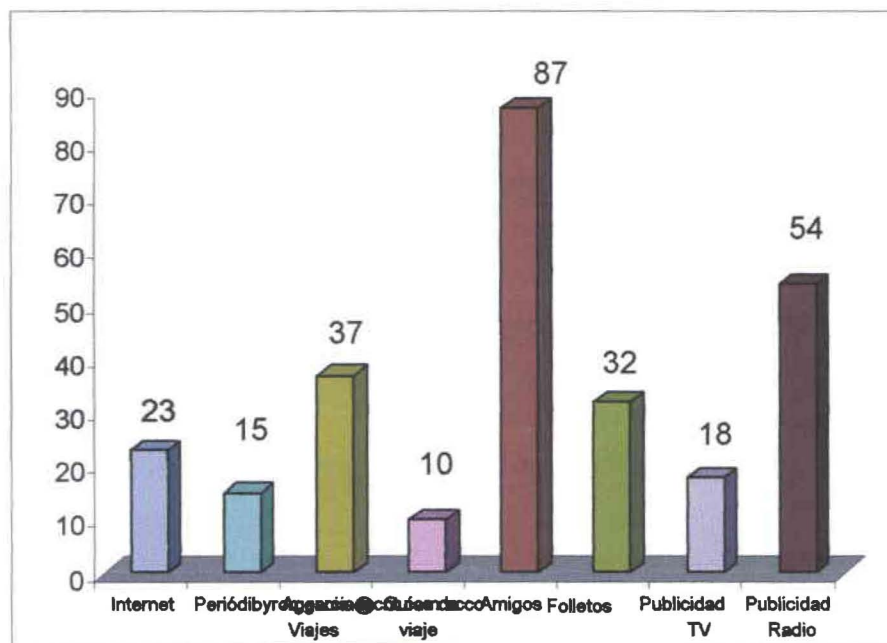
Elaborado por: Autoras

La mayoría de encuestados se inclina por el precio, comodidad y ubicación, seguida de seguridad. Estos factores son importantes y deben tomarse en cuenta para el proyecto.



11. Generalmente, ¿dónde busca información para escoger los destinos turísticos que visita?

Figura 3.13.
ACCESO A INFORMACIÓN TURÍSTICA



Elaborado por: Autoras

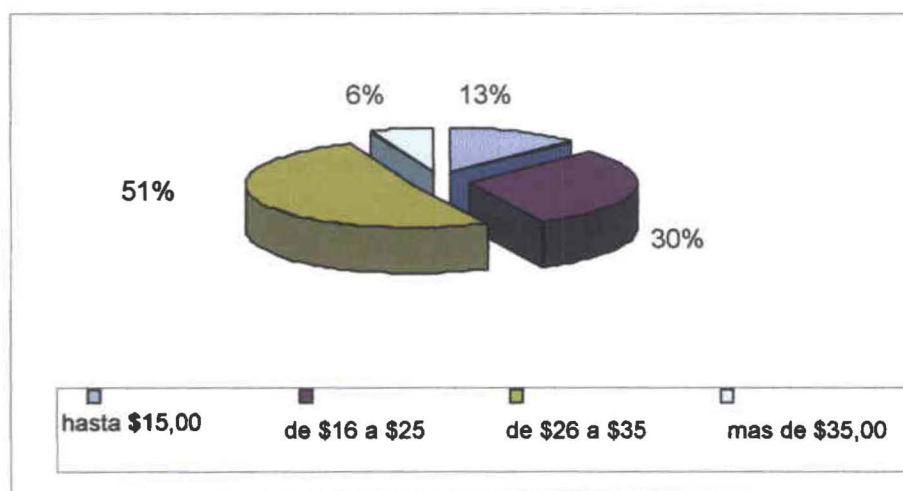
Esta pregunta evidencia que el "boca a boca" es el método más efectivo de comunicación, por lo es necesario brindar siempre un buen servicio para captar clientes. Esta estrategia debe reforzarse con publicidad en radio.

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



12. Sabiendo que existe una hostería ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas y que ofrece servicios de alojamiento y alimentación, además de deportes de aventura, actividades de recreación y contacto con flora y fauna, todo en un conjunto como paquete turístico, ¿cuánto pagaría por noche de hospedaje por persona, en esta hostería?

Figura 3.14.
DISPONIBILIDAD DE PAGO

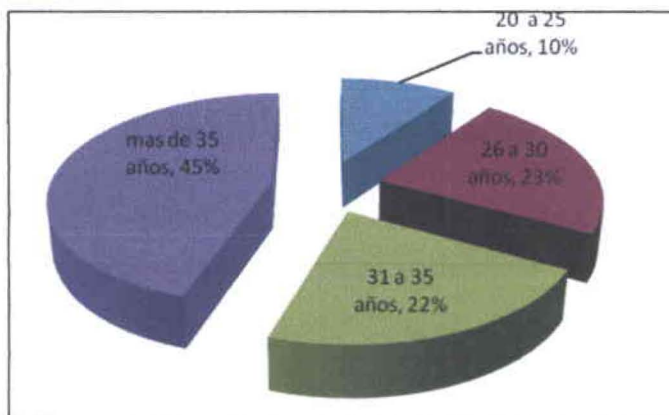


Elaborado por: Autoras

El 51% de los turistas están dispuestos a pagar entre US\$26 y US\$35 por noche de hospedaje; mientras un 30%, pagaría un máximo de US\$25 por el uso de las instalaciones y servicios indicados. Éstos son precios referenciales que deberá mantener la Hostería por noche de hospedaje.



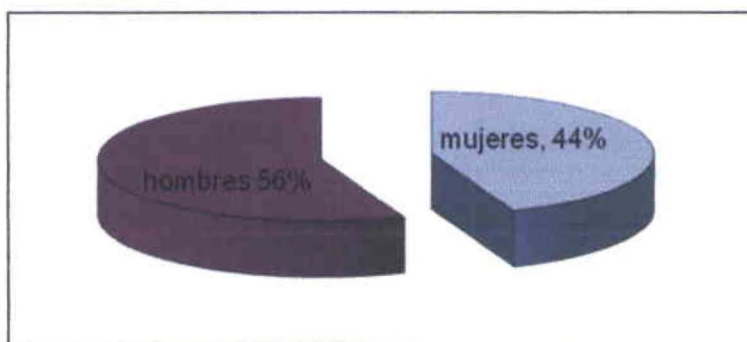
Figura 3.15.
GRÁFICO EDAD DE LOS ENCUESTADOS



Elaborado por : Autoras

Los entrevistados se encuentran entre las edades de 20 y 45 años, distribuidos así: 10%, entre 20 y 25 años; 23%, entre 26 y 30 años; 22%, entre 31 y 35 años; y el 45%, mayores de 35 años, reflejando que los adultos también disfrutan la aventura.

Figura 3.16.
GÉNERO / SEXO DE LOS ENCUESTADOS



Elaborado por: Autoras

El 56% de los encuestados son hombres y el 44% mujeres.



ANEXOS B MARKETING



ANEXO B1 AGENCIAS DE VIAJE PARA CONVENIO

1. [Adventure Tours](http://www4.toursecuador.com), www4.toursecuador.com
+(593 2) 6008888 +(593 2) 3333165 +(593 9)9582413
Suiza N34-01 y Checoslovaquia, Quito - Ecuador
2. [Andes Adventure](http://www.andesadventures.com.ec), www.andesadventures.com.ec
3. [Backroads](http://www.backroads.com), www.backroads.com
801 Cedar St. Berkeley, CA 94710-1800 US
fax: 510-527-1444
ph: 800-GO-ACTIVE (462-2848) or 510-527-1555
4. [Creter Tours](http://wwwpub.ecua.net.ec:82/creter/index.html), wwwpub.ecua.net.ec:82/creter/index.html
5. [Ecoadventour](http://www.ecoadventour.com), www.ecoadventour.com
6. [Ecuador - Atevol Travel](http://www.atevo.com/guides/destinations/bygeo/0,3641,88,00.html),
www.atevo.com/guides/destinations/bygeo/0,3641,88,00.html
7. [Ecuador Adventure, Tour Operator in Ecuador & South America](http://www.ecuador-adventure.com),
www.ecuador-adventure.com
8. [Ecuadorian Tours](http://www.ecuadoriantoursgye.com.ec), www.ecuadoriantoursgye.com.ec
9. [Eurolatina](http://www.eurolatina.com.ec), www.eurolatina.com.ec
098 591 874
098 579 150
098 202 737

GERENTE GENERAL
▪ José Ramón Carrillo
▪ E - mail: direccion@eurolatina.com.ec

GERENTE DE VENTAS
▪ Cecilia Pérez
▪ E - mail: cecilia@eurolatina.com.ec
10. [Euroviajes & Tours](http://www.viajesvip.com), www.viajesvip.com
11. [Exploratur](http://www.exploratur.com), www.exploratur.com
12. [Illingworth Travel & Tour Operator](http://www.allaboutecuador.com), www.allaboutecuador.com
13. [Metropolitan Touring](http://www.ecuadorable.com), www.ecuadorable.com
direct:
1-877-5348584
14. [La moneda tours](http://www2.lamoneda.com.ec), www2.lamoneda.com.ec

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



15. [Natours S.A.](http://www.enatours.com), www.enatours.com
16. [Nuevo Mundo Travel Agency](http://www.nuevomundotravel.com/ecuador.htm), www.nuevomundotravel.com/ecuador.htm
17. [Positiv Turismo](http://www.positivturismo.com), www.positivturismo.com
Jorge Juan n 33 -38 y Atahualpa
6009401/ 402/ 403
18. [Sky Travel Travel Agency](http://www.skytravel-ecuador.com), www.skytravel-ecuador.com
19. [This is Ecuador](http://www.ecuanex.net.ec/this_is_ecuador/), www.ecuanex.net.ec/this_is_ecuador/
20. [Travesía](http://www.interactive.net.ec/travesia/), www.interactive.net.ec/travesia/
21. [Vía Natura](http://www.vianatura.com), www.vianatura.com
22. [We are the Champions Tours](http://www.championstours.cjb.net/), www.championstours.cjb.net/



ANEXO B2 PAQUETES TURÍSTICOS OFERTADOS

PAQUETE 1: Estadía por un día

Para aquellas personas que solo quieren disfrutar un día fuera de la rutina, HOSTERIA MOMPICHE ofrece la estadía por día que incluye:

- Tres comidas: desayuno americano, almuerzo y cena menú (3 opciones a elegir).
- Bebidas no alcohólicas ilimitadas.
- Uso de las instalaciones: Piscinas, jacuzzi, gimnasio, senderos ecológicos, tarabitas, canchas deportivas, centro de entretenimiento, guardería, café net, juegos infantiles.
- Una hora en el SPA.
- Una caminata o una cabalgata
- Deportes extremos: (uno a elección del turista)
- Guías turísticos
- Impuestos (12%) y servicio (10%).

Precio por persona: \$30,00

PAQUETE 2: 1 día/1 noche

Después de un día lleno de emoción y deleite siempre es bueno descansar en una confortable cabaña y dormir arrullado por los sonidos de la noche, para eso se creó el paquete 2 que incluye los siguientes servicios y actividades:

- Una noche de alojamiento.
- Cuatro comidas: desayuno americano, almuerzo y cena menú (3 opciones a elegir) y desayuno del segundo día.
- Bebidas no alcohólicas ilimitadas.
- Uso de las instalaciones: Piscinas, jacuzzi, gimnasio, senderos ecológicos, canchas deportivas, centro de entretenimiento, guardería, café net, juegos infantiles.
- Dos horas en el SPA.
- Dos caminatas y una cabalgata.
- Pesca deportiva (opcional)
- Deportes extremos: (uno a elección del turista)
- Visita a las diversas plantaciones (opcional)
- Ser parte del ordeño (opcional)
- Guías turísticos
- Impuestos y servicio

Precio por persona: \$60,00.

Nota: La salida de la hostería es hasta las 12hrs00 del siguiente día.

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



PAQUETE 3: 2 días/1noche

Si lo que se busca es pasar un fin de semana agradable o escaparse entre semana dos días, el paquete 3 es ideal. Incluye:

- Una noche de alojamiento.
- Cinco comidas: 2 desayunos americanos, 2 almuerzos y 1 cena menú (3 opciones a elegir).
- Bebidas no alcohólicas ilimitadas.
- Uso de las instalaciones: Piscinas, jacuzzi, gimnasio, senderos ecológicos, canchas deportivas, centro de entretenimiento, guardería, café net, juegos infantiles.
- Dos horas en el SPA por día.
- Tres o cuatro caminatas
- Dos cabalgatas
- Pesca deportiva
- Deportes extremos: (a elección del turista)
- Clases de baile
- Happy hour de 20hrs00 a 21hrs00 en el bar.
- Visita a las diversas plantaciones
- Ser parte del ordeño (si es deseo del turista)
- Guías turísticos
- Impuestos y servicio.

Precio por persona: \$75.00

Nota: la hora de salida de la hostería es las 18hrs00 del segundo día.

PAQUETE 4: 3 días/2 noches.

Para aquellas personas que desean disfrutar de unas plácidas vacaciones que no sean ni muy cortas ni muy largas, pueden disfrutar del paquete 3 que incluye:

- Dos noches de alojamiento.
- Comidas: 3 desayunos americanos, 3 almuerzos y 2 cenas menú (3 opciones a elegir).
- Bebidas no alcohólicas ilimitadas.
- Uso de las instalaciones: Piscinas, jacuzzi, gimnasio, senderos ecológicos, canchas deportivas, centro de entretenimiento, guardería, café net, juegos infantiles.
- Uso ilimitado del SPA.
- Caminatas y cabalgatas a elección de los turistas.
- Pesca deportiva

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



- Deportes extremos
- Clases de baile
- Happy hour de 20hrs00 a 21hrs00 en el bar.
- Visita a las diversas plantaciones
- Vivir la experiencia de ordeñar, si es gusto del huésped hacerlo.
- Guías turísticos
- Recuerdos de la visita.
- Impuestos y servicio

Precio por persona: \$ 120.00

Nota: la hora de salida de la hostería es las 18hrs00 del tercer día.

PAQUETE 5: 4 días y 3 noches

Para quienes tienen un poquito más de tiempo, el paquete 4 es ideal, Este incluye:

- Tres noches de alojamiento.
- Comidas: 4 desayunos americanos, 4 almuerzos y 3 cenas menú (3 opciones a elegir).
- Bebidas no alcohólicas ilimitadas.
- Uso de las instalaciones: Piscinas, jacuzzi, gimnasio, senderos ecológicos, canchas deportivas, centro de entretenimiento, guardería, café net, juegos infantiles.
- Uso ilimitado del SPA.
- Caminatas y cabalgatas a elección de los turistas.
- Pesca deportiva
- Deportes extremos
- Clases de baile
- Happy hour de 20hrs00 a 21hrs00 en el bar.
- Visita a las diversas plantaciones
- Vivir la experiencia de ordeñar, si es gusto del huésped hacerlo.
- Guías turísticos
- Recuerdos de la visita.
- Impuestos y servicio.

Precio por persona: \$150.00

Nota: la hora de salida de la hostería es las 18hrs00 del cuarto día.



**ANEXO B3
DESVIACIÓN ESTÁNDAR – PROYECCIÓN DE VENTAS**

	2004	2005	2006	2007	2008	VAR%
	2002	2003	2004			VAR%
						2008/2007
ENE	70.868	79.118	78.856	84.070	92.378	9,88
FEB	60.761	66.052	63.408	69.534	74.174	6,67
MAR	65.619	72.880	63.504	74.929	77.946	4,03
ABR	61.874	60.489	62.108	67.788	67.557	-0,34
MAY	59.509	63.792	57.275	68.583	74.667	8,87
JUN	70.373	77.059	71.789	85.769	89.262	4,07
JUL	90.882	95.621	89.829	101.088	109.250	8,07
AGO	73.697	80.181	77.826	91.309	96.336	5,51
SEP	59.541	59.431	65.198	64.966	73.757	13,53
OCT	68.377	63.755	66.538	72.365	79.814	10,29
NOV	64.036	65.896	65.359	73.273	83.458	13,90
DIC	73.390	75.614	78.865	83.813	86.698	3,44
TOTAL	818.927	859.888	840.555	937.487	1.005.297	7,23

MEDIA DE TURISTAS	892.431				
DESVIACIÓN ESTANDAR	77.333				
ACEPTACIÓN DEL 99,74%	232.000				
LIMITE INFERIOR	660.431	RECESIÓN	0,66	5% ERROR	60% RECESIÓN
LIMITE SUPERIOR	1.124.431	AUGE	1,12	5% ERROR	120% AUGE
ACTUAL	1.005.297				



ANEXOS C

FINANCIERO



ANEXO C1 INVERSIONES

TABLA INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES

DETALLE	AREA m2	COSTO TOTAL
Habitaciones (cabañas familiares 24 m2 –dobles 18 m2)	555	83.250
Pasillos	60	9.000
Bar	50	7.500
Sala de recepción	30	4.500
Gimnasio	30	4.500
Cuarto de juegos	35	5.250
Guardería	25	3.750
La cocina	40	6.000
El cuarto de bodega	12	1.800
Cuarto para desechos	4	600
Cuarto de servicio	6	900
El restaurante	180	27.000
Los baños comunes	12	1.800
Área administrativa	16	2.400
Piscina	160	24.000
Sauna y Turco	20	3.000
TOTAL	1235	185.250

Nota: se basa en un costo estimado de US\$ 150,00 el metro cuadrado de construcción al ser una estructura rústica y ecológica

Elaborado por: Autoras



TABLA EQUIPAMIENTO DE LA HOSTERÍA

CANT.	DETALLE	COSTO UNIT.	TOTAL
		(Dólares)	(Dólares)
25	Cama Dos Plazas	180,00	4.500,00
15	Literas	200,00	3.000,00
25	Cama Plaza Y Media	150,00	3.750,00
50	Veladores	50,00	2.500,00
50	Lámparas	25,00	1.250,00
25	Mesa De Noche	35,00	875,00
1	Archivador	90,00	90,00
2	Escritorio	92,00	184,00
2	Sillón	75,00	150,00
1	Estanterías	10,00	10,00
3	Extinguidores	70,00	210,00
5	Tanques De Gas	50,00	250,00
1	Calefón	300,00	300,00
2	Dispensador De Jabón	14,00	28,00
4	Dispensador De Papel H	12,00	48,00
2	Secador De Manos	300,00	600,00
30	Cuadros	30,00	900,00
140	Sillas	22,00	3.080,00
20	Mesas Grandes	240,00	4.800,00
5	Mesas Pequeñas	135,00	675,00
1	Bar	2.500,00	2.500,00
6	Taburetes	38,00	228,00
4	Sillones	250,00	1.000,00
2	Revisteros	45,00	90,00
1	Mesas De Centro	175,00	175,00
1	Artículos De Decoración Toda La Hostería	10.000,00	10.000,00
TOTAL			41.193,00

Elaborado por: Autoras



TABLA EQUIPAMIENTO DEL SPA

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	PRECIO TOTAL
EQUIPOS			
1	Aire Acondicionado	1.300,00	1.300,00
1	In Focus	550,00	550,00
1	Equipo de Ambientación	2.500,00	2.500,00
1	Equipo Sauna	560,00	560,00
1	Equipo Turco	850,00	850,00
5	Aparatos de Masajes	40,00	200,00
5	Duchas	45,00	225,00
2	Láser	540,00	1.080,00
1	Sistema de Seguridad	2.754,00	2.754,00
1	Teléfono	37,00	37,00
5	Vaporizador	590,00	2.950,00
MUEBLES Y ENSERES			
5	Cabinas	800,00	4.000,00
3	Cama de Masajes	122,00	366,00
1	Counter de Atención	480,00	480,00
3	Estación de Trabajo	290,00	870,00
5	Mesa de transporte de Equipo	45,00	225,00
5	Percheros	45,00	225,00
1	Sala de Espera	716,00	716,00
Total			19.888,00

Elaborado por: Autoras



TABLA EQUIPOS DEPORTIVOS

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	PRECIO TOTAL
10	Equipo de Camping	250,00	2.500,00
3	Motos acuáticas	6.000,00	18.000,00
2	Implementos Deportivos Voleyball y Fútbol	40,00	80,00
10	Equipo de Equitación	260,00	2.600,00
10	Equipo de Pesca	250,00	2.500,00
TOTAL			25.680,00

Elaborado por: Autoras

TABLA EQUIPOS GIMNASIO

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Trotador	1.330,00	1.330,00
1	Elíptica	670,00	670,00
1	Bicicleta de pantalla	690,00	690,00
1	Escalador con disco de cintura	210,00	210,00
1	Equipo multifunciones	245,00	245,00
1	Predicador para bíceps	120,00	120,00
1	Equipo de abdominales	80,00	80,00
1	Polea de espalda	450,00	450,00
1	Equipo de extensión de cuádriceps	210,00	210,00
1	Equipo femorales peso libre	210,00	210,00
1	Cruce de poleas	1.100,00	1.100,00
1	Barra profesional olímpica	60,00	60,00
1	Barra 2 olímpica	45,00	45,00
1	Juego de pesas	95,00	95,00
1	Juego de mancuernas	85,00	85,00
TOTAL			5.600,00

Elaborado por: Autoras



TABLA EQUIPOS CENTRO DE ENTRETENIMIENTO

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Mesa de billar	750,00	750,00
1	Mesa de billa	600,00	600,00
1	Mesa de ping pong	250,00	250,00
1	Futbolín	250,00	250,00
1	Televisión 29"	600,00	600,00
5	Juegos de mesa	20,00	100,00
		TOTAL	2.550,00

Elaborado por: Autoras



TABLA EQUIPOS DE OFICINA Y COCINA

EQUIPO DE COMPUTACION

CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	TOTAL
2	Computadora + Impresora	1.000,00	2.000,00
		TOTAL	2.000,00

EQUIPOS DE OFICINA

CANT.	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL
		(Dólares)	(Dólares)
1	Registradora	1.300,00	1.300,00
2	Central Telefónica	150,00	300,00
1	Equipo Amplificación	5.180,00	5.180,00
1	Equipo de Sonido	600,00	600,00
2	Televisores 29'	430,00	860,00
4	Ventiladores	30,00	120,00
1	Calculadora Casio 12 Dígitos	30,00	30,00
1	Fax Panasonic	130,00	130,00
3	Equipos De Comunicación	100,00	300,00
		TOTAL	8.820,00

EQUIPAMIENTO COCINA

CANT.	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Cocina Industrial	300,00	300,00
1	Plancha-Parrilla A Gas	400,00	400,00
1	Freidoras (2 Canastas)	400,00	400,00
1	Campana (Extractor De Olores)	600,00	600,00
1	Refrigeradora (2 Puertas)	600,00	600,00
1	Congelador(2 Puertas)	700,00	700,00
2	Licuadaora (3 Veloc.)	60,00	120,00
1	Jugueras (2 Tanques, 18 Lts)	750,00	750,00
1	Horno Microondas	150,00	150,00
1	Horno A Gas	110,00	110,00
		TOTAL	4.130,00

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



UTENSILLOS DE COCINA

CANT.	DETALLE	COSTO UNIT.	TOTAL
		(Dólares)	(Dólares)
1	Picadora Manual	17,00	17,00
1	Abrelatas	1,00	1,00
3	Brocha	0,30	0,90
1	Juego De Espátulas	9,50	9,50
1	Juego De Cucharas	6,00	6,00
1	Juego De Cuchillos	24,00	24,00
2	Juego De Ollas	50,00	100,00
1	Juego De Sartenes	40,00	40,00
1	Tijeras	4,00	4,00
1	Varios	80,00	80,00
		TOTAL	282,40

Elaborado por: Autoras



TABLA DE JUEGOS INFANTILES

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Columpios x3	250,00	250,00
1	Resbaladera	300,00	300,00
3	Sube y Baja	150,00	450,00
2	Pirámides	180,00	360,00
1	Carrusel	225,00	225,00
	TOTAL		1.585,00

Elaborado por: Autoras

TABLA REQUERIMIENTOS DE ANIMALES

CANT.	ANIMALES	COSTO	TOTAL
	DESCRIPCIÓN		
10	CABALLOS	1.200,00	12.000,00
10	VACAS	650,00	6.500,00
30	GALLINAS	6,00	180,00
	TOTAL		18.680,00

Elaborado por: Autoras

TABLA REQUERIMIENTO DE VEHÍCULO

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Furgoneta (China)	20.000,00	20.000,00
	TOTAL		20.000,00

Elaborado por: Autoras



PERMISOS, LICENCIAS, GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE GASTOS DE ORGANIZACIÓN	VALOR (Dólares)
Constitución de la compañía	800,00
Permiso de patentes municipales	80,00
Permiso de bomberos	170,00
Permiso SAYCE	40,00
Afiliación al Ministerio de Turismo	90,00
Licencia de Turismo	110,00
Afiliación a Captur	10,00
TOTAL	1.300,00

Elaborado por: Autoras



INVERSIONES DEL PROYECTO

En dólares

RUBROS	TOTAL INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS	
Terrenos	48.000,00
Construcciones	185.250,00
Maquinaria	4.412,40
Vehículos	20.000,00
Muebles y Enseres	41.193,00
Centro de entretenimiento	2.550,00
Gimnasio	5.600,00
Equipos deportivos	25.680,00
Equipos de SPA	19.888,00
Juegos infantiles	1.585,00
Equipos de Oficina	8.820,00
Equipos de Computación	2.000,00
Animales de granja	18.680,00
Subtotal	383.658,40
ACTIVOS NOMINALES	
Gastos de Constitución	1.300,00
Gastos de Publicidad	5.910,00
Subtotal	7.210,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo	24.131,60
Subtotal	24.131,60
TOTAL	415.000,00

TOTAL DE LA INVERSION	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	383.658,40
ACTIVOS DIFERIDOS	7.210,00
CAPITAL DE TRABAJO	24.131,60
TOTAL	415.000,00

FINANCIAMIENTO		Porcentaje
CRÉDITO	268.561	64,7%
CAPITAL PROPIO	146.439	35,3%
TOTAL	415.000	100,0%

Elaborado por: Autoras



**ANEXO C2
NOMINA DE EMPLEADOS**

TABLA PERSONAL REQUERIDO

Cargo	Cantidad
Gerente General	1
Secretaria Recepcionista	2
Contador	1
Guías turísticos y recreación	2
Parvulario	1
Chofer mensajero	1
Guardias de Seguridad	2
Personal de limpieza	2
Personal de mantenimiento	2
Cocinero	1
Mesero	2
Auxiliar de cocina	1
TOTAL	18

GERENTE GENERAL	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	1.000,00	12.000,00
Décimo Tercero	83,33	1.000,00
Décimo Cuarto	16,67	200,00
Vacaciones	41,67	500,00
IESS Patronal	121,50	1.458,00
Fondos de reserva	-	-
TOTAL	1.263,17	15.158,00

Personal de apoyo	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	300,00	3.600,00
Décimo Tercero	25,00	300,00
Décimo Cuarto	16,67	200,00
Vacaciones	12,50	150,00
IESS Patronal	36,45	437,40
Fondos de reserva	-	-
TOTAL	390,62	4.687,40

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



Pers. Limp y Mantenimiento	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	200,00	2.400,00
Décimo Tercero	16,67	200,00
Décimo Cuarto	16,67	200,00
Vacaciones	8,33	100,00
IESS Patronal	24,30	291,60
Fondos de reserva	-	-
TOTAL	265,97	3.191,60

SERVICIOS PERSONALES	MENSUAL	ANUAL
CONTADOR	300,00	3.600,00
GUARDIA	250,00	3.000,00
		6.600,00

SECRETARIA	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	250,00	3.000,00
Décimo Tercero	20,83	250,00
Décimo Cuarto	16,67	200,00
Vacaciones	10,42	125,00
IESS Patronal	30,38	364,50
TOTAL	328,29	3.939,50

Elaborado por: Autoras



**ANEXO C3
TABLA DE AMORTIZACION**

MONTO		268.560,88			
PLAZO/ MESES		60			
INTERES ANUAL		16,00%			
INTERES MENSUAL		1,33%			
CUOTA		6.530,88			
CUOTA		CAPITAL	INTERES	TOTAL	SALDO
0					268.560,88
1	268.560,88	2.950,07	3.580,81	6.530,88	265.610,81
2	265.610,81	2.989,40	3.541,48	6.530,88	262.621,41
3	262.621,41	3.029,26	3.501,62	6.530,88	259.592,15
4	259.592,15	3.069,65	3.461,23	6.530,88	256.522,50
5	256.522,50	3.110,58	3.420,30	6.530,88	253.411,92
6	253.411,92	3.152,05	3.378,83	6.530,88	250.259,87
7	250.259,87	3.194,08	3.336,80	6.530,88	247.065,79
8	247.065,79	3.236,67	3.294,21	6.530,88	243.829,12
9	243.829,12	3.279,82	3.251,05	6.530,88	240.549,30
10	240.549,30	3.323,55	3.207,32	6.530,88	237.225,74
11	237.225,74	3.367,87	3.163,01	6.530,88	233.857,87
12	233.857,87	3.412,77	3.118,10	6.530,88	230.445,10
13	230.445,10	3.458,28	3.072,60	6.530,88	226.986,82
14	226.986,82	3.504,39	3.026,49	6.530,88	223.482,43
15	223.482,43	3.551,11	2.979,77	6.530,88	219.931,32
16	219.931,32	3.598,46	2.932,42	6.530,88	216.332,86
17	216.332,86	3.646,44	2.884,44	6.530,88	212.686,42
18	212.686,42	3.695,06	2.835,82	6.530,88	208.991,36
19	208.991,36	3.744,33	2.786,55	6.530,88	205.247,03
20	205.247,03	3.794,25	2.736,63	6.530,88	201.452,78
21	201.452,78	3.844,84	2.686,04	6.530,88	197.607,94
22	197.607,94	3.896,11	2.634,77	6.530,88	193.711,83
23	193.711,83	3.948,05	2.582,82	6.530,88	189.763,78
24	189.763,78	4.000,70	2.530,18	6.530,88	185.763,08
25	185.763,08	4.054,04	2.476,84	6.530,88	181.709,04
26	181.709,04	4.108,09	2.422,79	6.530,88	177.600,95
27	177.600,95	4.162,87	2.368,01	6.530,88	173.438,09
28	173.438,09	4.218,37	2.312,51	6.530,88	169.219,72
29	169.219,72	4.274,62	2.256,26	6.530,88	164.945,10
30	164.945,10	4.331,61	2.199,27	6.530,88	160.613,49
31	160.613,49	4.389,37	2.141,51	6.530,88	156.224,12
32	156.224,12	4.447,89	2.082,99	6.530,88	151.776,23
33	151.776,23	4.507,20	2.023,68	6.530,88	147.269,04
34	147.269,04	4.567,29	1.963,59	6.530,88	142.701,75
35	142.701,75	4.628,19	1.902,69	6.530,88	138.073,56

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



36	138.073,56	4.689,90	1.840,98	6.530,88	133.383,66
37	133.383,66	4.752,43	1.778,45	6.530,88	128.631,23
38	128.631,23	4.815,80	1.715,08	6.530,88	123.815,43
39	123.815,43	4.880,01	1.650,87	6.530,88	118.935,43
40	118.935,43	4.945,07	1.585,81	6.530,88	113.990,35
41	113.990,35	5.011,01	1.519,87	6.530,88	108.979,35
42	108.979,35	5.077,82	1.453,06	6.530,88	103.901,52
43	103.901,52	5.145,53	1.385,35	6.530,88	98.756,00
44	98.756,00	5.214,13	1.316,75	6.530,88	93.541,87
45	93.541,87	5.283,65	1.247,22	6.530,88	88.258,21
46	88.258,21	5.354,10	1.176,78	6.530,88	82.904,11
47	82.904,11	5.425,49	1.105,39	6.530,88	77.478,62
48	77.478,62	5.497,83	1.033,05	6.530,88	71.980,79
49	71.980,79	5.571,13	959,74	6.530,88	66.409,65
50	66.409,65	5.645,42	885,46	6.530,88	60.764,24
51	60.764,24	5.720,69	810,19	6.530,88	55.043,55
52	55.043,55	5.796,96	733,91	6.530,88	49.246,58
53	49.246,58	5.874,26	656,62	6.530,88	43.372,33
54	43.372,33	5.952,58	578,30	6.530,88	37.419,75
55	37.419,75	6.031,95	498,93	6.530,88	31.387,80
56	31.387,80	6.112,37	418,50	6.530,88	25.275,42
57	25.275,42	6.193,87	337,01	6.530,88	19.081,55
58	19.081,55	6.276,46	254,42	6.530,88	12.805,09
59	12.805,09	6.360,14	170,73	6.530,88	6.444,95
60	6.444,95	6.444,95	85,93	6.530,88	0,00
TOTAL		268.560,88	123.291,85	391.852,73	



ANEXO C4 COSTOS POR ALIMENTACION

**TABLA CANTIDAD REQUERIDA DE PRODUCTOS PARA EL RESTAURANTE
-INVENTARIO SEMANAL-**

DETALLE	Cantidad diaria de lunes a jueves	Cantidad diaria viernes, sábado y domingo	Cantidad total semanal	Cantidad anual
Desayuno	19	80	318	16.515
Almuerzo	19	80	318	16.515
Cena	19	80	318	16.515
Jugo	10	40	160	8.320
Colas	10	40	160	8.320
TOTAL	78	320	1.273	66.186

TABLA COSTO DE DESAYUNO

Desayuno				
Cantidad	Medida	Ítem	Costo Unit.	Costo Total
635	unidad	Huevos	0,10	63,52
64	litro	Leche/ agua	0,60	38,11
635	unidad	Pan/ bolones de verde	0,10	63,52
20	frasco	Mermelada	1,20	24,00
318	porción	Azúcar	0,05	15,88
318	porción	Café/ Chocolate/ aromática	0,10	31,76
1	cilindros	Gas	1,60	1,60
		Total		238,39
318	desayunos	Costo unitario		0,75



TABLA COSTO DE ALMUERZO

Almuerzo				
Cantidad	Medida	Ítem	Costo U.	Costo Total
79,40	Kg	Pescado/ carne res/ pollo/camarones	5,00	397,00
105,87	Lbs.	Verduras varias	1,00	105,87
31,76	Kg	Arroz	0,75	23,82
317,60	porción	Condimentos	0,05	15,88
15,88	Kg	Papas/ patacones	0,25	3,97
3,00	cilindros	Gas	1,60	4,80
		Total		551,34
318	almuerzos	Costo unitario		1,74

TABLA COSTO DE CENA

Cena				
Cantidad	Medida	Ítem	Costo Unit.	Costo Total
79,40	Kg	Pescado/ carne res/ pollo/camarones	5,00	397,00
105,87	lbs.	Verduras varias	1,00	105,87
31,76	Kg	Arroz	0,75	23,82
317,60	porción	Condimentos	0,05	15,88
15,88	Kg	Papas/ patacones	0,25	3,97
3,00	cilindros	Gas	1,60	4,80
		Total		551,34
318	cenos	Costo unitario		1,74

TABLA COSTO UNITARIO POR VASO DE COLA

DETALLE	CANT	Med.	COSTO/U	COSTO TOTAL	COSTO POR VASO
Jarabe	5	Tanques (15gl)	60,00	300,00	0,20
Vasos	1.750	Vasos	0,03	52,50	
Total				352,50	



TABLA COSTO UNITARIO POR VASO DE JUGO NATURAL

DETALLE	CANT.	Med.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO POR VASO
Fruta	1	Kg.	1,95	1,95	0,20
Azúcar	0,1	Kg.	0,60	0,06	
Vaso	12	u.	0,03	0,36	
TOTAL				2,37	

**T
TABLA DE COSTO TOTAL POR ALIMENTACIÓN**

Costos x paquete	paq 1	paq 2	paq 3	paq 4	paq 5
Total alimentación	4,62	5,37	7,31	11,93	16,55

Elaborado por: Autoras



ANEXO C5 INGRESOS Y COSTOS VARIABLES ANUALES

CUADRO DE INGRESOS Y COSTOS VARIABLES AÑO 1					
DETALLE	CLIENTES	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Paquete 1	600	30,00	18.000,00	11,20	6.720,86
Paquete 2	1440	60,00	86.400,00	21,53	31.006,12
Paquete 3	3000	75,00	225.000,00	31,55	94.636,43
Paquete 4	720	120,00	86.400,00	47,25	34.017,77
Paquete 5	240	150,00	36.000,00	61,45	14.747,60
Venta de Tours (*)	1440	5,00	7.200,00	0,00	0,00
TOTAL	6000		459.000,00		181.128,78

Deportes adicionales a los paquetes, no se considera en el total de clientes puesto que son los mismos

CUADRO DE INGRESOS Y COSTOS VARIABLES AÑO 2					
DETALLE	CLIENTES	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Paquete 1	660	30,00	19.800,00	11,76	7.762,59
Paquete 2	1584	60,00	95.040,00	22,61	35.812,07
Paquete 3	3300	75,00	247.500,00	33,12	109.305,08
Paquete 4	792	120,00	95.040,00	49,61	39.290,53
Paquete 5	264	150,00	39.600,00	64,52	17.033,48
Venta de Tours (*)	1584	5,00	7.920,00	0,00	0,00
TOTAL	6600		504.900,00		209.203,75

CUADRO DE INGRESOS Y COSTOS VARIABLES AÑO 3					
DETALLE	CLIENTES	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Paquete 1	726	33,00	23.958,00	12,35	8.965,79
Paquete 2	1.742	66,00	114.998,40	23,74	41.362,95
Paquete 3	3.630	82,50	299.475,00	34,78	126.247,37
Paquete 4	871	132,00	114.998,40	52,09	45.380,56
Paquete 5	290	165,00	47.916,00	67,75	19.673,67
Venta de Tours (*)	1.742	5,50	9.583,20	0,00	0,00
TOTAL	7.260		610.929,00		241.630,33

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



CUADRO DE INGRESOS Y COSTOS VARIABLES AÑO 4					
DETALLE	CLIENTES	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Paquete 1	799	33,00	26.353,80	12,97	10.355,49
Paquete 2	1.917	66,00	126.498,24	24,93	47.774,20
Paquete 3	3.993	82,50	329.422,50	36,52	145.815,71
Paquete 4	958	132,00	126.498,24	54,69	52.414,54
Paquete 5	319	165,00	52.707,60	71,13	22.723,08
Venta de Tours (*)	1.917	5,50	10.541,52	0,00	0,00
TOTAL	7.986		672.021,90		279.083,03

CUADRO DE INGRESOS Y COSTOS VARIABLES AÑO 5					
DETALLE	CLIENTES	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
Paquete 1	878	33,00	28.989,18	13,62	11.960,59
Paquete 2	2.108	66,00	139.148,06	26,17	55.179,20
Paquete 3	4.392	82,50	362.364,75	38,34	168.417,14
Paquete 4	1.054	132,00	139.148,06	57,43	60.538,80
Paquete 5	351	165,00	57.978,36	74,69	26.245,16
Venta de Tours (*)	2.108	5,50	11.595,67	0,00	0,00
TOTAL	8.785		739.224,09		322.340,90

Elaborado por: Autoras



RESUMEN DE INGRESOS OPERACIONALES					
PRODUCTOS Y SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete 1	18.000,00	19.800,00	23.958,00	26.353,80	28.989,18
Paquete 2	86.400,00	95.040,00	114.998,40	126.498,24	139.148,06
Paquete 3	225.000,00	247.500,00	299.475,00	329.422,50	362.364,75
Paquete 4	86.400,00	95.040,00	114.998,40	126.498,24	139.148,06
Paquete 5	36.000,00	39.600,00	47.916,00	52.707,60	57.978,36
Venta de Tours (*)	7.200,00	7.920,00	9.583,20	10.541,52	11.595,67
Total	459.000,00	504.900,00	610.929,00	672.021,90	739.224,09

INGRESO ACTUALIZADO	333.115,61	265.931,61	233.527,29	186.428,64	148.829,02
----------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

RELACION COSTO BENEFICIO

INGRESO ACTUALIZADO	333.115,61	265.931,61	233.527,29	186.428,64	148.829,02
EGRESO ACTUALIZADO	259.746,65	203.710,73	159.455,75	125.072,68	98.605,22

RELACION COSTO BENEFICIO	<u>1.167.832,17</u>	1,38
	846.591,03	

Elaborado por: Autoras

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS VARIABLES					
COSTOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete 1	6.720,86	7.762,59	8.965,79	10.355,49	11.960,59
Paquete 2	31.006,12	35.812,07	41.362,95	47.774,20	55.179,20
Paquete 3	94.636,43	109.305,08	126.247,37	145.815,71	168.417,14
Paquete 4	34.017,77	39.290,53	45.380,56	52.414,54	60.538,80
Paquete 5	14.747,60	17.033,48	19.673,67	22.723,08	26.245,16
Venta de Tours (*)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	181.128,78	209.203,75	241.630,33	279.083,03	322.340,90
COSTOS OPERATIVOS	176.776,13	177.563,15	175.520,66	171.768,22	167.424,84
COSTO TOTAL	357.904,92	386.766,90	417.150,99	450.851,24	489.765,74
EGRESO ACTUALIZADO	259.746,65	203.710,73	159.455,75	125.072,68	98.605,22

Elaborado por: Autoras



ANEXO C6 DEPRECIACIÓN INVERSIÓN INICIAL

DETALLE	VALOR	VALOR	DEPRECIACION					% DEPREC	AÑOS
	DEL BIEN	SALVAMEN,	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
Terrenos	48.000,00	48.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%	0
Construcciones	185.250,00	138.937,50	9.262,50	9.262,50	9.262,50	9.262,50	9.262,50	5,00%	20
Maquinaria	4.412,40	0,00	882,48	882,48	882,48	882,48	882,48	20,00%	5
Vehículos	20.000,00	0,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	20,00%	5
Muebles y Enseres	41.193,00	20.596,50	4.119,30	4.119,30	4.119,30	4.119,30	4.119,30	10,00%	10
Centro de entretenimiento	2.550,00	0,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	20,00%	5
Gimnasio	5.600,00	2.800,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	10,00%	10
Equipos deportivos	25.680,00	12.840,00	2.568,00	2.568,00	2.568,00	2.568,00	2.568,00	10,00%	10
Equipos de SPA	19.888,00	9.944,00	1.988,80	1.988,80	1.988,80	1.988,80	1.988,80	10,00%	10
Juegos infantiles	1.585,00	792,50	158,50	158,50	158,50	158,50	158,50	10,00%	10
Equipos de Oficina	8.820,00	4.410,00	882,00	882,00	882,00	882,00	882,00	10,00%	10
Equipos de Computación	2.000,00	0,00	666,67	666,67	666,67	0,00	0,00	33,33%	3
Animales de granja	18.680,00	0,00	3.736,00	3.736,00	3.736,00	3.736,00	3.736,00	20,00%	5
Inversión Total en Activos Fijos	383.658,40	238.320,50	29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58	145.337,90	

Elaborado por: Autoras



ANEXO C7 AMORTIZACION INVERSION INICIAL

DETALLE	VALOR DEL	AMORTIZACIÓN				
	ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS NOMINALES						
Gastos de Constitución	1.300,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
Gastos de Publicidad	5.910,00	1.182,00	1.182,00	1.182,00	1.182,00	1.182,00
Total Activos Intangibles	7.210,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00

Elaborado por: Autoras



ANEXO C8 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

MONTO	268.560,88				
PLAZO/ MESES	60,00				
INTERES ANUAL	16,00%				
INTERES MENSUAL	1,33%				
CUOTA MENSUAL	6.530,88				
CUOTA		CAPITAL	INTERES	TOTAL	SALDO
0					268.560,88
1	268.560,88	38.115,78	40.254,76	78.370,55	230.445,10
2	230.445,10	44.682,02	33.688,53	78.370,55	185.763,08
3	185.763,08	52.379,42	25.991,12	78.370,55	133.383,66
4	133.383,66	61.402,87	16.967,68	78.370,55	71.980,79
5	71.980,79	71.980,79	6.389,76	78.370,55	0,00
TOTAL		268.560,88	123.291,85	391.852,73	

Elaborado por: Autoras



ANEXO C9 COSTO DE OPORTUNIDAD

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

El costo de la deuda después de impuestos será:

$$k_d = i (1 - t)$$

Donde,

i: tasa de interés

t : tasa marginal de impuestos.

El costo del dinero prestado de una Institución Financiera esta en el orden del 16%²⁹ y la tasa fiscal en el 25% y la aportación a trabajadores del 15% que dan un costo total del 36% entonces:

$$k_{dt} = i (1 - t)$$

$$k_{dt} = 16\% (1 - 0,36)$$

$$\mathbf{k_{dt} = 10,24\%}$$

El costo del capital propio se puede calcular mediante el uso de la tasa libre de riesgo (R_f) más una prima por riesgo (R_p), es decir:

$$k_e = R_f + R_p$$

²⁹ Banco del Pichincha

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



La tasa que se utiliza como libre de riesgo es generalmente la tasa de los documentos de inversión colocados en el mercado de capitales por los gobiernos (Bonos del Tesoro o Certificados de Tesorería).

El costo de capital propio por este método está dado por la siguiente expresión:

$$k_e = R_f + \beta (R_m - R_f)$$

Donde: R_f : Tasa libre de riesgo

R_m : Tasa de rentabilidad esperada sobre la cartera del mercado

β : (Beta) Es el factor de medida del riesgo no sistemático

En el país lamentablemente no existe una cultura bursátil por lo que vamos a considerar como referencia el mercado norteamericano.

- El riesgo de una empresa destinada al servicio de hotelería según la Bolsa de Valores de Nueva York y los índices SP 500 está en el orden de $\beta = 1,47$ ³⁰
- En el país el rendimiento promedio de una empresa es de $K_m = 15,54\%$ ³¹
- Los certificados de tesorería o Bonos de estabilización monetaria en el país es de un $6,85\%$ ³²

$$k_e = R_f + \beta (R_m - R_f)$$

³⁰ Indicadores financieros SP 500

³¹ Banco del Pichincha WWW.Todo1.com.

³² Banco Central del Ecuador

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



$$k_e = 6,85\% + 1,47(15,54\% - 6,85\%)$$

$$k_e = 19,62\%$$

El costo ponderado de capital es un promedio de los costos relativos a cada una de las fuentes de fondos que la empresa utiliza, los que se ponderan de acuerdo con la proporción de los costos dentro de la estructura de capital definida. De acuerdo con esto:

$$k_o = k_d (D/V) + k_e (P/V)$$

donde : D : Monto de la deuda

P : Monto del patrimonio

V : Valor de la firma en el mercado, incluyendo deuda y aportes.

$$K_o = 10,24\%(65,1\%) + 19,62\%(34,9\%)$$

$$K_o = 13,51\%$$

Una vez definido el costo de oportunidad se debe incrementar las variables propias del país que influyen en las inversiones como son el riesgo país y la inflación.

- Costo de Oportunidad = 13,51%
- Inflación = 10,02%
- Riesgo país = 10,34%

$$R_e = (1 + 0,1351) * (1 + 0,1002) * (1 + 0,1034) - 1$$

$$R_e = 37,79\%$$

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



**ANEXO C10
FLUJO DE EFECTIVO APALANCADO (ESCENARIO ESPERADO)**

DETALLE	INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS						
Paquete 1		18.000,00	19.800,00	23.958,00	26.353,80	28.989,18
Paquete 2		86.400,00	95.040,00	114.998,40	126.498,24	139.148,06
Paquete 3		225.000,00	247.500,00	299.475,00	329.422,50	362.364,75
Paquete 4		86.400,00	95.040,00	114.998,40	126.498,24	139.148,06
Paquete 5		36.000,00	39.600,00	47.916,00	52.707,60	57.978,36
Deportes adicionales		7.200,00	7.920,00	9.583,20	10.541,52	11.595,67
OTROS INGRESOS		459.000,00	504.900,00	610.929,00	672.021,90	739.224,09
TOTAL INGRESOS		459.000,00	504.900,00	610.929,00	672.021,90	739.224,09
EGRESOS						
Paquete 1		6.720,86	7.762,59	8.965,79	10.355,49	11.960,59
Paquete 2		31.006,12	35.812,07	41.362,95	47.774,20	55.179,20
Paquete 3		94.636,43	109.305,08	126.247,37	145.815,71	168.417,14
Paquete 4		34.017,77	39.290,53	45.380,56	52.414,54	60.538,80
Paquete 5		14.747,60	17.033,48	19.673,67	22.723,08	26.245,16
Sueldos		76.919,40	80.765,37	84.803,64	89.043,82	93.496,01
Arriendos		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Uniformes		745,00	782,25	821,36	862,43	905,55
Agua		2.640,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94
Luz Eléctrica		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Teléfono - Fax		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Internet		504,00	529,20	555,66	583,44	612,62
Mantenimiento Instalaciones y Muebles y Enseres		720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Mantenimiento Equipo de Oficina		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Útiles de Aseo y Limpieza		192,00	201,60	211,68	222,26	233,38
Limpieza Oficina		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Útiles de Oficina		1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Seguros Vehículos		834,72	876,46	920,28	966,29	1.014,61
Gastos Bancarios		100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortización de gastos intangibles		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Combustibles		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Mantenimiento Vehículos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Publicidad en Guías telefónicas		2.900,00	3.045,00	3.197,25	3.357,11	3.524,97
Gastos de Marketing Directo		0,00	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Publicidad en Prensa		1.080,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15
Otros Gastos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Intereses de Crédito		40.254,76	33.688,53	25.991,12	16.967,68	6.389,76
TOTAL EGRESOS		357.904,92	386.766,90	417.150,99	450.851,24	489.765,74
UTILIDAD antes IMP. Y P.T.		101.095,08	118.133,10	193.778,01	221.170,66	249.458,35
15% Partic. de Trabajad.		15.164,26	17.719,97	29.066,70	33.175,60	37.418,75
UTILIDAD ANTES DE IMP.		85.930,82	100.413,14	164.711,31	187.995,06	212.039,60
Impuestos 25% a la renta		21.482,71	25.103,28	41.177,83	46.998,76	53.009,90
UTILIDAD NETA		64.448,12	75.309,85	123.533,48	140.996,29	159.029,70

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortizaciones gastos constitución		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Amortización de Crédito		-38.115,78	-44.682,02	-52.379,42	-61.402,87	-71.980,79
Recuperación del Capital de Trabajo						24.131,60
Valor Salvamento						238.320,50
INVERSIONES						
Fijas	-383.658,40					
Diferidas	-7.210,00					
Capital de Trabajo	-24.131,60					
Crédito	268.560,88					
FLUJO FINAL DE EFECTIVO	-146.439,12	57.108,58	61.404,08	101.930,30	109.703,00	379.610,59

TASA DE DESCUENTO	37,79%
VAN PROYECTO	73.172,15
TIR	56,66%

Elaborado por: Autoras

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



**ANEXO C11
FLUJO DE EFECTIVO APALANCADO (ESCENARIO RECESIÓN)**

DETALLE	INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS						
Paquete 1		10.800,00	11.880,00	14.374,80	15.812,28	17.393,51
Paquete 2		51.840,00	57.024,00	68.999,04	75.898,94	83.488,84
Paquete 3		135.000,00	148.500,00	179.685,00	197.653,50	217.418,85
Paquete 4		51.840,00	57.024,00	68.999,04	75.898,94	83.488,84
Paquete 5		21.600,00	23.760,00	28.749,60	31.624,56	34.787,02
Deportes adicionales		4.320,00	4.752,00	5.749,92	6.324,91	6.957,40
OTROS INGRESOS		275.400,00	302.940,00	366.557,40	403.213,14	443.534,45
TOTAL INGRESOS		275.400,00	302.940,00	366.557,40	403.213,14	443.534,45
EGRESOS						
Paquete 1		4.032,51	4.657,55	5.379,47	6.213,29	7.176,35
Paquete 2		18.603,67	21.487,24	24.817,77	28.664,52	33.107,52
Paquete 3		56.781,86	65.583,05	75.748,42	87.489,43	101.050,29
Paquete 4		20.410,66	23.574,32	27.228,33	31.448,73	36.323,28
Paquete 5		8.848,56	10.220,09	11.804,20	13.633,85	15.747,10
Sueldos		76.919,40	80.765,37	84.803,64	89.043,82	93.496,01
Arriendos		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Uniformes		745,00	782,25	821,36	862,43	905,55
Agua		2.640,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94
Luz Eléctrica		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Teléfono - Fax		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Internet		504,00	529,20	555,66	583,44	612,62
Mantenimiento Instalaciones y Muebles y Enseres		720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Mantenimiento Equipo de Oficina		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Útiles de Aseo y Limpieza		192,00	201,60	211,68	222,26	233,38
Limpieza Oficina		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Útiles de Oficina		1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Seguros Vehículos		834,72	876,46	920,28	966,29	1.014,61
Gastos Bancarios		100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortización de gastos intangibles		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Combustibles		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Mantenimiento Vehículos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Publicidad en Guías telefónicas		2.900,00	3.045,00	3.197,25	3.357,11	3.524,97
Gastos de Marketing Directo		0,00	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Publicidad en Prensa		1.080,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15
Otros Gastos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Intereses de Crédito		40.254,76	33.688,53	25.991,12	16.967,68	6.389,76
TOTAL EGRESOS		285.453,40	303.085,40	320.498,86	339.218,03	360.829,38
UTILIDAD antes IMP. Y P.T.		-10.053,40	-145,40	46.058,54	63.995,11	82.705,07
15% Partic. de Trabajad.		-1.508,01	-21,81	6.908,78	9.599,27	12.405,76
UTILIDAD ANTES DE IMP.		-8.545,39	-123,59	39.149,76	54.395,84	70.299,31
Impuestos 25% a la renta		-2.136,35	-30,90	9.787,44	13.598,96	17.574,83
UTILIDAD NETA		-6.409,04	-92,69	29.362,32	40.796,88	52.724,48

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortizaciones gastos constitución		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Amortización de Crédito		-38.115,78	-44.682,02	-52.379,42	-61.402,87	-71.980,79
Recuperación del Capital de Trabajo						24.131,60
Valor Salvamento						238.320,50
INVERSIONES						
Fijas	-383.658,40					
Diferidas	-7.210,00					
Capital de Trabajo	-24.131,60					
Crédito	268.560,88					
FLUJO FINAL DE EFECTIVO	-146.439,12	-13.748,58	-13.998,46	7.759,14	9.503,59	273.305,37

TASA DE DESCUENTO	37,79%
VAN PROYECTO	103.162,74
TIR	11,54%

Elaborado por: Autoras

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



**ANEXO C12
FLUJO DE EFECTIVO APALANCADO (ESCENARIO OPTIMISTA)**

DETALLE	INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS						
Paquete 1		21.600,00	23.760,00	28.749,60	31.624,56	34.787,02
Paquete 2		103.680,00	114.048,00	137.998,08	151.797,89	166.977,68
Paquete 3		270.000,00	297.000,00	359.370,00	395.307,00	434.837,70
Paquete 4		103.680,00	114.048,00	137.998,08	151.797,89	166.977,68
Paquete 5		43.200,00	47.520,00	57.499,20	63.249,12	69.574,03
Deportes adicionales		8.640,00	9.504,00	11.499,84	12.649,82	13.914,81
OTROS INGRESOS		550.800,00	605.880,00	733.114,80	806.426,28	887.068,91
TOTAL INGRESOS		550.800,00	605.880,00	733.114,80	806.426,28	887.068,91
EGRESOS						
Paquete 1		8.065,03	9.315,11	10.758,95	12.426,58	14.352,71
Paquete 2		37.207,35	42.974,49	49.635,53	57.329,04	66.215,04
Paquete 3		113.563,72	131.166,10	151.496,84	174.978,85	202.100,57
Paquete 4		40.821,33	47.148,63	54.456,67	62.897,45	72.646,56
Paquete 5		17.697,12	20.440,17	23.608,40	27.267,70	31.494,20
Sueldos		76.919,40	80.765,37	84.803,64	89.043,82	93.496,01
Arriendos		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Uniformes		745,00	782,25	821,36	862,43	905,55
Agua		2.640,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94
Luz Eléctrica		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Teléfono - Fax		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Internet		504,00	529,20	555,66	583,44	612,62
Mantenimiento Instalaciones y Muebles y Enseres		720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Mantenimiento Equipo de Oficina		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Útiles de Aseo y Limpieza		192,00	201,60	211,68	222,26	233,38
Limpieza Oficina		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Útiles de Oficina		1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Seguros Vehículos		834,72	876,46	920,28	966,29	1.014,61
Gastos Bancarios		100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortización de gastos intangibles		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Combustibles		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Mantenimiento Vehículos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Publicidad en Guías telefónicas		2.900,00	3.045,00	3.197,25	3.357,11	3.524,97
Gastos de Marketing Directo		0,00	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Publicidad en Prensa		1.080,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15
Otros Gastos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Intereses de Crédito		40.254,76	33.688,53	25.991,12	16.967,68	6.389,76
TOTAL EGRESOS		394.130,67	428.607,65	465.477,05	506.667,85	554.233,92
UTILIDAD antes IMP. Y P.T.		156.669,33	177.272,35	267.637,75	299.758,43	332.834,99
15% Partic. de Trabajad.		23.500,40	26.590,85	40.145,66	44.963,76	49.925,25
UTILIDAD ANTES DE IMP.		133.168,93	150.681,50	227.492,08	254.794,67	282.909,74
Impuestos 25% a la renta		33.292,23	37.670,38	56.873,02	63.698,67	70.727,44
UTILIDAD NETA		99.876,70	113.011,13	170.619,06	191.096,00	212.182,31

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortizaciones gastos constitución		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Amortización de Crédito		-38.115,78	-44.682,02	-52.379,42	-61.402,87	-71.980,79
Recuperación del Capital de Trabajo						24.131,60
Valor Salvamento						238.320,50
INVERSIONES						
Fijas	-383.658,40					
Diferidas	-7.210,00					
Capital de Trabajo	-24.131,60					
Crédito	268.560,88					
FLUJO FINAL DE EFECTIVO	-146.439,12	92.537,16	99.105,36	149.015,89	159.802,71	432.763,20

TASA DE DESCUENTO	37,79%
VAN PROYECTO	161.339,59
TIR	79,82%

Elaborado por: Autoras

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



**ANEXO C13
FLUJO DE EFECTIVO NO APALANCADO (ESCENARIO ESPERADO)**

DETALLE	INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS						
Paquete 1		18.000,00	19.800,00	23.958,00	26.353,80	28.989,18
Paquete 2		86.400,00	95.040,00	114.998,40	126.498,24	139.148,06
Paquete 3		225.000,00	247.500,00	299.475,00	329.422,50	362.364,75
Paquete 4		86.400,00	95.040,00	114.998,40	126.498,24	139.148,06
Paquete 5		36.000,00	39.600,00	47.916,00	52.707,60	57.978,36
Deportes adicionales		7.200,00	7.920,00	9.583,20	10.541,52	11.595,67
OTROS INGRESOS		459.000,00	504.900,00	610.929,00	672.021,90	739.224,09
TOTAL INGRESOS		459.000,00	504.900,00	610.929,00	672.021,90	739.224,09
EGRESOS						
Paquete 1		6.720,86	7.762,59	8.965,79	10.355,49	11.960,59
Paquete 2		31.006,12	35.812,07	41.362,95	47.774,20	55.179,20
Paquete 3		94.636,43	109.305,08	126.247,37	145.815,71	168.417,14
Paquete 4		34.017,77	39.290,53	45.380,56	52.414,54	60.538,80
Paquete 5		14.747,60	17.033,48	19.673,67	22.723,08	26.245,16
Sueldos		76.919,40	80.765,37	84.803,64	89.043,82	93.496,01
Amiendos		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Uniformes		745,00	782,25	821,36	862,43	905,55
Agua		2.640,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94
Luz Eléctrica		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Teléfono - Fax		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Internet		504,00	529,20	555,66	583,44	612,62
Mantenimiento Instalaciones y Muebles y Enseres		720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Mantenimiento Equipo de Oficina		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Útiles de Aseo y Limpieza		192,00	201,60	211,68	222,26	233,38
Limpieza Oficina		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Útiles de Oficina		1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Seguros Vehículos		834,72	876,46	920,28	966,29	1.014,61
Gastos Bancarios		100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortización de gastos intangibles		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Combustibles		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Mantenimiento Vehículos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Publicidad en Guías telefónicas		2.900,00	3.045,00	3.197,25	3.357,11	3.524,97
Gastos de Marketing Directo		0,00	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Publicidad en Prensa		1.080,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15
Otros Gastos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Intereses de Crédito		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS		317.650,15	353.078,37	391.159,87	433.883,57	483.375,98
UTILIDAD antes IMP. Y P.T.		141.349,85	151.821,63	219.769,13	238.138,33	255.848,11
15% Partic. de Trabajad.		21.202,48	22.773,24	32.965,37	35.720,75	38.377,22
UTILIDAD ANTES DE IMP.		120.147,37	129.048,39	186.803,76	202.417,58	217.470,89
Impuestos 25% a la renta		30.036,84	32.262,10	46.700,94	50.604,40	54.367,72
UTILIDAD NETA		90.110,53	96.786,29	140.102,82	151.813,19	163.103,17

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortizaciones gastos constitución		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Amortización de Crédito		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recuperación del Capital de Trabajo						24.131,60
Valor Salvamento						238.320,50
INVERSIONES						
Fijas	-383.658,40					
Diferidas	-7.210,00					
Capital de Trabajo	-24.131,60					
Crédito	0,00					
FLUJO FINAL DE EFECTIVO	-415.000,00	120.886,78	127.562,54	170.879,07	181.922,77	455.664,85

TASA DE DESCUENTO	37,79%
VAN PROYECTO	-52.553,90
TIR	31,76%

Elaborado por: Autoras

Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en Mompiche, Provincia de Esmeraldas



**ANEXO C14
FLUJO DE EFECTIVO NO APALANCADO (ESCENARIO RECESIÓN)**

DETALLE	INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS						
Paquete 1		10.800,00	11.880,00	14.374,80	15.812,28	17.393,51
Paquete 2		51.840,00	57.024,00	68.999,04	75.898,94	83.488,84
Paquete 3		135.000,00	148.500,00	179.685,00	197.653,50	217.418,85
Paquete 4		51.840,00	57.024,00	68.999,04	75.898,94	83.488,84
Paquete 5		21.600,00	23.760,00	28.749,60	31.624,56	34.787,02
Deportes adicionales		4.320,00	4.752,00	5.749,92	6.324,91	6.957,40
OTROS INGRESOS		275.400,00	302.940,00	366.557,40	403.213,14	443.534,45
TOTAL INGRESOS		275.400,00	302.940,00	366.557,40	403.213,14	443.534,45
EGRESOS						
Paquete 1		4.032,51	4.657,55	5.379,47	6.213,29	7.176,35
Paquete 2		18.603,67	21.487,24	24.817,77	28.664,52	33.107,52
Paquete 3		56.781,86	65.583,05	75.748,42	87.489,43	101.050,29
Paquete 4		20.410,66	23.574,32	27.228,33	31.448,73	36.323,28
Paquete 5		8.848,56	10.220,09	11.804,20	13.633,85	15.747,10
Sueldos		76.919,40	80.765,37	84.803,64	89.043,82	93.496,01
Arriendos		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Uniformes		745,00	782,25	821,36	862,43	905,55
Agua		2.640,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94
Luz Eléctrica		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Teléfono - Fax		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Internet		504,00	529,20	555,66	583,44	612,62
Mantenimiento Instalaciones y Muebles y Enseres		720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Mantenimiento Equipo de Oficina		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Útiles de Aseo y Limpieza		192,00	201,60	211,68	222,26	233,38
Limpieza Oficina		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Útiles de Oficina		1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Seguros Vehículos		834,72	876,46	920,28	966,29	1.014,61
Gastos Bancarios		100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortización de gastos intangibles		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Combustibles		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Mantenimiento Vehículos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Publicidad en Guías telefónicas		2.900,00	3.045,00	3.197,25	3.357,11	3.524,97
Gastos de Marketing Directo		0,00	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Publicidad en Prensa		1.080,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15
Otros Gastos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Intereses de Crédito		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS		245.198,64	269.396,87	294.507,74	322.250,36	354.439,62
UTILIDAD antes IMP. Y P.T.		30.201,36	33.543,13	72.049,66	80.962,78	89.094,83
15% Partic. de Trabajad.		4.530,20	5.031,47	10.807,45	12.144,42	13.364,22
UTILIDAD ANTES DE IMP.		25.671,16	28.511,66	61.242,21	68.818,37	75.730,60
Impuestos 25% a la renta		6.417,79	7.127,92	15.310,55	17.204,59	18.932,65
UTILIDAD NETA		19.253,37	21.383,75	45.931,66	51.613,78	56.797,95

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortizaciones gastos constitución		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Amortización de Crédito		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recuperación del Capital de Trabajo						24.131,60
Valor Salvamento						238.320,50
INVERSIONES						
Fijas	-383.658,40					
Diferidas	-7.210,00					
Capital de Trabajo	-24.131,60					
Crédito	0,00					
FLUJO FINAL DE EFECTIVO	-415.000,00	50.029,62	52.159,99	76.707,91	81.723,36	349.359,63

TASA DE DESCUENTO	37,79%
VAN PROYECTO	228.888,79
TIR	10,27%

Elaborado por: Autoras

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



**ANEXO C15
FLUJO DE EFECTIVO NOAPALANCADO (ESCENARIO OPTIMISTA)**

DETALLE	INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS						
Paquete 1		21.600,00	23.760,00	28.749,60	31.624,56	34.787,02
Paquete 2		103.680,00	114.048,00	137.998,08	151.797,89	166.977,68
Paquete 3		270.000,00	297.000,00	359.370,00	395.307,00	434.837,70
Paquete 4		103.680,00	114.048,00	137.998,08	151.797,89	166.977,68
Paquete 5		43.200,00	47.520,00	57.499,20	63.249,12	69.574,03
Deportes adicionales		8.640,00	9.504,00	11.499,84	12.649,82	13.914,81
OTROS INGRESOS		550.800,00	605.880,00	733.114,80	806.426,28	887.068,91
TOTAL INGRESOS		550.800,00	605.880,00	733.114,80	806.426,28	887.068,91
EGRESOS						
Paquete 1		8.065,03	9.315,11	10.758,95	12.426,58	14.352,71
Paquete 2		37.207,35	42.974,49	49.635,53	57.329,04	66.215,04
Paquete 3		113.563,72	131.166,10	151.496,84	174.978,85	202.100,57
Paquete 4		40.821,33	47.148,63	54.456,67	62.897,45	72.646,56
Paquete 5		17.697,12	20.440,17	23.608,40	27.267,70	31.494,20
Sueldos		76.919,40	80.765,37	84.803,64	89.043,82	93.496,01
Arriendos		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Uniformes		745,00	782,25	821,36	862,43	905,55
Agua		2.640,00	2.772,00	2.910,60	3.056,13	3.208,94
Luz Eléctrica		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Teléfono - Fax		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Internet		504,00	529,20	555,66	583,44	612,62
Mantenimiento Instalaciones y Muebles y Enseres		720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Mantenimiento Equipo de Oficina		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Útiles de Aseo y Limpieza		192,00	201,60	211,68	222,26	233,38
Limpieza Oficina		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Útiles de Oficina		1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Seguros Vehículos		834,72	876,46	920,28	966,29	1.014,61
Gastos Bancarios		100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortización de gastos intangibles		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Combustibles		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Mantenimiento Vehículos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Publicidad en Guías telefónicas		2.900,00	3.045,00	3.197,25	3.357,11	3.524,97
Gastos de Marketing Directo		0,00	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Publicidad en Prensa		1.080,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15
Otros Gastos		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Intereses de Crédito		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS		353.875,91	394.919,12	439.485,93	489.700,17	547.844,16
UTILIDAD antes IMP. Y P.T.		196.924,09	210.960,88	293.628,87	316.726,11	339.224,75
15% Partic. de Trabajad.		29.538,61	31.644,13	44.044,33	47.508,92	50.883,71
UTILIDAD ANTES DE IMP.		167.385,48	179.316,75	249.584,54	269.217,19	288.341,03
Impuestos 25% a la renta		41.846,37	44.829,19	62.396,13	67.304,30	72.085,26
UTILIDAD NETA		125.539,11	134.487,56	187.188,40	201.912,89	216.255,78

**Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en
Mompiche, Provincia de Esmeraldas**



Depreciaciones		29.334,25	29.334,25	29.334,25	28.667,58	28.667,58
Amortizaciones gastos constitución		1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00	1.442,00
Amortización de Crédito		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recuperación del Capital de Trabajo						24.131,60
Valor Salvamento						238.320,50
INVERSIONES						
Fijas	-383.658,40					
Diferidas	-7.210,00					
Capital de Trabajo	-24.131,60					
Crédito	0,00					
FLUJO FINAL DE EFECTIVO	-415.000,00	156.315,36	165.263,81	217.964,65	232.022,47	508.817,46

TASA DE DESCUENTO	37,79%
VAN PROYECTO	35.613,54
TIR	41,80%

Elaborado por: Autoras



ANEXO C16 INDICADORES FINANCIEROS

INDICES FINANCIEROS ANUALES						
INDICES		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón Circulante	=	Activo Corriente	2,83	2,49	2,13	1,74
		Pasivo Corriente				
Razón Endeudamiento	=	Pasivo Total	55,88%	50,76%	43,00%	34,61%
		Activo Total				22,84%
Capital de Trabajo	=	A. C. – P. C.	81.240,18	78.196,15	104.816,60	90.986,12
						67.148,32
Margen Bruto de Utilidades	=	Utilidad Bruta	60,54%	58,57%	60,45%	58,47%
		Ventas				56,39%
Margen Operacional de Utilidades	=	Utilidad Operacional	22,03%	23,40%	31,72%	32,91%
		Ventas				33,75%
Rentabilidad Neta	=	Utilidad Neta	14,04%	14,92%	20,22%	20,98%
		Ventas				21,51%
Rendimiento del Patrimonio	=	Utilidad Neta	30,56%	33,96%	45,76%	49,05%
		Patrimonio				52,06%
Rendimiento Activo Total	=	Utilidad Neta	13,48%	16,72%	26,08%	32,07%
		Activo Total				40,17%
Rendimiento de los Intereses girados	=	UAII	3,51	4,51	8,46	14,03
		Cargos por Intereses				40,04

Elaborado por: Autoras



**ANEXO C17
VALOR DE RESCATE**

DETALLE	VALOR	VALOR
	DEL BIEN	SALVAMEN,
Terrenos	48.000,00	48.000,00
Construcciones	185.250,00	138.937,50
Maquinaria	4.412,40	0,00
Vehículos	20.000,00	0,00
Muebles y Enseres	41.193,00	20.596,50
Centro de entretenimiento	2.550,00	0,00
Gimnasio	5.600,00	2.800,00
Equipos deportivos	25.680,00	12.840,00
Equipos de SPA	19.888,00	9.944,00
Juegos infantiles	1.585,00	792,50
Equipos de Oficina	8.820,00	4.410,00
Equipos de Computación	2.000,00	0,00
Animales de granja	18.680,00	0,00
Inversión Total en Activos Fijos	383.658,40	238.320,50

Elaborado por: Autoras



ANEXO C18

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA ESCENARIO ESPERADO

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PRECIO		
PRECIO	INVERSIONISTAS	
PAQUETE BASICO	VAN	TIR
	-\$ 52.553,90	31,76%
20,00	-300.718,24	0,41%
25,00	-176.636,07	16,82%
30,00	-52.553,90	31,76%
35,00	71.528,27	45,78%
40,00	195.610,43	59,18%
45,00	319.692,60	72,16%
50,00	443.774,77	84,84%
55,00	567.856,94	97,30%
60,00	691.939,11	109,59%
65,00	816.021,27	121,77%
70,00	940.103,44	133,85%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CANTIDAD		
TURISTAS	INVERSIONISTAS	
MES	VAN	TIR
	-\$ 52.553,90	31,76%
300	-228.888,79	10,27%
350	-184.805,07	15,87%
400	-140.721,35	21,30%
450	-96.637,62	26,59%
500	-52.553,90	31,76%
550	-8.470,18	36,83%
600	35.613,54	41,80%
650	79.697,26	46,70%
700	123.780,98	51,53%
750	167.864,71	56,29%
800	211.948,43	61,01%

Elaborado por: Autoras