



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO

**“ESTUDIO DE RENTABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
HOSTERÍA - COMPLEJO TURÍSTICO EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE
AFLUENCIA EN EL TURISMO DEL CANTÓN NARANJITO,
PROVINCIA DEL GUAYAS”.**

**AUTORES:
CORTEZ VILLALVA JESSICA VIVIANA
MEJÍA ESPINOZA JOSÉ MANUEL**

MILAGRO

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI).

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“ESTUDIO DE RENTABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA - COMPLEJO TURÍSTICO EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE AFLUENCIA EN EL TURISMO DEL CANTÓN NARANJITO, PROVINCIA DEL GUAYAS”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **INGENIERO COMERCIAL**.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados:
CORTEZ VILLALVA JESSICA VIVIANA
MEJÍA ESPINOZA JOSÉ MANUEL

C.I. 1803523941
C.I. 1721112140

TUTOR

Jimsop Gamboa Poveda MAE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Universidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

Jessica Viviana Cortez Villalva
CI: 1803523941

José Manuel Mejía Espinoza
CI: 172111214-0

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA COMERCIAL otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Le dedico a Dios por darme la oportunidad de vivir, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio. Mi madre, por su amor incondicional en todo momento por ser el motivo de mi superación. Gracias a tus consejos, por cultivar e inculcar ese sabio don de la responsabilidad, todo esto te lo debo a ti.

Mi hijo amado, por darme la fuerza de seguir adelante y poder ser un buen ejemplo para él.

Mi familia aunque me resulte difícil poder nombrarlos en tan poco espacio, quiero darles las gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y anhelo de triunfo en la vida.

Jessica Cortez Villalva

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi tesis con mucho amor a Mi Dios por haberme dado salud, sabiduría y confianza para lograr mis objetivos, y metas propuestas a lo largo de esta vida.

A mis padres, hermanos, hermanas y mi esposa e hijo, quienes son mi inspiración y el motivo principal para culminar con éxito mis estudios ya que me han dado la motivación y la fuerza necesaria para seguir adelante, y vencer todas las adversidades que se han presentado en mi camino académico.

A toda mi familia quienes me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, por todo esto les agradezco de todo corazón el que esté a mi lado y siempre estén apoyando para que siga adelante y logre todo lo que me propongo y mil gracias por todo su apoyo.

Mejía Espinoza José Manuel

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis me gustaría agradecer a ti mi Dios por bendecirme para llegar hasta donde estoy, porque hiciste realidad este sueño anhelado.
A la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi tutor de tesis, Máster Jinsop Gamboa Poveda por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, y su paciencia a logrado en mi que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado un granito de arena en mi formación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida, a las que me encantaría su amistad, consejos, apoyo, animo y compañía en los momentos difíciles de mi vida.

Para todos ellos muchas gracias y que Dios los bendiga siempre.

Jessica Cortez Villalva

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a Dios por permitirme lograr todas las metas, objetivos que me he planteado en la vida; además de ser mi fortaleza para seguir adelante.

A mi tutor Msc. Jinsop Gamboa por su tiempo, apoyo y conocimientos, quién me ha guiado en el transcurso del presente trabajo y a todos los maestros por brindarme sus sabias enseñanzas para el desarrollo de mi formación profesional.

A mi amiga y compañera de proyecto que me ayudó a la culminación de este trabajo y esperamos sea el primero de muchos triunfos.

Un sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Milagro, por permitirme desarrollar de forma exitosa este proyecto, y ser parte de una generación productiva para el país.

Mejía Espinoza José Manuel

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MSc. Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Propuesta para la implementación de un sistema de producción y comercialización piscícola como aporte al desarrollo productivo del Cantón Milagro y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

Jessica Viviana Cortez Villalva
CI: 180352394-1

José Manuel Mejía Espinoza
CI: 172111214-0

ÍNDICE

A.- PÁGINAS PRELIMINARES

Página de carátula o portada	i
Página de constancia de aceptación por el tutor	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.....	iii
Página de certificación de la defensa.....	iv
Página de dedicatoria	v
Página de agradecimiento	vii
Página de cesión de derechos de autor a la UNEMI	ix
Índice general	x
Índice de cuadros	xiii
Índice de figuras	xvi
Resumen	xviii
Introducción.....	xx

B: TEXTO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Problematización	1
1.1.2 Delimitación del problema	2
1.1.3 Formulación del problema.....	2
1.1.4 Sistematización del problema	2
1.1.5 Determinación del tema	3
1.2 OBJETIVO	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 JUSTIFICACIÓN	4

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO	6
2.1.1 Antecedentes histórico	6
2.1.2 Antecedentes referenciales	7
2.1.3 Fundamentación	9
2.2 MARCO LEGAL	27
2.3 MARCO CONCEPTUAL	29
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	30
2.4.1 Hipótesis general	30
2.4.2 Hipótesis particulares	30
2.4.3 Declaración de variables	31
2.4.4 Operacionalización de las variables	32

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	34
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	34
3.2.1 Características de la población	34
3.2.2 Delimitación de la población	35
3.2.3 Tipo de muestra	35
3.2.4 Tamaño de la muestra	35
3.2.5 Proceso de selección	36
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	36
3.3.1 Métodos teóricos	36
3.3.2 Métodos empíricos	36
3.3.3 Técnicas e instrumentos	36
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICOS DE LA INFORMACIÓN	37

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	38
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS ...	38
4.3 RESULTADOS.....	50
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	50

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA.....	52
5.2 FUNDAMENTACIÓN	52
5.3 JUSTIFICACIÓN	53
5.4 OBJETIVOS.....	53
5.5 UBICACIÓN	54
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	56
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	72
5.7.1 Actividades.....	89
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	96
5.7.3 Impacto	106
5.7.4 Cronograma	107
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES	109
MATERIALES DE REFERENCIA.....	110
BIBLIOGRAFÍA	111
ANEXOS.....	114

ÍNDICE DE CUADROS O TABLAS

Cuadro 1	
Cuadro variables Independientes	32
Cuadro 2	
Cuadro variables Dependientes	33
Cuadro 3	
Falta de lugar recreacional y hospedaje	39
Cuadro 4	
Potencial Turístico	40
Cuadro 5	
Proyectos Ambiciosos	41
Cuadro 6	
Inversión Monetaria.....	42
Cuadro 7	
Negocios Tradicionales	43
Cuadro 8	
Procesos de Emprendimiento	44
Cuadro 9	
Limitación de Créditos.....	45
Cuadro 10	
Créditos que inciden en la creación de negocios	46
Cuadro 11	
Riesgos a los que se ven sometidos los empresarios	47
Cuadro 12	
Postura Conservadora de los Emprendedores.....	48
Cuadro 13	
Creación de una Hostería- complejo Turístico.....	49
Cuadro 14	
Verificación de Hipótesis	51
Cuadro 15	
Requerimientos de personal	62
Cuadro 16	

Modelo de las 5 fuerzas de Porter	74
Cuadro 17	
Plan de Ventas	81
Cuadro 18	
Precios de Alojamiento	82
Cuadro 19	
Precios de cafetería- bar- restaurante	82
Cuadro 20	
Paquetes de Entretenimiento	83
Cuadro 21	
Situación del Cumplimiento del Marketing.....	84
Cuadro 22	
Análisis de Retención de los Clientes	85
Cuadro 23	
Productos para la Hostería.....	88
Cuadro 24	
Flujograma del Administrador	91
Cuadro 25	
Flujograma del Gerente-Propietario	95
Cuadro 26	
Inversión del proyecto	96
Cuadro 27	
Financiamiento del proyecto	96
Cuadro 28	
Inversión activo fijo.....	97
Cuadro 29	
Detalle de gasto	98
Cuadro 30	
Presupuesto de ingreso	99
Cuadro 31	
Estado de pérdidas y ganancias	99

Cuadro 32	
Balance general	100
Cuadro 33	
Flujo de caja.....	101
Cuadro 34	
Índice financiero.....	102
Cuadro 35	
Punto de equilibrio	103
Cuadro 36	
Índice de liquidez	104
Cuadro 37	
Razones.....	105

ÍNDICE DE GRAFICOS O FIGURAS

Figura 1	
Falta de lugar de recreación y hospedaje.....	39
Figura 2	
Potencial Turístico	40
Figura 3	
Proyectos Ambiciosos.....	41
Figura 4	
Inversión Monetaria.....	42
Figura 5	
Negocios Tradicionales	43
Figura 6	
Procesos de Emprendimiento	44
Figura 7	
Limitación de Créditos.....	45
Figura 8	
Créditos que inciden en la creación de negocios	46
Figura 9	
Riesgos a los que se ven sometidos los empresarios	47
Figura 10	
Postura Conservadora de los emprendedores	48
Figura 11	
Creación de una Hostería-Complejo Turístico.....	49
Figura 12	
Croquis del Cantón	55
Figura 13	
Croquis del Negocio.....	55
Figura 14	
Logotipo	57
Figura 15	
Planos de Poseidón	57

Figura 16	
Las 5 fuerzas de Porter	72
Figura 17	
Análisis FODA.....	75
Figura 18	
Cronograma.....	107

RESUMEN

El cantón Naranjito es un lugar que poco se ha dado a conocer, dentro del desarrollo turístico por lo que no ha sido explotado hasta la actualidad, es por ello, que existe pocos lugares de esparcimiento, dando de esta manera escasas alternativas para la sana distracción, con el objetivo de aportar al sistema turístico de esta localidad, razón principal para la realización del presente estudio investigativo que empieza con la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su respectiva justificación, se realizó también una breve reseña acerca de la historia sobre esta actividad comercial y de su mercado, así mismo se hallará la información necesaria, para una mejor comprensión del trabajo de investigación, a su vez su correspondiente hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables.

Se consideró muy viable la creación de una hostería- complejo turístico en esta zona para lo cual se realizó una estructura organizacional, esto quiere decir, su filosofía corporativa, desde su misión, visión, valores corporativos, organigrama, manuales de funciones, entre otros, que identificará a la organización, seguido a esto se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos totales, donde se demostró la rentabilidad de esta opción de negocio mediante los estados financieros con sus respectivos indicadores, los que se obtendrán a través de las estrategias de mercado propuestas sin dejar pendiente cada detalle para el cumplimiento de las mismas.

ABSTRACT

The canton Naranjito is a place that little has been disclosed within the tourism development so it has not been exploited until now, that is why, there are few places for recreation, thus giving the few healthy alternatives for Distraction with the aim of contributing to the tourism system in this town, the main reason for conducting this research study begins with the issues raised, objectives, delineation, development and its respective justification was also a brief overview of the history about this business and its market, also will be found the necessary information for a better understanding of the research, in turn corresponding hypothesis which responds to the problem formulation and variables.

It was considered very feasible to create a lodge-resort in the area for which it made an organizational structure, meaning, its corporate philosophy from its mission, vision, corporate values, organizational, operating manuals, among others, that identify the organization, this was followed a projection of expenses, investment income and total assets, which showed the profitability of this business option by the financial statements and their respective indicators, which are obtained through the market strategies while pending proposals every detail to fulfill them.

INTRODUCCIÓN

El proyecto a realizar es para demostrar lo importante que es el turismo en el Ecuador nos ayuda a desarrollarse social y económicamente ya que permite dar fuentes de trabajo y es una atracción turística tanto como para nuestro país y los extranjeros.

Luego de haber realizado un estudio se demuestra que el proyecto es factible que resultará implementar este tipo de ecoturismo, promoverá las visitas de propios y extraños a milagro y sus alrededores y permitirá difundir de manera crítica y objetiva que estamos ubicados en el jardín del litoral, nombre que ha recibido esta zona por sus hermosas plantaciones, viveros, pues es un lugar privilegiado para extasiarse en medio de una exuberante naturaleza.

Su ubicación es un lugar estratégico que se puede ofrecer un servicio de calidad con un entretenimiento para todas las personas de todas las edades, el objetivo es brindar y fomentar la unión familiar y un mejor estilo de vida para todas las personas.

El plan de desarrollo va dirigido a todas las personas de toda clase social ya que la infraestructura que ofrece nuestro proyecto está basado en cumplir con todas las necesidades que el cliente requiera.

Con la encuesta realizada pudimos obtener la información sobre todos os gustos y preferencias del turista, con esto nos permite tener una mayor perspectiva de todas las necesidades que se requieren.

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

Con la propuesta proyectada queremos llegar a la mente del cliente teniendo un nombre de calidad y prestigio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En el Cantón Naranjito, no existe un lugar que dé, un tipo de ambiente de relajación, recreación, deporte y hospedaje, el cual brinde un espacio y la oportunidad de sentirse en contacto con la naturaleza, lo que genera que las personas prefieran buscar centros recreacionales en otros lugares.

La falta de importancia que tiene el turismo sobre los factores económicos y sociales, ya que influyen en el desarrollo específico de la demanda de turistas.

Además la escasa visión emprendedora por parte de empresarios, influye negativamente en la productividad del sector turístico dentro del Cantón; Así mismo el limitado financiamiento otorgados a ideas emprendedoras, ocasiona proyectos sin ejecución y poca diversidad de mercados.

Finalmente la necesidad de fomentar las características y valores agregados que posea la hostería y el centro recreacional, ya que estas afectan al hecho generador de afluencia de visitantes.

Pronóstico

En el caso de que el Cantón no cuente con lugares de recreación que ofrezcan espacios de diversión que la población naranjiteña espera, las personas que habitan

en este Cantón deberán desplazarse hasta otras ciudades para de esta forma satisfacer dicha necesidad, de lo contrario conformarse con lo que actualmente se ofrece.

Ya que la infraestructura de los sitios de recreación y esparcimiento afecta directamente al crecimiento social y económico del mismo.

Control de Pronóstico

Este presente proyecto se convertiría en una alternativa que generaría muchos beneficios tanto económicos como para el mejoramiento de la calidad de vida de la población naranjiteña sería el de fomentar el la recreación y el deporte como una cultura en los habitantes, para que de esta forma se liberen del estrés diario ocasionado por la rutina de vida, por ello, es aconsejable invertir en un centro recreacional.

1.1.2 Delimitación del problema

País : Ecuador
Región : Costa
Provincia : Guayas
Cantón : Naranjito
Sector : Urbano-Rural
Área : Turismo

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera afecta a Naranjito y sus alrededores la falta de un lugar de relajación, recreación, deporte y hospedaje?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo afecta el desconocimiento del potencial turístico del cantón en la demanda latente en lo que respecta a recreación y hospedaje?

¿De qué manera el requerimiento de una gran inversión monetaria en emprendimientos ambiciosos, lleva a crear pequeños negocios tradicionales?

¿De qué manera el escaso capital de los inversionistas los lleva en ocasiones a desistir de emprender en actividades nuevas?

¿Qué relación existe entre las limitadas líneas de crédito y el que muchos proyectos de inversión no puedan ejecutarse en su totalidad?

¿Cómo afecta la postura conservadora de los emprendedores en el hecho de que sólo se creen emprendimientos comunes y sin innovación?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de la rentabilidad para la creación de una hostería-complejo turístico en función del nivel de afluencia en el turismo del cantón Naranjito, provincia del Guayas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general de la investigación

Analizar de qué manera afecta a Naranjito y sus alrededores la falta de un lugar de relajación, recreación, deporte y hospedaje, mediante la ejecución de una investigación que contextualice la realidad del cantón, para proyectar la creación de un emprendimiento que satisfaga las necesidades de recreación y hospedaje de esta zona.

1.2.2 Objetivos específicos de la investigación

Establecer cómo afecta el desconocimiento del potencial turístico del cantón en la demanda latente en lo que respecta a recreación y hospedaje.

Determinar qué manera el requerimiento de una gran inversión monetaria en emprendimientos ambiciosos, lleva a crear pequeños negocios tradicionales.

Analizar de qué manera el escaso capital de los inversionistas los lleva en ocasiones a desistir de emprender en actividades nuevas.

Analizar qué relación existe entre las limitadas líneas de crédito y el que muchos proyectos de inversión no puedan ejecutarse en su totalidad.

Establecer cómo afecta la postura conservadora de los emprendedores en el hecho de que sólo se creen emprendimientos comunes y sin innovación.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad los diferentes negocios que se están estableciendo en el Cantón Naranjito están incrementándose de forma considerable, sin embargo cabe recalcar que existen oportunidades que no han sido aprovechadas dentro del mercado local ya que estos negocios se dedican a satisfacer varias necesidades que no incluyen las de tipo hospedaje, recreacional y deportiva.

La mayor parte de la población acude a pequeñas infraestructuras las mismas que se encuentran instaladas por parte de la Administración Municipal la misma que busca satisfacer las necesidades de recreación. En la actualidad en el Cantón Naranjito no se cuenta con una hostería y un centro recreacional.

Progresivamente la cantidad de personas que se dedican a las prácticas de deportes se está incrementando lo que hace que esto se convierta en un hábito el mismo que busca como finalidad el mejoramiento de la salud y calidad de vida.

Es mucho más influyente si las actividades se realizan junto a toda la familia, donde de manera general se disfruta mejor, y el proporcionar espacios de sano entretenimiento contribuye a la unión y al mejoramiento de las relaciones familiares.

El beneficio de esta investigación consiste en brindar una solución a los inconvenientes recreacionales que presenta el Cantón Naranjito; ya que dicha población gusta de las actividades al aire libre, la misma contribuirá a fomentar la integración social.

Podemos encontrar muchas formas de solucionar dicho problema, este proyecto es una alternativa para que las familias puedan distraerse, disfrutar de una verdadera calidad de tiempo y así de esta forma practicar algún deporte como: natación, básquet, fútbol, atletismo, caminatas, sin dejar de escatimar que las áreas verdes serán un motivo de distracción también.

El estudio es importante para quienes desean invertir en turismo, en desarrollo social y económico y también su importancia radica en lograr la mejora en los lazos familiares. Son muchas las interrogantes que deben ser solucionadas a través de un estudio de mercado.

Los múltiples problemas sociales que afectan directamente al núcleo familiar tienen su origen en diversas causas, enfocándonos en uno de ellos, que consideramos es de vital importancia y se refiere a la poca comunicación que existe entre los integrantes de la familia.

Como hostería y centro recreacional ser un punto turístico a nivel local, con la finalidad de promover el turismo en el Cantón Naranjito y dar a conocer las bondades que ofrece nuestra hostería en el área de esparcimientos, botánicas, ecológicas y juegos recreacionales que promueven a la conservación del medio ambiente y a la sana diversión, entre aquellos visitantes que desean tener un contacto más directo con la naturaleza en un clima cálido, confortable y acogedor.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Naranjito se encuentra ubicado al noreste de Guayaquil, forma parte de la provincia del Guayas, geográficamente la subregión cálida, ardiente y húmeda de la región litoral o costa ecuatoriana. Con una altura de 36 metros sobre el nivel del mar, y una temperatura de 26.3 grados centígrados, el Cantón Naranjito con relación a la ciudad de Guayaquil está ubicado a 50.5 km. y a 395.8 km. de la ciudad de Quito. La posición astronómica es Latitud: Sur 2° 11, 42, Longitud: Oeste 5° 17, 40

Límites del cantón:

Al Norte: la parroquia Lorenzo de Garaicoa y por el río Milagro,

Al Sur: el Cantón Coronel Marcelino Maridueña,

Al Este: el Cantón General Elizalde (Bucay),

Al Oeste: la parroquia Roberto Astudillo, perteneciente a Milagro.¹

SU PRINCIPAL ACTIVIDAD

Este Cantón es una zona agrícola, tiene una gran variedad de producción la misma que sirven tanto para exportación así mismo como para el consumo interno.

¹ <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=378>

El 56% de producción lo constituyen cultivos permanentes como caña de azúcar, café, cacao, banano, piñas, etc., mientras que el 14% de la producción lo conforman los huertos mixtos, los mismos que sirven para el sustento diario de la población.

El cantón se encuentra ubicado en la subregión cálida, ardiente y húmeda de la región litoral o costa ecuatoriana.

Existe una variada fauna tanto en las haciendas como en sus montañas. Hay industrias derivadas de la producción de caña de azúcar, tales como las dedicadas a la fabricación de panela, miel, guarapo, aguardiente.

LUGARES RECREACIONALES EXISTEN Y CÓMO SE ENCUENTRA LA SITUACIÓN DE HOSPEDAJE EN EL CANTÓN.

El Balneario de agua dulce “La Unión”, lugar donde existen facilidades, cabañas al pie del río, presentación de artistas y sabrosa comida criolla. La Hacienda Danesa, ofrece alternativas de agroturismo para los que estén interesados en conocer y vivir la experiencia de ser parte de la cadena productiva agropecuaria.²

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda conlleva al estudio de los factores de influencia que permiten conocer sus elementos esenciales, en los destinos las causas de la demanda turística son muy variadas y muchas veces complejas en su explicación. Es por ello que surge la motivación para su estudio utilizando procedimientos que alternan entre elementos cuantitativos y cualitativos.

Características Generales de la Demanda

Para la caracterización de la demanda que hace uso del Balneario La Unión, se tomó en cuenta los resultados de la encuesta que se ha diseñado, pues no existen una demanda histórica real, datos oficiales sobre el número de visitantes, perfil del visitante o sobre su satisfacción dentro del balneario.

² <http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjito>

Estudio de impactos sociales

Con la misma herramienta que es la matriz de Leopold modificada se analizarán los siguientes impactos positivos:

La generación de empleo demuestra el 16% de impacto bajo tomando en cuenta que la función principal del balneario no es generar ingresos económicos ya que se enfoca en la recreación de los visitantes que acuden a los campeonatos de fútbol. Al integrar la práctica del turismo de manera progresiva en la comunidad local, se lograría que esta se beneficie con el desarrollo de la actividad turística.

La afectación en las zonas de recreo es el 12% de impacto bajo ya que cuentan tan sólo con tres espacios para recrearse los cuales son la cancha, el parque de juegos infantiles y el Río. Por lo que sería conveniente, adecuar más facilidades que puedan atraer al visitante.

El número de visitantes constituye el 10% de impacto mediano, una de las finalidades que persigue el balneario es incrementar el número de visitantes puesto que esto generaría ingresos económicos a través del empleo directo e indirecto.

Mediante la aplicación de la matriz de Leopold modificada se concluye que los impactos que más alteran el medio ambiente son la generación de desechos, generación de aguas residuales y el incremento de comercio ya que todas estas acciones son manejadas de forma intrépida y fuera de un plan de contingencia. Sin embargo, los impactos positivos más relevantes que son salud y seguridad, deportes e introducción de flora y fauna manifiestan la importancia de rescatar el balneario como recurso turístico.³

TESIS

TITULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO ATLANTIS EN EL CANTÓN NARANJITO”.

AUTORES: Nixon Espinoza Vega & Evelyn Zumba

Año 2012

³<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20809/1/RESUMEN%20CICYT%20TESIS%20BALNEARIO%20LA%20UNION.pdf>

Propuesta para la creación de un centro turístico con el objetivo de cumplir con expectativas diversas de la población Naranjiteña, investigación que favorece a este documento en la similitud de necesidades que presenta la población.

2.1.3 Fundamentación

EL EMPRENDIMIENTO Y LA VISIÓN EMPRENDEDORA

Qué es el emprendimiento

El término emprendedor viene del francés *entrepreneur* que es pionero, siendo utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como colón que se venían al nuevo mundo sin saber con certeza que esperar hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores.

Schumpeter, quien fue profesor de Harvard, utilizó por primero este término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas hoy en día se aceptan ambas como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes.⁴

Qué es ser emprendedor

Un **emprendedor** es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles.¹ Específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico o de otra índole. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.

⁴ <http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-EMPRENDIMIENTO.html#.UNCnwOTxlvE>

Se dice que “ser emprendedor” es una de las cualidades más importantes de un empresario, junto con la innovación y la capacidad de organización y gestión.

Ser emprendedor y ser empresario no es lo mismo. Emprendedor es la persona que siempre busca nuevos retos, que siempre busca nuevos objetivos y trabaja en cumplirlos. Empresario es aquel que ve oportunidades de negocio, las lleva a cabo y genera sustentabilidad.

Por lo tanto es claro que para ser empresario, se requiere ser emprendedor ya que este es el primer paso para iniciar un proyecto, pero si eres emprendedor no necesariamente debes convertirte en empresario, ya que los objetivos de un emprendedor pueden ser distintos al objetivo de crear una empresa. Los pensamientos de una persona emprendedora es totalmente diferente a los pensamientos de un empleado. Además requiere de un conjunto de habilidades diferentes.

Para ser emprendedor debe saber cuáles son sus habilidades y dones, tanto en el área física, como en el área mental, emocional y espiritual. De esta manera podrá utilizar sus fortalezas provechosamente y buscar maneras de compensar sus debilidades. Hay personas que se conocen muy bien saben tomar decisiones, ya que tienen claro que algunas situaciones les "calzan" mejor que otras. De ésta forma logran entregar su máximo potencial.

Importancia de emprender en el siglo XXI

Los emprendedores han existido en las diferentes épocas de la humanidad y han sido en buena medida, responsables de los avances que han transformado nuestra manera de vivir. Sin embargo, debemos estar conscientes que para los emprendedores de antaño nunca fue fácil obtener información y por ende el conocimiento era privilegio de unos pocos. La falta de medios de comunicación y la dificultad de transportación propició que las diferentes regiones del mundo se desarrollaran a ritmos totalmente distintos, siendo los países europeos los que

lograron avanzar más rápidamente que sus contrapartes americanos, asiáticos y africanos.

En nuestros días, la era del conocimiento le ha traído al mundo la oportunidad de lograr avances que anteriormente la humanidad pudo lograr solamente con el transcurso de los siglos. La revolución de la información que tuvo lugar en las dos últimas décadas del siglo pasado abrió la oportunidad del conocimiento a todas las personas y a todos los países del mundo.

Por ese motivo, durante el Siglo XXI, los avances de la humanidad rebasarán con mucho todos y cada uno de los avances realizados durante toda la historia del hombre sobre la faz de la tierra.

Pero no debemos olvidar que la globalización ha exacerbado la competencia entre los países. Por lo tanto, serán más prósperos los que puedan transformar sus conocimientos, más rápidamente, en productos de mercado. Al no existir ya barreras a la información, los emprendedores se han convertido ya en uno de los factores más importantes de la competitividad mundial.

Por ello, todos los esfuerzos que realicen los países para fomentar el emprendimiento son pocos. El potencial que existe supera con mucho la oferta de programas disponibles para impulsar a los emprendedores.

En el caso de México, el esfuerzo que realiza el Gobierno a través de la Secretaría de Economía para que cada vez más personas se conviertan en emprendedores, es titánico, y los recursos con que cuenta para ellos son sumamente reducidos.

Uno de los grandes avances de nuestro país fue la creación del Sistema Nacional de Incubación de Empresas, que es un esfuerzo del gobierno por darle forma, coherencia y solvencia a un esfuerzo que ha sido impulsado incluso, por los países más ricos y avanzados del planeta. Si usted se pregunta en donde están las incubadoras más exitosas del mundo, la respuesta es obvia, en Estados Unidos.

Ese país cuenta con más de 1,000 incubadoras y el porcentaje que en promedio tienen para la supervivencia y éxito de las empresas que incuban, está por arriba del 60%. Es decir, de cada 1,000 empresas incubadas, al menos 600 sobreviven y se convierten en empresas exitosas.

Si el país más exitoso del mundo cuenta con ese número de incubadoras y tienen tal importancia, como no vamos a prestarle igual o mayor atención en México, con la necesidad que tenemos por un lado, de contar con empresas de mayor especialización y valor agregado que nos permitan competir internacionalmente, y por el otro, de satisfacer una necesidad social de generación de fuentes de empleo para la población de escasos recursos que desafortunadamente no cuenta con preparación profesional.

Por ello, México cuenta con un modelo único en el mundo, pues al apoyar tres tipos de incubadoras, de alta tecnología, de tecnología intermedia y tradicional, podemos cubrir el total de las necesidades de nuestra población. Esto significa que en México no se dejó de lado a nadie.

Hasta la creación de las empresas más simples de comercio y servicios puede ser apoyada por las incubadoras tradicionales o sociales, dándole al Sistema Nacional de Incubación de Empresas una fortaleza única en el mundo y características que se adaptan totalmente a nuestras necesidades y nuestra realidad económica.⁵

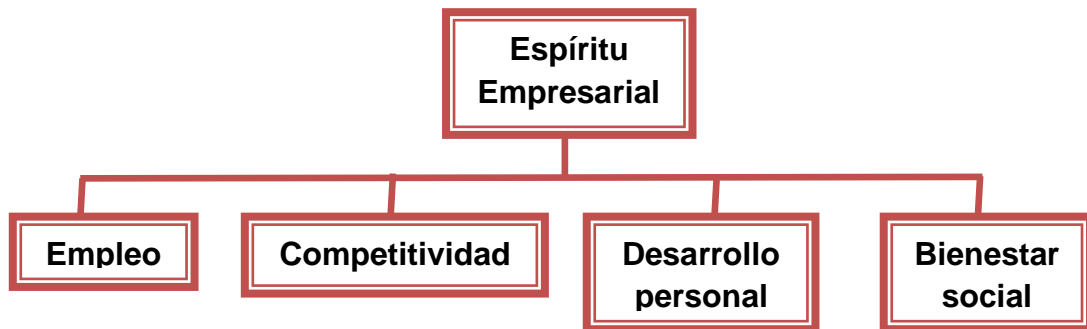
El espíritu emprendedor

El espíritu emprendedor es diferente de la administración. Paul H. Wilken explica que el espíritu emprendedor implica iniciar cambios en la producción, mientras que la administración implica la coordinación, en forma constante, del proceso de producción.⁶

⁵ <http://www.universopyme.com.mx/noticias/detalle/2487/la-importancia-de-emprender>

⁶ ADALPE, Teresa: *Desarrollo de las competencias del docente*, Página 37, Libros en red Amerton International, 2008.

Efectos de una visión emprendedora



7

Las actitudes emprendedoras

Las respuestas a estas preguntas tienen que ver con los valores que poseen las personas, obviamente fruto de su socialización, y estos, a su vez, son importantes porque tienden los cimientos de sus actitudes y comportamientos.

Qué es un emprendimiento

César Guerreiro en su libro manifiesta que el “emprendimiento es una iniciativa empresaria encarada por una o varias personas, para crear una nueva unidad económica para la realización de un deseo transformado en objetivo propio”.⁸

QUÉ SON LOS EMPRENDIMIENTOS AMBICIOSOS

Es el proceso por el cual una persona o grupo de personas se deciden llevar a la práctica un proyecto o una idea de negocio para aplicarla en el mundo real y tratar de conseguir las metas u objetivos que se hayan propuesto con dicha labor.

Si bien el emprendimiento es una opción al empleo tradicional por cuenta ajena, es posible que muchas personas, por diversos motivos, decidan realizar ambas actividades simultáneamente: desarrollar un trabajo remunerado y a la vez participar o llevar a cabo un emprendimiento sobre aspectos o temas compatibles o

⁷ OLMOS, Jorge: “*Tu potencial emprendedor*”, Página 10, Editorial Pearson, Primera Edición, México, ISBN: 970-26-096-82, 2007

⁸ GUERREIRO MURTA, César: *El emprendimiento un cuento para tiempo de crisis*, Pág. 52, Primera. Edición, 2006, ISBN: 987-02-1727-3, Buenos Aires – Argentina.

completamente distintos de trabajo, con la finalidad de alcanzar un objetivo no conseguido con el trabajo remunerado, generar una fuente alternativa de ingresos, no tener que depender de superiores, el afán de superación o simplemente porque se observó que existe una buena oportunidad de negocio.

Características del proceso de emprendimiento

Para analizar las características y conclusiones acerca del proceso emprendedor en España, vamos a utilizar la información contenida en el Informe GEM España 2011, elaborado por la Fundación Xavier de Salas - GEM España. Aquí tenemos las siguientes conclusiones principales:

- La crisis económica que atraviesa el país provocó que la tasa de actividad emprendedora por necesidad haya aumentado un 36,3% respecto a 2010, aunque el principal motivo de emprendimiento es la oportunidad que se ha visto en el mercado (71,5% del total). Se destaca el deseo de obtener independencia y aumentar ingresos.
- El perfil emprendedor tiene una fuerte presencia en el sexo masculino (61,4% del total) y la edad media se sitúa en los 38 años. Hay que resaltar que se incrementó el número de jóvenes y personas mayores dispuestas a emprender, a la vez que se mejoró el nivel de estudios que poseen los emprendedores.
- Los emprendimientos del sector de consumo han aumentado casi un 10%, mientras que se produce un descenso en los sectores transformadores y de servicios. En el sector extractivo tiene un incremento del 28%.
- Los emprendimientos dan trabajo, en el 70% de los casos, al promotor de la idea, mientras que un 25% se emplea, además del promotor, entre 1 y 5 trabajadores, y un 3,3% tiene entre 6 y 19 trabajadores.
- A pesar de ser lo más recomendable, sólo un 30% de los emprendimientos se dedica a exportar, dificultando así sus posibilidades de crecimiento y supervivencia.
- En lo que respecta a la financiación, se indica que el capital mediano se sitúa en 30.000€, similar a los registros de 2010, aunque el capital medio se

incrementó, lo que implica que los proyectos que se están llevando a cabo son cada vez más ambiciosos. Tan solo el 30% de los emprendedores dispuso de todo el dinero para emprender, por lo que el restante 70% se vio obligado a tener que utilizar financiación ajena.

- Respecto de las actitudes ante el emprendimiento, motivación y capacidad emprendedora de la población cabe resaltar que los indicadores que estudian estos aspectos han retrocedido respecto del 2010. Así, la percepción de oportunidades para emprender alcanza su valor más bajo, con un 14,4%, al igual que con la posesión de cierta red social (28,7%), el no temor al fracaso se sitúa en un 46,9% y el espíritu competitivo sólo se advierte en un 28,4% de la población. Sólo aumentó ligeramente el auto-reconocimiento de habilidades y experiencia para emprender (50,9%).
- El pensamiento de que un emprendimiento de éxito conduce a un buen estatus social se da en el 66,5% y que los medios de comunicación hacen buena cobertura acerca de noticias sobre emprendedor se da en el 44,6% de los casos.

Como bien puede desprenderse de los resultados del Informe GEM, el emprendimiento no es un proceso sólo económico, sino que abarca también áreas sociales y psicológicas, dotándolo aún de mayor importancia. La economía española (y las del mundo desarrollado en general) se fundamenta en un tejido empresarial eminentemente de PYMES que soportan más del 90% del empleo del país y los emprendedores, en menor o mayor cuantía, son quienes han creado y mantenido ese tejido empresarial, y es por eso que es necesario impulsar el desarrollo de nuevos emprendedores, mejor preparados y con más herramientas para que sus ideas de negocio puedan hacerse realidad con el mayor índice de supervivencia posible.

Más información

En las siguientes secciones podrás encontrar información importante sobre las diversas áreas, que puede ser de interés para tu proceso de emprendimiento, destacando:

1. Un resumen sobre las principales formas jurídicas que puede adoptar una empresa, describiendo sus características, sus ventajas e inconvenientes.
2. Una guía sobre diversas ayudas, subvenciones y concursos a los que puedes acudir para tratar de obtener un apoyo adicional para tu proyecto, tanto en materia financiera como de asesoramiento o consultoría, entre otros aspectos.
3. Una sección con materiales y herramientas complementarias que pueden ser de mucha ayuda a la hora de desarrollar tu proyecto de empresa.⁹

Los emprendimientos tradicionales.- qué son, son beneficiosos o no.

El emprendedor con postura conservadora.- en qué consiste una postura conservadora al momento de emprender

Qué efectos tiene el ser conservador o tradicional en el momento de emprender.

El tradicionalismo o el ser conservador, cómo afecta al aprovechamiento de las oportunidades de mercado.

LA INNOVACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO

A lo largo de la historia hemos encontrado en todos los ámbitos y sectores empresas y empresarios que nos han sorprendido con su producto y/o servicio, y que quizás por ello han permanecido en nuestra memoria. Aunque es difícil extraer un elemento común, se podría afirmar que en estas iniciativas empresariales la creatividad ha desempeñado un papel clave.¹⁰

QUÉ ES LA INNOVACIÓN

Los productos pueden tener éxito internacionalmente por su precio, por su calidad, por su diseño o, sencillamente, porque se dispone de una red comercial más amplia

⁹ <http://www.piace.es/es/introduccion-al-proceso-de-emprendimiento>

¹⁰ URBNO, David, TOLEDAMO, Nuria: *“Invitación al emprendimiento”*, Página 105, Editorial UOC, Primera Edición, Barcelona - España, ISBN: 978-84-9788-775-5, 2008.

o se ha hecho más publicidad. La empresa innovadora es la que cambia, evoluciona, hace cosas nuevas, ofrece nuevos productos y adopta, o pone a punto, nuevos procesos de fabricación innovación es atreverse e innovación es nacer cada día son dos buenos lemas, tomados de una revista chilena.

En qué consiste tener una postura innovadora

Posturas mutuas: Se basan en la convergencia de intereses. Existen dos posturas. La del innovador (basada en intereses generales) y la del guerrillero (basadas en intereses personales) que lucha en defensa de sus creencias.

Posturas instrumentales: Se caracterizan por una relación asimétrica entre los intereses. Las dos subposturas son la del funcionario leal (el profesor es el subordinado) o la del independiente (el profesor es el superior).

Posturas disociadas: Se caracterizan por la falta de contenido legitimador. Tenemos aquí las posturas del desvalido, el alienado y el espectador.

Es posible utilizar estas posturas cualitativamente diferentes para demostrar la divergencia de los profesores frente a la estrategia de la innovación centrada en la escuela, y las posibles resistencias a su adopción en un sistema escolar erigido sobre la división vertical del trabajo.¹¹

Cómo afecta la innovación en el emprendimiento

Primero, el trabajo es el principal articulador de la sociedad. Para que una sociedad funcione, para que haya prosperidad y bienestar, la gente debe tener trabajo y, en especial, empleos de calidad. Y para que la gente trabaje con calidad necesitamos empresas y empresarios que funcionen. Necesitamos un tejido empresarial eficiente y competitivo.¹²

Las fuentes del crecimiento de la economía mundial, y la generación de valor y resultado en las empresas, siguen un nuevo proceso, que muy poco tiene que ver con lo conocido hasta el momento.

¹¹ Revista de Educación, Ministerio de educación, “*Postura innovadora*”, Página 80, ISBN: 0034-8002, Madrid-España, 1988.

¹²TORRENT, Joan: “*Emprendimiento innovador en la red 10 ideas para salir de la crisis*”, Página 7, Editorial UOC, Primera Edición, Barcelona - España, ISBN: 978-84-9029-992-0, 2012.

El aprendizaje continuado, el conocimiento, la capacidad de emprendimiento, la innovación y la globalización definen las nuevas pautas de la prosperidad.¹³

LA RENTABILIDAD Y LA INVERSIÓN EN PROYECTOS

El proyecto es rentable si el valor de los rendimientos que proporciona es superior al de los recursos que utiliza. Este criterio es el que recibirá en este texto mayor atención, pero no se puede perder de vista que, en general no se puede hablar sin más de la rentabilidad de un proyecto.¹⁴

QUÉ ES LA RENTABILIDAD

La rentabilidad provee los fondos - y la tranquilidad de espíritu – para permanecer en el negocio aun cuando las condiciones externas sean difíciles, cuando llegue la época de las “vacas flacas”.

Con rentabilidad es posible crecer, acompañando el crecimiento de los clientes, o incluso tomando nuevas porciones de mercado.

Con rentabilidad es posible pagar más y mejor a los empleados y generar beneficios para los accionistas.¹⁵

IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD

QUÉ ES LA INVERSIÓN

Una inversión es simplemente cualquier instrumento en el que se puede colocar unos fondos con la esperanza de que generaran rentas, positivas y/o su valor se mantendrá o aumentara. Los rendimientos de las inversiones se reciben por dos vías: las rentas que paguen y el incremento del valor. De una acción comprada como una inversión esperamos que su valor se incremente entre el momento de su adquisición y el de su venta.¹⁶

¹³ TORRENT, Joan: “*Emprendimiento innovador en la red 10 ideas para salir de la crisis*”, Página 8, Editorial UOC, Primera Edición, Barcelona - España, ISBN: 978-84-9029-992-0, 2012.

¹⁴ ROMON, Companys, Albert, Coraminas: “*Planificación y rentas de proyectos*”, Página 36, Barcelona - España, ISBN: 84-267-0717-3, 1988.

¹⁵ FAGA, Hector Alberto, MEJIA, Mariano Enrique: “*Como conocer y manejar sus costos para tomar decisión rentable*”, Página 14, Editorial Granica, Segunda Edición, 2006.

¹⁶ GITMAN, Lawarncce, JOEHN, Michael: “*Fundamentos de inversión*”, Página 4, Madrid- España, Editorial Pearson, ISBN: 15-797-4242-4, 2005.

Qué son los proyectos de inversión

1. Proyecto es una propuesta ordenada de acciones que pretenden la solución o reducción de la magnitud de un problema que afecta a un individuo o grupo de individuos y en la cual se plantean la magnitud, características, tipos y periodo de los recursos requeridos para complementar la solución propuesta dentro de las limitaciones técnicas, sociales, económicas y políticas, en las cuales el proyecto se desenvolverá.
2. Los proyectos de inversiones son básicamente de dos tipos: unidimensionales o los que pretenden resolver solo un aspecto de un problema mayor; multidimensionales o aquellos que pretenden resolver todos los componentes de un problema mayor.
3. Los elementos de un proyecto de inversiones son los siguientes:
 - 1) Marco de referencia o diagnostico de situación;
 - 2) el prestatario individual, colectivo o institucional;
 - 3) el proyecto, su costo y financiamiento; esto incluye las características de cada uno de los componentes relevantes;
 - 4) ejecución del proyecto;
 - 5) proyecciones financieras; y
 - 6) evaluación socioeconómica del proyecto. El detalle y contenido interno es variable y depende del tipo y forma de enfoque que se pretenda dar a la inversión.¹⁷

QUÉ ES EL APALANCAMIENTO

En finanzas, el apalancamiento se define como el uso que hace la empresa de activos y pasivos de costo fijo en un esfuerzo por aumentar los rendimientos potenciales de los accionistas.

Una empresa utiliza el apalancamiento operativo y financiero con la esperanza de generar rendimientos mayores a los costos fijos de sus activos y pasivos, aumentando con ello los rendimientos de los tenedores de acciones comunes.¹⁸

¹⁷ AGUIRRE, Juan Antonio: *“Introducción a la evaluación económica y financiera a la inversión agropecuaria”*, Página 5 , Editorial IICA , Tercera Edición , 1985.

Qué son las líneas de crédito

Una línea de crédito es un contrato entre un banco comercial y una empresa, en el que se especifica la cantidad del préstamo no garantizado a corto plazo que el banco facilitara a la empresa durante un periodo dado. Es semejante al contrato bajo el cual los emisores de tarjeta de créditos bancarios, como MasterCard, Visa, etc., extienden crédito pre-aprobado a los tarjetahabientes.¹⁹

EL TURISMO Y EL EMPRENDIMIENTO

Qué es el turismo

Esa multiplicidad de actividades relacionadas con el ocio y el turismo, es la causa por la cual han surgido nuevos conceptos en cuando a los servicios destinados a satisfacer los gustos y preferencias de incontables persona. Así, por ejemplo, nacen modalidades como las ciudades de vacaciones, hoteles vacacionales, complejos turísticos-recreativos, parques temáticos y de atracciones, cruceros turísticos, hoteles-casinos, etc.²⁰

Características de las hosterías

En nuestra tierra, el único hotelito de ese tipo y dentro de las características de los españoles, es el que puede verse en el grafico que publicamos inauguración en el balneario Atlántida en la pasada estación, y que no desmerece en nada a los de ultramar y ha merecido marcada preferencias por determinada clase de turistas.²¹

¹⁸ MAYOR, Charles, MAC, James: "*Administración Financiero Contemporales*", Página 442, México Editorial Thomson, Novena Edición, 2005.

¹⁹ GITMAN, Lawrance: "*Principios de Administración Financiera*", Página 538, México, Editorial Pearson, Decima Edición, ISBN: 970-26-0428-1, 2003.

²⁰ CASTRO, Renato: "*Elementos del Turismo*", Página 35, Costa Rica-San José, Editorial EUNED, Primera Edición, ISBN: 9968-31-057-3, 2003.

²¹ BOSIGNORE, Federico: "*Atlántida*", Página 199, Montevideo Uruguay, Editorial Trilce, Primera Edición, ISBN: 978-9974-581-4, 2011.

Fundamentación Científica de la investigación

Riesgo psicosocial del trabajo

Uno de los más utilizados en el análisis de la relación entre la organización de la salud y el trabajo, es el propuesto por Robert Karasek, arquitecto que a finales de la década de los 70 demuestra que los trastornos cardiovasculares - el infarto agudo de miocardio, sobre todo - en trabajadores se asocian a las demandas psicológicas y al control sobre el trabajo.

Efectos de la contaminación ambiental

Expertos en salud ambiental y cardiólogos de la Universidad de California del Sur, acaban de demostrar por primera vez lo que hasta ahora era apenas una sospecha: la contaminación ambiental de las grandes ciudades afecta la salud cardiovascular. Se comprobó que existe una relación directa entre el aumento de las partículas contaminantes del aire de la ciudad y el engrosamiento de la pared interna de las arterias (la "íntima media"), que es un indicador comprobado de la arteriosclerosis.

El efecto persistente de la contaminación del aire respirado, en un proceso silencioso de años, conduce finalmente al desarrollo de afecciones cardiovasculares agudas, como el infarto. Al inspirar partículas ambientales con un diámetro menor de 2,5 micrómetros, ingresan en las vías respiratorias más pequeñas y luego irritan las paredes arteriales.

Los investigadores hallaron que por cada aumento de 10 microgramos por metro cúbico de esas partículas, la alteración de la pared íntima media de las arterias aumenta un 5,9 %. El humo del tabaco y el que en general proviene del sistema de escape de los autos produce la misma cantidad de esas partículas. Normas estrictas de aire limpio contribuirían a una mejor salud con efectos en gran escala.

Uno más de los efectos es el debilitamiento de la capa de ozono, que protege a los seres vivos de la radiación ultravioleta del sol, debido a la destrucción del ozono estratosférico por cloro y bromo procedentes de la contaminación. El efecto

invernadero está acentuado por el aumento de la concentración de CO₂ atmosférico y otros gases de efecto invernadero como, por ejemplo, el metano.

Beneficios de la actividad física

La práctica de la actividad en forma sistemática y regular debe tomarse como un elemento significativo en la prevención, desarrollo y rehabilitación de la salud.

En general, los efectos benéficos de la actividad física se pueden ver en los siguientes aspectos:

Beneficios en el Organismo:

- Aumento de la elasticidad y movilidad articular.
- Mayor coordinación, habilidad y capacidad de reacción.
- Ganancia muscular la cual se traduce en aumento del metabolismo, que a su vez produce una disminución de la grasa corporal (Prevención de la obesidad y sus consecuencias).
- Se incrementa la fatiga corporal (cansancio).
- Se observa un incremento de la resistencia orgánica, mejoría de la circulación, regulación del pulso y disminución de la presión arterial, a nivel cardíaco.
- A nivel de pulmones, se observa una mejora de la capacidad pulmonar y consiguiente oxigenación.
- La fuerza muscular que condiciona un aumento de la fuerza ósea (aumento de la densidad óseo-mineral) con lo cual se previene la Osteoporosis.
- Por el fortalecimiento de los músculos lumbares, una mejora de la posición corporal
- Se puede prevenir enfermedades como la Diabetes, la Hipertensión Arterial, la Osteoporosis, Cáncer de Colon, Lumbalgias, etc.

Psicológicos y afectivos

El esfuerzo físico se regula al producir una mejoría en funciones orgánicas, parece producir una sensación de bienestar psíquico y una actitud positiva ante la vida, lo cual a su vez repercute en forma positiva en el área somática. Al incrementar el dominio de cuerpo, una mejor seguridad y confianza en el desenvolvimiento ante las tareas cotidianas.

Se concluye que los que practican en forma continua cualquier ejercicio o actividad física, tienen una mejor respuesta ante la depresión, angustia, miedo y decepciones, y por otro lado, se fortalecen ante el aburrimiento, tedio y cansancio.

El fortalecer del cuerpo y el concepto personal fortalecen la voluntad en la persistencia de mejorar y le ofrece a la persona, una sensación de realización, independencia y control de su vida, a la vez que se estimula la perseverancia hacia el logro de fines.

El desarrollo de actividades deportivas y físicas, puede provocar emociones negativas como miedo, agresión, ira, y así mismo, puede proporcionar al participante las herramientas para hacerle frente, aprendiendo a controlar sus emociones. El deporte es una forma de aprender a vivir, al enfrentarse a su parte negativa en forma cívica, en la lucha no solamente con los demás, sino consigo mismo, con nuestras apetencias, defectos y virtudes.

A ello podemos sumar la integración familiar como uno de los grandes logros sociales, lo cual elimina la falta de comunicación e incrementa la comunicación entre los integrantes del núcleo familiar.

Sociales

La actividad física y deportiva permite que las personas como entes individuales tengan la vitalidad, el vigor, la fuerza, la energía fundamental para cumplir con su deber en el ámbito social en que se desenvuelven. En las competencias se produce un proceso de enseñanza-aprendizaje en equipo, de la necesidad de ayuda, del cumplimiento de las reglas y el respeto por el circunstancial adversario, de la

subordinación de los triunfos y galardones individuales por el buen nombre y el triunfo del equipo.

Quien practica un deporte en forma organizada es una persona optimista, persistente en la lucha por el logro de sus metas, que muestra respeto mutuo, honradez y sentido de responsabilidad.

Resumiendo, la actividad física y deportiva, debe ser tomada como una práctica regular y sistemática en la vida de todas las personas, sin distinción de edad, sexo, condición social u ocupación, por el sinnúmero de beneficios para la salud orgánica, emocional y psíquica de las personas, ya que ofrece herramientas que le permiten al individuo afrontar la vida con una aptitud diferente, con mejor salud, fortaleciendo la diligencia y la perseverancia, con sentido de honradez, responsabilidad del cumplimiento de las normas; en fin, permite que las personas como entes individuales tengan la vitalidad, vigor, fuerza y energía fundamentales para cumplir con su deber en el grupo social al que pertenecen.

La naturaleza favorece el bienestar físico y psíquico del ser humano

La revista Observer, de la Association for Psychological Science (aps) de Estados Unidos, ha publicado recientemente un artículo en el que se revisan aquellos estudios científicos que han demostrado la importancia de la naturaleza para la salud humana, tanto física como mental.

En las últimas décadas, la conciencia de nuestra relación con el medioambiente se ha ido incrementando, así como las constataciones sobre los efectos del entorno natural en nuestra propia naturaleza.

Fomenta la atención

En los años ochenta del siglo XX, el psicólogo Stephen Kaplan y sus colaboradores de la Universidad de Michigan, en Estados Unidos, fueron de los primeros investigadores que aportaron pruebas científicas sobre dichos efectos.

A raíz de una serie de estudios sobre el fenómeno de la atención, estos científicos descubrieron que la exposición a escenarios naturales tenía un profundo efecto restaurador en la capacidad del cerebro de concentrarse.

Estudios posteriores realizados al respecto han confirmado este primer hallazgo. Así, por ejemplo, en 2008, la revista *Psychological Science* publicaba un artículo acerca de una investigación realizada por el propio Kaplan, en colaboración con Marc Berman y John Jonides, consistente en que 38 estudiantes voluntarios realizaran tareas que requerían un alto nivel de concentración.

Kaplan cree que esta diferencia se debe a que nuestros ancestros evolucionaron en contacto continuo con los entornos naturales. Gracias a ello, en dichos entornos nosotros nos sentimos más cómodos, más relajados, como si estuviéramos en casa. Este estado de bienestar nos hace estar menos distraídos.

Kaplan y Berman resumieron 13 de los estudios más importantes sobre la restauración de la atención en contacto con la naturaleza, en la revista *Perspectives on Psychological Science*.

Reduce la agresividad

Lo que descubrieron Stephen Kaplan y sus colaboradores animaron a los investigadores William Sullivan y Frances Kuo, de la Universidad de Illinois, en Estados Unidos, a analizar la relación entre la ausencia de un entorno natural y la irritabilidad, que se sabe está relacionado con la atención fatigada. A su vez, la irritabilidad está asociada a la agresividad.

Kuo y Sullivan estudiaron a 145 mujeres residentes en un complejo residencial urbano, en Chicago. Algunas de ellas, vivían en edificios con vistas a zonas verdes, mientras que desde los edificios de otras sólo se veía triste hormigón. Los resultados de este estudio demostraron niveles significativamente más bajos de agresividad y de violencia entre las residentes con apartamentos cercanos a la naturaleza, que entre las otras.

La agresividad ha sido relacionada con la impulsividad, por lo que no resulta sorprendente que, en un estudio más actual, Kuo y Sullivan, junto con otro

colaborador de la Universidad de Illinois llamado Andrea Taylor, hayan constatado que también existe una relación entre la exposición a la naturaleza y el autocontrol.

Favorece la recuperación

Además de los evidentes beneficios para la salud psíquica que proporciona la naturaleza, también se ha demostrado que los entornos naturales ayudan al bienestar y la recuperación física.

Por esta razón, los investigadores británicos Richard Mitchell, de la Universidad de Glasgow, y Frank Popham, de la Universidad St. Andrews, publicaron en 2008 un artículo en el que se señalaba que, ante el persistente crecimiento de las desigualdades socioeconómicas en lo que a salud se refiere, una mayor exposición a entornos verdes podría ayudar a reducir la tendencia a padecer ciertas enfermedades.

Por otra parte, en 1984, la revista Science publicaba un artículo del investigador Roger Ulrich en el que se explicaba cómo la ubicación de un hospital de Oregón, en Estados Unidos, en un entorno natural, había conseguido reducir el tiempo de recuperación de los postoperatorios y había ayudado a que los pacientes necesitaran menos medicamentos para el tratamiento del dolor, entre otras ventajas.

Asimismo, en 2009, una investigación dirigida por Peter Kahn, de la Universidad de Washington, y realizada con trabajadores de una oficina moderna, demostró que aquellas personas que en su lugar de trabajo estaban sentadas cerca de una ventana con vistas a escenarios naturales se recuperaban antes que otras sentadas frente a una pantalla de plasma que mostraba imágenes de la naturaleza u otras que no disfrutaban de vista alguna, del estrés producido por situaciones externas.²²

²²<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/55/1/CREACION%20DE%20%20CENTRO%20RECREACIONAL%20EL%20SOL.pdf>

2.2 MARCO LEGAL

En este caso como se trata de un inversionista particular y el proyecto a llevarse a cabo se lo realizará en una de las parroquias de la Provincia, el procedimiento a seguir es el siguiente:

Solicitud para registro de construcción (firmada por el propietario o arrendatario)

- Copia de la escritura catastrada o contrato de arrendamiento vigente.
- Certificado de no ser deudor. Copia de pago del impuesto predial del presente año.
- Copia de la cédula de identidad o Ruc si es compañía y del certificado de votación del propietario.
- Copia de la cédula de identidad y del certificado de votación del responsable técnico.

Planos firmados por el propietario y el responsable técnico.

Pago del 1*1000 por planificación y construcción (original y copia).

Requisitos para obtener el R.U.C:

Se deberá presentar original y copia de la cédula de identidad o el pasaporte si es un extranjero copia de un documento para verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la actividad económica.

Los ecuatorianos presentarán también el original de la papeleta de votación del último proceso electoral hasta un año después de su emisión por parte del TSE.

Patente Municipal: Personas Naturales

Requisitos generales:

Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”,

Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.

Original y copia legible del R.U.C. actualizado.

Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).

Copia legible de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

Requisitos para el permiso del Ministerio de Salud Pública

- Planilla de Inspección.
- Permiso de funcionamiento original del año anterior
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del
- Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario
- Copia del RUC
- Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de la Patente Municipal vigente
- Copia de centralita de gas emitida por el CB.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Atractivos Turísticos.- Son los elementos determinantes para motivar, por sí solos o en combinación con otros, el viaje turístico hacia una localidad.

Campismo.- Actividad que se realiza al aire libre y que consiste en acampar, en tienda de campaña o a la intemperie, durante un periodo de tiempo.

Centro deportivo y recreacional.- Espacio dedicado a la práctica deportiva donde se practican diversas disciplinas o actividades deportivas y de recreación.

Consumo Turístico.- La definición de gasto se asocia a la del consumo realizado por los visitantes, en términos del valor de los bienes y servicios utilizados durante su desplazamiento y su permanencia en el lugar de destino.

Ecoturismo.- Cualquier forma de turismo en que la principal motivación del turista sea la observación y la apreciación de la naturaleza, a cuya conservación contribuya y que genere un impacto mínimo en el medio ambiente natural y el patrimonio cultural.

Inversión.- Es la aplicación de recursos económicos a una actividad determinada con el fin de obtener ganancias en un futuro.

Necesidades Básicas.- Son aquellas que se consideran imprescindibles para conservar la vida y desarrollar adecuadamente las potencialidades de los seres humanos.

Negocio.- Todo lo que es objeto de ocupación lucrativa o interés. En este caso, la venta de servicios relacionados al deporte.

Recursos Naturales.- Los componentes del medio ambiente susceptibles de ser utilizados por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades o intereses cultural, social y económico.

Recursos Turísticos.- Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Resort.- Lugar alejado de la urbe, que sirve para relax y descanso placentero de las personas.

Turismo.- Conjunto de las acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.

2.4.1 Hipótesis General

La falta de un lugar de relajación, recreación, deporte y hospedaje, genera que las personas prefieran buscar centros recreacionales en otros lugares.

2.4.2 Hipótesis Particulares

El desconocimiento del potencial turístico del cantón afecta en la demanda latente en lo que respecta a recreación y hospedaje.

El requerimiento de una gran inversión monetaria en emprendimientos ambiciosos, lleva a crear pequeños negocios tradicionales.

El escaso capital de los inversionistas los lleva en ocasiones a desistir de emprender en actividades nuevas.

Las limitadas líneas de crédito lleva a que muchos proyectos de inversión no puedan ejecutar en su totalidad.

La postura conservadora de los emprendedores incide en el hecho de que sólo se creen emprendimientos comunes y sin innovación.

2.4.3 Declaración de variables

Variables independientes

Falta de lugar recreativo

Potencial turístico

Inversión monetaria

Capital de los inversionistas

Líneas de crédito

Postura conservadora

Variables Dependientes

Sitios de recreación y hospedaje

Demanda latente

Negocios tradicionales

Emprender en actividades nuevas

Ejecución de proyectos de inversión

Emprendimientos comunes y sin innovación

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro # 1 Variables Independientes

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES
Falta de lugar recreativo	Es donde no existen sitios de distracción.	% de la población que asiste a otros lugares
Potencial turístico	Es la capacidad de una determinada empresa o grupo empresario para producir y generar utilidades a través del turismo.	% de espacios turísticos a explotar.
Inversión monetaria	Es cuando tu inviertes tu dinero en algo.	% de la inversión monetaria terceros.
Capital de los inversionistas	Son aquellas personas que invierten sus capitales y promueven con la iniciativa empresarial la creación de negocios.	% de capital a invertir por parte de los socios
Líneas de crédito	Son las facilidades que se otorga a un cliente hasta por un límite determinado y que le permite, durante el período de vigencia de la facilidad, solicitar el financiamiento de varias operaciones de naturalezas semejantes e independientes entre sí.	# de hosterías y complejos turísticos existentes en el Cantón Naranjito.
Postura conservadora	Es mantener los valores políticos, sociales y morales tradicionales.	% de capital a invertir por parte de los socios

Cuadro #2 Variables Dependientes

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES
Sitio de recreación y hospedaje	Son espacios destinados a la distracción personal o grupal	% de la población que realizan actividades turísticas.
Demanda latente	Descubrir una necesidad o demanda latente, presenta la oportunidad de introducir un nuevo producto social. La demanda latente, es cuando un considerable número de personas comparte una fuerte necesidad de un producto o servicio social efectivo.	% de la población que espera un producto o servicio eficaz.
Negocios tradicionales	Actividades que ya se encuentran ejecutándose y que involucra aspectos repetitivos.	# de proyectos sin ejecutarse en el Cantón Naranjito.
Emprender actividades nuevas	Diferentes formas o medios de satisfacer las necesidades humanas mediante los recursos disponibles.	% de sectores previamente segmentados.
Ejecución de proyectos de inversión.	Es convertir en realidad los proyectos de implantación, seleccionando y recomendando ubicaciones, estableciendo planning, coordinando, los trabajos de obra civil construcción, instalaciones y compañías suministradoras.	% de empresarios que estén dispuestos a invertir en proyectos.
Emprendimientos comunes y sin innovación	Son aquellos que se han arraigado o posicionado dentro del mercado.	% de empresarios que implementan negocios ya tradicionales.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

Cuasi-experimental: Se analizará los diferentes acontecimientos ya existentes y no se harán cambios de variables, solo se identificarán las necesidades y los problemas que en este proyecto se presenta los cuales están direccionados directamente en lo que es la escasa difusión de la información con respecto del tema de estudio.

Tipo transversal o transaccional: Se tomará información presente, mediante los diferentes métodos de investigación como la encuesta, ya que la información recopilada nos servirá para delimitar el tema de estudio.

Investigación Descriptiva: Se va a identificar todas las características referentes al mercado, como sus necesidades, costumbres, estado socioeconómico y cultural.

3.2. LA POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

El universo estará dirigido al toda la población del Cantón Naranjito, teniendo como base el número de habitantes que conforman la población que es de 37.186 los cuales están divididos de la siguiente manera: 19.063 hombres y 18.123 mujeres según datos del INEC lo cual nos permite desarrollar la fórmula a ejecutar para saber el número exacto de personas a encuestar teniendo como resultado realizarlo a 380 personas.

3.2.2 Delimitación de la población

La presente encuesta se va a dirigir a la zona urbana-rural del Cantón Naranjito, tanto hombres como mujeres, sin distinción de edad, ni de raza, ni situación socioeconómica.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra a utilizarse en este estudio es probabilística, porque se conoce la población y se aplica la selección aleatoria.

3.2.4 Tamaño de la muestra

n= tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población.

p= posibilidad de que ocurra un evento, $p= 0,5$

q= posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q= 0,5$

E= error, se considera el 5%; $E= 0,05$

Z= nivel de confianza, que para el 95%, $Z= 1,96$

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2 + pq}{Z^2}}$$
$$n = \frac{37186(0.5)(0.5)}{\frac{(37186-1)(0.05)^2 + (0.5)(0.5)}{(1.96)^2}}$$

$$n = 380$$

Según la fórmula aplicada y tomando en cuenta el margen de error del 5% nos arroja como resultado que el tamaño de la muestra que se va a encuestar es de 380 personas.

3.2.5 Proceso de selección

La selección de la muestra que se hará es de tipo probabilístico y el procedimiento a utilizarse es de forma aleatoria porque se obtendrá al azar, es decir, que todo número tenga la misma probabilidad de ser elegido y que la elección de uno no dependa de la elección del otro.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Método Inductivo-Deductivo

Permitirá efectuar un estudio minucioso de cada variable o factor que interviene en nuestro proyecto, analizando las causas del por qué existe un desinterés por parte del empresarios o inversionistas en realizar proyectos con la finalidad de mejorar los índices de afluencia del sector turístico del cantón Naranjito. Como lo menciona en el libro Investigación Científica el autor comenta que “es la combinación del método inductivo y deductivo ya que primero se deduce por medio de la observación del hecho, luego se analiza para comprobar una realidad lógica”²³.

3.3.2 Métodos empíricos

Los métodos empíricos a utilizar son fundamentales y complementarios: En los fundamentales utilizaremos la observación y en los complementarios la encuesta.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La encuesta.- Estará basada en un cuestionario de once preguntas el objeto de la aplicación de estas encuestas es comprobar la hipótesis de la propuesta.

²³Moreno, Wilson, Investigación Científica, Pág. 41.

Observación.- Con este método se realizara un estudio de si existen empresas dedicada a la comercialización de productos a base de avena y que beneficios generaría si existiera.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Los procedimientos estadísticos de la información que se va a utilizar es por medio de donde se creará una base de datos, en la cual será procesada y analizada y así obtendremos el conteo y los resultados concernientes a la encuesta lo cual nos permitirá realizar de manera más fácil la representación gráfica por medio de pasteles, barras o líneas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El Cantón Naranjito, no cuenta con una hostería -complejo turístico a la vez que cumpla con los requerimientos de clientes que tienen un distinto estilo de vida, que comente una verdadera recreación física y psicológica, alejada de la contaminación y bullicio, que su funcionalidad sea propicia para generar el verdadero relax y que colabore con bases sólidas para una verdadera convivencia deseable.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

4.2.1 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Para realizar el análisis actual a continuación se presentara los respectivos cuadros y gráficos del proceso de encuestacion, los cuales nos permitirán obtener la información necesaria para el conocimiento de la implementación de una hostería -complejo turístico en el Cantón Naranjito.

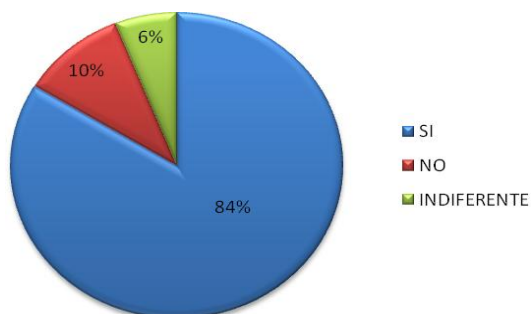
1.- ¿Cree usted que afecta a Naranjito y sus alrededores la falta de un lugar de relajación, recreación, deporte y hospedaje?

Cuadro # 3 Falta de lugar recreacional y hospedaje

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
SI	318	84%
NO	39	10%
INDIFERENTE	23	6%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 1 Falta de lugar recreacional y hospedaje



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 84% de la población encuestada, considera que la falta de un lugar de relajación, recreación, deporte y hospedajes, afecta a Naranjito ya que esto genera que las personas prefieran buscar centros recreacionales en otras ciudades, para el 10% de la población encuesta no considera importante, mientras que para el 6% le es totalmente indiferente esta situación.

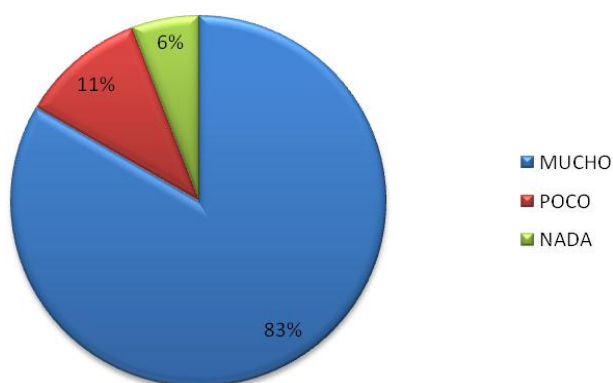
2.- ¿Cree usted que el desconocimiento del potencial turístico se afecta a la demanda en lo que respecta a recreación y hospedaje?

Cuadro # 4 Potencial turístico

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
MUCHO	317	83%
POCO	41	11%
NADA	22	6%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 2 Potencial Turístico



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 83% de la población encuestada consideran que la falta de conocimiento limita a conocer el verdadero potencial turístico que posee el Cantón Naranjito el mismo que afecta a la demanda en lo que respecta a recreación y del potencial turístico se afecta a la demanda en lo que respecta a recreación y hospedaje, para el 11% de la población encuestada consideran que el tener poco desconocimiento influye en los procesos de demanda de afluencia turística, mientras que para 6% es nada.

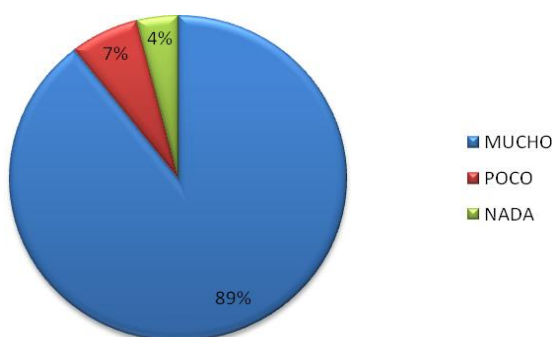
3.- ¿Considera usted que para proyectos ambiciosos destinados al sector turístico se necesita de una gran inversión monetaria?

Cuadro # 5 Proyectos ambiciosos

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
MUCHO	340	89%
POCO	25	7%
NADA	15	4%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 3 Proyectos ambiciosos



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 89% de la población encuestada consideran que para la gestión de procesos ambiciosos en el área turística se necesita de fuertes inversiones monetarias lo que implica riesgos para los mismos y hasta que se deje de considerar que se deba de invertir, mientras que para el 7% de la población considera que se necesita de poca inversión lo que puede generar inconvenientes debido al desconocimiento, pero existe un 4% que no se necesita de nada para generar dichas empresas.

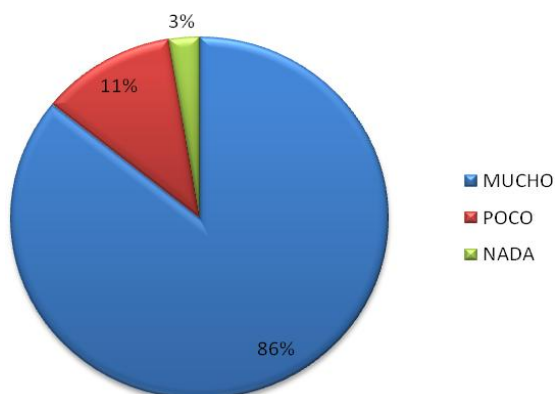
4.- ¿Cree usted que los riesgos de una inversión monetaria influye en los procesos de creación de negocios?

Cuadro # 6 Inversión monetaria

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
MUCHO	326	86%
POCO	44	12%
NADA	10	3%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 4 Inversión monetaria



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 86% de la población consideran que existen riesgos en una inversión monetaria la misma influye en los procesos de creación de negocios, para ello es necesario realizar estudios acerca de la influencia que ejercen los mismos, mientras que para el 11% de la población encuestada los riesgos son limitantes ello se debe al desconocimiento de lo que implica la inversión monetaria, mientras que para el 3% no incide en absolutamente nada.

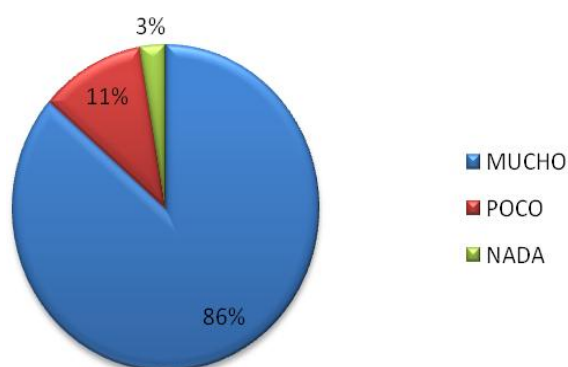
5.- ¿La creación de negocios tradicionales en qué medida incide en la aceptación de los consumidores en una hostería-complejo turístico?

Cuadro # 7 Negocios Tradicionales

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
MUCHO	328	86%
POCO	42	11%
NADA	10	3%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 5 Negocios Tradicionales



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 86% de la población encuestada consideran que la creación de negocios tradicionales incide en la aceptación de los consumidores en una hostería-complejo turístico lo que hace que hasta cierto punto que los gustos de los consumidores se vean limitados y a la vez restringidos, mientras que para el 11% de la población su influencia es poca, para el 3% de la población encuesta no implica absolutamente nada.

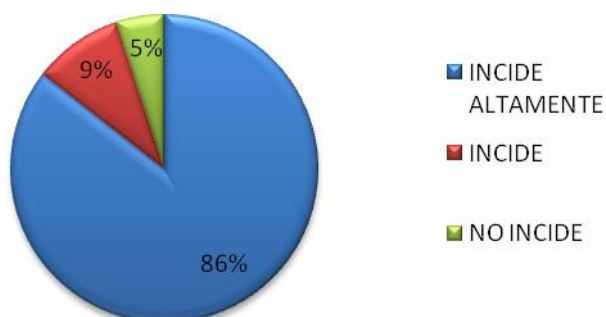
6.- ¿Considera usted que la falta de capital incide en los procesos de emprendimiento de negocios?

Cuadro #8 Procesos de emprendimiento

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
INCIDE ALTAMENTE	325	86%
INCIDE	36	9%
NO INCIDE	19	5%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 6 Procesos de emprendimiento



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 86% de la población encuestada consideran que la falta de capital incide en los procesos de emprendimiento de negocios los mismos que limitan a la población en los procesos de consumo o incluso en generar nuevas formas de empleo, para el 9% de la población incide la falta de capital y por último para el 5% de la población encuesta no incide en nada.

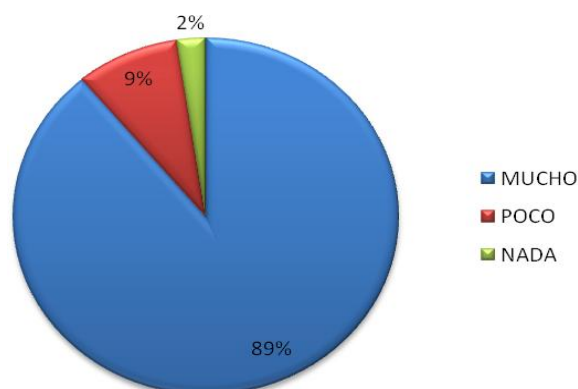
7.- ¿Cree usted que las limitaciones en los créditos incide la ejecución de los mismos?

Cuadro # 9 Limitaciones en los crédito

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
MUCHO	338	89%
POCO	33	9%
NADA	9	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico #7 Limitaciones en los créditos



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 89% de la población las limitaciones en los créditos incide la ejecución de los mismos lo que hace que sea vea afectado los procesos de consumo de la población del Cantón Naranjito, para el 9% de la población encuestada las limitaciones influye escasamente, mientras que para el 2% no incide en absolutamente nada.

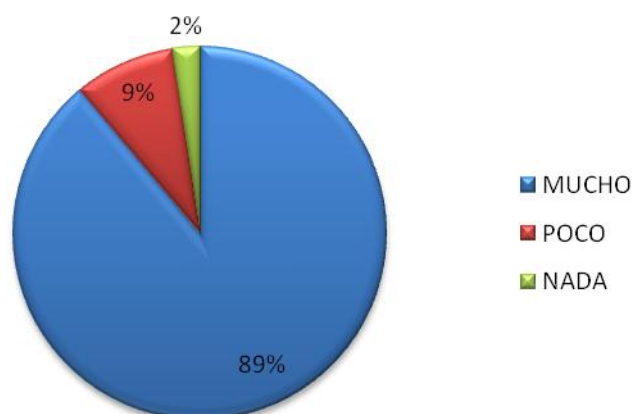
8.- ¿Cree usted que los aspectos que involucran en acceder a un crédito inciden en la creación de negocios?

Cuadro # 10 Crédito inciden en la creación de negocios

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
MUCHO	338	89%
POCO	33	9%
NADA	9	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 8 Crédito inciden en la creación de negocios



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 89% de la población son varios los aspectos que involucran en acceder a un crédito los mismos que inciden en la creación de negocios, esto se pueden deber a las limitaciones por parte de los inversionistas, políticas fiscales, falta de conocimiento, trámites engorrosos, mientras que para el 9% de la población encuestada esos aspectos inciden de poca manera y finalmente para el 2% de la porción los mismos no inciden en absolutamente nada.

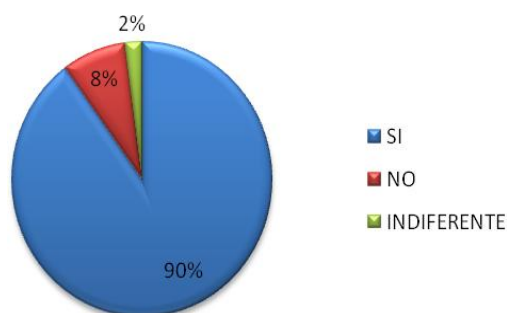
9.- ¿Cree usted que los riesgos a los que se ven sometidos los empresarios incide en emprendimientos comunes y poco innovadores?

Cuadro # 11 riesgos a los que se ven sometidos los empresarios

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
SI	342	90%
NO	30	8%
INDIFERENTE	8	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 9 riesgos a los que se ven sometidos los empresarios



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 90% de la población los riesgos a los que se ven sometidos los empresarios inciden en emprendimientos comunes y poco innovadores lo cual hace que se vean limitadas sus expectativas en lo que respecta al emprendimiento de los mismos haciendo así que de esta manera la economía se vea influenciada, mientras que para el 8% de la población consideran de que los riesgos no inciden en absolutamente nada en la gestión de emprendimientos, finalmente para el 2% de la población es totalmente indiferente.

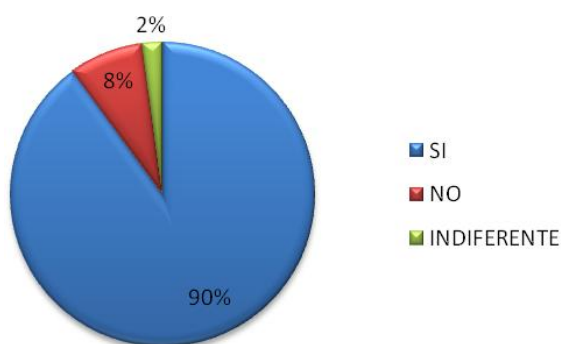
10.- ¿La postura conservadora de los emprendedores incide en emprendimientos comunes y poco innovadores?

Cuadro # 12 Postura conservadora de los emprendedores

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
SI	339	89%
NO	34	9%
INDIFERENTE	7	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Gráfico # 10 Postura conservadora de los emprendedores



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 89% de la población encuestada consideran que la postura conservadora que mantienen los emprendedores incide desventajosamente en los emprendimientos comunes y poco innovadores, lo que hace que se vea limitado los procesos de creación de los mismos disminuyendo progresivamente el mejoramiento de la economía, para el 9% consideran de que la postura conservadora no incide en los emprendimientos comunes y poco innovadores, mientras que para el 2% le es totalmente indiferente.

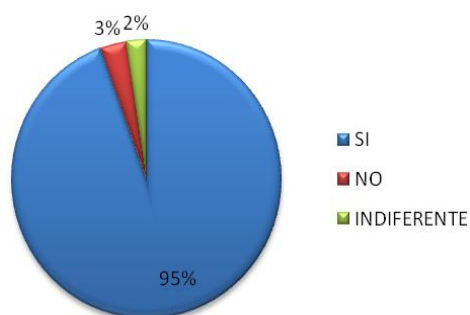
11.- ¿Considera usted acertada la creación de una hostería-complejo turístico?

Cuadro # 13 Creación de una hostería-complejo turístico

ALTERNATIVAS	No. Encuestados	% Porcentaje
SI	359	94%
NO	12	3%
INDIFERENTE	9	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito

Gráfico # 11 Creación de una hostería-complejo turístico



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Naranjito.

Autores: Mejía Espinoza José & Cortez Villalva Viviana

Análisis

El 94% de la población encuestada consideran que es muy acertada la creación de una hostería-complejo turístico la misma que contribuirá notablemente al turismo del Cantón, generar nuevas plazas de trabajo y mejorar la economía del mismo, mientras que para el 3% de la población considera que no es necesario la creación de la misma y finalmente para el 2% de la porción encuestada le es totalmente diferente.

4.3 RESULTADOS

La recopilación y tabulación de la información obtenida en el proceso de encuesta permitió conocer que actualmente en el Cantón Naranjito no se encuentra establecido un negocio que se dedique a promocionar dicho cantón como un sector turístico, estas deficiencias han hecho que muchos clientes no se sientan a gusto y que los mismos se vean obligados a asistir a estos lugares y muchas veces no encontrar el servicio que buscan.

Tomando en cuenta los objetivos y las hipótesis asentadas sobre la problemática planteada del estudio de rentabilidad para la creación de una hostería-complejo turístico en función del nivel de afluencia en el turismo del Cantón Naranjito, Provincia de Guayas, es viable la creación, ya que la población económicamente activa de dicho cantón se vería beneficiado pues el tener dicha hostería-complejo turístico es un índice de rentabilidad para ellos. Con esta propuesta ayudaremos a que las personas no viajen fuera de la ciudad, sino que mejor puedan adquirir dichos servicios dentro del Cantón.

4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS O PREGUNTAS A DEFENDER

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se pudo constatar que las hipótesis establecidas sobre el diagnóstico del estudio de rentabilidad para la creación de una hostería-complejo turístico en el Cantón Naranjito, denotan que las hipótesis son aceptadas, pues de acuerdo al criterio de la ciudadanía que fue encuestada, dio como resultado que sería muy beneficioso crear la hostería-complejo turístico; ya que de esta forma se contribuirá al mejoramiento social y económico y las fuentes de trabajo para Naranjito.

4.4. VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Cuadro # 14 Verificación de las hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
La escasa visión emprendedora por parte de los empresarios, afecta en la ausencia de un sitio de recreación y hospedaje en el Cantón Naranjito.	No. 1 De acuerdo a esta interrogantes el 84% de la población económicamente activa considera que que la limitada visión emprendedora influye en los procesos de creación de una hostería-complejo turístico
El desconocimiento del potencial turístico del cantón afecta en la demanda latente en lo que respecta a recreación y hospedaje.	No. 2 Para el 83% de los encuestados es incidente el hecho de que la falta de conocimiento limita a conocer el verdadero potencial turístico que posee el Cantón Naranjito el mismo que afecta a la demanda
El requerimiento de una gran inversión monetaria en emprendimientos ambiciosos, lleva a crear pequeños negocios tradicionales.	No. 3 Para esta interrogante el 89% de los habitantes consideran que para la gestión de procesos ambiciosos en el área turística se necesita de fuertes inversiones monetarias lo que implica riesgos para los mismos
El escaso capital de los inversionistas los lleva en ocasiones a desistir de emprender en actividades nuevas.	No.6 En esta interrogante el 86% de la población encuestada consideran que la falta de capital incide en los procesos de emprendimiento de negocios los mismos que limitan a la población en los procesos de consumo
Las limitadas líneas de crédito lleva a que muchos proyectos de inversión no puedan ejecutar en su totalidad.	No. 7 En esta interrogante el 89% de la población considera que las limitaciones en los créditos incide la ejecución de este tipo de proyectos.
La postura conservadora de los emprendedores incide en el hecho de que sólo se creen emprendimientos comunes y sin innovación.	No. 10 Para el 89% de la población encuestada consideran que la postura conservadora que mantienen los emprendedores incide desventajosamente en los emprendimientos comunes y poco innovadores.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA.

“Creación de una hostería-complejo turístico en el Cantón Naranjito”.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La fundamentación se caracteriza en plasmar los aspectos más relevantes del marco teórico para enriquecer la propuesta.

Obteniendo así la certeza de que para lograr correctamente las operaciones financieras y administrativas se debe realizar técnicas de administración, las cuales nos lleven a obtener resultados eficaces en la coordinación de las cosas y personas que integrarían la entidad.

La hostería-complejo turístico tiene meta ayudar a generar un tipo de ambiente de relajación, recreación, deporte y hospedaje, el cual se brinde un espacio y la oportunidad de sentirse en contacto con la naturaleza y la satisfacción de los consumidores; ya que solo así de esta forma se reducirían los altos niveles de emigración hasta otras ciudades.

Por tal motivo, debemos estar superándonos constantemente en nuestra labor, pensando siempre que la calidad es lo que marca grandes diferencias entre nuestros clientes y así tener una excelente respuesta por parte de ellos, ya que de

esta manera nos ayudaran a seguir emprendiendo y avanzando hacia un futuro cada vez mejor.

Así de esta forma queremos demostrar que podemos superar las expectativas, llegando a cumplir con el fin propuesto, esto significa, que contar con una hostería que se dedique a que la economía de la ciudad se incremente y más aún que Naranjito pase a ser una zona comercial competitiva a nivel nacional siendo esta la capital de la región cinco.

5.3 JUSTIFICACIÓN.

El desarrollo de esta propuesta consiste en promover la creación de una hostería-complejo turístico en el Cantón Naranjito, se propuso este tema tomando como base la información obtenida en los procesos de encuestación que se le realizó a la población económicamente activa del Cantón Naranjito (PEA); en base a dichos resultados obtenidos mediante estudios, teorías y métodos de investigación para cumplir con los objetivos propuestos, la solución que se propone es la creación de una hostería-complejo turístico en el Cantón Naranjito ya que esta es una fuente para el mejoramiento socioeconómico del Cantón, tomando en cuenta las necesidades de la población y sus manifestaciones consideramos que es factible la creación de esta empresa porque así de esta manera se dará el consumo de los servicios los mismos que tienen como función un tipo de ambiente de relajación, recreación, deporte y hospedaje, el cual brinde un espacio y la oportunidad de sentirse en contacto con la naturaleza.

5.4 OBJETIVOS.

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Creación de una hostería-complejo turístico en el Cantón Naranjito, para consumo de los servicios los mismos que tienen como función un tipo de ambiente de relajación, recreación, deporte y hospedaje, el cual brinde un espacio y la oportunidad de sentirse en contacto con la naturaleza, los mismos que hagan de este negocio un factor productivo.

5.4.2 Objetivos específicos de la Propuesta.

El tener un conocimiento pleno acerca de lo que es el potencial turístico contribuirá a que se generen espacios nuevos de recreación y hospedaje.

Los diferentes requerimientos que implica el tener una gran inversión monetaria en emprendimientos ambiciosos, generará espacios a la creación de pequeños negocios tradicionales.

El tener capital y aporte de los inversionistas motivará a que de manera efectiva se propicie bases para emprender en actividades nuevas.

El tener en cuenta que contar con líneas de crédito, contribuirá a que se ejecuten proyectos de inversión en su totalidad.

El tener una visión emprendedora la creación de espacios de recreación y hospedaje en el Cantón Naranjito hará que la población tenga lugares donde poder distraerse.

Cabe recalcar que la hostería-complejo turístico estará ubicado en la vía a Bucay km 12 entre el recinto Norton y recinto San Francisco.

5.5 UBICACIÓN.

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjito

Dirección: Km 12 vía Bucay, entre el Recinto Norton y Recinto San Francisco

Área: 3 Hectáreas

Gráfico # 12 Croquis del Cantón

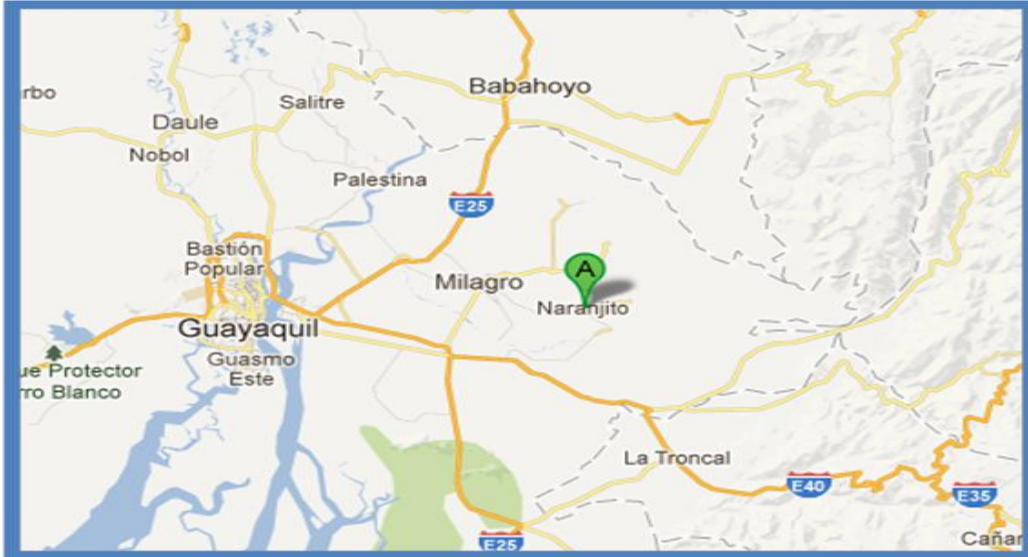
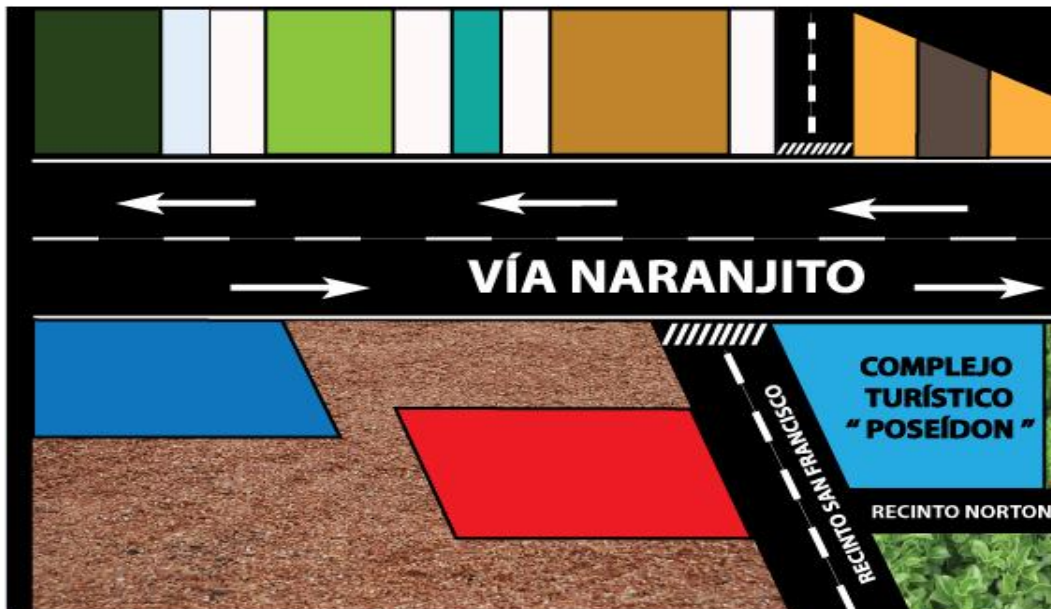


Gráfico 13. Croquis del Negocio



5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

Factibilidad administrativa

La factibilidad de la propuesta para poder medirla hemos realizado un estudio a través del trabajo de campo como se lo realizó aplicando la encuesta, la cual fue de gran aporte para obtener información sobre las necesidades que nos permitan realizar de forma rentable la viabilidad de nuestro estudio, verificando la necesidad de un complejo turístico-hostería en el Cantón Naranjito, el mismo que genere fuentes de trabajo y a su vez espacios de recreación y relajación.

Con la presente propuesta se trata de mejorar los niveles de calidad de vida y contribuir a espacios de recreación para los habitantes.

Factibilidad presupuestaria

Para la factibilidad presupuestaria se realizará las cotizaciones necesarias para la implementación de un complejo turístico-hostería en el Cantón Naranjito dedicado a generar espacios de recreación y relajación, así como la adquisición de activos fijos que complementan la implementación, de esta forma podemos determinar la inversión de nuestra propuesta.

Factibilidad Técnica

Para la factibilidad técnica se contará con muebles-enseres y espacios muy cómodos para que nuestros usuarios se sientan relajados a la hora de la adquisición, se realizará los procesos de compras con nuestros proveedores manteniendo una excelente comunicación.

Factibilidad Legal:

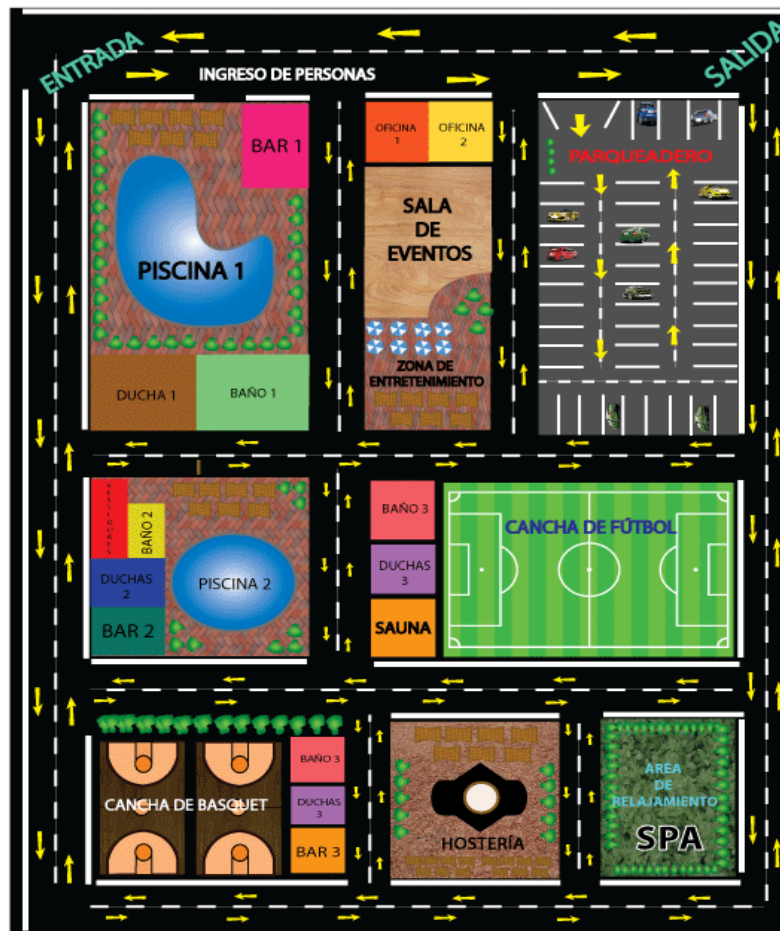
(Leyes normas para establecer en el mercado) no hay ninguna ley que pueda establecer estos tipos de negocios.

(Leyes normas para establecer en el mercado) no hay ninguna ley que pueda establecer estos tipos de negocios.

Gráfico #14 Logo



Gráfico #15 Plano de Poseidón



MISIÓN

Ofrecer un destino turístico con características propias, las mismas que permiten estar rodeado de la naturaleza, alejado del ruido y por una atención única a nuestros clientes.

VISIÓN

Consolidarse como una de las mejores hosterías de la ciudad y sus zonas de influencia contando con una amplia infraestructura, belleza escénica, descanso y confort, para que nuestros visitantes sientan la comodidad y el relax que tanto necesitan.

SLOGAN

Descanso, relax y confort...!! Al maximoooo!!

OBJETIVO

Colaborar con una mejor calidad de vida que permita fomentar las relaciones personales e interpersonales y contribuir con el cuidado del medio ambiente, a la vez que se genera fuentes de trabajo y se aporta al desarrollo del Cantón.

VALORES CORPORATIVOS.

Sinergia

Trabajo en equipo, integrado y sistémico, con la mayor velocidad posible y de la forma más simple posible.

Deber

La obligatoriedad de satisfacer a los comerciantes y consumidores para cumplir con sus expectativas mediante la presentación de un excelente servicio es tomado como principio fundamental.

Confianza y Lealtad

Apoyar, estimular y respetar al personal, dándole capacitación, autoridad y responsabilidad, para mejorar su desempeño y desarrollo profesional.

Disciplina.

Nos caracterizaremos por ser puntuales en nuestras obligaciones, con nuestra gente, exactos en todos nuestros cumplimientos, atenciones y muestras de amabilidad hacia nuestros consumidores.

OBJETIVOS CORPORATIVOS

- Innovar y crecer constantemente, adaptándose a los tiempos, gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Cumplir constantemente con nuestra promesa de calidad y excelencia de nuestros servicios.
- Fomentar el desarrollo profesional de todos los integrantes de nuestra organización.
- Alcanzar con puntualidad, honestidad, cumplimiento y principios éticos.

PRINCIPIOS

Liderazgo: ser líder para marcar la diferencia, involucraremos y nos comprometeremos; con nuestros clientes internos y externos.

Conocimiento de los hechos: se presentará información veraz, confiable y eficiente. Para que así de esta manera se tome las decisiones más acertadas y oportunas

Preparación: en este mercado la competencia siempre está presente, aunque nos este agrediendo.

Aprovechar todas las oportunidades: El éxito se puede lograr con una acción rápida. La innovación y la velocidad en que apliquemos nuestras estrategias serán decisivas. No derrochando el tiempo y los recursos.

La unión: Cuando todos los integrantes de la organización están unidos para conseguir un propósito, se lo hará a través de la motivación de las expectativas de triunfo.

Ser mejores: la mejora continua e innovadora que aplicaremos en nuestra organización, representaran el triunfo o la permanencia en el mercado.

La coordinación: la organización y la comunicación la emplearemos de una manera cuidadosa entre los trabajadores – clientes. Estas serán dos armas muy importantes para lograr la permanencia del mercado.

No declarar nuestras intenciones: la organización será más fuerte, si nuestra competencia sabe menos de lo que deseamos lograr, debemos ser sutil en las estrategias para que la competencia no pueda prevenirse contra ellas

METAS

Cercanía con nuestros clientes: Nosotros servimos a nuestros clientes y aprendemos de ellos.

Estrategias de posicionamiento y liderazgo: Nosotros realizamos un buen trabajo, que nos lleven hacia la innovación y el constante desarrollo.

Dirección Efectiva: Impulsaremos la responsabilidad de cada empleado y los encaminaremos hacia nuestras metas.

Calidad Total: Queremos calidad en nuestros productos y en nuestro servicio, y mantenerla es nuestra meta principal.

Empleados Comprometidos con la Empresa: Queremos empleados motivados y comprometidos con su trabajo. Cada empleado será responsable del capital humano y de la conservación de nuestra empresa.

Comunicación Organizacional: Nos comunicaremos unos con otros libremente y con respeto.

Creatividad e Innovación: Trabajaremos en un entorno en donde las ideas y el desarrollo fluyan, e impulsar la creatividad de nuestros empleados.

Ganancias: Aprovecharemos muy bien las ganancias y veremos en ella la fuerza de la empresa.

Competencia: Competimos justamente.

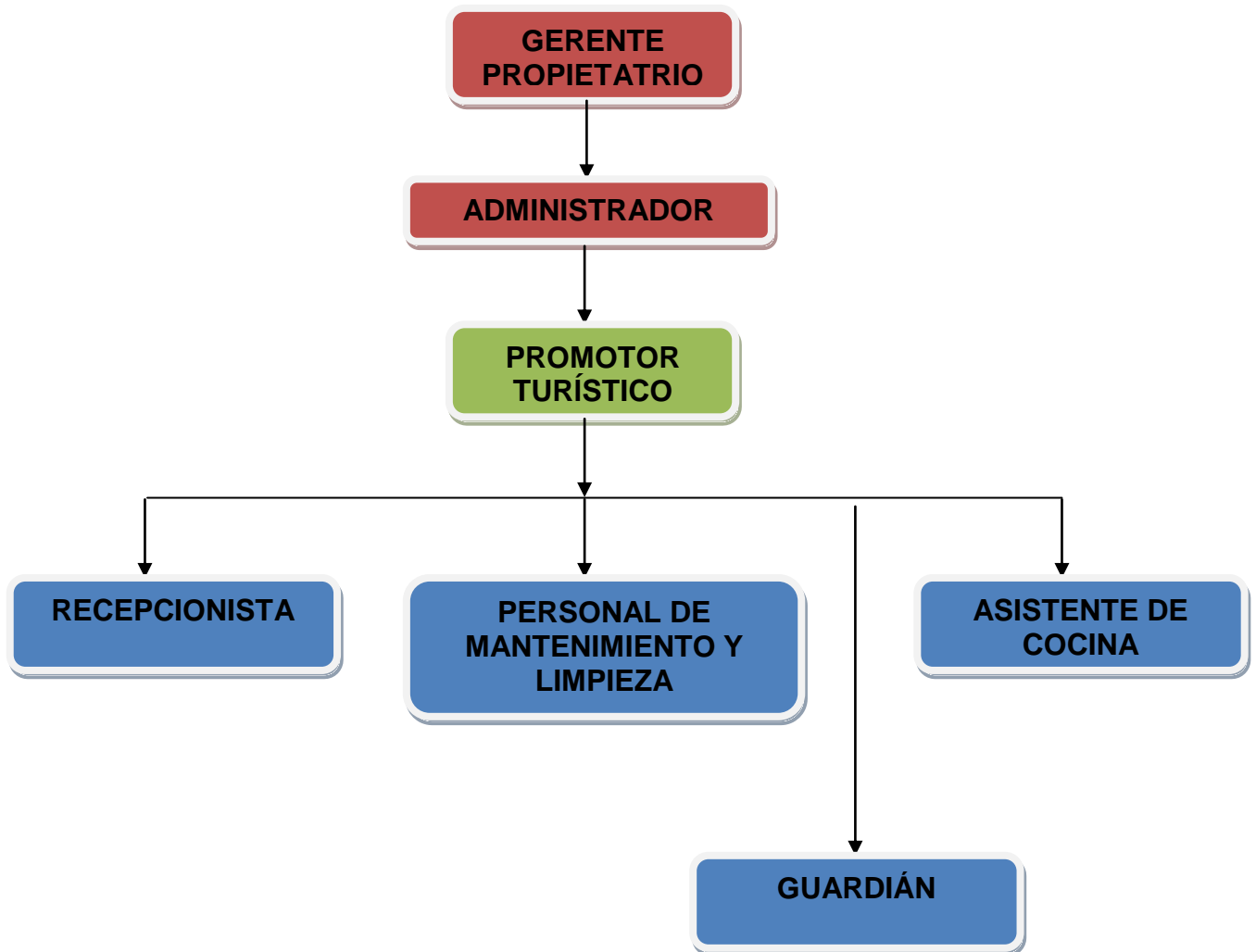
REQUERIMIENTO DE PERSONAL

CUADRO # 15 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

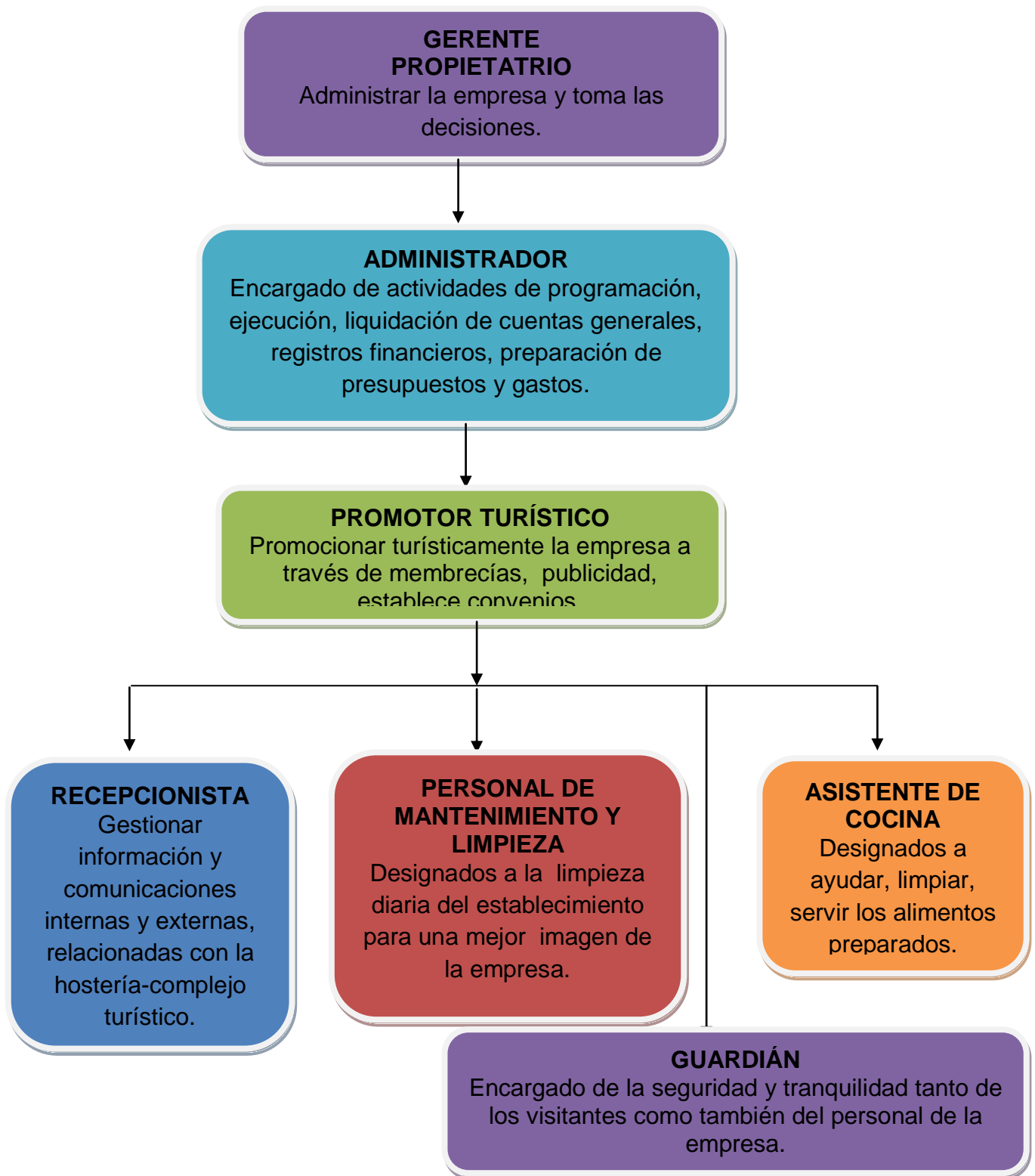
No.	TIPO DE CARGO	DESCRIPCIÓN BREVE
1	GERENTE-PROPIETARIO	Administrar la empresa y toma las decisiones.
1	ADMINISTRADOR	Encargado de actividades de programación, ejecución, liquidación de cuentas generales, registros financieros, preparación de presupuestos y gastos.
1	PROMOTOR TURÍSTICO	Promocionar turísticamente la empresa a través de membrecías, publicidad, establece convenios.
1	RECEPCIONISTA	Gestionar información y comunicaciones internas y externas, relacionadas con la hostería y complejo turístico.
1	PERSONAL DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	Designados a la limpieza diaria del establecimiento para una mejor imagen de la empresa.
1	ASISTENTE DECOCINA	Designados a ayudar, limpiar, servir los alimentos preparados.
1	GUARDIÁN	Encargado de la seguridad y tranquilidad tanto de los visitantes como también del personal de la empresa.

**ORGANIGRAMA
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

HOSTERÍA-COMPLEJO RECREACIONAL



ORGANIGRAMA FUNCIONAL HOSTERÍA-COMPLEJO TURISTICO



A continuación detallaré las funciones a cumplirse de cada departamento en la hostería-complejo turístico.

MANUAL DE FUNCIONES

DEPARTAMENTO DE GERENCIA

FUNCIÓN DEL CARGO: GERENTE PROPIETARIO

Funciones específica:

Planificar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades de los departamentos.

Plantear y definir políticas, normas y procedimientos encaminados a mejorar la estructura y gestión de la hostería-complejo turístico.

Convocar y dirigir reuniones con el personal de la hostería y complejo turístico para coordinar la ejecución de las acciones y procedimientos según los métodos establecidos en las políticas que va implantando la empresa.

Diseñar y evaluar la elaboración, controlar el cumplimiento de la Planificación, asegurándose que involucre a todo el personal.

Dirigir el proceso de selección de personal, de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Planificar, dirigir y ejecutar los programas de motivación e integración para el personal de la empresa.

Perfil del puesto

- Edad: 30 a 40 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto

Características Personales

- Emprendedor y proactivo
- Capacidad de liderazgo
- Actitud positiva
- Experiencia laboral

Nivel de Conocimiento

- Título profesional

Conocimientos básicos

- Administración empresarial.
- Metodologías de formulación y evaluación de proyectos.

FUNCIÓN DEL CARGO: ADMINISTRADOR

Funciones específica:

- Mantener en correcto estado de servicio, presentación y funcionamiento los implementos, y equipos de trabajo que se le confíen.
- Elaborar y asesorar la legalización de los diferentes Contratos y compras que realice la hostería- complejo turístico.
- Organizar, dirigir y controlar todo lo relacionado con los ingresos por concepto de servicios prestados, créditos, transferencias y pagos.
- Coordinar y controlar las operaciones relacionadas con el registro contable de los boletines diarios de caja, comprobantes de ingreso / egreso y demás documentos que soportan la contabilidad de la Empresa.
- Coordinar y controlar el correcto registro de las cuentas por pagar y por cobrar.
- Planear y controlar todo lo relacionado con la elaboración de los registros contables que requiere la Empresa.
- Transcribir en computador informes tomados en la Empresa a las distintas
- Reuniones con el Gerente.

Perfil del puesto

- Edad: 30 a 45 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto

Características Personales

- Proactivo
- Actitud positiva
- Experiencia laboral
- Título profesional en cualquiera de las siguientes áreas con experiencia mínima de 3 años:
- Economista
- Contador Público

Conocimientos básicos

- Administración empresarial.
- Conocimientos contables.

FUNCIÓN DEL CARGO: PROMOTOR TURÍSTICO

Funciones específica:

- Contribuir con ideas al de marketing al gerente propietario para trabajar en conjunto y cumplir con los objetivos establecidos en la empresa.
- Elaborar un plan para captar clientes en la hostería -complejo turístico.
- Organizar, dirigir y controlar todo lo relacionado con el marketing e imagen de la empresa.
- Coordinar y controlar las visitas de diferentes lugares que tendrán los clientes que han elegido los paquetes turísticos.
- Coordinar y controlar el correcto registro de las cuentas por pagar y por cobrar.
- Realizar informes periódicos del trabajo realizado.

Perfil del puesto

- Edad: 25 a 30 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto

Características Personales

- Proactivo
- Actitud positiva
- Experiencia laboral

Nivel de Conocimiento

- Título profesional en cualquiera de las siguientes áreas con experiencia mínima de 3 años:
- Turismo
- Marketing
- Relaciones Públicas

Conocimientos básicos

- Administración empresarial.
- Conocimientos contables
- Relaciones Humanas

FUNCIÓN DEL CARGO: RECEPCIONISTA

Funciones específica:

- Opera la central telefónica haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Atender al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal.
- Mantiene el control de llamadas locales y a larga distancia mediante registro de número de llamadas.

- Recibir la correspondencia y mensajes dirigidos al personal y/o clientes.
- Entregar la correspondencia recibida al personal de la Hostería- complejo turístico.
- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Perfil del puesto

- Edad: 25 a 40 años
- Sexo: Femenino
- Estado Civil: Indistinto

Características Personales

- Emprendedor y proactivo
- Actitud positiva
- Experiencia laboral mínima 2 años en cargos similares

Nivel de Conocimiento

- Universitaria

Conocimientos básicos

- Estar capacitado y tener conocimiento de relaciones humanas y públicas.

FUNCIÓN DEL CARGO: PERSONAL DE SEGURIDAD

Funciones específica:

- Controlar el ingreso y salida del personal y clientes.
- Solicitar documentos de identidad de ser necesario.
- Garantizar la seguridad de las personas que están dentro de las instalaciones.
- Realizar recorridos frecuentes por las instalaciones.

- Establecer normas de seguridad para prevenir cualquier tipo de anomalías dentro y fuera de las instalaciones.
- Llevar un registro de las novedades ocurridas y reportarlas al Gerente-Propietario.

Perfil del puesto

Edad: 25 a 45 años

Sexo: Masculino

Estado Civil: Indistinto

Características Personales

Experiencia laboral mínima 2 años en cargos similares

Nivel de Conocimiento

Título de bachiller

Conocimientos básicos

Estar capacitado y tener conocimiento de armas.

FUNCIÓN DEL CARGO: PERSONAL DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

Funciones específica:

- Ejecutar la limpieza en el establecimiento
- Hacer la revisión pertinente e informar sobre las fugas y conexiones que encuentren en mal estado.
- Responder por el adecuado uso y conservación de los materiales, herramientas y demás elementos suministrados para sus labores.
- Mantener en orden y limpieza las habitaciones y demás lugares pertenecientes a la hostería y centro recreacional para mejor comodidad de los visitantes.

Perfil del puesto

Edad: 25 a 35 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Características Personales

Experiencia laboral

Nivel de Conocimiento

Título de bachiller

Conocimientos básicos

Indistinto

FUNCIÓN DEL CARGO: PERSONAL DE COCINA

Funciones específica:

- Identificar los diferentes tipos de alimentos, así como también, los quipos con los que va a desarrollar las tareas productivas de su profesión.
- Planificar el menú del día y platos a la carta que se ofrecerán
- Mantener la higiene respectiva en la cocina
- Planificar menús y cartas de repostería y pastelería.

Perfil del puesto

Edad: 28 en adelante

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Características Personales

Experiencia laboral

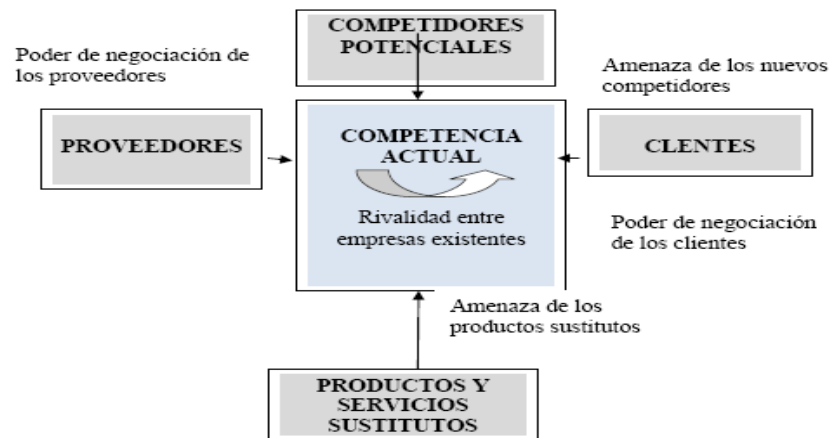
Nivel de Conocimiento

Título en relación al cargo

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter

Gráfico # 16 Las 5 fuerzas de Porter



- ❖ El poder de negociación de los proveedores es bajo, debido a que los insumos que van a ser demandados constantemente por la hostería-complejo turístico para brindar el servicio de hospedaje se los puede adquirir de gran variedad de tiendas y supermercados, en ciudades cercanas a nuestro cantón, entre estos insumos se encuentran utensilios de limpieza e higiene, de mantenimiento, entre otros productos que sean necesarios para el establecimiento y hoy en día en el país hay gran cantidad de compañías que se dedican a distribuir estos tipos de materiales.
- ❖ En cuanto a la amenaza de nuevos competidores, se debe tomar en cuenta que estos tipos de proyectos de hosterías y tienen acogida dentro de nuestro país, ya que a medida que se desarrolla con mas plenitud el turismo.

- ❖ La rivalidad de la competencia, como se mencionó previamente, a nivel nacional es alta, pero en el Cantón Naranjito es considerada nula debido a la inexistencia de una hostería-complejo turístico.
- ❖ El poder de negociación de los clientes es bajo, debido a que no hay en la actualidad una hostería-complejo turístico en el Cantón Naranjito, es por ello que somos la única alternativa que le permite al cliente encontrar un lugar perfecto para recrearse en familia, con amigos o de manera individual como también relajarse o si desean alojarse en un hermoso lugar que brinde servicios de primera.
- ❖ Finalmente, la amenaza de productos sustitutos no existe debido a que en el Cantón Naranjito no existe un lugar que ofrezca servicios iguales al nuestro.

Cuadro #16 Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter

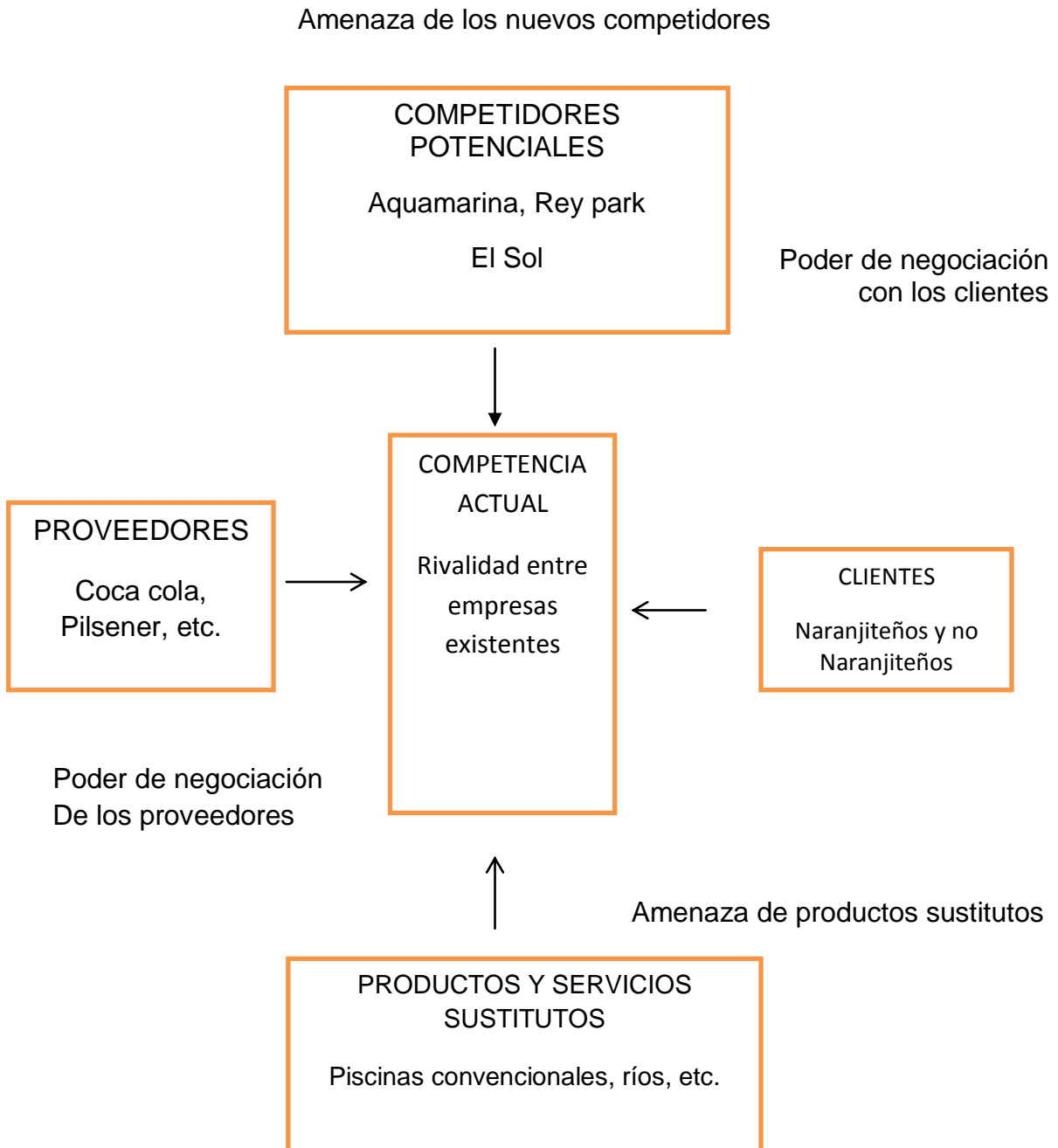


Grafico #17 Análisis FODA



Segmentación de mercado

Está comprobado que el ser humano tiene mayores posibilidades de vivir de acuerdo a la calidad de vida que lleve; el tener paz, tranquilidad y saber entretenerse sanamente, son factores principales que ayudan a una estabilidad emocional, física y espiritual.

Actualmente las estadísticas de muertes por infartos, enfermedades del sistema nervioso son múltiples, así como también se ha proliferado los video juegos y otros sitios de distracción que aparte de explotar la economía de quienes lo practican, no brindan nada bueno, por estas y otras razones pensamos que el proyecto hostería-complejo turístico colaborará en gran manera en encontrarse con uno mismo y compartir en familia momentos inolvidables que están poco a poco desapareciendo.

Con el objetivo de tener éxito en el sector recreacional y turístico, hemos decidido segmentar nuestro mercado en dos tipos de clientes potenciales, para poder satisfacer las necesidades de estos dos grupos y poder servirles con provecho y mejor que nuestros competidores.

En el primer grupo están considerados personas que deseen alejarse del ruido, la contaminación, el bullicio y opten por nuestras cabañas familiares o personales para que puedan respirar aire puro y oxigenarse con las bondades de la naturaleza. El otro grupo está destinado a clientes que deseen pasar momentos de entretenimiento, disfrutando de las piscinas, canchas, juegos y áreas verdes.

Composición del mercado

La zona de Naranjito y sus lugares aledaños actualmente están considerados como el jardín del litoral ecuatoriano, nombre que a criterio de muchos eleva el nivel turístico, y despierta grandes expectativas en propios y extraños, que se proyectan a fortalecer a través de centros recreacionales, deportivos y zonas residenciales. Considerando estas bondades innatas, y luego de un minucioso análisis de este proyecto se define que es el lugar ideal para construir la hostería-complejo turístico "POSEIDÓN".

Geográfica.-

Al este del Cantón Naranjito se encuentra vía a Bucay km 12 entre el recinto Norton y recinto San Francisco, tomamos como referencia estos datos para dar a conocer la ubicación en donde se edificará la hostería-complejo turístico "POSEÍDON"

Se destaca la exuberancia de plantaciones ornamentales en esa zona, lo cual se ha constituido en un modus vivendi de sus habitantes, el colorido, la variedad de especies florales promueve las visitas a compradores y turistas, a demás hay grandes plantaciones de piña, por lo que la belleza de las plantas y el aroma de las piñas es un marco perfecto para que nuestros futuros visitantes se sientan extasiados ante tanta belleza.

Demográfica.-

Siendo Naranjito un Cantón con una población de 37.186 habitantes según datos estadísticos del último censo realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el 2010, así como también vale la pena mencionar que

Naranjito también cuenta con un número de habitantes considerable, nos hace creer que sí tendremos una respuesta positiva de turistas que quieran disfrutar de un ambiente diferente.

Los guayasenses tienen cierta predilección por esta zona, lo hacen por adquirir plantas ornamentales, pero con nuestro proyecto estamos seguros que serán nuestros futuros clientes también.

También contamos con gran aceptación según nuestra encuesta previa al proyecto.

Edad.-

Nuestro servicio está dirigido hacia todas las edades, es de tipo familiar y personal por tal razón nuestras instalaciones están previamente diseñadas para niños, adolescentes, jóvenes, adultos y tercera edad, es decir a toda la población económicamente activa (PEA) del Cantón Naranjito.

Sexo

Está disponible para hombres y mujeres que deseen disfrutar de un ambiente distinto.

Clase social

Tomando en cuenta que la inversión es considerable, nuestras instalaciones tendrán un costo de acuerdo a lo ofertado, el nivel social será de clase media a alta.

Nivel socioeconómico

La exclusividad por la cual nos diferenciamos nos permite avizorar que nuestros clientes poseen un buen nivel social y económico, que gustan de una mejor calidad de vida, que saben invertir bien y disfrutar de un servicio de primera, por lo tanto están consientes que todo tiene su precio.

Marketing Mix

Nuestro propósito es alcanzar la meta propuesta, por lo tanto es necesario e importante tomar estrategias idóneas que nos permitan hacer un monitoreo, seguimiento y evaluación para lo cual utilizaremos la herramienta conocida como “las cuatro p”.

PRECIO

Cómodo en relación a los servicios que se ofrece de acuerdo al status económico del tipo de clientes y visitantes

PLAZA

Se contará con apoyo tecnológico a través de Internet para promocionar abiertamente, también a través de ferias preferentemente solicitar apoyo a la carrera de turismo de la UNEMI, exposiciones locales, visitas a entidades públicas y privadas.

PROMOCIÓN

Se brindará un servicio especial para contratos promocionales con reservaciones previas, hechas por el personal de la hostería o a través de la Web.

PRODUCTO

La hostería –complejo turístico está diseñada para brindar confort con un estilo diferente y acogedor, es el sitio ideal para estar en contacto con la naturaleza, oxigenarse al aire libre, percibir la fragancia de las flores y el aroma de los piñales además contará con un ambiente recreativo, agradable y tranquilo.

En cuanto a las instalaciones físicas de la hostería –complejo turístico estas incluyen:

- **Bar – Restaurante:** “Poseidón” contará con un sitio de entretenimiento para sus clientes como se lo merecen, estará dividido en dos ambientes: el primero dirigido al sector del bar, para que se puedan deleitar con una de nuestras bebidas especiales preparadas con frutas del lugar por nuestro barman, el sector del restaurante en donde ofreceremos platos típicos a su elección.
- **Otros servicios:** contaremos con una Piscina para grandes y otra para niños, una cancha de indor, personal de servicio, recepción, bar-restaurante. Servicio al cuarto las 24 horas del día, estacionamiento para automóviles.
- **Atracciones locales:** Flora y fauna, arborización.
- **Habitaciones individuales y matrimoniales:** ofreceremos 8 cabañas al inicio del proyecto, que se irán incrementando en el futuro dependiendo de la demanda potencial. Contaremos con dos tipos de cabañas, las matrimoniales y las individuales.
- **Cabaña individual:** Cuenta con mesa, baño (1 lavamanos, 1 toalla, papel higiénico, shampoo, rinse, jabón), 1 litera de 1 plaza y media (sábanas y sobrecamas), 1 velador, 1 lámpara, 1 silla, 1 mesa, persianas, servicio de camarera 2 veces al día, armario con 6 armadores y cajones, 1 toallas adicionales.
- **Cabaña matrimonial:** Cuenta con mesa, baño (1 lavamanos, 2 toallas, papel higiénico, shampoo, rinse, jabón), 1 cama de 2 plazas (sábanas y sobrecama),

- 2 veladores, 2 lámparas, silla, mesa, persianas, servicio de camarera 2 veces al día, armario con 10 armadores y cajones, toallas adicionales.

A corto plazo

- Realizar estrategias publicitarias para dar a conocer nuestros servicios a las personas dentro y fuera de la ciudad.
- Promocionar nuestros paquetes turísticos con el objetivo de captar a nuestros futuros clientes potenciales.

A Mediano plazo

- Incrementar las ventas: de paquetes turísticos, alojamiento y demás servicios.
- Implementar nuevos juegos de entretenimiento para chicos y grandes.

A largo plazo

- Contar con clientes fieles a la hostería-complejo turístico.
- Ser reconocidos a nivel local y nacional por nuestro servicio de calidad.
- Tener un buen posicionamiento en Naranjito.

Posicionamiento

La hostería-complejo turístico “POSEIDÓN” se posicionará en la medida que nuestros clientes opten por elegirnos, de lo cual estamos muy optimistas que así sucederá por cuanto nuestra empresa pretende satisfacer las necesidades personales y familiares mediante un ambiente diferente, acogedor, relajante, fuera de contaminación, presentando las siguientes opciones: entretenimiento y recreación deportiva, descanso y convivencia en familia o amigos.

Ganaremos estabilidad y difusión mediante nuestra atención personalizada, áreas bien cuidadas, promociones de una noche de alojamiento gratuito, pase de cortesía para niños, sorteos de membrecías, entre otros.

PLAN DE VENTAS

En el plan de ventas realizaremos una proyección a 5 años, a continuación presentaremos detalladamente cada uno de los servicios que ofrece la hostería-complejo turístico "POSEIDÓN".

Cuadro # 17 Plan de Ventas

HOSTERÍA-COMPLEJOTURISTICO "POSEIDÓN"					
PLAN DE VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
POR SERVICIO DE ALOJAMIENTO					
CANTIDAD	2600	2600	2600	2600	2600
PRECIO	\$ 20.00	\$ 21.00	\$ 22.00	\$ 23.00	\$ 24.00
VENTA TOTAL ANUAL	\$ 52,000.00	\$ 54,600.00	\$ 57,200.00	\$ 59,800.00	\$ 62,400.00
POR SERVICIO DE CAFETERÍA - BAR - RESTAURANTE					
CANTIDAD	2200	2200	2200	2200	2200
PRECIO	\$ 5.00	\$ 5.50	\$ 6.05	\$ 6.66	\$ 7.32
VENTA TOTAL ANUAL	\$ 11,000.00	\$ 12,100.00	\$ 13,310.00	\$ 14,652.00	\$ 16,104.00
POR DE CENTRO RECREACIONAL					
CANTIDAD	500	500	500	500	500
PRECIO	\$ 6.00	\$ 6.60	\$ 7.26	\$ 7.99	\$ 8.78
VENTA TOTAL ANUAL	\$ 3,000.00	\$ 3,300.00	\$ 3,630.00	\$ 3,995.00	\$ 4,390.00
POR VENTAS DE PAQUETES TURÍSTICO 1					
CANTIDAD	120	120	120	120	120
PRECIO	\$ 30.00	\$ 33.00	\$ 36.30	\$ 39.93	\$ 43.92
VENTA TOTAL ANUAL	\$ 3,600.00	\$ 3,960.00	\$ 4,356.00	\$ 4,791.60	\$ 5,270.40
POR VENTAS DE PAQUETES TURÍSTICO 2					
CANTIDAD	120	120	120	120	120
PRECIO	\$ 40.00	\$ 44.00	\$ 48.40	\$ 53.24	\$ 58.56
VENTA TOTAL ANUAL	\$ 4,800.00	\$ 5,280.00	\$ 5,808.00	\$ 6,388.80	\$ 7,027.20

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Plan de Ventas

Precio.-

Para fijar el precio hemos determinado que debe ser justo y cómodo en relación a los servicios que se ofrece de acuerdo al status económico del tipo de clientes y visitantes, para de esta manera satisfacer las expectativas de nuestros clientes.

En el proceso de fijación del precio se ha considerado el rango de precios del mercado para el único servicio similar que brinda la localidad como es el de alojamiento, diferenciándose la oferta del presente proyecto, además de la disponibilidad a pagar de nuestros clientes potenciales.

A continuación se observará de una manera detallada el costo de los servicios que brinda la hostería-complejo turístico "POSEÍDON".

Cuadro # 18 Precios de alojamiento por día

PRECIOS DE ALOJAMIENTO POR DÍA	
TIPO DE CABAÑA	PRECIO
Cabaña Matrimonial	\$ 20.00
Cabaña Individual	\$ 15.00

Autores: Cortez Viviana & Mejía José
Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro # 19 Precios cafetería bar-restaurante

CAFETERÍA - BAR - RESTAURANTE	
Desayuno Continental	\$4
Desayuno Americano	\$6
Buffet (platos a la carta)	\$7
Menú de Almuerzo	\$5
Menú de la cena	\$5

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Plaza o Distribución

Para dar a conocer nuestros servicios se contará con apoyo tecnológico a través de Internet para promocionarnos abiertamente donde se podrán realizar cotizaciones de nuestros paquetes, alojamiento, etc.

También a través de ferias locales y nacionales donde preferentemente solicitaremos apoyo a la carrera de turismo de la UNEMI en la cual podrán realizar pasantías, visitaremos entidades públicas y privadas para de esta manera llegar a nuestros clientes potenciales.

Promoción o Comunicación.-

Con el objetivo de promocionar la hostería-complejo recreacional, hemos considerado importante brindar un servicio especial para contratos promocionales con reservaciones previas, hechas por el personal de la hostería o a través de la Web. Las herramientas de promoción serán:

Publicidad

Cuadro # 20 Paquetes de entretenimiento

PAQUETE NÚMERO UNO \$30 (Para dos personas)	PAQUETE NÚMERO DOS \$40 (Para dos personas)
1 piqueos de marisco incluido bebidas	1 noche de alojamiento en cabañas matrimoniales
2 almuerzo	2 desayunos (continental o americano)
1 paseo donde podrán observar	2 almuerzo o platos a la carta 2 cenas
la belleza de los viveros que existen en nuestra localidad	1 paseo donde podrán observar la belleza de los viveros que existen en nuestra localidad
Podrán disfrutar de las piscinas y canchas con las que cuenta la hostería-complejo turístico "POSEÍDON"	

Tomando en cuenta que el proyecto es una propuesta nueva y diferente en el mercado local, la promoción se enfocará en presentar una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto en la cual utilizaremos fotografías,

trípticos, vallas publicitarias, medios de comunicación (televisión, radio, prensa, web) etc.

El trabajo publicitario será desarrollado por nuestro promotor turístico con el que cuenta la hostería-complejo turístico, las vallas publicitarias estarán ubicadas en puntos estratégicos, dentro y fuera de la localidad.

Cuadro # 21 Situación del cumplimiento del Marketing

SITUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL MARKETING						
CONCEPTOS	5	4	3	2	1	DESCRIPCIÓN
Segmentar mercado	x					Direccionar mi mercado
Captar clientes potenciales			x			Nuestro objetivo es contar con clientes potenciales, los cuales estén dispuestos a pagar por nuestros servicios.
Mantener clientes fieles				x		Brindando servicio de calidad
Incrementar mis ventas			x			Por medio de publicidad y mantenimiento el buen servicio lograremos este objetivo.
Ofrecer buen servicio a clientes		x				Capacitar al personal continuamente
Mantener precios justos acorde al servicio ofrecido			x			Fijar precios justos de acuerdo al servicio brindado
Ser una empresa innovadora		x				Ser una empresa creativa, donde permita disfrutar a grandes y chicos de su buen servicio.
Tener clientes satisfechos por el servicio y su precio			x			Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, para obtener como resultado fidelidad.

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Investigación de Mercado

Mediante un análisis de los resultados obtenidos del cuadro de la situación del cumplimiento del marketing podemos determinar que nos encontramos en un nivel

satisfactorio para continuar con el proyecto la hostería-complejo turístico el cual permitirá brindar un servicio de calidad a nuestros visitantes.

Cuadro # 22 Análisis de retención de los clientes

ANÁLISIS DE RETENCIÓN DE CLIENTES						
CONCEPTOS	5	4	3	2	1	DESCRIPCIÓN
Fieles Clientes	x					Nuestros clientes tendrán como preferencia nuestras instalaciones gracias a nuestro servicio de calidad.
Visitas frecuentes de nuestros clientes		x				Las visitas frecuentes de nuestros clientes nos confirman la satisfacción del servicio brindado.
Comentarios favorables hacia La hostería-complejo turístico.		x				La mejor publicidad que se puede generar es la que transmitan los clientes los mismos que ayudarán a incrementar la publicidad.

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Investigación de Mercado

La hostería-complejo turístico ofrece a sus clientes un excelente servicio con precios justos y accesibles, además promoverá el gusto por el arte en sus diferentes manifestaciones: música, teatro, danza, bailo-terapia y las que se implementen serán de acuerdo a las preferencias de nuestros visitantes, entendiéndose que las tendencias son distintas de acuerdo a las edades, pero serán muy importantes las sugerencias de pequeños, adolescentes, adultos y adultos mayores.

Ventajas competitivas

- Mediante un análisis efectuado sobre la competencia podremos determinar las características que nuestros clientes encuentran en otros locales de recreación existentes en la localidad, a continuación detallaremos las ventajas con las que cuenta la hostería-complejo turístico:
- Personal calificado, lo que le permite brindar un excelente servicio al cliente.
- Infraestructura amplia, la misma que permitirá brindar un ambiente cómodo y agradable a sus clientes.

- Diseño innovador, decorado con un estilo campestre, confortable y moderno
- Precio justo en relación al servicio
- Personal de seguridad las 24H00 del día con el objetivo de garantizar la tranquilidad de nuestros clientes y el personal de la hostería –complejo turístico.
- Servicio de calidad, el propósito del centro recreacional es marcar la diferencia con nuestros competidores para lo cual se necesita cuidar los mínimos detalles de tal manera que la calidad ofertada en todo aspecto sea optima.

Con estas características el cliente analizará y con seguridad decidirá por nuestros servicios.

Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva descansa en el análisis de tres partes clave, que son la industria, el mercado y el perfil del producto, las cuales nos permitirán definir con qué capacidad competitiva se cuenta, cuáles son las necesidades del mercado y qué características debe reunir los servicios que brinda la Hostería-complejo turístico “POSEÍDON”

Estos tres puntos son de gran importancia ya que tienen un carácter Complementario. A continuación nos referiremos al desarrollo de la estrategia competitiva desde tres puntos de vista:

- ❖ Estrategia de producto - mercado
- ❖ Estrategia de rivalidad
- ❖ Estrategia comercial

Especificaciones del proyecto

Localización y tamaño

La hostería-complejo turístico “POSEÍDON” se encontrará ubicado estratégicamente de acuerdo al Perfil deseado con un entorno natural idóneo estará localizado en la vía a Bucay km 12 entre el recinto Norton y recinto San Francisco, para este proyecto se cuenta con un espacio necesario según nuestras expectativas.

Capacidad

Se cuenta con tres hectáreas (30.000 m²) en las que se proyecta a ser dos canchas una de indor fútbol y otra de básquet que a la vez sirva para tennis, una piscina grande y una pequeña, cabañas familiares y personales para descanso, áreas verdes con juegos recreativos, una pista de uso múltiple (eventos, conferencias y entretenimiento), además un espacio se destinará para recepción a turistas, cocina, bar, baterías sanitarias, cuarto de guardianía y bodega.

Distribución de maquinarias y equipos

Nuestro principal objetivo es brindar un servicio de calidad a nuestros clientes, el afán nuestro es que quienes tienen la oportunidad de conocer y disfrutar de nuestras instalaciones se sientan a gusto y se deleiten del confort y seguridad que ellos se merecen, cumpliendo así nosotros las expectativas que ellos tenían sobre nuestros servicios.

Esto permitirá que se fortalezca positivamente la imagen de la hostería-complejo turístico "POSEÍDON", en tal virtud estamos dispuestos a invertir adecuadamente en las distintas áreas que proyectamos, sabiendo previamente que no es un gasto no recuperable, al contrario es una inversión con proyección futuro.

Cuadro # 24 Productos para la hostería

DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Cocina Industrial	5 quemadores, a gas, acero inoxidable (140x65x90)	1
Refrigeradora	15 pies, sistema de enfriamiento no frost, 2 parrilladas regulables de alambre, interior iluminado, 1 cajón para vegetales, 2 anaqueles en la puerta.	2
Licuadora	Capacidad de 2 litros	3
Ollas	Acero inoxidable capacidad 20 libras	12
Utensilios de cocina	Acero inoxidable	Varios
Caja registradora	Casio 1200	1
Teléfono	sencillo	1
Cartel con el nombre del local	Luminoso de 2x2	1
Mesa	Material: plástico	5
Sillas	Material: plástico	20
Mantelería	Material: tela y para cubrir las mesas de material plástico	8
Platos	Material: vidrio	50
Tenedores	Material: Vidrio	50
Vasos	Material: Vidrio	50
Cilindro de gas	Material: hierro	2
Computadora	Marca Intel Monitor 14, teclado multimedia, mouse, parlantes, Memoria RAM 128 Disco Duro de 40Gb.	1
Impresora	Lexmark X2350 Multifunción	1
Escritorio	Ejecutivo	1
Ventiladores	De pedestal	3
Silla	Ejecutivo	3
Camas matrimoniales	Dos plazas	3
Camas literas	Plaza y media	4
Juegos de Sabanas	Hilo	20
Lámparas de tumbado	Rústicas	20
Focos reflectores	tipo poste	5
Armarios	Mimbre	7
Veladores	Bambú	18
Sofás	Bambú	5
Baños	Clásicos	18
Tachos de Basura	Pycca	14
Implementos de Limpieza	Escobas, trapeadores, desinfectantes, escobillones, guantes, fundas recolectoras, etc.	8
Televisores	LCD	3
Lavadora	LG	1
Equipo de sonido y karaoke	LG	2

5.7.1 ACTIVIDADES

Proceso de Producción

En la hostería-complejo turístico el proceso de producción consiste en:

- ❖ Elaborar piqueos

- ❖ Preparar, desayunos, almuerzos, cenas, bebidas naturales, etc

El proceso de producción en el servicio de horarios será:

- ❖ Compras de insumos necesarios para la empresa
- ❖ Mantenimiento y limpieza de las instalaciones
- ❖ Acordar los pedidos con los proveedores

Manual de procedimiento

Hostería-complejo turístico

Proceso

Elaboración de registros contables de la empresa

Objetivo

Registrar y controlar con oportunidad los movimientos monetarios con el objetivo de que la empresa tenga la solvencia necesaria para su mejoramiento empresarial.

Políticas

Responsabilidad total del administrador quien será encargado de entregar los registros contables con 2 días de anticipación al finalizar el mes.

Se encargará de archivar toda la información de manera ordenada de acuerdo a sus fechas correspondientes y revisados por el Gerente propietario.

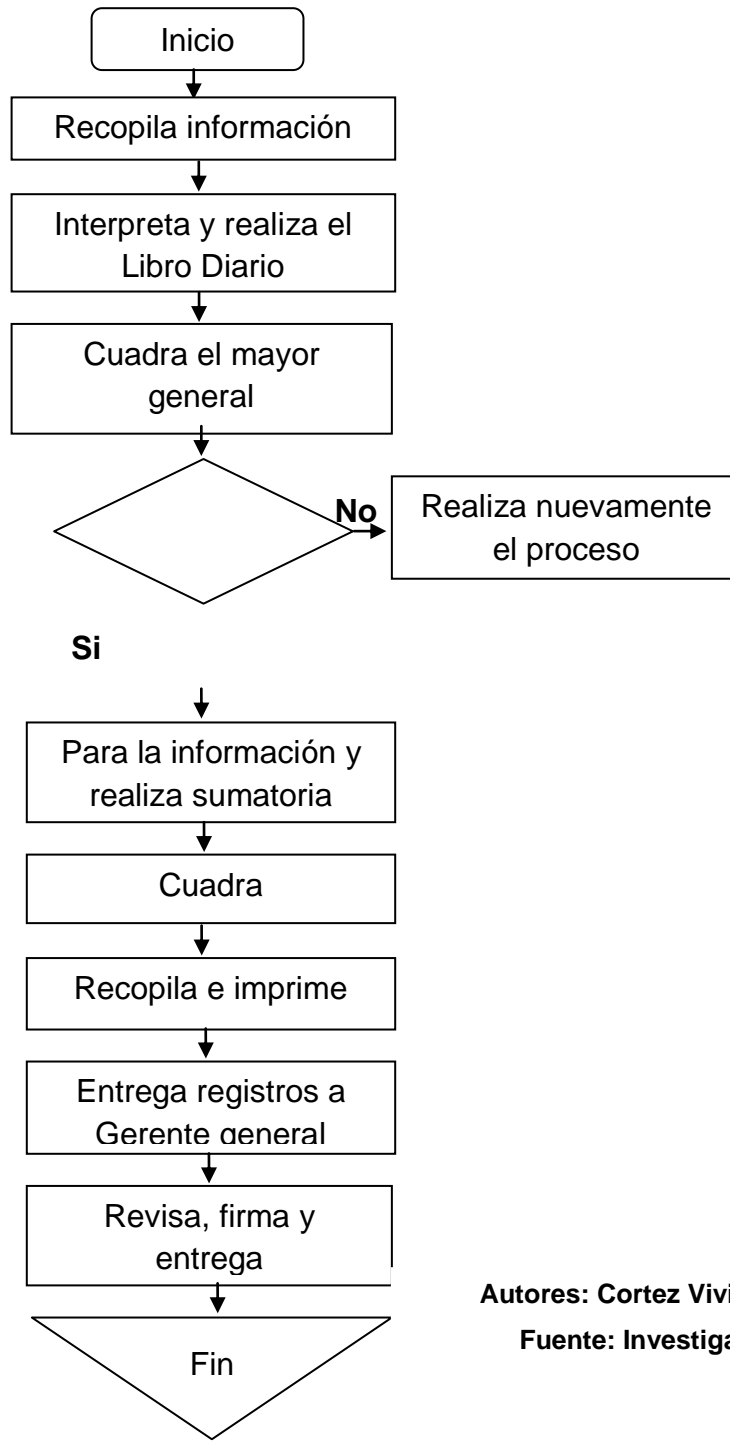
Descripción del proceso

Actores: Administrador

Gerente Propietario

1. Recopila información de las transacciones realizadas por la hostería-complejo turístico, ya sean pagos o compras efectuadas, sueldos, etc.
2. Interpreta y realiza las transacciones en el libro diario
3. Procede a realizar en cuadro del libro diario al mayor general
4. Realiza la sumatoria total y en caso de no saldar procede a verificar de nuevo.
5. Traslada la información contable y cuadra
6. Recopila e imprime para luego entregar los registros al Gerente General
7. Recibe los registros, revisa y verifica
8. Si están correctamente los firma y entrega a Administrador y archiva.

FLUJOGRAMA
Cuadro # 24
Administrador



Autores: Cortez Viviana & Mejía José
Fuente: Investigación de Mercado

Proceso

Elaboración y análisis de estados financieros de la empresa

Objetivos

- ❖ El objetivo del análisis financiero se fija en la búsqueda de la medición de la rentabilidad de la empresa a través de sus resultados y en la realidad y liquidez de su situación financiera, para poder determinar su estado actual y predecir su evolución en el futuro. Por lo tanto, el cumplimiento de este objetivo dependerá de la calidad de los datos, cuantitativos y cualitativos, e informaciones financieras que sirven de base para el análisis.

Políticas

Los estados financieros deben ser entregados hasta el segundo día del comienzo de cada mes

Los soportes contables deberán estar clasificados y ordenados con sus fechas respectivas

La información contable no debe ser manipulada por ningún otro personal que no esté autorizado

Descripción del proceso

Actores: Administrador

Gerente Propietario

1. Recopila y clasifica las cuentas de los registros contables
2. Ingresas las cuentas y elabora los estados financieros; balance general, P y G y Flujo de efectivo, etc.

3. Realiza la verificación de los datos para proceder al cuadro, en caso de existir alguna anomalía vuelve a iniciar el mismo procedimiento, de lo contrario continúa en el proceso
4. Imprime y guarda información
5. Realiza índices financieros
6. Analiza y realiza recomendaciones
7. Redacta, imprime y firma el informe
8. Entrega al Gerente general para que proceda al análisis
9. En caso de estar de acuerdo ordena la ejecución, caso contrario rechaza documento
10. Entrega el informe firmado y proceden a ejecutar
11. El Administrador recibe órdenes y proceden a la ejecución
12. Archiva la información

Proceso

Declaración y cumplimiento de obligaciones tributarias

Objetivos

Realizar declaraciones tributarias mensuales con la finalidad de cumplir con las obligaciones que tiene la empresa.

Políticas

- ❖ El administrador tiene la obligación de mantener en orden y cumplir con las obligaciones tributarias mensuales que tiene la empresa.
- ❖ Deberá realizar los trámites tributarios 3 días antes de la fecha destinada a declarar.

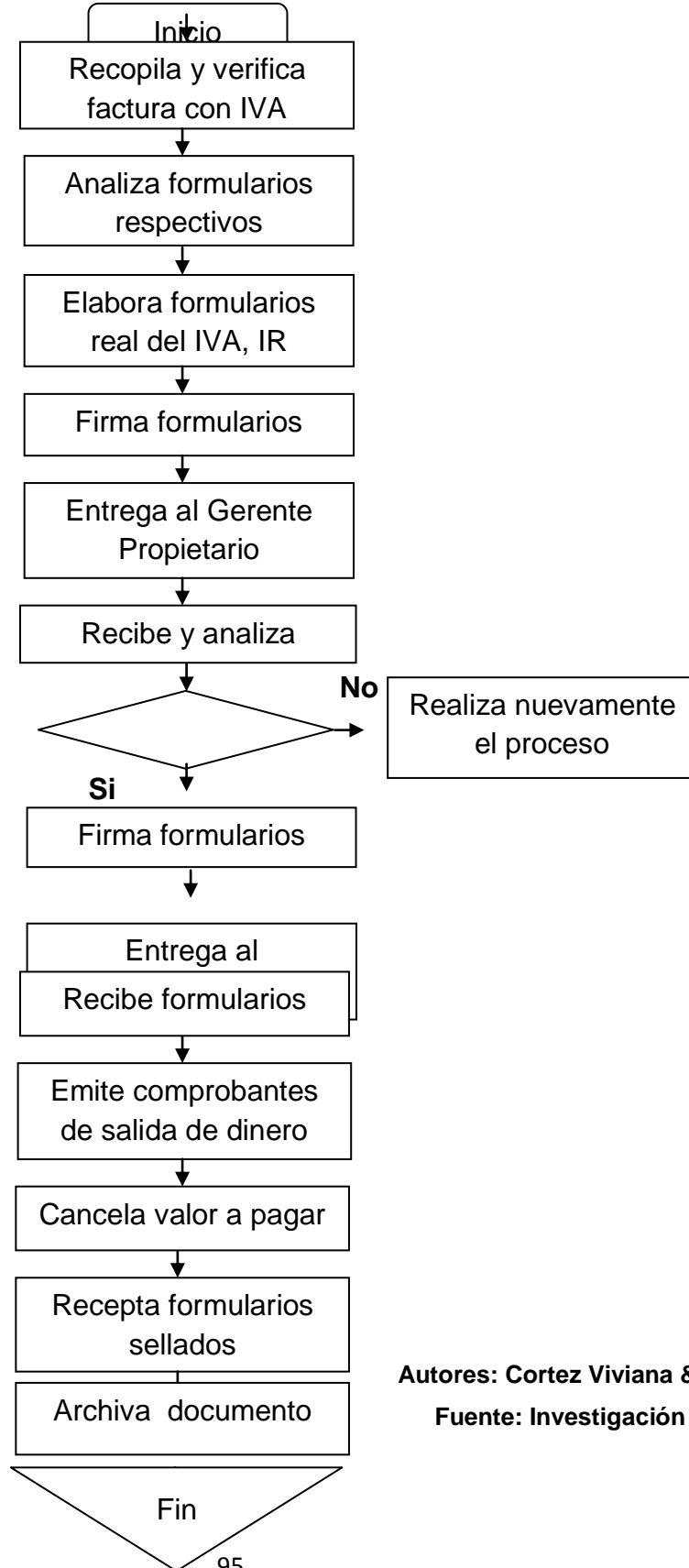
Descripción del proceso

Actores: Administrador

Gerente Propietario

1. Recopila y verifica valores de las facturas grabadas IVA y P y G para el Impuesto a la Renta
2. Analiza los formularios respectivos
3. Elabora el formulario real del IVA, Impuesto a la Renta
4. Firma formularios
5. Entrega al Gerente Propietario
6. Recibe y analiza de encontrar alguna anomalía regresa al inicio, de lo contrario continua con el proceso
- 7 Firma los formularios
8. Entrega al Administrador
9. Administrador recibe formularios
10. Realiza comprobantes de egreso de dinero
11. Cancela valor a pagar
12. Receipta formularios sellados
13. Archiva documentos

Cuadro # 25 Gerente Propietario



Autores: Cortez Viviana & Mejía José
Fuente: Investigación de Mercado

5.7.2 RECURSOS ANALISIS FINANCIERO

Inversión del Proyecto

Cuadro # 26

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	4.500,00
EQUIPO DE COMPUTACION	800,00
HOSTERIA	50.000,00
COMPLEJO TURISTICO	40.000,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	4.050,00
EQUIPO DE OFICINA	1.250,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	600,00
TOTAL DE LA INVERSION	101.200,00

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Inversión del proyecto

Financiamiento del Proyecto

Cuadro # 27

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		101.200,00
Financiado	60%	60.720,00
Aporte Propio	40%	40.480,00
		101.200,00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	15,2%	0,15

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	60.720,00	9.229,44

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Financiamiento, tasa de interés del préstamo

Inversión Activo Fijo

Cuadro # 28

HOSTERIA-COMPLEJO TURISTICO "POSEIDON"			
INVERSION			
CANT	DESCRIPCION	COSTO UNICARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
10	Mesas	50,00	500,00
50	Sillas	9,00	450,00
10	Parasoles	75,00	750,00
2	Refrigeradoras	900,00	1.800,00
2	Cocinas	500,00	1.000,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		4.500,00
	EQUIPO Y MAQUINARIA		
1	Amplificador	500,00	500,00
1	Disjockey	1.000,00	1.000,00
4	Árcos	200,00	800,00
1	Cocina Industrial	400,00	250,00
1	Bomba de agua	1.500,00	1.500,00
	TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA		4.050,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
2	Aire acondicionado	500,00	1.000,00
1	Teléfono con línea telefónica	250,00	250,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		1.250,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
1	Computadora Marca HP	800,00	800,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		800,00
	HOSTERIA		
1	Infraestructura	50.000,00	50.000,00
	TOTAL DE TERRENO		50.000,00
1	COMPLEJO		
	Infraestructura	40.000,00	40.000,00
	TOTAL DE EDIFICIO		40.000,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		100.600,00

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Inversión Activo Fijo

Detalle de Gastos

Cuadro # 29

DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	895,95	10.751,40	9.649,69	9.931,26	10.221,28	10.520,00
ADMINISTRADOR	708,68	8.504,10	7.638,47	7.859,70	8.087,58	8.322,28
GUARDIA	458,98	5.507,70	4.956,84	5.097,63	5.242,64	5.392,00
SERVICIOS VARIOS	1.620,08	19.440,96	17.426,40	17.941,28	18.471,59	19.017,82
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.683,68	44.204,16	39.671,41	40.829,87	42.023,09	43.252,10
GASTOS DE GENERALES	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
ENERGIA ELECTRICA	60,00	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
TELEFONO	45,00	540,00	556,20	572,89	590,07	607,77
INSUMOS DE LIMPIEZA	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
PERMISOS	100,00	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
SUMINISTRO	120,00	320,00	329,60	339,49	349,67	360,16
DEP. MUEBLES Y ENSERES	37,50	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	22,00	264,00	264,00	264,00	-	-
DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	10,42	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	33,75	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00
AMORT. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	5,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
DEP. EDIFICIO	666,67	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
TOTAL GASTOS GENERALES	1.160,33	11.704,00	11.776,00	11.850,16	11.662,54	11.741,22
OTROS GASTOS	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANTENIMIENTO	50,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89
TOTAL DE OTROS GASTOS	50,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	4.894,01	56.178,16	51.725,51	52.966,47	53.980,67	55.297,21

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Detalle de Gastos

Presupuesto de Ingresos

Cuadro # 30

HOSTERIA-COMPLEJO TURISTICO "POSEIDON"								
PRESUPUESTO DE INGRESOS								
INGRESOS POR VENTA	CANT	COSTO	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADAS NIÑOS	200	1	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
ENTRADAS ADULTOS	250	3	750,00	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
SERVICIO DE ALOJAMIENTO	80	10	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
ALQUILER DEL SALON DE EVENTOS	8	350	2.800,00	33.600,00	35.280,00	37.044,00	38.896,20	40.841,01
ALQUILER DE LAS CANCHAS DEPORTIVAS	4	120	480,00	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
VENTA DE PAQUETES TURISTICOS FAMILIARES	5	75	375,00	4.500,00	4.725,00	4.961,25	5.209,31	5.469,78
VENTA DE PAQUETES TURISTICOS ESTUDIANTILES	2	100	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
PARQUEOS	200	2	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
BAR-RESTAURANT	500	5	2.500,00	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19
TOTAL DE INGRESOS			8.505,00	102.060,00	107.163,00	112.521,15	118.147,21	124.054,57

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Presupuesto de Ingresos

Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro # 31

HOSTERIA-COMPLEJO TURISTICO "POSEIDON"							
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	8.505,00	102.060,00	107.163,00	112.521,15	118.147,21	124.054,57	563.945,93
(-) COSTO DE VENTAS	1.130,00	13.560,00	13.966,80	14.385,80	14.817,38	15.261,90	71.991,88
UTILIDAD BRUTA	7.375,00	88.500,00	93.196,20	98.135,35	103.329,83	108.792,67	491.954,04
COSTOS INDIRECTOS	4.894,01	56.178,16	51.725,51	52.966,47	53.980,67	55.297,21	270.148,02
UTILIDAD OPERACIONAL	2.480,99	32.321,84	41.470,69	45.168,87	49.349,16	53.495,46	221.806,02
(-) GASTOS FINANCIEROS	769,12	8.634,70	7.203,75	5.539,48	3.603,86	1.352,63	26.334,41
UTILIDAD ANTES PART. IMP	1.711,87	23.687,14	34.266,94	39.629,39	45.745,31	52.142,83	195.471,61
PARTICIPACION EMPLEADOS	631,72	3.553,07	5.140,04	5.944,41	6.861,80	7.821,42	29.320,74
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	1.080,15	20.134,07	29.126,90	33.684,98	38.883,51	44.321,41	166.150,87
IMPUESTO RENTA	419,46	5.033,52	7.281,73	8.421,25	9.720,88	11.080,35	70.858,46
UTILIDAD NETA	660,69	15.100,55	21.845,18	25.263,74	29.162,63	33.241,06	124.613,15

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias

Balance General

Cuadro # 32

HOSTERIA-COMPLEJO TURISTICO "POSEIDON"					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	24.214,96	48.992,18	73.632,40	100.245,02	128.786,93
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	24.214,96	48.992,18	73.632,40	100.245,02	128.786,93
ACTIVOS FIJOS	100.600,00	100.600,00	100.600,00	100.600,00	100.600,00
MUEBLES Y ENSERES	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
EQUIPO DE COMPUTACION	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
COMPLEJO TURISTICO	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00
EQUIPO DE OFICINA	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
TERRENO	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	9.244,00	18.488,00	27.732,00	36.712,00	45.692,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	91.356,00	82.112,00	72.868,00	63.888,00	54.908,00
ACTIVO DIFERIDO					
GASTOS DE CONSTITUCION	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
AMORT ACUMULADA	60,00	120,00	180,00	240,00	300,00
TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO	540,00	480,00	420,00	360,00	300,00
TOTAL DE ACTIVOS	116.110,96	131.584,18	146.920,40	164.493,02	183.994,93
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	51.943,82	41.736,68	29.865,28	16.058,26	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	3.553,07	5.140,04	5.944,41	6.861,80	7.821,42
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	5.033,52	7.281,73	8.421,25	9.720,88	11.080,35
TOTAL PASIVO	60.530,41	54.158,45	44.230,94	32.640,93	18.901,78
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	40.480,00	40.480,00	40.480,00	40.480,00	40.480,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	15.100,55	21.845,18	25.263,74	29.162,63	33.241,06
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	15.100,55	36.945,73	62.209,46	91.372,10
TOTAL PATRIMONIO	55.580,55	77.425,73	102.689,46	131.852,10	165.093,15
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	116.110,96	131.584,18	146.920,40	164.493,02	183.994,93
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Balance General

Flujo de Caja

Cuadro # 33

HOSTERIA-COMPLEJO TURISTICO "POSEIDON"								
FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
	AÑO 0	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS								
VENTAS	-	8.505,00	102.060,00	107.163,00	112.521,15	118.147,21	124.054,57	563.945,93
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		8.505,00	102.060,00	107.163,00	112.521,15	118.147,21	124.054,57	563.945,93
EGRESOS OPERATIVOS								
INVERSION INICIAL	101.200,00	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	3.683,68	44.204,16	39.671,41	40.829,87	42.023,09	43.252,10	209.980,63
GASTOS GENERALES	-	385,00	2.400,00	2.472,00	2.546,16	2.622,54	2.701,22	12.741,93
OTROS GASTOS	-	50,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89	1.433,47
COSTO DE VENTA	-	-	13.560,00	13.966,80	14.385,80	14.817,38	15.261,90	71.991,88
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	3.553,07	5.140,04	5.944,41	6.861,80	7.821,42
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	5.033,52	7.281,73	8.421,25	9.720,88	11.080,35
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	101.200,00	4.118,68	60.434,16	64.974,90	70.470,04	74.123,70	78.101,78	315.049,68
FLUJO OPERATIVO	-101.200,00	4.386,32	41.625,84	42.188,10	42.051,11	44.023,51	45.952,79	215.841,34
INGRESOS NO OPERATIVOS								
PRESTAMO BANCARIO	60.720,00	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	60.720,00	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS								
INVERSIONES								
PAGO DE CAPITAL	-	681,79	8.776,18	10.207,13	11.871,40	13.807,03	16.058,26	60.720,00
PAGO DE INTERESES	-	769,12	8.634,70	7.203,75	5.539,48	3.603,86	1.352,63	26.334,41
TOTAL Egr. NO OPERATIVOS	-	1.450,91	17.410,88	17.410,88	17.410,88	17.410,88	17.410,88	87.054,41
FLUJO NETO NO OPERATIVO	60.720,00	-1.450,91	-17.410,88	-17.410,88	-17.410,88	-17.410,88	-17.410,88	-87.054,41
FLUJO NETO	-40.480,00	2.935,41	24.214,96	24.777,22	24.640,22	26.612,62	28.541,90	128.786,93
SALDO INICIAL								
FLUJO ACUMULADO	-	2.935,41	24.214,96	48.992,18	73.632,40	100.245,02	128.786,93	

TIR DEL NEGOCIO

31%

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Fuente: Flujo de Caja Proyectado

Índice Financiero

Cuadro # 34

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-101.200,00	41.625,84	42.188,10	42.051,11	44.023,51	45.952,79

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	14%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	215.841,34
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	101.200,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	42,66%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		147.291,46
VAN	POSITIVO	46.091,46
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	3,20
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	219,56
TASA INTERNA DE RETORNO		31%

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Punto de Equilibrio

Cuadro # 35

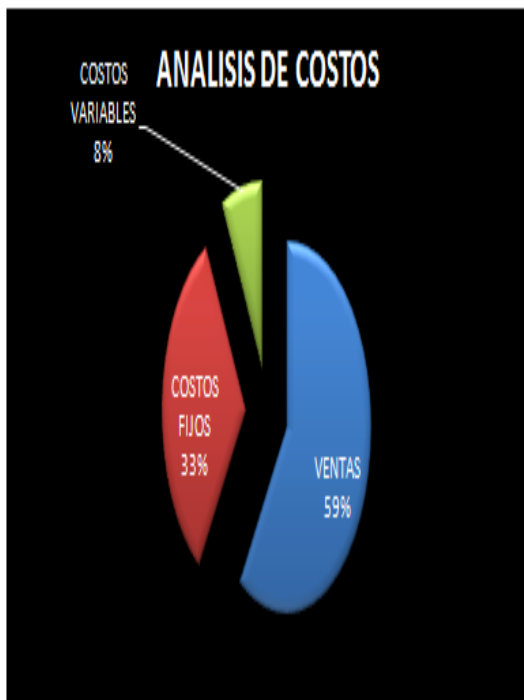
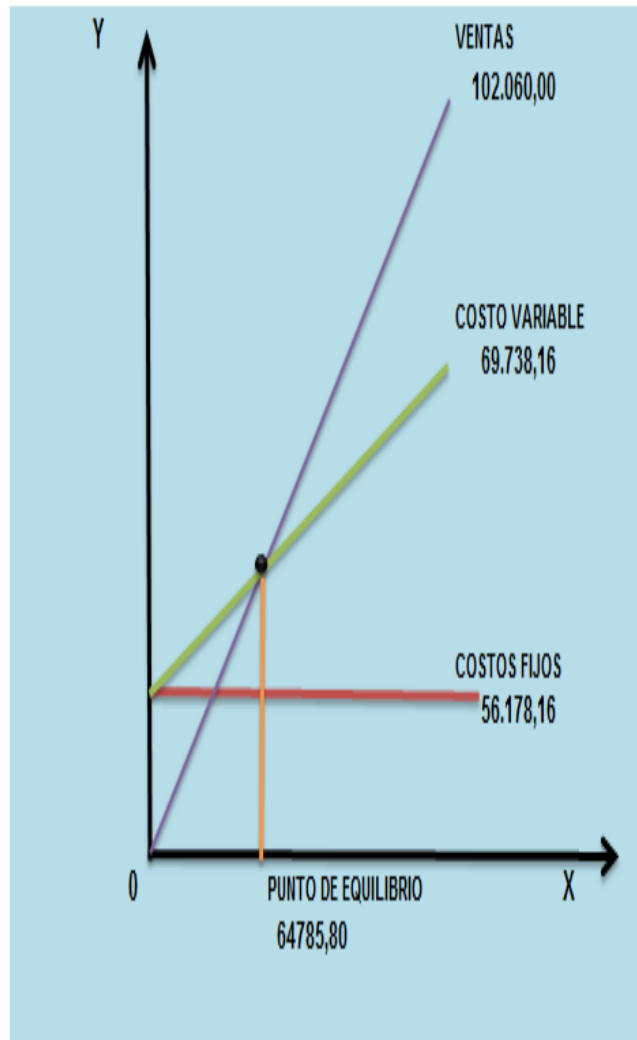
PUNTO DE EQUILIBRIO		
DATOS		

	X	Y
VENTAS	102.060,00	102.060,00
COSTOS FIJOS	56.178,16	69.738,16
COSTOS VARIABLES	13.560,00	13.560,00

102.060,00
69.738,16
13.560,00

$$P.E = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{56.178,16}{0,867136978}$$

$$P.E = 64785,80$$



63%
80982,25 # de unidades que tengo q producir al año
101227,81 valor en dolares minimo para vender

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

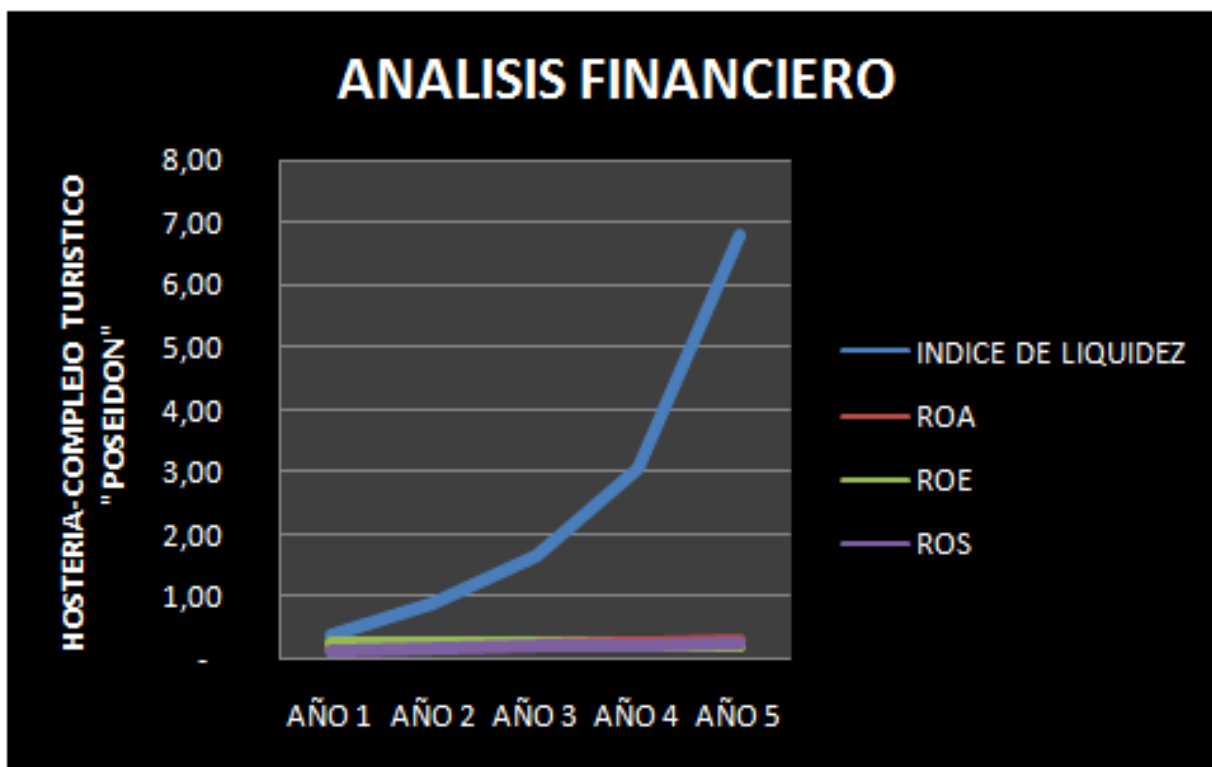
Índice de Liquidez

Cuadro # 36

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDICE DE LIQUIDEZ	0,40	0,90	1,66	3,07	6,81
ROA	0,17	0,23	0,26	0,28	0,31
ROE	0,27	0,28	0,25	0,22	0,20
ROS	0,15	0,20	0,22	0,25	0,27

Índice Financiero

Grafico:



Autores: Cortez Viviana & Mejía José

Razones

Cuadro # 37

RAZONES	
UTILIDAD NETA	124.613,15
VALOR DEL CREDITO	60.720,00
VENTAS	563.945,93
COSTO DE VENTA	342.139,90
TOTAL DEL ACTIVO	54.908,00

Autores: Cortez Viviana & Mejía José

5.7.3 Impacto

La creación de la hostería -complejo turístico busca atraer en su mayoría este mercado del Cantón Naranjito contribuyendo de forma directa al desarrollo turístico de esta localidad.

De igual manera favorece a la parte laboral proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los Naranjiteños.

Luego del análisis desde el punto de vista de los propietarios en la relación costo beneficio se ven positivamente compactados, con esto asegura una inversión bien realizada.

Los habitantes y también los visitantes de este sector podrán encontrar una nueva alternativa de entretenimiento sano que fusiona la distracción con la unión familiar, lo cual permitirá la retención de los mismos en este sector, evitando de esta manera que migren fuera de la ciudad en busca de un momento diferente.

Lineamiento para evaluar la propuesta.

Se investigó las variantes que generan el escaso desarrollo turístico de la localidad.

Se observó las opiniones sobre servicios adicionales como complemento a la propuesta.

Se ajustó las exigencias de los clientes potenciales a la propuesta.

Se efectuó un estudio donde observamos las ventajas y desventajas interno y externo y su tratamiento.

Se obtuvo un análisis para valorar en aspectos financieros para especificar la rentabilidad que tendrá la propuesta.

Grafico# 18

5.7.4 CRONOGRAMA

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																														
		CREACIÓN DE LA HOSTERIA-COMPLEJO TURISTICO "POSEIDON"																														
		DE JUNIO A DICIEMBRE DEL 2013																														
Actividad	Nombre de las Actividades	Fecha de inicio	Fin de la Actividad	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				
				semana				semana				semana				semana				semana				semana								
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Preparación del terreno para la construcción	03/06/2013	07/06/2013	→																												
2	Adquisición de los materiales de construcción	10/06/2013	14/06/2013	→																												
3	Construcción de la Hosteria-Complejo Turístico	17/06/2013	31/10/2013	→																												
4	Publicidad par dar a conocer la Hosteria-Complejo Turístico	11/11/2013	29/11/2013																					→								
5	condicionamiento de Hosteria-Complejo Turístico	11/11/2013	29/11/2013																					→								
6	Pintar la Hosteria-Complejo Turístico	02/12/2013	20/12/2013																									→				
7	Inauguración de la Hosteria-Complejo Turístico	30/12/2013	30/12/2013																												→	
8	Apertura y atención a las personas que requieran nuestra gama de servicio	31/12/2013																													→	

Grafico:

CONCLUSIONES

- 1.- La creación de un centro de distracción como medio turístico de este sector es muy viable, sobre todo si se brinda una serie de servicios adicionales, es una propuesta factible en todos los ámbitos evaluados, para medir el nivel de satisfacción que tiene la ciudadanía con respecto a este tipo de servicios.
- 2.- De acuerdo a la investigación realizada y en base a las herramientas utilizadas se ha constatado que la empresa tiene un bajo nivel de competencia dentro de esta actividad, pero a pesar que no es explotada en su totalidad cuenta con alta demanda.
- 3.- Actualmente se conoce que los proyectos de carácter turístico que se propone deben estar ligados directamente con el ministerio de turismo ya que es el único órgano competente que apoya cualquier iniciativa bien planificada para bien del sistema turístico del país.
4. Si se cumple con los parámetros establecidos de VAN y TIR, se podrán cubrir costos y gastos, puesto que a partir de ahí hacia adelante se iniciará la generación de utilidades.

RECOMENDACIONES

- 1.- La implementación de complejos turísticos son las puertas que determina el inicio de una actividad turística dentro de un sector, por lo tanto, es recomendable que se brinde una variedad de servicios ante las exigencias y expectativas tanto de los habitantes como de los visitantes.
- 2.- Mantener en constante capacitación al talento humano que laborará dentro del complejo turístico, para enfocarlos y alinearlos a los objetivos de la organización, además de ofrecer un valor agregado que permita crear una ventaja competitiva en este mercado.
- 3.- Efectuar un proyecto turístico teniendo como base información actualizada y de campo que determinen la viabilidad y factibilidad, para de esta manera despertar el interés de los entes públicos que regulan la actividad turística del país.
- 4.- Implantar los mecanismos e incentivos para que las autoridades locales fortalezcan el desarrollo turístico a través de propuestas impulsadoras del mismo.

MATERIALES DE REFERENCIA

LINKOGRAFÍA

<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=378>

<http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjito>

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20809/1/RESUMEN%20CICYT%20TESIS%20BALNEARIO%20LA%20UNION.pdf>

<http://periscopio.bligoo.com/content/view/155218/QUE-ES-EMPREDIMIENTO.html#.UNCnwOTxlvE>

<http://www.universopyme.com.mx/noticias/detalle/2487/la-importancia-de-emprender>

<http://www.piace.es/es/introduccion-al-proceso-de-emprendimiento>

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/55/1/CREACION%20DE%20%20CENTRO%20RECREACIONAL%20EL%20SOL.pdf>

<http://www.lawebdelemprendedor.com.ar/tps-mon/100-int-em.html>

<http://www.saludterapia.com/articulos/terapias-y-tecnicas/151-desarrollo-personal/822-inteligencia-emocional-definicion.html#ixzz2JlbdqzH>

http://www.vivenciaytalento.com/La_aplicacion_de_la.440.0.html

<http://es.scribd.com/doc/36035079/Relaciones-interpersonales>

http://motivacion.about.com/od/psicologia_positiva/a/Que-Es-La-Empatia.htm

<http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Inteligencia-Emocional-y-La-Empat%C3%ADa/217089.html>

BIBLIOGRAFÍA

ADALPE, Teresa: *Desarrollo de las competencias del docente*, Página 37, Libros en red Amerton International, 2008.

STONER, James, FREEMAN, Edward, GILBERT Daniel Jr.: *Administración*, Página 175, Editorial Prentice Hall Inc., Sexta Edición, 1996.

STONER, James, FREEMAN, Edward, GILBERT Daniel Jr.: *Administración*, Página 176, Editorial Prentice Hall Inc., Sexta Edición, 1996.

OLMOS, Jorge: *"Tu potencial emprendedor"*, Página 456, Editorial Pearson, Primera Edición, México, ISBN: 970-26-096-82, 2007.

OLMOS, Jorge: *"Tu potencial emprendedor"*, Página 10, Editorial Pearson, Primera Edición, México, ISBN: 970-26-096-82, 2007

GUERREIRO MURTA, César: *El emprendimiento un cuento para tiempo de crisis*, Pág. 52, Primera Edición, 2006, ISBN: 987-02-1727-3, Buenos Aires – Argentina.

URBNO, David, TOLEDAMO, Nuria: *"Invitación al emprendimiento"*, Página 105, Editorial UOC, Primera Edición, Barcelona - España, ISBN: 978-84-9788-775-5, 2008.

Revista de Educación, Ministerio de educación, *"Postura innovadora"*, Página 80, ISBN: 0034-8002, Madrid-España, 1988.

TORRENT, Joan: *"Emprendimiento innovador en la red 10 ideas para salir de la crisis"*, Página 7, Editorial UOC, Primera Edición, Barcelona - España, ISBN: 978-84-9029-992-0, 2012.

TORRENT, Joan: *"Emprendimiento innovador en la red 10 ideas para salir de la crisis"*, Página 8, Editorial UOC, Primera Edición, Barcelona - España, ISBN: 978-84-9029-992-0, 2012.

ROMON, Companys, Albert, Coraminas: *"Planificación y rentas de proyectos"*, Página 36, Barcelona - España, ISBN: 84-267-0717-3, 1988.

FAGA, Hector Alberto, MEJIA, Mariano Enrique: *"Como conocer y manejar sus costos para tomar decisión rentable"*, Página 14, Editorial Granica, Segunda Edición, 2006.

GITMAN, Lawrance, JOEHN, Michael: "*Fundamentos de inversión*", Página 4, Madrid- España, Editorial Pearson, ISBN: 15-797-4242-4, 2005.

AGUIRRE, Juan Antonio: "*Introducción a la evaluación económica y financiero a la inversión agropecuaria*", Página 5, Editorial IICA , Tercera Edición , 1985.

MAYOR, Charles, MAC, James: "*Administración Financiero Contemporales*", Página 442, México Editorial Thomson, Novena Edición, 2005.

GITMAN, Lawrance: "*Principios de Administración Financiera*", Página 538, México, Editorial Pearson, Decima Edición, ISBN: 970-26-0428-1, 2003.

CASTRO, Renato: "*Elementos del Turismo*", Página 35, Costa Rica-San José, Editorial EUNED, Primera Edición, ISBN: 9968-31-057-3, 2003.

BOSIGNORE, Federico: "*Atlántida*", Página 199, Montevideo Uruguay, Editorial Trilce, Primera Edición, ISBN: 978-9974-581-4, 2011.

"Marketing Turístico", Página 110, Málaga-España, Editorial Vértice, ISBN: 978-84-92598-18-2, 2008.

Moreno, Wilson, Investigación Científica, Pág. 41.

"*Planeación de vida y carrera profesional*", Página 83, Editorial Noriega, Segunda Edición, México, ISBN: 968-18-4743-1, 2005.

ESCLOPEZ, Carmen: Página 447, Editorial FC, Quinta Edición, Madrid-España, ISBN: 978-84-96743-25-0, 2007.

MARTÍN, Carmen: Página 1, Editorial Díaz de Santo, Madrid-España, ISBN: 978-84-7978-549-9, 2012.

ALCALÁ, Ángel: "*Alerta*", Página 77, Editorial Díaz de Santo, Madrid-España, ISBN: 84-7978-701-5, 2005.

GAN, Federico, BERBEL, Gaspar: "*Manuel de Recursos Humanos*", Página 173, Primera Edición, ISBN: 978-84-9788-662-8, 2007.

GAN, Federico, BERBEL, Gaspar: "*Manuel de Recursos Humanos*", Página 195, Primera Edición, ISBN: 978-84-9788-662-8, 2007.

PINO, Juan Pablo: “Administración de servicio de alimentación calidad, nutrición, producción y beneficio”,
Página 71, Colombia, Segunda Edición, ISBN: 978-958-655-994-2, 2007.

OLVERA, Yolanda, DOMINGUEZ, Benjamín, CRUZ, Alejandra: Página 17, México, Primera Edición,
ISBN: 970-722-028-7, 2002.

WINTER, Robert: Página 8, Edición Díaz de Santos, Madrid-España, ISBN: 84-7978-461-x, 2000

GONZALEZ, Manuel: “Gestión de conflictos laborales” Página 7, Editorial INNOVA, Madrid-España,
ISBN: 84-96493-11-3, 2006.

GONZALEZ, Manuel: “Gestión de conflictos laborales” , Página 7, Editorial INNOVA, Madrid-España,
ISBN:84-96493-11-3, 2006.

RODRIGUEZ, Andrés, DIAZ, Francisco, MARTINEZ, Francisco:”Psicología de las organizaciones” Página
139, Editorial Eureka Media, Barcelona-España, ISBN: 84-9788-018-8, 2004.

COSTA, Manuel: Página 45, Editorial UB, ISBN: 84-475-3020-5, 2005.

BLANCH, José María, ESPUNY, María Jesús, GALA, Carolina : “Teoría de las relación laborales” Página
67, Primera Edición, ISBN:84-8318-301-3, 2003

A

N

E

X

O

S

ANEXO Nº 1 ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN NARANJITO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

OBJETIVO: Determinar en qué medida la falta de una hostería - complejo turístico en el Cantón Naranjito influye en los procesos de distracción ya sea personal o grupal.

COOPERACION: Le agradecemos por la contestación de cada una de las preguntas de manera oportuna, las respuestas de las preguntas son de gran importancia para el presente proyecto por lo que toda información recopilada se mantendrá en absoluta reserva.

1.- ¿De qué manera afecta a Naranjito y sus alrededores la falta de un lugar de relajación, recreación, deporte y hospedaje?

Si	
No	
Indiferente	

2.- ¿Cree usted que el desconocimiento del potencial turístico afecta a la demanda en lo respecta a recreación y hospedaje?

Mucho	
Poco	
Nada	

3.- ¿Considera usted que para proyectos ambiciosos destinados al sector turístico se necesita de una gran inversión monetaria?

Mucho	
Poco	
Nada	

4.- ¿Cree usted que los riesgos de una inversión monetaria influye en los procesos de creación de negocios?

Mucho	
Poco	
Nada	

5.- ¿La creación de negocios tradicionales en qué medida incide en la aceptación de los consumidores en una hostería-complejo turístico?

Mucho	
Poco	
Nada	

6.- ¿Considera que la falta de capital incide en los procesos de emprendimiento de negocios?

Incide altamente	
Incide	
No incide	

7.- ¿Cree usted que las limitaciones en los créditos incide en la ejecución de los mismos?

Incide altamente	
Incide	
No incide	

8.- ¿Cree usted que los aspectos que involucran en acceder a un crédito inciden en la creación de negocios?

Mucho	
Poco	
Nada	

9.- ¿Cree usted que los riesgos a los que se ven sometidos los empresarios incide en emprendimientos comunes y poco innovadores?

Si	
No	
Indiferente	

10.- ¿La postura conservadora de los emprendedores incide en emprendimientos comunes y poco innovadores?

Si	
No	
Indiferente	

11.- ¿Considera usted acertada la creación de una hostería-complejo turístico?

Si	
No	
Indiferente	

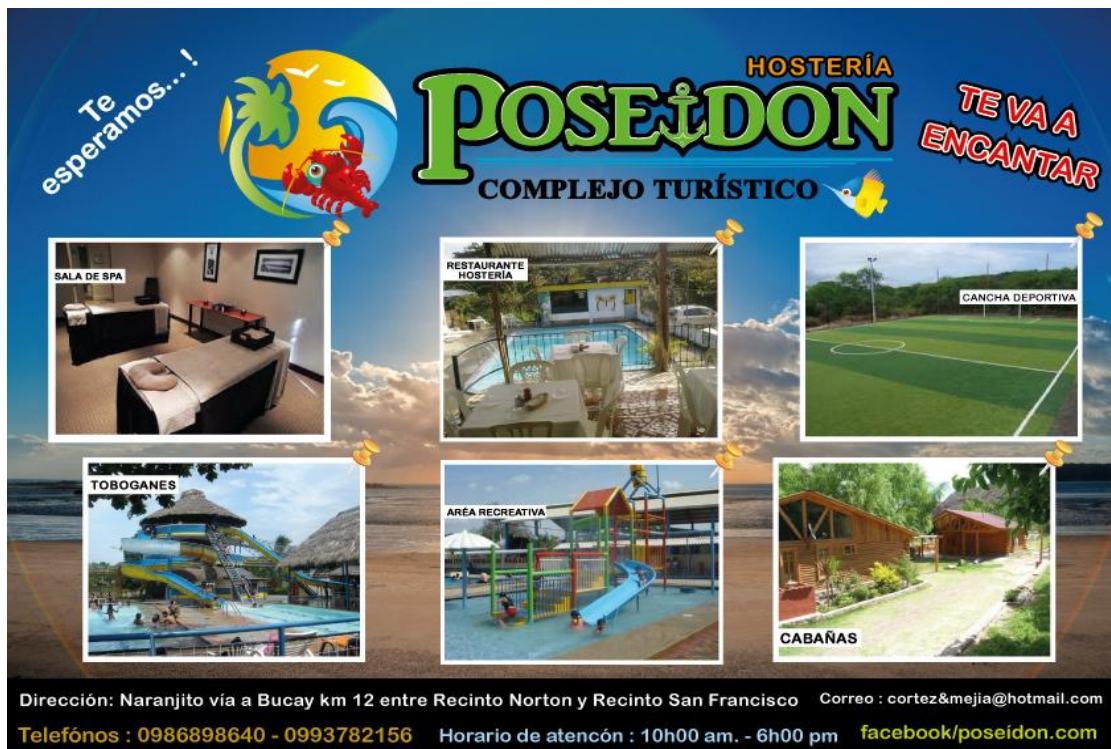





ANEXO Nº 2
LETRERO

COMPLEJO TURÍSTICO HOSTERÍA POSEIDON

ANEXO Nº 3



Te esperamos...!

HOSTERÍA
POSEIDON
COMPLEJO TURÍSTICO 

TE VA A ENCANTAR

SALA DE SPA

RESTAURANTE HOSTERÍA

CANCHA DEPORTIVA

TOBOGANES

ÁREA RECREATIVA

CABAÑAS

Dirección: Naranjito vía a Bucay km 12 entre Recinto Norton y Recinto San Francisco Correo : cortez&mejia@hotmail.com
Teléfonos : 0986898640 - 0993782156 Horario de atención : 10h00 am. - 6h00 pm [facebook/poseidon.com](https://www.facebook.com/poseidon.com)

HOJA VOLANTE

ANEXO Nº 4

RESUMEN

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
cantón Naranjito es una lugar que poco se ha dado	OK
consideró muy viable la creación de una hostería- complejo turístico	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

ANEXO Nº 5

INTRODUCCION

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
proyecto a realizar es para demostrar lo importante que es	OK
Luego de haber realizado un estudio se demuestra que el	OK
ubicación es un lugar estratégico que se puede ofrecer un	OK
desarrollo va dirigido a todas las personas de toda clase	OK
encuesta realizada pudimos obtener la información sobre todos os gu...	OK
creación de la hostería queremos captar una mayor satisfacción	OK
propuesta proyectada queremos llegar a la mente del cliente teniendo	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

ANEXO Nº 6 CAP. 2 FUNDAMENTACION

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
termino emprendedor viene del francés entrepreneur que es pionero, ...	OK
Schumpeter, quien fue profesor de Harvard, utilizó por primero	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

ANEXO Nº 7 CAP. 5 FUNDAMENTACION

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
fundamentación se caracteriza en plasmar los aspectos más relevantes	OK
Obteniendo así la certeza de que para lograr correctamente las	OK
hostería-complejo turístico tiene meta ayudar a generar un tipo de	OK
motivo, debemos estar superándonos constantemente en nuestra lab...	OK
forma queremos demostrar que podemos superar las expectativas, lle...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

**ANEXO N° 7
CAP. 5
JUSTIFICACION**

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
desarrollo de esta propuesta consiste en promover la	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)