



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
HOSPEDERÍA COMUNITARIA EN LA PARROQUIA  
ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2014.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR:**

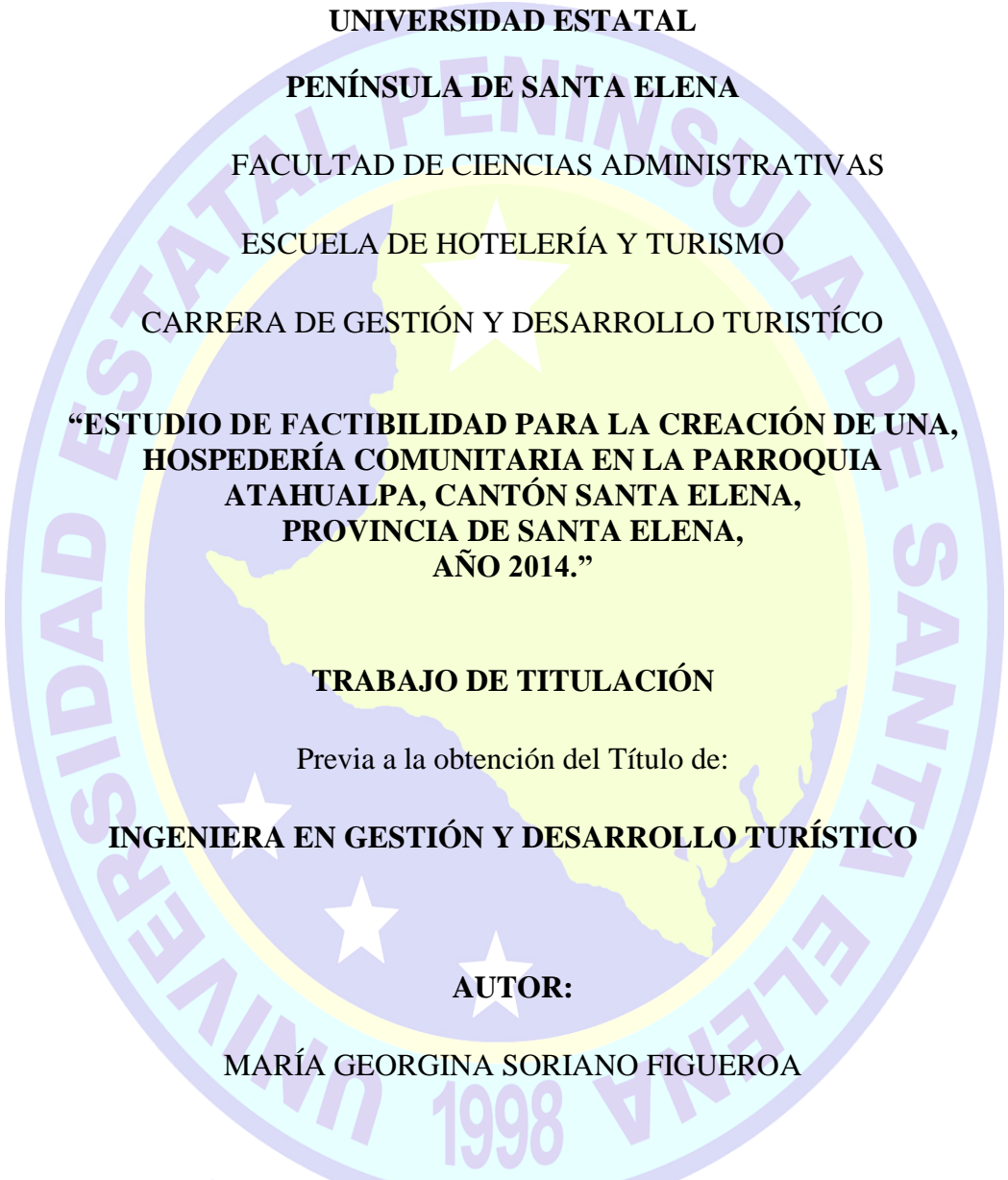
**MARÍA GEORGINA SORIANO FIGUEROA**

**TUTOR:**

**ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSC.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2014



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA,  
HOSPEDERÍA COMUNITARIA EN LA PARROQUIA  
ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2014.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR:**

MARÍA GEORGINA SORIANO FIGUEROA

**TUTOR:**

ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSC.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 28 de Enero del 2014

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor de la Tesis de Grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA”, elaborado por la Srta. María Georgina Soriano Figueroa, de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**

---

**Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.**  
**TUTOR**

## DEDICATORIA

Le dedico principalmente a Jehová por la fuerza y la sabiduría que me brindó y permitirme haber llegado a este momento tan importante de mi formación académica. A mi padre, porque gracias a él sé que la responsabilidad se la debe vivir como un compromiso de dedicación y trabajo a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos.

A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones, me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de la suave fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos y escollos que se encuentran en el camino. A mis hermanos, el incondicional abrazo que me motiva y recuerda que

detrás de cada detalle existe el suficiente alivio para empezar nuevas búsquedas.

### **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Jehová por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas y valor para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida. A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, porque en sus aulas, recibimos intuición intelectual y humana de cada uno de los docentes de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, en especial agradecimiento al director de la carrera Lcdo. Efrén Mendoza, por sus consejos y amistad de aprendizaje.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto (tesis), al señor tutor Ing. Johnny Reyes, por su paciencia prestada para este trabajo. Al Ing. Henry Muñoz por su asesoría y colaboración en la elaboración de este informe. Agradezco a todos que de una u otra forma estuvieron conmigo, porque

cada uno aportó con un granito de arena, y es por ello les dedico todo el esfuerzo, sacrificio y tiempo que entregué a esta tesis.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DECANA DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

---

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE  
GEST. Y DESARROLLO TURÍSTICO**

---

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.  
**PROFESOR-TUTOR**

---

Econ. William Caiche Rosales, MSc.  
**PROFESOR DE ÁREA**

---

Ab. Joe Espinoza Ayala.  
**SECRETARIO GENERAL**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE GESTIÓN Y  
DESARROLLO  
TURÍSTICO**

**“Estudio de factibilidad para la creación de una Hospedería Comunitaria  
en la Parroquia Atahualpa, Cantón de Santa Elena,  
Provincia de Santa Elena,  
Año 2014”**

**Autora:** María Georgina Soriano Figueroa  
**Tutor:** Ing. Johnny Reyes De la Cruz, Msc.

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio de investigación evalúa la factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena como alternativa para el desarrollo turístico que beneficie el ámbito social, económico y financiero para la localidad y a las autoridades seccionales. El servicio de hospedaje que se brindará será un lugar tranquilo y de relax para que los huéspedes puedan descansar en sus noches, después de haber disfrutado un día de experiencias inolvidables en la Parroquia Atahualpa. Como estrategia para que el turista se aloje en la hospedería comunitaria y disfrute de sus culturas y tradiciones con la comunidad se ha implementado el servicio de restaurante para el deguste de los platos típicos de la Provincia de Santa Elena. Mediante la recopilación de datos en el mercado se orientó a las estrategias de reconocimiento del servicio para dar a conocer a la comunidad las oportunidades y alternativas que se pueden implementar en el atractivo principal de la Parroquia como es la elaboración de muebles así como artesanías de madera que adornan un lugar, juegos de comedor y de sala, sus culturas y tradiciones. El estudio de factibilidad de este informe profesional estudia la viabilidad económica y social, tomando en cuenta la calidad, eficiencia y pertenencia que el proyecto tiene para los habitantes de la Parroquia Atahualpa y autoridades de la Provincia de Santa Elena para promover el desarrollo turístico sustentable en la localidad. Este proyecto beneficiará a los pobladores de la comunidad en disminuir la tasa de desempleo y evitar que busquen otras comunidades para mejorar su calidad de vida y que el sistema turístico de la Provincia de Santa Elena contribuya a la diversificación e incremento de la actual oferta turística del sector, brindando un nuevo destino turístico alternativo en la zona, original, competitivo y novedoso de la Parroquia Atahualpa.



## ÍNDICE GENERAL

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>v</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xix</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>4</b>
<b>DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>4</b>
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA .....	4
1.1.1. Reseña histórica .....	7
1.1.2. Organización territorial .....	9
1.1.3. Características demográficas .....	12
1.1.4. Análisis económico .....	13
1.1.4.1. Producto Interno Bruto (P.I.B.) .....	13
1.1.4.2. Inflación .....	17
1.1.5. Relación de género en las actividades productivas .....	18
1.1.6. Desarrollo del sector turístico .....	19
1.1.7. Actividades tradicionales .....	20
1.1.7.1. Parroquialización de Atahualpa.....	21
1.1.7.2. Feria de muebles.....	21

1.1.7.3.	Festividades barriales .....	21
1.1.7.4.	Día de los fieles difuntos .....	22
1.1.7.5.	Fiestas del patrono San Juan Bautista.....	22
1.1.7.6.	Fiestas de Cucurucho.....	22
1.1.8.	Demanda Turística .....	23
1.1.8.1.	Demanda turística en el Ecuador .....	23
1.1.8.2.	Demanda turística de la Provincia de Santa Elena .....	25
1.1.8.3.	Demanda turística de la Parroquia Atahualpa .....	25
1.1.9.	Formas de organización colectiva.....	25
1.2.	VARIABLE INDEPENDIENTE: .....	26
1.3.	VARIABLE DEPENDIENTE:.....	26
1.4.	MARCO LEGAL.....	29
1.4.1.	Constitución de la República del Ecuador.....	29
1.4.2.	Plan Nacional del Buen Vivir .....	29
1.4.3	Normativas de Turismo.....	31
1.4.3.1.	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD). .....	31
1.4.3.2.	Ministerio de turismo .....	32
1.4.3.3.	Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo.....	33
1.4.4.	Normas ISO (Organización Internacional de Normalización) 9001:200036	
1.5.	RECURSOS TURÍSTICOS.....	38
1.5.1.	Destinos turísticos a nivel nacional, provincial y local .....	38
1.5.1.1.	Turismo en el Ecuador .....	38
1.5.1.2.	Turismo en Santa Elena.....	39
1.5.1.3.	Turismo de la Parroquia Atahualpa .....	40
1.5.2.	Clasificación de los recursos turísticos .....	40

1.5.2.1.	Ecuador y su clasificación turística .....	40
1.5.2.2.	Provincia de Santa Elena y su clasificación: .....	41
1.5.2.3.	Turismo de Atahualpa y su clasificación:.....	43
1.5.3.	Hospederías Comunitarias .....	44
1.5.4.	Cabaña Comunitaria .....	45
1.6.	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b> .....	45
1.6.1.	Segmentos del estudio de factibilidad.....	47
1.6.1.1.	Análisis de mercado .....	47
1.6.1.1.1.	Objetivo del estudio de mercado .....	47
1.6.1.1.2.	Objetivos específicos del estudio de mercado .....	47
1.6.1.1.3.	Segmentos del estudio de mercado.....	48
1.6.1.1.4.	Aspectos relevantes del estudio de mercado. ....	49
1.6.2.	Análisis técnico .....	51
1.6.2.1.	Elementos que integran el estudio de factibilidad técnica.....	52
1.6.3.	Análisis económico financiero.....	53
1.6.3.1.	Objetivos económicos y financieros.....	53
1.6.3.2.	Estados financieros .....	55
	<b>CAPÍTULO II</b> .....	58
	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	58
2.	<b>METODOLOGÍA APLICAR EN LA INVESTIGACIÓN</b> .....	58
2.1.	<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	58
2.1.1.	Diseño experimental .....	59
2.1.2.	Diseño no experimental.....	60
2.1.2.1.	Sondeo transeccional o transversal.....	60
2.1.2.2	Sondeo longitudinal .....	60
2.1.2.3.	Diseños cuantitativos.....	60

2.1.2.4.	Diseños cualitativos.....	61
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	61
2.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	61
2.3.1.	Investigación descriptiva .....	62
2.3.2.	Etapas de la investigación descriptiva:.....	62
2.3.3.	Expresión de datos de la investigación descriptiva .....	63
2.3.4.	Investigación de campo.....	63
2.3.5.	Investigación documental bibliográfica.....	64
2.3.6.	Observación directa .....	64
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	65
2.4.1.	Método analítico.....	65
2.4.2.	Método sintético .....	66
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	67
2.5.1.	Entrevista .....	67
2.5.1.1.	Tipos de entrevista.....	68
2.5.2.	Encuesta.....	68
2.6.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	69
2.6.1.	Formato de encuesta .....	70
2.6.2.	Guía de Entrevista .....	71
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	72
2.7.1.	Población .....	72
2.7.2.	Muestra .....	73
2.7.3.	Muestreo .....	75
2.7.3.1.	Muestreo probabilístico .....	75
2.7.3.2.	Muestreo no probabilístico .....	75
2.8.	PROCESAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	76

2.9.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	76
2.9.1.	Análisis de resultados de la entrevista.....	76
2.9.2	Análisis de resultados de la encuesta.....	78
2.10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	107
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>109</b>
<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....</b>		<b>109</b>
3.	PROYECTO A DESARROLLAR .....	109
3.1.	PROPIEDAD DE LA EMPRESA RESPONSABLE DEL PROYECTO .....	109
3.1.1.	Responsable / promotores.....	110
3.1.2.	Actividad turística económica .....	110
3.1.3.	Ubicación .....	110
3.2.	NECESIDADES A SATISFACER .....	112
3.2.1.	Objetivos .....	112
3.2.2.	Justificación e importancia .....	113
3.3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	114
3.3.1.	Definición y cuantificación de los segmentos del mercado.....	114
3.3.1.1.	Herramienta FODA .....	115
3.3.2.	Estrategias del producto .....	117
3.3.3.	Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.....	118
3.3.3.1.	Clientes .....	118
3.3.3.2.	Valoración de la demanda.....	119
3.3.4.	Análisis de la competencia actual y potencial .....	119
3.3.4.1.	Proveedores .....	119
3.3.4.2	Sustitutos .....	120
3.3.5.	Estrategias del precio .....	120

3.3.6.	Estrategias de la plaza o distribución.....	120
3.3.7.	Estrategias de la promoción o comunicación.....	121
3.4.	ESTUDIO TÉCNICO .....	122
3.4.1.	Tamaño de planta seleccionado.....	122
3.4.2.	Servicios a ofrecer dentro de la hospedería comunitaria .....	123
3.4.3.	Proceso de producción o núcleo de operaciones en la prestación del servicio	127
3.4.4.	Programa de producción .....	128
3.4.5.	Análisis situacional .....	129
3.4.6.	Recursos requeridos .....	132
3.4.7.	Instalaciones físicas .....	132
3.4.8.	Equipos .....	133
3.4.9.	Recursos humanos .....	133
3.4.10.	Insumos .....	133
3.5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	134
3.5.1.	Organigrama .....	134
3.5.2.	Descripción del organigrama .....	135
3.6.	PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO.....	147
3.6.1.	Plan de inversiones .....	147
3.6.1.1.	Inversión fija tangible.....	147
3.6.1.2.	Inversión fija intangible.....	148
3.6.1.3.	Capital de trabajo.....	148
3.6.2.	Cronograma de ejecución .....	150
3.6.3.	Costo de operación y gastos.....	151
3.6.4.	Ingresos (alojamiento y restaurante).....	157
3.7.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	157

3.7.1.	Estados financieros proyectados.....	157
3.7.1.1.	Estado de ganancias y pérdidas .....	158
3.7.1.2.	Flujo de caja (corriente de liquidez).....	161
3.7.1.3.	Balance general.....	162
3.7.1.4.	Flujos de caja para evaluación.....	164
3.7.2.	Indicadores de rentabilidad de la inversión .....	166
3.7.2.1.	Tasa interna de retorno.....	166
3.7.2.2.	Valor presente neto.....	166
3.7.2.3.	Período de retorno de la inversión.....	166
3.7.2.4.	Análisis de sensibilidad .....	167
3.7.2.5.	Punto de equilibrio .....	167
3.7.2.6.	Ratios financieros.....	169
3.7.3.	Coefficiente de rentabilidad nacional.....	170
3.7.3.2.	Generación de empleos.....	170
3.7.3.3.	Beneficios socio económicos .....	170
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>172</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>173</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>174</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>178</b>
	<b>GLOSARIO.....</b>	<b>205</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1 Límites de la Parroquia Atahualpa .....	10
GRÁFICO # 2 Ubicación de la Parroquia Atahualpa .....	11
GRÁFICO # 3 Género de los turistas .....	78
GRÁFICO # 4 Edad de turistas.....	79
GRÁFICO # 5 Nacionalidad de turistas .....	80
GRÁFICO # 6 Visita a la Provincia de Santa Elena.....	81
GRÁFICO # 7 Hospedaje .....	82
GRÁFICO # 8 Noches de hospedaje .....	83
GRÁFICO # 9 Actividad turística.....	84
GRÁFICO # 10 Servicio de alojamiento .....	85
GRÁFICO # 11 Precio por persona y por noche de hospedaje.....	86
GRÁFICO # 12 Motivo de su visita .....	87
GRÁFICO # 13 Conocimiento de la Parroquia Atahualpa.....	88
GRÁFICO # 14 Lugar que garantice tranquilidad y seguridad .....	89
GRÁFICO # 15 La Parroquia Atahualpa es un lugar .....	90
GRÁFICO # 16 Servicios de alojamiento en la Parroquia Atahualpa .....	91
GRÁFICO # 17 Hospedería en la Parroquia Atahualpa .....	92
GRÁFICO # 18 Género de la población .....	93
GRÁFICO # 19 Edad de la población .....	94
GRÁFICO # 20 Turismo en la localidad .....	95
GRÁFICO # 21 Lugares turísticos fuera de la Parroquia Atahualpa.....	96
GRÁFICO # 22 Lugares turísticos de la Parroquia Atahualpa .....	97
GRÁFICO # 23 Actividad turística en la Parroquia Atahualpa.....	98
GRÁFICO # 24 Desarrollo turístico en la Parroquia Atahualpa.....	99
GRÁFICO # 25 Participación en el desarrollo turístico .....	100
GRÁFICO # 26 Brindar servicios de hospedaje .....	101
GRÁFICO # 27 Brindar servicio de hospedaje a cambio de un valor monetario	102
GRÁFICO # 28 Formar parte de una empresa de hospedaje y alimento en la Parroquia Atahualpa.....	103



GRÁFICO # 29 Creación de una Hospedería Comunitaria.....	104
GRÁFICO # 30 Red de Hospederías Comunitarias en la Parroquia Atahualpa..	105
GRÁFICO # 31 Servicios adicionales en la Hospedería Comunitaria en la Parroquia Atahualpa.....	106
GRÁFICO # 32 Hospedería Comunitaria “Capital del Mueble” .....	117
GRÁFICO # 33 Slogan de la Hospedería Comunitaria “Capital del Mueble” ....	118
GRÁFICO # 34 Lugar del proyecto.....	122
GRÁFICO # 35 Cabaña (Sencilla y matrimonial) .....	123
GRÁFICO # 36 Cabaña (Doble y triple) .....	124
GRÁFICO # 37 Cabaña familiar.....	125
GRÁFICO # 38 Cabaña de área administrativa y restauración .....	126
GRÁFICO # 39 Cantón Santa Elena.....	130
GRÁFICO # 40 Parroquia Atahualpa .....	131
GRÁFICO # 41 Instalaciones físicas de la Hospedería Comunitaria .....	132

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 1 Segmento de poblaciones.....	73
TABLA # 2 Muestra de población.....	74
TABLA # 3 Género de los turistas.....	78
TABLA # 4 Edad de turistas.....	79
TABLA # 5 Nacionalidad de turistas.....	80
TABLA # 6 Visita a la Provincia de Santa Elena.....	81
TABLA # 7 Hospedaje de turistas.....	82
TABLA # 8 Noches de hospedaje.....	83
TABLA # 9 Actividad turística.....	84
TABLA # 10 Servicio de alojamiento.....	85
TABLA # 11 Precio por persona y por noche de hospedaje.....	86
TABLA # 12 Motivo de su visita.....	87
TABLA # 13 Conocimiento de la Parroquia Atahualpa.....	88
TABLA # 14 Lugar que garantice tranquilidad y seguridad.....	89
TABLA # 15 La Parroquia Atahualpa es un lugar.....	90
TABLA # 16 Servicios de alojamiento en la Parroquia Atahualpa.....	91
TABLA # 17 Hospedería en la Parroquia Atahualpa.....	92
TABLA # 18 Género de la población.....	93
TABLA # 19 Edad de la población.....	94
TABLA # 20 Turismo en la localidad.....	95
TABLA # 21 Lugares turísticos fuera de la Parroquia Atahualpa.....	96
TABLA # 22 Lugares turísticos de la Parroquia Atahualpa.....	97
TABLA # 23 Actividad turística en la Parroquia Atahualpa.....	98
TABLA # 24 Desarrollo turístico en la Parroquia Atahualpa.....	99
TABLA # 25 Participación en el desarrollo turístico.....	100
TABLA # 26 Brindar servicios de hospedaje.....	101
TABLA # 27 Brindar servicio de hospedaje a cambio de un valor monetario....	102
TABLA # 28 Formar parte de una empresa de hospedaje y alimento en la Parroquia Atahualpa.....	103

TABLA # 29 Creación de una Hospedería Comunitaria .....	104
TABLA # 30 Red de Hospederías Comunitarias en la Parroquia Atahualpa .....	105
TABLA # 31 Servicios adicionales en la Hospedería Comunitaria en la Parroquia Atahualpa .....	106
TABLA # 32 Método de los factores ponderados .....	111
TABLA # 33 Inversiones tangibles.....	147
TABLA # 34 Capital de trabajo .....	149
TABLA # 35 Costos de sueldos y salarios .....	152
TABLA # 36 Insumos .....	154
TABLA # 37 Presupuesto de gastos de administración.....	156
TABLA # 38 Presupuesto de gastos financieros .....	156
TABLA # 39 Presupuesto de gastos de ventas .....	157
TABLA # 40 Estado de resultado .....	159
TABLA # 41 Flujo efectivo (Corriente de liquidez).....	161
TABLA # 42 Balance general.....	163
TABLA # 43 Flujo efectivo (Cash Flow) .....	165
TABLA # 44 Punto de equilibrio.....	168
TABLA # 45 Ratios financieros .....	171

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO # 1 Ubicación de la Parroquia Atahualpa.....	12
CUADRO # 2 Producto Interno Bruto por actividad económica .....	14
CUADRO # 3 PEA por rama de actividad - Parroquia Atahualpa .....	16
CUADRO # 4 Índice de relación género .....	18
CUADRO # 5 Organizaciones colectivas de la Parroquia Atahualpa .....	26
CUADRO # 6 Métodos de la investigación.....	65
CUADRO # 7 Por tipo de diseño.....	68

**ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO I Encuesta a Turista.....	179
ANEXO II Encuesta a habitantes de la Parroquia Atahualpa.....	181
ANEXO III Entrevista.....	183
ANEXO IV Fotos.....	185

## INTRODUCCIÓN

La Parroquia Atahualpa está ubicada en el Cantón Santa Elena. Sus límites son: al norte (Santa Elena); al sur (Parroquia Chanduy); al este (Santa Elena) y al oeste (Parroquia Ancón).

La población de la parroquia Atahualpa según el Censo poblacional y de Vivienda del 2010, es de 3.532 habitantes, lo que proyecta una consistencia de 80,09 hab/km. A nivel urbano, la cabecera parroquial es el único centro que tiene más personas. Posee una extensión de 7.780 ha y una densidad baja que bordea las 58,80 hab/ha. Se proyecta que la comunidad de Atahualpa se complementa en un grupo de jóvenes menores de 20 años de edad lo que simboliza el 40,3% del total de la población mientras que los habitantes de 60 años y de más edad alcanzan el 10,8%, y el restante del grupo de 20 a los 59 años muestran el porcentaje de 48,9% del total de la población.

En la actividad productiva de la Parroquia Atahualpa prevalece el género masculino en las actividades artesanales con el 38.76% de la totalidad de la población. En cambio la industria manufacturera y el comercio se acoplan al por mayor y por menor, con insuficiente colaboración de mujeres.

La diferencia relacionada al género y el acceso a empleo queda retratada en cuanto al porcentaje de personas que se encuentra trabajando en actividades como las del hogar o la enseñanza. Además, el 30.97% de la población masculina se encuentran empleado en el sector privado y el 18.94% trabaja por cuenta propia en pequeños negocios.

Para el turismo comunitario sustentable se destaca la gestión turística basada en la posesión y la autogestión de los recursos naturales y culturales de las comunidades cercanas a la Parroquia Atahualpa, sujeto a una orientación de

responsabilidad social, respeto al medio ambiente y repartición de bienes o servicios.

El estudio que se realizará pretende llegar a convertir a Atahualpa en uno de los principales lugares turísticos para que el turista busque disfrutar de los servicios de recreación y hospedaje en un lugar tranquilo y seguro, en un ambiente rural cerca de la naturaleza y rodeado de personas que comparten su cultura y tradiciones.

La hospedería comunitaria estará ubicada en la Parroquia Atahualpa, considerando su atractiva demostración en la elaboración de muebles y sus eventos de la feria de muebles que cada año lo festejan. En el proceso del proyecto se ha llevado a cabo la respectiva investigación de la siguiente manera:

**CAPÍTULO 1.-** Este capítulo describe el fragmento teórico que sostiene la investigación identificando las ventajas competitivas de la Parroquia de Atahualpa que tiene para ofrecer al turismo, tomando en cuenta que la información que se ha considerado en este capítulo también es nacional y provincial, para establecer las estrategias competitivas para el sistema de alojamiento parroquial. En el tema de la investigación, se utilizaron estudios vinculados con la presente investigación de referencia, debido a un Estudio de Factibilidad bajo criterios de hospederías comunitarias.

**CAPÍTULO 2.-** En este capítulo se describe el instrumento de medición para la investigación que construye un instrumento único y entendible, adaptado y válido de los objetivos mencionados anteriormente en el Capítulo I. Esta parte es fundamental para la calidad de las interpretaciones que contiene el análisis de resultados de datos de la observación que se analizó en el sector, encuestas a los pobladores de la Parroquia Atahualpa, a turistas nacionales como la Provincia del Guayas, Santa Elena, Loja y Tungurahua y turistas extranjeros de Colombia,

España y Britania; también se realizó entrevistas a las autoridades locales y servidores turísticos de la Provincia de Santa Elena para obtener resultados confiables y específicos en el estudio de creación de una hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa.

**CAPÍTULO 3.-** Comprende los parámetros de un estudio de factibilidad que se clasifica en estudio técnico, estudio de mercado y estudio financiero, que son trascendentales para que el proyecto sea factible en la Parroquia Atahualpa. Como análisis técnico se identifica la parte física del proyecto para la creación de una hospedería comunitaria; en el análisis del mercado se describen los objetivos de la oferta y la demanda del estudio a realizarse en la Parroquia Atahualpa y determinar el comportamiento del análisis financiero para la elaboración de los activos financieros del proyecto; tomando en cuenta los beneficios o pérdidas de la toma de decisiones de los movimientos de inversión. Además se anexa en el capítulo III datos relevantes que ayudan a la aprobación de la propuesta.



## **CAPÍTULO I**

### **DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO**

La parroquia Atahualpa, perteneciente a la Provincia de Santa Elena, es un lugar de actividades sociales y económicas. En este capítulo I se detallan los indicadores representativos como: económico, social y cultural de la comunidad de Atahualpa, Provincia de Santa Elena y Ecuador. Además describe las características teóricas del estudio, como es el turismo comunitario y servicio de alojamiento a nivel local y nacional, también considerando definiciones del estudio de factibilidad que es el proceso de creación de hospedería comunitaria para la elaboración del proyecto.

#### **1. MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO**

##### **1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA**

###### **Hospedería comunitaria a nivel nacional**

El turismo comunitario es una forma de gestión del turismo que asocia a tres perspectivas fundamentales:

- ✓ Sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales
- ✓ Sostenibilidad integral: Social y Natural
- ✓ Finalmente, control real del negocio turístico por parte de las comunidades

Estos tres puntos tratan de implementar el turismo para equilibrar las dimensiones medioambientales y culturales, con la característica de gestión y organización en las comunidades. En este siglo XXI todo negocio turístico es planificado de la

forma sensible con el medio ambiente y la cultura, es por esta razón que la organización y gestión se convierten en verdadero mecanismo específico del turismo comunitario; es importante recordar que este turismo es parte del antecedente de un mercado con un especial demandante turista que busca en específico un modelo turístico como en este caso las hospederías comunitarias.

En el Ecuador las "Hospederías Comunitarias" establecen un principio de "red de alojamientos alternativos", con características diferenciadas de la planta turística convencional, tanto en los aspectos de prestación de servicios, como en el factor precio. Las "redes locales" se articulan en un "sistema regional" mediante vínculos de promoción y comercialización unificada, que permite el acceso al segmento de mercado no tradicional y amplía las opciones de oferta en otros destinos de la costa. (Mendoza, 2000).

La población general de las comunidades ecuatorianas presta servicio en sus propias casas teniendo una o dos habitaciones complementarias con su baño privado, para brindar a los turistas extranjeros, sitios alejados del estrés y la rutina de lo urbano, para que el visitante sienta el contacto con la naturaleza y se relacione con las culturas y tradiciones de los pueblos, que permite formar parte del mundo que manifiesta la esencia de las comunidades y la conservación de los sitios naturales y culturales, que en la actualidad cada vez llaman la atención de personas que buscan una experiencia distinta y cercana a la localidad para disfrutar el turismo comunitario. (Mendoza, 2000).

### **Hospedería comunitaria a nivel provincial**

El turismo comunitario en la Provincia de Santa Elena se ha convertido en una opción de desarrollo que ayuda a la capacitación y difusión en la Fundación Pro Pueblo que incentiva dicho plan, también con la participación de Prodecos, entidad que se afianzó cinco años después con el apoyo del Centro de Promoción

Rural de Guayaquil, con financiamiento de la Agencia Española de Cooperación Internacional de España. (Mendoza, 2000).

Este proyecto empezó con una líder de microempresas, la Sra. Francisca Jara que colaboró con la Federación Plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador, para lograr que el Ministerio de Turismo (Mintur) reconozca este servicio de alojamiento como una política pública.

En el año 2001, las hospederías comunitarias fueron impulsadas por el Mintur por ser relacionadas como una actividad que cumple varios objetivos, entre estos constan:

- ✓ Reduce en las áreas reconocidas de las playas los niveles de saturación de la carga excesiva turística.
- ✓ Distribuye la demanda turística a otras playas que están siendo manipuladas por la falta de estructura turística.
- ✓ Ofrece al turista los servicios básicos que son primordiales para la satisfacción de los visitantes.

Las hospederías comunitarias de la Provincia de Santa Elena brindan alojamiento no competitivo con la cadena de hoteles, hostales y hosterías, porque esto apunta a otros nichos de mercado, que hace que el turismo comunitario sea una alternativa para el desarrollo de los sectores costeros que utilizan sus propios recursos.

### **Hospedería comunitaria a nivel local**

La localidad de Atahualpa es reconocida a nivel nacional e internacional como la Capital del Mueble por el acabado único y preferencial de sus muebles que no se comparan con aquellos que se encuentran en otras comunidades vecinas como: El Tambo y Prosperidad, también Atahualpa tiene festividades, tradiciones y

costumbres como la Parroquialización, feria de muebles, día de los difuntos, fiestas del patrono San Juan Bautista, de Cucurucho y de los barrios que se celebran cada año.

En la actualidad la Parroquia Atahualpa no cuenta con hospederías comunitarias por las siguientes falencias y recursos:

- ✓ Escasa iniciativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Atahualpa.
- ✓ Limitados conocimientos de proyectos turísticos de las familias atahualpenses
- ✓ Oportunidades de trabajo de los pobladores en las otras comunidades de Santa Elena
- ✓ Insuficiencia de recursos económicos y mala administración de la comunidad.

La Parroquia Atahualpa es visitada por la comercialización de muebles y artesanías de madera, oportunidad que la población y los gobiernos seccionales deben de aprovechar como potencial atractivo para crear servicios complementarios (hospederías y restaurantes comunitarios) para que su gente conviva con el turista y conozcan las actividades cotidianas de cada familia, fomentando el turismo comunitario en la Parroquia Atahualpa.

### **1.1.1. Reseña histórica**

Los moradores de la Parroquia Atahualpa empezaron con la actividad de la cría de ganado, en esos tiempos no había suficiente agua para el consumo diario y para obtenerlo se trasladaban a manantiales, vertientes u “ojos de agua”, que casualmente encontraban. Para conseguir este líquido vital, los pobladores se levantaban en la madrugada para hacer el recorrido en el campo, encontrar su consumo diario y desplazarse a sus hogares, en ese tiempo utilizaban como medio

de transporte a los asnos (burros), para evitar cargar mucho peso en las largas horas de caminatas.

Por esta razón existieron las migraciones en la ribera del Pacífico, por el escaso consumo vital, que fueron formando un caserío en esta población que se denomina Engabao (lengua nativa “Amistad con el Agua”), porque en este lugar encontraron y excavaron pozos de agua, por tal motivo esta población prefirió quedarse en esta comunidad. Luego para diferenciarse de Engabao de Playas y de El Morro su designación completa fue Engabao de Santa Elena, no obstante este líquido vital no duró mucho tiempo, ya que se dedicaban a la agricultura y necesitaban regar sus plantas, por lo que los habitantes decidieron emigrar a otros sitios, para seguir con su forma de vida.

La población que perteneció a Engabao buscó otra alternativa de vida, que fue la ebanistería. La materia prima que utilizaban era la leña para realizar trabajos rústicos, que con la ayuda de los ingleses que llegaron a la Parroquia Ancón, se perfeccionó, ya que ellos necesitaban el apoyo de ebanistas para construir sus casas. Estos pobladores de Engabao tenían la habilidad y la creatividad. (C. Soriano Presidente , 2012)

En 1976 los permisos petroleros recaen en el Estado y los habitantes que se dedicaban a esta actividad se quedaron sin fuente de empleo, es así que inmediatamente retornaron a sus habilidades manuales en madera. Por 1938 se formó una asamblea de parroquialización, que propuso el cambio de nombre del recinto ENGABAO por Atahualpa, en homenaje al último emperador del Tahuantinsuyo.

La rúbrica del convenio se realizó el 4 de octubre de 1939 y el 21 de enero de 1945 se consiguió la respectiva ordenanza municipal en la cual se crea la Parroquia Atahualpa, del Cantón Santa Elena por Decreto Ejecutivo N° 134 de

febrero del mismo año, publicado en el Registro Oficial N° 149 – 150 del 26-27 de febrero del mismo año.

Actualmente, Atahualpa es conocida como “El Imperio del Mueble” o también como “La Capital Del Mueble” debido a que la mayoría de la población tiene laborosas manos para realizar muebles y otros objetos de madera, pero no todo es ventajoso, porque los artesanos se acostumbraron a producir especialmente con madera de bosques primarios, siendo muy difícil encontrar materia prima para sus artículos, además el proceso de globalización y la competitividad de las industrias afines, mercado potencial, defendiendo en el tiempo pero con otros problemas antes notados.

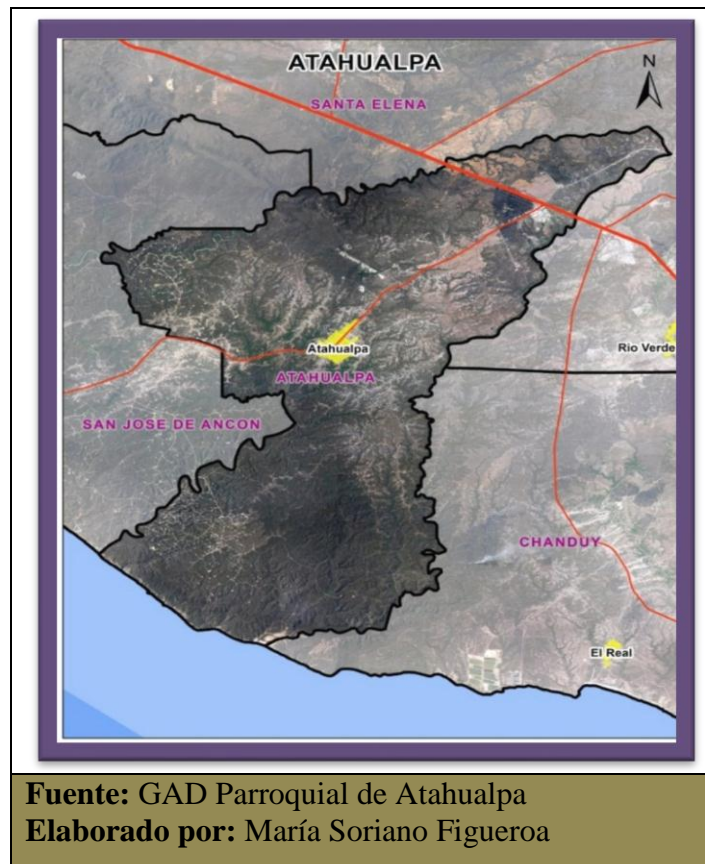
Es importante en los actuales momentos que se establezca desde todos los niveles de gobierno el apoyo necesario para que la producción de objetos de madera sea competitiva y se incorpore como parte de los atractivos turísticos de la provincia de Santa Elena, de tal forma que sea reconocida por ser quienes elaboran objetos de madera pero que tienen la particularidad de tener un sello verde. (C. Soriano Presidente , 2012)

### **1.1.2. Organización territorial**

Los límites de Atahualpa son:

- ⇔ **Norte:** Santa Elena
- ⇔ **Sur:** Parroquia Chanduy
- ⇔ **Este:** Santa Elena
- ⇔ **Oeste:** Parroquia Ancón

## GRÁFICO # 1 LÍMITES DE LA PARROQUIA ATAHUALPA



La población de la parroquia Atahualpa según el Censo Poblacional y de Vivienda del 2010, es de 3.532 habitantes, lo que proyecta una consistencia de 80,09 hab/km<sup>2</sup>. A nivel urbano, la cabecera parroquial es el único centro que tiene más personas. Posee una extensión de 7.780 ha y una densidad baja que bordea las 58,80 hab/ha. Además de la cabecera parroquial, el territorio de Atahualpa está desolado, porque existía otra población llamada Entre Ríos, de la cual sus pobladores migraron en los años 70 por la falta del recurso agua de ese tiempo.

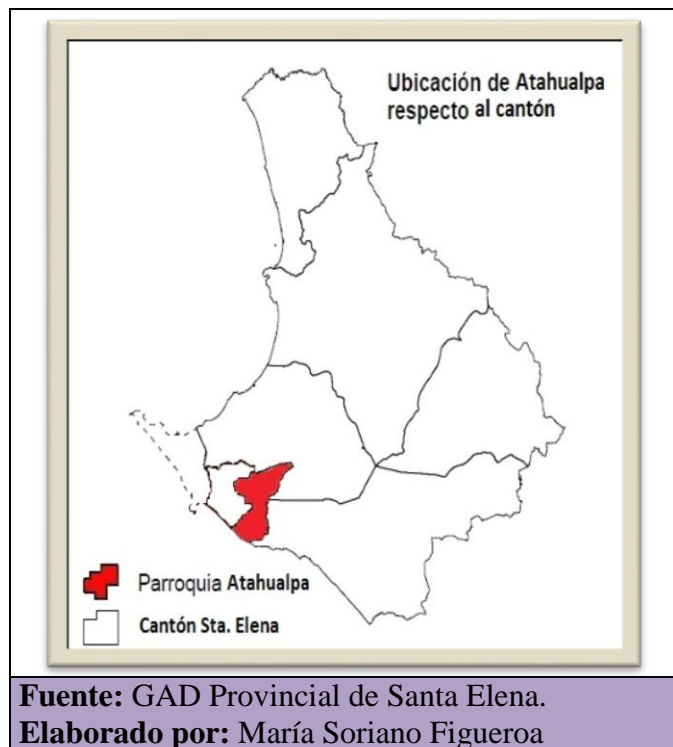
La tenencia de la tierra de la parroquia Atahualpa es mayoritariamente comunal, existe la cabecera parroquial denominada con el mismo nombre y una comuna denominada Entre Ríos. (C. Soriano Presidente , 2012)

En la cabecera parroquial existen 11 barrios los cuales son:

- ✓ 1 de Enero
- ✓ Hogar de Cristo
- ✓ Villamil
- ✓ 9 de Octubre
- ✓ 5 de Junio
- ✓ Barrio Central
- ✓ 10 de Agosto
- ✓ Eloy Alfaro
- ✓ Jimmy Candell
- ✓ San José
- ✓ Nuevo Atahualpa

La ubicación gráfica de la Parroquia Atahualpa se puede apreciar en el siguiente gráfico:

### GRÁFICO # 2 UBICACIÓN DE LA PARROQUIA ATAHUALPA





### 1.1.3. Características demográficas

Según el Censo de Población que pertenece al Cantón Santa Elena, este tiene aproximadamente 308.693 pobladores, entre ellos 3.532 de la localidad de Atahualpa. El cuadro que se presenta a continuación muestra la distribución de los habitantes por género y edad, en términos absolutos y relativos solo de la Parroquia Atahualpa en relación de la población total del cantón Santa Elena.

**CUADRO # 1 UBICACIÓN DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**

<b>Grupos de Edad</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>
0 – 9	753	21,3
10 – 19	672	19,0
20 – 39	1.134	32,1
40 – 59	592	16,8
60 y más	381	10,8
Total	3.532	100,0
<b>Fuente:</b> INEC. Censo de Población 2010 <b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa		

Analizando la población de Atahualpa con el cuadro disponible se puede resumir que la comunidad es de población joven, son menores de 20 años de edad lo que representa el 40,3% del total de la población.

Mientras que los habitantes de 60 años y más de edad alcanzan el 10,8%, y el restante del grupo de 20 a los 59 años muestran el porcentaje de 48,9% del total de la población.

#### **1.1.4. Análisis económico**

##### **1.1.4.1. Producto Interno Bruto (P.I.B.)**

###### **P.I.B. a Nivel Nacional**

En el año 2010 el PIB se incrementó en un 2.12 % (al pasar de USD 1,722.2 en 2009 a USD 1,758.8), resultado de la recuperación parcial de la crisis económica mundial del año 2009. El crecimiento del PIB en el año 2010 fue de 3.58%.

El PIB en el Ecuador del año 2012 creció aproximadamente 5,01%, comentó Diego Martínez Vinueza, Presidente del Directorio del BCE (Banco Central del Ecuador), es así que superó los presupuestos macroeconómicos en el año anterior, donde se proyectó que en el 2012 y 2013 sería de 4,82% y 3,9% relativamente.

Patricio Rivera, Ministro de Finanzas, afirma que la ubicación del Ecuador posee el alto nivel de gasto de inversión como porcentaje del PIB y con el gasto normal; el país no se encuentra en los promedios de América Latina, pero lo significativo de la economía es sostener la tasa de crecimiento efectiva en el transcurso de cada año. (Vinueza, 2012)

El PIB entre los sectores del 2012 mantiene a la Administración Pública y de Defensa, Construcción de Hoteles y Restaurantes, sus porcentajes crecieron el 13,50% y 8,98% respectivamente, esto da prioridad a que el Ecuador tiene poder adquisitivo de bienes y servicios producidos por la economía del País.

**CUADRO # 2 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA**

<b>Por clase:</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,497,878	4,524,478	0.59%
Pesca y Acuicultura	738,094	780,454	5.74%
Explotación de minas, canteras, petróleo, gas natural y actividades de servicios relacionadas	5,943,445	6,033,135	1.51%
Industrias manufacturas (excluye refinación de petróleo)	7,204,954	7,452,506	3.44%
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	959,240	1,000,295	4.28%
Suministro de electricidad y agua	909,500	949,973	4.45%
Construcción	5,964,491	6,537,082	9.60%
Comercio al por mayor y al por menor, y reparación de vehículos automotores y motocicletas.	6,681,137	6,938,361	3.85%
Transporte, almacenamiento, correo y telecomunicaciones	5,763,794	5,968,901	3.56%
Actividades de servicios financieros y financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	1,673,835	1,782,632	6.50%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	3,124,777	3,546,622	13.50%
Otros elementos del P.I.B.	2,931,389	3,044,694	3.87%
Hogares privados con servicio doméstico	145,485	146,940	1.00%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4,052,160	4,266,924	5.30%
Otros servicios	9,371,499	9,949,201	6.16%
Hoteles y Restaurantes	1,159,780	1,263,928	8.98%
<b>PIB TOTAL</b>	<b>61,121,458</b>	<b>64,186,129</b>	<b>5,01%</b>
<b>Fuente:</b> Previsiones 2012, Banco Central del Ecuador BCE <b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa			

En el gráfico se observan a los 6 sectores que generan más del 50% de ingresos al PIB, donde el sector construcción se nivela como el más sólido en el país por la contribución alta económica y las altas tasas de crecimiento, que se considera uno de los sectores que mantendrá el crecimiento a partir del 2013.

El Producto Interno Bruto (PIB) del país tuvo un desarrollo del 3,5% en el primer trimestre de 2013, de acuerdo a lo que reportó el Banco Central con la publicación de sus Cuentas Nacionales. Ha crecido en el sector no petrolero que registró un crecimiento anual de 4,2%. La economía no petrolera representó el 84,7% del total del PIB, en cambio el PIB nominal alcanzó los 21.962 millones y la formación bruta de capital fijo creció 2%; el consumo de los hogares 0,7% y las exportaciones 1,3% y las importaciones se incrementaron en 2,8%, mientras que el gasto público presentó una disminución de -1,3%. Las actividades económicas que más contribuyeron en términos anuales al crecimiento del PIB del primer trimestre de 2013 fueron la construcción (0,79%), correo y comunicaciones (0,5%) y transporte (0,41%). (Suarez, 2012).

### **PIB en el sector local**

La Parroquia Atahualpa tiene sus actividades económicas por su mercado adquisitivo y políticas gubernamentales, la mayoría de sus pobladores se dedican al procesamiento artesanal de materia primaria que es la actividad principal de la localidad.

En el reporte del INEC del 2010 (Censo Poblacional y Vivienda), se obtuvo la cifra total de 1.163 de la población económicamente activa de Atahualpa, con las siguientes actividades que se clasifican en:

**CUADRO # 3 PEA POR RAMA DE ACTIVIDAD – PARROQUIA ATAHUALPA**

Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura 7 y pesca	65	0,05588994
Explotación de minas y canteras	11	0,0094583
Industrias manufactureras	450	0,38693035
Suministro de electricidad, gas, vapor y a. a.	5	0,00429923
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	15	0,01289768
Construcción	74	0,06362855
Comercio al por mayor y menor	106	0,09114359
Transporte y almacenamiento	38	0,03267412
Act. de alojamiento y servicio de comidas	32	0,02751505
Información y comunicación	8	0,00687876
Act. Financieras y de seguros	2	0,00171969
Act. Inmobiliarias	1	0,00085985
Act. Profesionales, científicas y técnicas	9	0,00773861
Act. de servicios administrativos y de apoyo	54	0,04643164
Administración pública y defensa	59	0,05073087
Enseñanza	61	0,05245056
Act. de la atención de la salud humana	14	0,01203783
Artes, entretenimiento y recreación	5	0,00429923
Otras actividades de servicios	13	0,01117799
Act. de los hogares como empleadores	28	0,02407567
No declarado	77	0,06620808
Trabajador nuevo	36	0,03095443
<b>Total</b>	<b>1163</b>	<b>1</b>
<b>Fuente:</b> INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010. <b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa		

Al observar el cuadro queda evidenciada que la actividad económica de la localidad es la vocación artesanal, y la actividad agropecuaria es poco significativa, con un 5%, para Atahualpa, como las extractivas o mineras, su suministro de electricidad, financieras, inmobiliarias; a diferencia de los porcentajes afines de agropecuaria, enseñanza y administración pública y defensa, que tiene igual número de agricultores como los que tiene los maestros y policías.

#### **1.1.4.2. Inflación**

La inflación en la actividad turística del Ecuador lo ubica como el segundo país que menos ingresos recibe de los turistas, seguido después de Bolivia que está por debajo de los gastos promedios.

Ecuador está por medio de un valor de \$ 565 aproximadamente mientras que Bolivia está estimada por \$ 680, esto indica que el sector hotelero es el más inconsistente e idóneo a la inestabilidad política, a pesar del potencial turístico que posee el País.

En el Ecuador la inflación anual por año, en el mes de febrero del 2012 se ubicó en 1.35%, porcentaje levemente superior a los de igual período de los años 2009 a 2011.

En el mes de análisis, las divisiones de consumo de mayor aumento acumulado fueron: Transporte (2.79%), Bebidas Alcohólicas, Tabaco y Estupefacientes (2.75%) y Restaurantes y Hoteles (2.68%). (Frank, 2009).

En febrero 2012, los productos de la canasta del IPC (Índice de precios al consumidor) muestran que los sectores agropecuario, pesca y servicios son los de mayor incremento acumulado en lo que va del año; los dos se muestran superiores a los porcentajes registrados en igual período del año 2011. (Frank, 2009).

### 1.1.5. Relación de género en las actividades productivas

La actividad productiva en Atahualpa tiene relación entre el género masculino y femenino con los porcentajes del 75.04% hombres y 24.96% mujeres, que se clasifica en las siguientes actividades económicas:

**CUADRO # 4 ÍNDICE DE RELACIÓN GÉNERO**

RELACIÓN DE GÉNERO	SEXO	
	Hombre	Mujer
Total grado de Ocupación	75.04%	24.96%
<b>Grupo de ocupación</b>		
Oficiales, operarios y artesanos	38.76%	2.57%
Ocupaciones principales	8.50%	5.04%
<b>Rama de actividad</b>		
Industrias manufactureras	36.37%	3.45%
Comercio al por mayor y menor	4.96%	4.34%
<b>Categoría de ocupación</b>		
Empleado a/u obrero /a privado	30.97%	6.81%
Cuenta propia	18.94%	5.31%
<b>Fuente:</b> INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010.		
<b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa		

La representación prevalece en el sexo masculino en las actividades artesanales por un porcentaje de 38.76% del total de la población. En cambio en la rama de la actividad de la industria manufacturera y el comercio es escasa la participación del sexo femenino. La disparidad relacionada al género y el acceso a empleo queda retratada en cuanto el porcentaje de personas que se encuentran trabajando en actividades como las del hogar o la enseñanza. Además, el 30.97% de la población masculina se encuentra empleada en el sector privado y el 18.94% trabaja por cuenta propia en pequeños negocios.

### **1.1.6. Desarrollo del sector turístico**

El Ecuador es reconocido turísticamente por la variedad de atractivos naturales y culturales que posee, en las regiones de la Sierra, Costa, Amazonía y Galápagos que no se compara con los otros países vecinos. (Carrasco, 2013).

Las regiones del país cuentan con una biodiversidad de miles de especies de flora y fauna que se encuentra alrededor de 1640 clase de pájaros, 4500 especies de mariposas, 345 de reptiles, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. Además, el Ecuador es considerado como uno de los 17 países con gran biodiversidad en el mundo, contando con aproximadamente el 20% de su territorio en áreas protegidas. Aunque el Ecuador busca desarrollar el turismo en la producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera en la región costa, sierra, oriente e insular que son parte de la riqueza de nuestro país. (Carrasco, 2013).

Al norte y sur del Ecuador existe la sección volcánica de la cordillera de los Andes, con 70 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo, con 6310 msnm. Al oeste de los Andes se presenta el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonía. Ecuador tiene la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo. En el espacio ecuatoriano se incluyen las islas Galápagos 1000 km al oeste de la costa, donde se encuentra la biodiversidad más atractiva del mundo.

La provincia de Santa Elena cuenta con 3.668.9 km<sup>2</sup> de extensión territorial, de los cuales el cantón más grande es el de Santa Elena donde se encuentran sitios turísticos para relajarse como sus hermosas playas, que son las principales que se ofertan al turista. Los balnearios empiezan en la cabecera cantonal de Santa Elena, con el primer balneario Ballenita que está a 5 minutos, luego se encuentran las playas de la “Ruta del Spondylus”. Además de sus atractivos naturales también ofrece turismo cultural, turismo de aventura, turismo gastronómico, entre otros;



para que el turista pernocte existen hoteles, hosterías, hospederías o cabañas comunitarias, los cuales pueden ser escogidos dependiendo de su nivel económico para descansar después de visitar y conocer los lugares de interés que posee la provincia de Santa Elena.

La actividad turística que tiene la Parroquia Atahualpa es la vocación artesanal, lo que ha convertido a este sector en un centro artesanal reconocida a escala nacional e internacional. Esta comunidad tiene una pequeña extensión, pero con gente de grandes aspiraciones, dispuestos a experimentar nuevas alternativas que ayuden a fomentar el turismo sostenible.

La denominación de la “Capital del Mueble” se la ha ganado por la habilidad y trabajo de sus productores de muebles, que se esfuerzan cada día en mejorar su calidad, para ofrecer al turista un buen acabado de su producto y así, atraer más visitantes. La familia atahualpense tiene costumbres y tradiciones en cada barrio, que al preguntar trae a su mente y revive el recuerdo de sus antepasados. Los pobladores de la localidad también realizan el turismo de pesca en la playa Santo Tomás que pertenece a la Parroquia Atahualpa.

#### **1.1.7. Actividades tradicionales**

La principal tradición de los habitantes es laborar en talleres de ebanistería y en las industrias que existen en el cantón; son excelentes productores, talladores y carpinteros que elaboran muebles de calidad y otras artesanías para adornar en el hogar. La materia prima que utilizan los artesanos para elaborar el producto es el guayacán como la madera tradicional que es conseguida en Esmeraldas o Pedro Carbo.

En estos últimos tiempos ha cambiado la tendencia por los costos de traslado y las campañas de reforestación de esta especie. (Cisneros Granizo, 2013).

Las festividades tradicionales de la Parroquia Atahualpa son las siguientes:

#### **1.1.7.1. Parroquialización de Atahualpa**

Atahualpa celebra sus festividades para recordar el aniversario el 15 de marzo de cada año, organizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Atahualpa y organizaciones de la Provincia de Santa Elena.

Las festividades dan inicio con un pregón y elección de la reina de la parroquia, también se realizan encuentros deportivos, eventos culturales, programas artísticos, exposiciones, juegos tradicionales entre otras actividades. Se puede observar desfiles en el cual participan todas las organizaciones existentes en la localidad y autoridades de la Provincia de Santa Elena. (Cisneros Granizo, 2013).

#### **1.1.7.2. Feria de muebles**

Hace 27 años la asociación interprofesional de artesanos realiza la exposición de muebles los días 1, 2 y 3 de noviembre de cada año donde asisten cientos de turistas a observar los trabajos de los artesanos peninsulares quienes ofrecen toda una gama de trabajos y artesanías con diversos tallados. Con un estilo diferente profesional las manos de los artesanos de esta localidad convierten la materia prima del guayacán, bálsamo, laurel, cedro, amarillo, entre otras maderas. (Cisneros Granizo, 2013).

#### **1.1.7.3. Festividades barriales**

Los barrios Eloy Alfaro, 10 de agosto, 5 junio, 9 de octubre, 1 de enero y otras organizaciones realizan sus festividades con juegos populares como son: Ensacados, palo ensebado, encuentros deportivos, gallo despescuezado, carreras de bicicleta, entre otros. (Cisneros Granizo, 2013).

#### **1.1.7.4. Día de los fieles difuntos**

Se festeja el 2 y 3 de noviembre día de los difuntos. Esta es una de las tradiciones más reconocidas en la provincia de Santa Elena, donde se realizan una serie de actividades como una visita al cementerio y misa en el mismo lugar, parte de la tradición es la elaboración de panes en hornos de leña y puesta de mesas con una gran variedad de platos típicos. (Cisneros Granizo, 2013).

Todas las familias se esmeran en la preparación de las mesas en las que se sirven succulentos platos tomando de referencia la comida que le había gustado al difunto mientras vivía, .además de sus platos preferidos añaden una botella de licor, cigarrillos y caramelos, así como también los frutos que más le agradaban. (Cisneros Granizo, 2013).

#### **1.1.7.5. Fiestas del patrono San Juan Bautista**

Todos los años, el 24 de junio, la Parroquia Atahualpa está de fiesta con la celebración del patrono San Juan Bautista. Esta fiesta tiene inicios 9 días antes de la fecha de celebración, con la tradicional novena que se realiza en cada barrio.

Llega el día más esperado por sus fieles, esto empieza a las 5 de la madrugada con la llegada de la banda de músicos tocando sus alegres melodías que da avisos a la fiesta del patrono, pasando por cada uno de los hogares, esperando la colaboración de sus fieles, el recorrido dura hasta las 12 de la mañana. (Cisneros Granizo, 2013).

#### **1.1.7.6. Fiestas de Cucurucho**

Se realiza en la Comuna Entre Ríos, la celebración se lleva a efecto cada 13 de mayo en honor a la Virgen de Fátima. La jornada de fiesta empieza a las 6 de la

mañana con la llegada de Virgen a la Parroquia de Atahualpa, acompañada de su banda de músicos.

A las doce del mediodía se realiza un recorrido desde la Parroquia Atahualpa hasta llegar a la comunidad de Cucurucho para la respectiva misa en honor a la Virgen de Fátima. Aquí se reúnen personas que en algún momento habitaron en este recinto y que por diferentes motivos emigraron hacia otras comunidades. En la actualidad vienen desde Anconcito, Atahualpa y Ancón. (Cisneros Granizo, 2013).

### **1.1.8. Demanda Turística**

#### **1.1.8.1. Demanda turística en el Ecuador**

El Ecuador en el sector turismo ocupa el sexto renglón de divisas en el año 2012 y 2013 con el monto de 507,3 moneda nacional, siendo las exportaciones situadas en los primeros lugares petróleo, banano y plátano, derivados de petróleo y camarón.

En el año 2012 el turismo receptor obtuvo un ingreso de 1.271.901, que esta cifra arribo en el año 2013 que se obtuvo 1.366,269. (Ministerio de Turismo, 2013).

En el año 2013 el Ecuador alcanzó 1.366.269 de llegadas de turistas internacionales en comparación en el 2012 que fue de 1.271-901. La demanda turística en el Ecuador se distribuye por 10 principales mercados receptores:

- ⇔ Colombia
- ⇔ Estados Unidos
- ⇔ Perú
- ⇔ Venezuela

- ⇔ España
- ⇔ Argentina
- ⇔ Chile
- ⇔ Alemania
- ⇔ Canadá
- ⇔ Cuba

En el 2013 define que Colombia obtuvo el 25,20%, Estados Unidos 18,36%, Perú 11,04%, Venezuela 7,49%, España 4,78%, Argentina 4,78%, Chile 3,63%, Alemania 3%, Canadá 2,08% y Cuba 2,07%. Estos fueron los países que tuvieron el porcentaje más alto del 1% que ingresaron al Ecuador.

En el Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, Las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) crecieron un 5% a escala mundial en 2013, alcanzándose la cifra récord de 1.087 millones de llegadas, después de haberse superado en 2012 la cuota de los mil millones. La región de Asia y el Pacífico registró el mayor crecimiento, con un aumento del 6% en llegadas, seguida de Europa y África (ambas +5%).

En las Américas, las llegadas internacionales aumentaron un 3%, mientras que en Oriente Medio se mantuvieron sin cambios. En 2013, los ingresos por turismo internacional alcanzaron la cifra de 1.159.000 millones de dólares de los EE.UU. en todo el mundo, partiendo de 1.078.000 millones de dólares de los EE.UU. generados en 2012. Las previsiones preparadas por la OMT en enero de 2014 apuntan a un crecimiento de entre el 4% y el 4,5% en las llegadas de turistas internacionales en 2014, superándose la previsión a largo plazo del 3,3% que figura en Tourism Towards 2030. (Ministerio de Turismo, 2013). En el 2013, según los datos provistos por la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, los 10 mercados emisores del Ecuador fueron: Estados Unido, Perú, Colombia, España, Panama, Argentina, Mexico, Chile, Italia, Brasil.

### **1.1.8.2. Demanda turística de la Provincia de Santa Elena**

El mercado turístico de Santa Elena ha tenido un crecimiento en el año 2012, que se obtiene resultados positivos en el mandato gubernamental de un total de 900 mil turistas. Este total se la obtiene por medio de las temporadas altas de la región Costa que son las más visitadas por los turistas Nacionales y Extranjeros. Esto quiere decir que el turismo en Santa Elena crece cada año de turistas y mejora la economía de los habitantes.

El dato estadístico de la demanda turística se la obtiene por medio de la capacidad hotelera, que registra aproximadamente 10 mil plazas, también considerando a quienes brindan el servicio de hospedaje en sus casas en los diferentes sectores de la provincia. Los turistas que llegan a la Provincia de Santa Elena, son de la provincia del Guayas, Loja, Cuenca y Pichincha. (Serrano, 2012)

### **1.1.8.3. Demanda turística de la Parroquia Atahualpa**

La demanda turística en la parroquia Atahualpa es diaria, semanal, mensual y anual, en la visita de las mueblerías y talleres que se dedican a la elaboración de muebles, ya que el turista, aparte de comprarlos, hace el recorrido en la comunidad para conocer los parques y monumentos que quedan en las calles principales, cancha deportivas, además de disfrutar de los platos exquisitos que preparan los comedores de Atahualpa.

### **1.1.9. Formas de organización colectiva**

La actividad turística de la comunidad cada vez mejora su hospitalidad hacia los turistas en la oferta de muebles y artesanías, que es la principal fuente económica de la localidad, esto ha incentivado a los pobladores a ser parte de una identidad junto a organizaciones como son La jurisdicción de la parroquia Atahualpa o

GAD Parroquial, Organización Comunal, Asociación de Artesanos, liga deportiva, Clubes sociales, grupo de Mujeres, grupo de jubilados, comités barriales, entre otras.

**CUADRO # 5 ORGANIZACIONES COLECTIVAS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Tipo de organización colectiva	Cantidad
Agrupaciones/asociaciones/organizaciones de la sociedad civil	11
Barrios	11
Clubes	4
Comuna	1
Iglesias	3
Instituciones de salud	1
Instituciones educativas	5
Programas/instituciones gubernamentales y políticas	6
<b>Fuente:</b> Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Atahualpa.	
<b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa	

**1.2. VARIABLE INDEPENDIENTE:**

- Estudio de factibilidad.

**1.3. VARIABLE DEPENDIENTE:**

- Creación de una hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa.

## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### VARIABLE INDEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La importancia de la elaboración de un estudio de factibilidad en el financiamiento incrementará el beneficio en la actividad turística mediante un estudio que involucre a la autoridad y comunidad de la Parroquia Atahualpa.	Estudio de Factibilidad	El estudio de factibilidad genera solución en el análisis de mercado, técnico, administrativo y financiero, para identificar el servicio de hospedaje a ofrecer en el mercado potencial, obtener tamaño óptimo, buscar el lugar estratégico con los equipos necesarios, personal administrativo y de operación contratado para la atención al cliente, alcanzar costos y minimizar gastos en el proyecto de la hospedería comunitaria y que tenga rentabilidad.	Estudio de mercado	Producto o servicio	¿Cuál sería la proyección de demanda para la utilización del servicio de hospedería comunitaria?	Encuesta
				Precio	¿Cuánto Ud. está dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje y restaurante?	
				Plaza o lugar	¿El proyecto de hospedaje en la Parroquia Atahualpa fomentará empleo a la comunidad?	
				Promoción	¿Cuál sería la promoción que atraería clientela en la hospedería comunitaria?	
			Estudio técnico	Tamaño del proyecto	¿La distribución de los servicios de hospedaje a ofrecer será utilizada por los turistas?	Entrevista
				Localización	¿El lugar donde se creará la hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa, atraerá clientela?	
				Equipos	¿Los materiales e insumos de hospedaje serán fáciles de conseguir?	
			Estudio administrativo	Aspectos legales para el permiso del funcionamiento del proyecto	¿Cuáles serían los permisos externos legales para el funcionamiento de la hospedería comunitaria?	Entrevista
				Aspectos legales para la contratación del personal	¿Ud. sería empleado en la hospedería comunitaria por los beneficios que legaliza el estado?	
			Estudio financiero	Inversión Fija Tangible	¿Considera Ud. que la hospedería comunitaria es un proyecto viable para la Parroquia Atahualpa?	Entrevista
VAN (Valor agregado neto)	¿Obtener una mayor productividad de los servicios adicionales (piscina y cancha deportiva), resulta una mayor rentabilidad para la hospedería comunitaria?					
TIR (Tasa interna de retorno)	¿Considera Ud. que la rentabilidad del proyecto es factible para el desarrollo de la hospedería comunitaria?					
<b>Fuente:</b> Metodología de la investigación <b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa						



## VARIABLE DEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS	
La importancia de la elaboración de un estudio de factibilidad en el financiamiento incrementará el beneficio en la actividad turística mediante un estudio que involucre a la autoridad y comunidad de la Parroquia Atahualpa.	Creación de una hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa.	Los gremios seccionales de la comunidad generan oportunidades de crear servicios complementarios para la actividad turística, mejorando el ámbito social, cultural y económico para realzar la imagen integral de la actual producción y venta de muebles en el desarrollo turístico comunitario alternativo.	Actividad turística	Demanda	¿Qué tipos de clientes ingresan a la comunidad? ¿Cuál es la oferta del producto que más éxito tiene para atraer a los clientes?	Encuesta	
				Oferta	¿Cuál es la competencia que tiene más directa en la elaboración de muebles? ¿Cuál es el nivel de ventas ideal o deseado por Ud. en un mes?		
				Recursos culturales	Intercambio de culturas		¿Usted cree que mediante la cultura y tradiciones de la comunidad se promocionaría brindar servicios de hospedaje? ¿Usted realizaría un intercambio de cultura para el beneficio de la comunidad?
					Estilo de vida		¿Usted está de acuerdo con el estilo de vida de la comunidad?
			Recursos económicos	Generador de empleo y fuente económico	¿Qué opina acerca de los empleos dentro del sector artesanal? ¿Usted está de acuerdo que existan más fuentes de empleo para el mejoramiento de la Parroquia Atahualpa?	Entrevista	
				Mayor financiamiento en las comunidades	¿Usted está de acuerdo en que las instituciones bancarias ayudarán para el beneficio o el desarrollo de la comunidad? ¿El ingreso de cada temporada sería un buen resultado para el financiamiento económico que la comunidad desea para mejorar la calidad de vida?		
			Producción y venta de muebles	Productos y Servicios	¿Cuál es el tiempo al realizar el producto y obtener el resultado deseado? ¿Cuál es el valor agregado en la actividad artesanal? ¿Obtener una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes o servicios resulta una mayor rentabilidad para su negocio?		
				Rentabilidad de las ventas	¿La rentabilidad de su negocio es a corto plazo o largo plazo? ¿Ud. ha tenido problemas con la rentabilidad de su negocio? ¿Cuál es la estrategia de su negocio para mejorar su rentabilidad?		
			Turismo comunitario	Progreso de la comunidad como destino turístico	¿Ud. cree que esta comunidad puede ser un lugar turístico? ¿Ud. estaría dispuesto a colaborar con la comunidad para que se convierta en un destino turístico?		
				Mejora en el Desarrollo Turístico	¿Cómo ayudaría Ud. para mejorar la comunidad en el desarrollo turístico? ¿Cuál sería el recurso turístico que llamaría la atención para que el turista visite la comunidad y se aloje en la hospedería comunitaria?		

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## **1.4. MARCO LEGAL**

### **1.4.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución de la República del Ecuador (2008) establece en su Art. 227 que “la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”.

**Ibídem, en el Art. 238,** establece la autonomía de “Los gobiernos autónomos descentralizados y al respecto determina que éstos gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana”. (Malave, 2012-2013).

**Ibídem el Art. 248,** reconoce a las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación. (Malave, 2012-2013).

### **1.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir**

El “Plan Nacional para el Buen Vivir 2013- 2017. En el Resumen Agenda Zonal “Zona 5” Provincias de Santa Elena, Guayas (excepto los cantones de Guayaquil, Samborondón y Durán), Bolívar, Los Ríos y Galápagos.

**1.- Caracterización:** La Zona de Planificación 5 está conformada por las provincias de Bolívar, Los Ríos, Santa Elena, Galápagos y Guayas (excepto los cantones Guayaquil, Durán y Samborondón). Está integrada por 48 cantones y 72

parroquias rurales, que corresponden a 25 distritos y 193 circuitos administrativos. Comprende un área de 33.416,67 km<sup>2</sup>, es decir, el 12,99% del territorio nacional.

Se ubica en tres regiones naturales: Costa, Sierra e Insular. Las temperaturas medias anuales, según el piso climático, oscilan entre los 12°C y los 27°C. En la provincia de Bolívar la temperaturas medias van de los 2°C (sector El Arenal y la parroquia Salinas) hasta 26°C en el sector de Las Naves; en Los Ríos, Guayas y Santa Elena, las temperaturas oscilan entre los 16°C hasta los 32°C; en Galápagos la temperatura fluctúa entre islas, en promedio la temperatura varía entre 14°C y 28°C<sup>168</sup>.

## **2.- Principales líneas de acción**

### **2.1. Transformación de la matriz productiva**

- Capacitar y fomentar la especialización del talento humano en las actividades agroproductivas.
- Potenciar el turismo a través de la dotación de infraestructura, la generación de capacidades en el talento humano y la extensión de la Ruta del Spondylus desde la interconexión entre el cantón Playas y la provincia de Santa Elena.

### **2.2. Reducción de brechas y desigualdades socioeconómicas**

- Implementar programas y proyectos para prevenir embarazos adolescentes, principalmente en grupos de pobreza y de minorías étnicas.

En la Parroquia Atahualpa se creara una Hospedería Comunitaria, para fomentar el turismo sostenible, que con la normativa del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 del Ecuador ofrece oportunidades para construir una humanidad de

combate, en la que el centro de la acción pública sea el individuo o la vida. El proyecto a elaborar contribuye con el desarrollo turístico de la localización y genera fuente de trabajo para los pobladores del sector.

### **1.4.3 Normativas de Turismo**

#### **1.4.3.1. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).**

Este Código establece “la organización político-administrativa del estado ecuatoriano en el territorio; el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera”. Además, desarrolla un modelo de descentralización obligatoria y progresiva a través del sistema nacional de competencias, la institucionalidad responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y la definición de políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios en el desarrollo territorial.

#### **Art. 4.- Fines de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.-**

a) El desarrollo equitativo y solidario mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización;

g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir.

**Instructivo para la calificación de comunitarias a las personas jurídicas dedicadas a la actividad turística comunitaria.**

**Art. 1.** Señalar que las personas interesadas en realizar actividades turísticas en el país y requieran obtener la calificación de comunitarias deberán presentar al CODENPE los siguientes documentos:

- a) Solicitud al CODENPE suscrita por el representante legal de la persona jurídica interesada;
- b) Copia certificada del acuerdo de reconocimiento legal o de otorgamiento de la personería jurídica;
- c) Acta de asamblea general de la comunidad donde aceptan y avalan las actividades de turismo comunitario que desarrolla la organización solicitante firmada por la mayoría de los asistentes, con indicación de sus nombres y apellidos completos y el número de cédula;
- d) Para las entidades señaladas en el numeral 8 del Artículo 14 de la Ley de Turismo, una carta aval de la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE, previo informe escrito de cumplimiento de los principios de turismo comunitario.

#### **1.4.3.2. Ministerio de turismo**

El "Plan de Gobierno 2000 – 2003 por un nuevo país" propone contribuir al desarrollo pleno, sostenible y equitativo del Ecuador, para ello establece que los "esfuerzos gubernamentales se concentrarán en la generación de empleo y en la reactivación de los sectores productivos para revertir la tendencia de crecimiento de la pobreza del Ecuador, mediante el crecimiento sostenido de la producción y la reducción de la iniquidad en la distribución del ingreso.

El Ministerio de Turismo de conformidad con la Ley Especial de Desarrollo Turístico, asumió estos objetivos, integrándolos a su plan estratégico y de competitividad turística; por lo que estableció como misión del Ministerio

"Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando al turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador".

### **1.4.3.3. Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo**

#### **Título segundo. De las actividades turísticas**

##### **Capítulo I. De las actividades turísticas y su categorización**

###### **Art. 41.- Alcance de las definiciones contenida en este Reglamento.-**

Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

**Art. 42.- Actividades Turísticas.-** Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

**a. Alojamiento;**

**b. Servicio de alimentos y bebidas;**

**Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.-** Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la Ley:

### **a) Alojamiento**

Se entiende por Alojamiento Turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

### **b) Servicio de alimentos y bebidas**

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento.

## **Capítulo II. Del Registro Único de Turismo**

### **Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.-**

Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el Registro de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

## **Capítulo II. De las disposiciones transitorias**

Mientras se expiden los Reglamentos Especiales y Normas Técnicas referidas en la disposición transitoria primera de este Reglamento, se utilizará para todos los efectos legales consiguientes, la siguiente tipología de las actividades turísticas:

**Actividad: alojamiento**

**Clase: hotelero**

**Subtipo:**

- a.1.1 Hoteles
- a.1.2 Hoteles Residencias
- a.1.3 Hoteles Apartamentos (Apart - Hoteles)
- a.1.4 Hostales
- a.1.5 Hostales Residencias
- a.1.6 Pensiones
- a.1.7 Moteles
- a.1.8 Hosterías
- a.1.9 Cabañas
- a.1.10 Refugios
- a.1.11 Paradores
- a.1.12 Albergues

**Actividad: alimentos y bebidas:**

- b.1 Restaurantes
- b.2 Cafeterías
- b.3 Fuentes de Soda



b.4 Drives Inn

b.5 Bares

#### **1.4.4. Normas ISO (Organización Internacional de Normalización) 9001:2000**

**IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación) 42250  
Alojamiento rural.**

#### **Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente**

Esta norma tiene por objetivo establecer lineamientos básicos para una adecuada gestión integrada de la calidad, la seguridad y el ambiente aplicada a todo establecimiento de cabañas. La misma es una herramienta que permite optimizar los recursos y asegurar los resultados, en el marco de la mejora de la atención al huésped y la profesionalización del sector.

### **3 Términos y definiciones**

Para los fines de la presente norma se aplican los términos y definiciones siguientes:

**3.1 Alojamiento rural.** Establecimiento ubicado en área rural y cuyas características principales responden a la identidad cultural y regional, ofreciendo actividades afines. (NORMA ARGENTINA, 2009)

a) Realizar y gestionar actividades que permitan al huésped relacionarse con el modo de vida rural y especialmente con las labores productivas propias del grupo familiar velando por la autenticidad de las mismas.

- b) Planificar actividades que el huésped pueda realizar con los anfitriones.
- c) Ofrecer actividades relacionadas con la naturaleza o con la cultura de la zona donde está situado el establecimiento.

**3.2 Áreas rurales.** Espacios y/o pequeñas localidades con población dispersa.

**3.3 Cliente.** Organización o persona que contrata el servicio para sí o para terceros.

**3.4 Contingencia.** Posibilidad de que algo suceda o no suceda.

**3.5 Desinfección.** Acción y efecto de eliminar agentes patógenos.

**3.6 Indicador.** Cuantificación numérica para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos de procesos, productos o servicios. (Revisar no solo numérica).

**3.7 Limpieza.** Acción y efecto de aseo y pulcritud.

**3.8 Peligro.** Fuente o situación con potencial para producir daños en términos de lesión a personas, enfermedad ocupacional, daños a la propiedad, al ambiente, o una combinación de éstos.

**3.9 Responsabilidad social.** Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- a) contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar de la sociedad;
- b) tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;

c) cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y

d) esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

**3.10 Riesgo.** Combinación entre la probabilidad de que ocurra un determinado evento peligroso y la magnitud de sus consecuencias (IRAM 3800).

**3.11 Sistema.** Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan (IRAM-ISO 9000).

**3.12 No conformidad.** Incumplimiento de un requisito (IRAM-ISO 9000).

## **1.5. RECURSOS TURÍSTICOS**

### **1.5.1. Destinos turísticos a nivel nacional, provincial y local**

#### **1.5.1.1. Turismo en el Ecuador**

El Ecuador en los últimos años ha desarrollado planes turísticos que han tenido progreso económicamente con la ayuda de otros países que trabajan dentro de la actividad turística, ya el turismo ocupa el sexto rubro dentro de la economía nacional, entre ellas están la descentralización turística y establecimientos de nuevos circuitos turísticos como la ruta del Café en la provincia de Manabí. El país posee una extensa variedad de productos y sitios turísticos que se encuentran en las diferentes provincias del Ecuador y se clasifican en cuatro regiones como son: Costa, Sierra, Oriente e Insular. (Pineda, 2013).

**Costa:** Que comprende las provincias de Santa Elena, Manabí, Guayas, Esmeraldas, Los Ríos y El Oro, en el mes de diciembre tienen un clima lluvioso y

en mayo una estación seca desde junio a noviembre, su destemplanza es de 23 y 36 °C. (Pineda, 2013).

**Andes o Sierra:** La integran las provincias de Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay, Santo Domingo de los Tsáchilas, Carchi, Cotopaxi, Bolívar y Loja, que tienen una estación lluviosa y fría en los meses de noviembre a abril y clima seco en los meses de mayo a octubre, su destemplanza está entre los 13 y los 18 °C. (Pineda, 2013).

**Amazonía u Oriente:** Están clasificadas en las provincias de Napo, Pastaza, Sucumbíos Orellana, Zamora Chinchipe y Morona Santiago, su clima es lluvioso y húmedo en los meses de enero a septiembre y un clima seco en los meses de octubre a diciembre. La destemplanza está entre los 23 y 36 °C. (Pineda, 2013).

**Galápagos o Región Insular:** Tiene su clima cálido y lluvioso en los meses de diciembre a mayo, y un clima ventoso y seco durante de junio a noviembre. Su temperatura está entre los 22 y 32 °C. (Pineda, 2013).

#### **1.5.1.2. Turismo en Santa Elena**

En la costa ecuatoriana la provincia más joven es Santa Elena categorizada número 24. En esta provincia se encuentran grandes estructuras hoteleras, una refinería de petróleo, aeropuerto y puerto marítimo, además es una región legendaria de culturas existentes desde 10.00 años A .C con la Culturas Las Vegas y 3.500 años A .C con la cultura Valdivia. Santa Elena cuenta con sitios vacacionales y una variedad de atractivos turísticos naturales, culturales que incluyen sus extensas playas y pueblos ancestrales de pescadores. La zona rural de la provincia está constituida por recintos y comunas como: Atahualpa, Colonche, Chanduy, Manglaralto y Simón Bolívar, en donde se desarrollan actividades productivas del sector. (Limonas, 2013).

### **1.5.1.3. Turismo de la Parroquia Atahualpa**

Actualmente Atahualpa, es reconocido por su turismo artesanal y cultural, debido a que los pobladores se dedican a la elaboración de muebles y artesanías con la materia prima principal como: Guayacán, Laurel, Palo de Ratón, Balsa, entre otros.

La comunidad tiene creencias y tradiciones en sus barrios, además de la gastronomía que comparte con los turistas que visitan la localidad.

### **1.5.2. Clasificación de los recursos turísticos**

#### **1.5.2.1. Ecuador y su clasificación turística**

**Turismo de sol y playa:** Esta actividad se realiza en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, El Oro y Santa Elena que se encuentran en la zona costera del Pacífico, donde se encuentra además de la flora y fauna, los mayores atractivos turísticos que son las playas de Atacames, Súa, Tonsupa Same, Isla Tolita, Mompiche, General Villamil Playas, Bahía de Caráquez, Boca Briceño, Canoa, Pedernales y Cojimíes, Campo Real, Pasaje, Salinas, La Libertad, San Pablo, Olón, Ballenita, Montañita, Punta Carnero, entre otros.

**Turismo cultural:** Son atractivos tangibles que se ofertan en un lugar turístico como en un pueblo, ciudad y región creado por la mano de obra del hombre, entre los que se pueden mencionar malecones, barrio Las Peñas, clubes, muelles, museos y también costumbres y tradiciones de los antepasados del Ecuador.

**Turismo religioso:** Es el interés de devoción que realizan los turistas católicos que creen en la fe de la Santa Iglesia, desde el momento en que viajan a un lugar, están utilizando servicios de transporte, alimentación y a veces alojamiento.

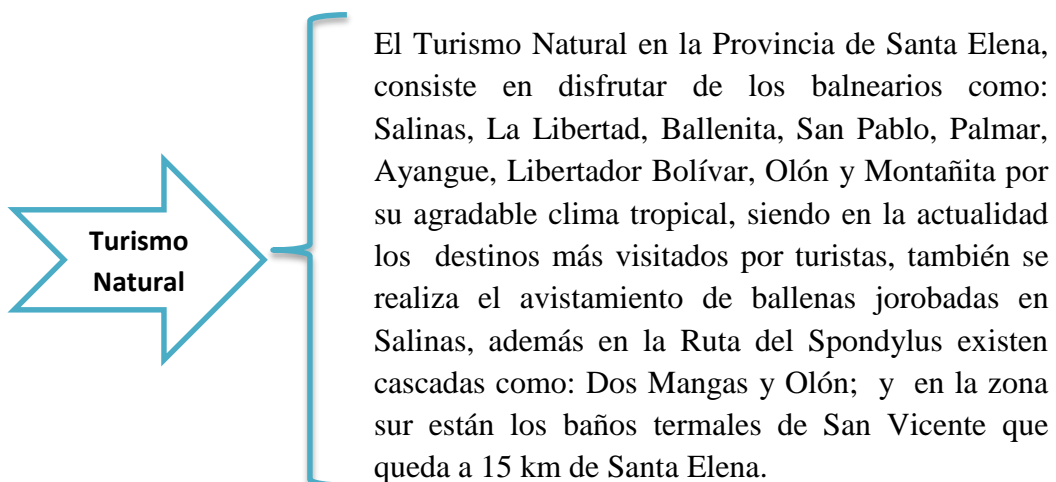
**Turismo ecológico:** Se trata de la preservación y la apreciación del medio, tanto natural como cultural, que motiva a que los turistas visiten, en el Ecuador se encuentran las reservas ecológicas de Cotacachi Cayapas, el Parque Nacional Machalilla, Archipiélago de Jambelí, Bosque Petrificado de Puyango, Bosques de Dos Mangas y Loma Alta, entre otros

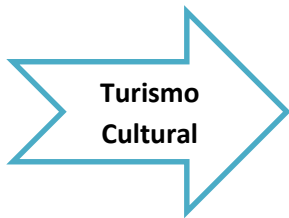
**Turismo científico:** Es la motivación o el interés en la ciencia o la necesidad de hacer estudios e investigación científicas que se realizan en la región amazónica, por la diversidad de etnias.

**Turismo de aventura:** El turismo de aventura en el Ecuador es impresionante y único para disfrutar el turismo de desafíos y una sensación de riesgo que el turista decide tomar y experimentar; estos lugares se encuentran en la Sierra, Oriente y Costa, para disfrutar del descenso de cursos de agua en balsas; montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza.

**Turismo deportivo:** En el país hay deportistas activos; organizadores; espectadores; que realizan campeonatos nacionales o regionales de surf, esquí y fútbol.

#### 1.5.2.2. Provincia de Santa Elena y su clasificación:





La Provincia de Santa Elena también es reconocida por el turismo cultural caracterizada por su riqueza ancestral y tradiciones que es ofertada por los museos de Amantes de Sumpa en Santa Elena, Farallón Dillon en Ballenita y el de Valdivia junto a su acuario. También las Iglesias como: Emperatriz de Santa Elena, Santa Catalina de Colonche, San Benito de La Libertad y el Santuario de Palmar que son visitadas por su estructura y por la antigüedad. La gastronomía que tiene Santa Elena es única y exquisita, ofertada a los turistas nacionales y extranjeros.



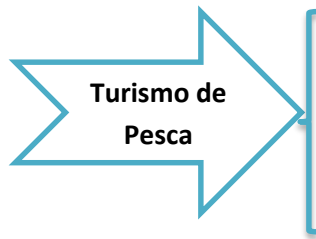
Para realizar turismo deportivo son utilizadas como escenarios de canchas deportivas las playas de la Provincia de Santa Elena, que realizan encuentros deportivos como fútbol playero en Salinas, San Pablo, Ayangue y Montañita y los campeonatos nacionales e internacionales de surf en Montañita y también ciclismo turístico en Salinas, Ruta Spondylus y la Parroquia Atahualpa.



El Turismo de diversión es ofertado en el Cantón de Santa Elena en el Cerro del Tablazo, Malecón de La Libertad y ferias de turismo que lo realizan en Santa Elena y la Parroquia Atahualpa que es visitado por turistas locales y nacionales.



El turismo de artesanía lo realizan las comunidades de Dos Mangas, Pajiza, Valdivia, Libertador Bolívar y la Parroquia Atahualpa con material de tagua y madera, que ofrecen al turista para que lleven un recuerdo a su lugar de destino y regresen a la Provincia de Santa Elena.



En la Provincia de Santa Elena existen comunidades que les gusta ofrecer el turismo de pesca como los puertos pesqueros de la Parroquia de Anconcito, Chanduy y Santa Rosa, siendo una actividad recreativa para los turistas.

### **1.5.2.3. Turismo de Atahualpa y su clasificación:**

Atahualpa es un sector turístico de elaboración de muebles y artesanías, que los pobladores brindan a los turistas para que embellezcan sus hogares con objetos de madera de Guayacán, laurel y otros.

#### **Turismo Cultural**

Son las costumbres y tradiciones nativas de la comunidad que se celebran cada año, como las fiestas de la Parroquialización, el día de los difuntos, feria de muebles, fiestas barriales y las fiestas de cucurucho.

#### **Turismo de Sol y playa**

Su extensa playa llamada “La boca Engabao” es del disfrute de las familias atahualpenses que la visitan con frecuencia.

#### **Turismo Deportivo**

Los pobladores de la comunidad realizan tardes deportivas en la cancha múltiple de Atahualpa los fines de semana y en la playa “La Boca Engabao” organizan eventos de fútbol y bolley para niños, jóvenes y adultos en temporadas altas en los meses de enero, febrero, marzo, abril, noviembre y diciembre que son muy visitadas por turistas.



## **Turismo Religioso**

Los creyentes católicos celebran cada año, las fiestas del Patrono San Juan Bautista.

### **1.5.3. Hospederías Comunitarias**

Es un sistema de alojamiento de bajo costo implementado en la zona de estudio hace alrededor de 15 años que consiste en la convivencia de los visitantes (turistas) y los comuneros en las casas de estos últimos, donde por una tarifa se ofrece el alojamiento y las tres comidas diarias.

El espacio que ocupa el turista consiste en una habitación privada con baño, camas de distintos tamaños y ventilador. Hay hospederías comunitarias que ofrecen además agua caliente, un pequeño escritorio, cajoneras, armarios con armadores, lámparas de lectura y veladores.

Entre los principales beneficios se destaca el intercambio cultural (comunidad y visitante), el ingreso económico para las familias, el bajo costo de hospedaje y alimentación para los turistas, el fortalecimiento de la cadena de valor del turismo comunitario en la zona y el bajo impacto social negativo para el destino.

Las hospederías comunitarias ofrecen además algunos servicios turísticos que complementan la oferta como el transporte y la guianza que generalmente es recomendada a otros actores involucrados en la misma línea de trabajo comunitario de bajo costo sobre todo en el tema de guianza.

Las actividades turísticas que normalmente se fomentan en las hospederías comunitarias son las visitas a museos y otros atractivos culturales implementados. Las hospederías comunitarias son administradas por las familias que ofrecen el

servicio y la mayoría de estas, están organizadas en una asociación junto a otras iniciativas que complementan la oferta.

#### **1.5.4. Cabaña Comunitaria**

Necesariamente se convierte en el complemento básico de la oferta para aprovechar el turismo comunitario. Las iniciativas que se implementan a lo largo del mismo período de 15 años buscan en un principio satisfacer la misma demanda que compraría los servicios de las hospederías comunitarias, sin embargo con el pasar del tiempo ven necesario abrirse a nuevas oportunidades de negocio logrando ocupar espacios más cercanos a las vías principales de acceso. Este problema se registró al momento de verse incrementada la demanda.

En la actualidad muchos de estos establecimientos se han convertido en restaurantes (ocurre lo mismo con algunas hospederías que se convirtieron en hostales) lo cual, si bien refleja el éxito del proyecto inicial, no contribuye positivamente al ejercicio de beneficio equitativo que el concepto de desarrollo turístico comunitario persigue. (Delgado, 2007).

#### **1.6. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este estudio es fundamental para buscar financiamiento de los socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

También “en el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre ésta de una manera determinada.

Además el estudio de factibilidad es el instrumento que indica la información precisa, confiable y la proyección económica - financiera que permite a los mandos superiores tomar decisiones sobre la utilidad o pérdida.

Un estudio de factibilidad es una versión comprimida del proceso total de análisis y diseño del sistema. El estudio comienza clarificando la definición del problema. Se confirma o se corrige la definición inicial de alcances y objetivos, y se identifica cualquier restricción impuesta sobre el sistema. Una vez generada una definición aceptable del problema, el analista desarrolla un modelo lógico del sistema. Luego comienza la búsqueda de soluciones alternativas, usando este modelo como referencia.

### **Aspectos generales de un estudio de factibilidad**

El objetivo para la creación de la hospedería comunitaria es evaluar inversiones apropiadas con acciones necesarias para llevar a cabo una inversión, definido por medidas temporales como: políticas, tecnológicas, ambientales, económicas e institucionales. Para analizar un proyecto de factibilidad se debe considerar los siguientes estudios:

- ⇔ Estudio de factibilidad de mercado
- ⇔ Estudio de factibilidad técnica
- ⇔ Estudio de factibilidad económica-financiera

Después de analizar estos estudios se asigna el “visto bueno” de cada evaluación o también llamado viabilidad. Al realizar el estudio de factibilidad se debe tomar en cuenta las viabilidades al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad del proyecto, porque si no se llevara a cabo la igualdad de los niveles, la evaluación no sería viable y el proyecto no se realizaría.

La característica principal de la investigación es llevar a cabo una correcta inversión, esta debe de estar fundamentada y documentada, para los procedimientos técnicos, medio ambientales y económicos-financieros, que beneficien a la comunidad.

### **1.6.1. Segmentos del estudio de factibilidad**

#### **1.6.1.1. Análisis de mercado**

En el estudio de factibilidad el análisis de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal de la investigación. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

La investigación de mercado es definir la ocupación de consumidores para apoderar la clientela del mercado a través de la recopilación de datos que permite identificar y definir las oportunidades y amenazas del entorno; para organizar y evaluar las medidas de mercadeo antes de obtener resultados contrarios.

##### **1.6.1.1.1. Objetivo del estudio de mercado**

Consiste en evaluar los bienes o servicios de la comunidad y conocer precios determinados de cada actividad o producto. Este valor personifica la demanda del proyecto y se especifica en un período temporal.

##### **1.6.1.1.2. Objetivos específicos del estudio de mercado**

⇔ Identificar la demanda.

⇔ Implantar la oferta actual y viable.

- ⇔ Establecer qué se logra ofrecer.
- ⇔ Saber a quién se puede vender.
- ⇔ Conocer cómo ofrecer el servicio.
- ⇔ Identificar los gustos y preferencias de los usuarios.
- ⇔ Evaluar resultados estrategias de marketing.
- ⇔ Conocer los precios a quienes ofrecen los servicios.

#### **1.6.1.1.3. Segmentos del estudio de mercado**

El análisis de mercado alcanza objetivos constantes cuando se aplica en las oportunidades determinadas. El proceso a seguir para llevar a cabo un beneficio favorable, se basa en los pasos que se detallan a continuación:

- ⇔ Producto y su clasificación:
  - Producto principal.
  - Subproductos.
  - Productos sustitutivos.
  - Productos adicionales
- ⇔ Mercados Potenciales
- ⇔ Investigación del mercado
- ⇔ Intermediarios

#### **1.6.1.1.4. Aspectos relevantes del estudio de mercado.**

**Mercado competitivo:** En el mercado competitivo se ubican los productos y servicios que se ofrecen en los diferentes mercados potenciales, considerando los conocimientos basados a la decisión del consumidor.

#### **Demanda**

Es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

**Demanda insatisfecha,** en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

**Demanda satisfecha,** en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha.

- **Satisfecha saturada,** la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.
- **Satisfecha no saturada,** es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercado técnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

a) **Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios,** que son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros. (Urbina, 2010).

b) **Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es prácticamente el llamado consumo suntuario**, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad. En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

a) **Demanda continua** es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población. (Urbina, 2010).

b) **Demanda cíclica o estacional** es la que en alguna forma se relaciona con los períodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etcétera. De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

a) **Demanda de bienes finales**, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento. (Urbina, 2010).

b) **Demanda de bienes intermedios o industriales**, que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final. (Urbina, 2010).

## **Oferta**

La oferta estará bajo las condiciones del análisis financiero, considerando los productos y servicios que se ofertará en el mercado.

## **Precio**

Se analiza componentes de formación de precios en el mercado, entre estas constan:

**1. Elemento de formación:** Son posibilidades de fijación de costos en un mercado, esto corresponde a los tipos del producto y de la demanda.

**2. Fijación del precio:** Esta señala precios máximo y mínimos para la venta del producto e idéntica consecuencias sobre la demanda en las estimaciones financieras del proyecto.

### **1.6.2. Análisis técnico**

Un estudio de mercado domina la información de aquella infraestructura para atender a los clientes o huéspedes, así como medir el precio de la inversión y los costos de operación.

Sus clasificaciones del análisis técnico son:

#### **✓ Organización empresarial**

La organización empresarial describe la parte interna del establecimiento, así como las diferentes partes de la dirección, detallando el número de personas, experiencia, nivel académico y lugar interno de la organización.

#### **✓ Localización y descripción**

Localización y descripción es la ubicación geográfica del departamento central y agencias que declara la decisión técnica.

#### **✓ Sistemas de información**

Son sistemas contables, administrativos, de comunicación, de monitoreo, de riesgos y prevención; que son necesarios para la toma de decisión del proyecto.



## ✓ **Marco legal**

El marco legal sustenta normativas y reglamentos vigentes que se consideran en el acontecimiento de proyecciones financieras de la institución.

### **1.6.2.1. Elementos que integran el estudio de factibilidad técnica.**

El análisis técnico parte de criterios económicos, políticos y sociales, que para el estudio de factibilidad, no todas son cuantificables, pero influyen al momento de escoger la variante óptima de macro localización y dimensión del proyecto. La relación entre el tamaño o la capacidad máxima de elaboración, tienen una mínima diferencia para alcanzar una eficiente producción, una alta tecnología y parte de macro localización.

Los siguientes elementos del estudio técnico son:

#### **⇔ Tecnología**

La tecnología a determinar en el proyecto debe analizar cada técnica y tomar la mejor decisión, para luego realizar un análisis más preciso de posibilidad de producción en el producto o servicio de la empresa tomando en cuenta que los recursos humanos y técnicos son el proceso de desarrollo.

#### **⇔ Tamaño**

El tamaño es la capacidad de producción o cantidad de producto o servicios que es elaborada en el transcurso del tiempo, considerando que la mano de obra de la empresa debe estar en un espacio adecuado con equipos y tecnología que beneficie a la misma en el presente y futuro. El entorno será evaluado en forma mensual o anual.

## ⇔ **Localización**

La localización del proyecto es la más óptima tomando en cuenta las razones de factibilidad y rentabilidad que permite que el estudio sea viable y obtenga ganancia. Entre los factores de localización están: Costo de mano de obra, competencia de mercado, ambiente laboral, aspectos legales y suministro de servicios básicos.

### **1.6.3. Análisis económico financiero**

El estudio económico-financiero consiste en verificar si es rentable o no el proyecto que se ejecutará en un determinado tiempo considerando el tamaño de la planta y localización. La inversión y evaluación es indispensable para decidir si el estudio alcanza o no las proyecciones del estudio de factibilidad de la empresa.

#### **1.6.3.1. Objetivos económicos y financieros**

El análisis económico financiero, justiprecia la inversión partiendo de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado se encuentra los más distintivos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir se hace referencia al Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio que lo primordial es el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transmuta en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad.

#### **Criterios de evaluación**

Brinda la oportunidad de decidir si es conveniente o no acometerlo, no se debe solamente identificar, cuantificar y valorar sus costos y beneficios, sino que se

requiere también de un criterio de evaluación para seleccionar las oportunidades de inversión más rentables y por tanto más convenientes. Los analistas de proyectos tienen diferentes criterios de evaluación que permiten contrastar los flujos de ingresos y los flujos de costos, los mismos que se clasifican en dos condiciones generales que son:

- Técnicas de rentabilidad para analizar la inversión.
- Técnicas para el estudio financiero.

### **Valor actual neto (VAN)**

El valor actual neto o valor actual neto actualizado mide el activo corriente de un financiero que emprende un proyecto a futuro. El flujo de ingresos netos alcanzados durante la vida útil determina lo económico por año mediante ingresos y egresos de un capital en efectivo a partir del primer año de inversión hasta concluir los años de operación o funcionamiento del proyecto.

### **Tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)**

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) personifica la rentabilidad de la tasa de actualización o depreciación entre el valor actual de ingresos en efectivo y el valor actual de egresos en efectivo. En otras definiciones interpretan que la tasa interna de retorno concierne a la tasa de interés que retorna a cero al valor actual neto.

### **Período de recuperación del capital (PR)**

Indica los números de años que transcurrirán en el proceso de inversión, para luego recuperar el capital financiado y las utilidades netas del proyecto, tomando en cuenta la depreciación y los gastos financieros.

## **Razón de costo o ganancia**

La razón de beneficio también se la llama índice del valor actual, esta mide los ingresos futuros con el valor actual, tanto del costo y gastos que inciden en el período de operación.

### **1.6.3.2. Estados financieros**

Define como estados de flujos de caja o corrientes de liquidez, que disponen la base confidencial del análisis de rentabilidad productiva, económica o financiera que se plantea en el estudio de factibilidad del proyecto. Los estados financieros también muestra la rotación del dinero en el transcurso del tiempo como el balance de ingresos y egresos que involucra en el proceso de desarrollo del proyecto; además se debe tomar en cuenta el déficit, las necesidades externas de financiamiento, la amortización financiera y costos a largo plazo.

### **Flujo de caja en base a la planificación financiera**

En la planificación financiera es indispensable elaborar el flujo de caja, lo cual obtiene un debido balance contable, indicando que las entradas y salidas de los activos corrientes de caja alcancen el período bancario y operacional. Este estudio muestra que los flujos de caja deben ser respaldados por los ingresos en efectivo, esto se obtiene por medio de las ventas que se efectúan en el período de inversión, su finalidad es cubrir todos los gastos de la empresa, para mantener costos de inversión, costos de operación y obligaciones bancarias o de reservas.

### **Flujos de caja para la sistematización de los indicadores de rentabilidad**

El flujo de caja es parte de las ganancias o no del financiamiento, este promueve las ventas de la empresa; la viabilidad del proyecto es el cálculo por medio de

indicadores de rentabilidad actualizados como son: Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR), cuyos resultados serán luego analizados si es beneficioso invertir en el estudio; pero por lo general se alcanzan resultados factibles en el flujo de financiamiento, porque existe un apartamiento en el tiempo.

Las limitaciones financieras de la economía del Ecuador indican que la necesidad de acudir a los recursos externos financieros es productiva para realizar ambos flujos de caja y establecer la incidencia que tienen los gastos por financiamiento y análisis de ingreso u egreso.

### **Estado de ingresos o de resultados netos**

Los estados de ingresos o de resultados netos; son aquellos estados financieros y no económicos que establecen una validez para la etapa de explotación de inversión que permite comparar los ingresos por las ventas que son proyectadas por los costos de producción y de gastos financieros de los años del período de vida útil. Los resultados de operaciones de la empresa de acuerdo a sus utilidades y pérdidas deben efectuar cobros o pagos en el presente año, porque se presentan consecuencias en el momento en que se inciden y no cuando se hace efectivo el cobro o pago.

### **Proyecto de balance financiero**

El balance es un estado financiero en el que se demuestra el desarrollo del proyecto en los activos acumulados de una entidad y la forma en que se finanza el capital. Las fuentes de financiación son aquellos pasivos generales de la empresa elaborados para quienes administren grandes financiamientos, esto quiere decir a los inversionistas y prestamistas. Los resultados de los activos y pasivos del balance deben ser iguales por definición.

### **Efectos en divisas para el país.**

La parte esencial de la evaluación económica global de un estudio de inversión es el análisis de los efectos del medio dentro del país en el factor de divisas. En este contrariado es necesario examinar la consecuencia del proyecto sobre la balanza de pagos, considerando tanto la situación actual como futura de la misma, ya que esto puede ocasionar una escasez de divisas que podrá reducirse o incrementarse durante los años futuros. Tomando en cuenta que las divisas del país son efectos totales del proyecto tanto directo como indirecto estas son afines con otros proyectos involucrados con la misma.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación de estudio en este capítulo II establece objetivos, análisis y hechos metodológicos que forman la parte fundamental para el desarrollo de la propuesta, en esta sección se aplican métodos, técnicas e interpretaciones que llevadas a cabo mediante la observación directa e indirecta analizada dentro del sector. Las técnicas que se aplicaron son: encuestas y entrevistas que fueron dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros, la población de la Parroquia Atahualpa, autoridades seccionales y locales como parte de un muestreo estadístico confiable para la creación de una hospedería comunitaria en la comunidad mencionada.

#### **2. METODOLOGÍA APLICAR EN LA INVESTIGACIÓN**

Comprende la metodología cualitativa y cuantitativa de carácter explícito y riguroso de las formulaciones de objetivos, que permitieron seguir con los pasos de investigación para alcanzar el objetivo general.

La técnica empleada para la recolección de datos fueron las encuestas y entrevistas.

##### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación es una planificación acertada de lo que se debe hacer para lograr los objetivos del estudio. Un esquema bien elaborado es fundamental para determinar la calidad de la investigación definitiva.

También el diseño de investigación compone un procedimiento general del investigador para conseguir respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El estudio busca desglosar estrategias básicas que el investigador acoge para generar una indagación correcta y ejecutable. El proceso de investigación del estudio de factibilidad de una hospedería comunitaria consiste en la representación de variables y cómo van a ser utilizados los siguientes diseños de investigación:

### **2.1.1. Diseño experimental**

Se comprueba los efectos de una intervención específica de la Parroquia Atahualpa para llevarla a cabo.

El **diseño experimental** también se considera como parte del proceso científico y una de las formas en que se experimentan los sistemas o procesos. Por lo general este aprendizaje se da a través de una serie de actividades en las cuales se da suposiciones sobre el proceso mediante experimentos para generar datos, usar información y establecer nuevas suposiciones y experimentos. El experimento diseñado tiene por objetivo:

- ⇔ Determinar cuáles son las variables que tienen mayor influencia en la variable de respuesta.
- ⇔ Decretar el mejor valor de las variables controlables que influyen en la respuesta, de manera que esta tenga casi siempre un valor cercano al valor nominal deseado.
- ⇔ Comprobar la mejor combinación de las variables controlables que ayuden a reducir la variabilidad de la respuesta.
- ⇔ Establecer la combinación óptima de las variables controlables con el objetivo de minimizar los efectos de las variables incontrolables.



### **2.1.2. Diseño no experimental**

Se analizan los hechos en forma que se representa, sin involucrar el desarrollo en ninguna intervención. La investigación no experimental o ex post-facto es un estudio no representativo, en la que da efecto imposible tratar variables o situar aleatoriamente a los sujetos o a las circunstancias.

El diseño no experimental presenta la siguiente clasificación:

#### **2.1.2.1. Sondeo transeccional o transversal**

Recolecta datos en un solo instante o en un período oportuno para la debida investigación. Su propósito es detallar variables, analizar acontecimientos y hechos en un momento debido.

#### **2.1.2.2 Sondeo longitudinal**

Analiza cambios a través del tiempo en las diferentes variables de la investigación.

Los diseños longitudinales recolectan datos en el momento adecuado o específico para formar suposiciones respecto al cambio de resultados. Otra definición acierta el estado de organización de carga por anticipado en el estudio.

#### **2.1.2.3. Diseños cuantitativos**

Este diseño se desarrolla de una manera estructurada, al cuantificar, el investigador detalla las características importantes del diseño antes de elaborar la información específica.

#### **2.1.2.4. Diseños cualitativos**

Consiste en la flexibilidad de la elaboración de búsqueda informativa con la finalidad de conseguir la debida información que será recopilada por etapas anticipadas, para obtener datos cualitativos de los encuestados.

### **2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Se debe tomar en cuenta el tipo de investigación a ejecutar en la Parroquia Atahualpa, por muchas estrategias que existen en el procedimiento metodológico.

Esto se refiere al tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger información necesaria que respalden dentro de la localidad.

La modalidad considerada en la búsqueda de conocimientos de la investigación fue desarrollada en un determinado lugar, esto se tuvo como modelo operacional viable para corregir inconvenientes socio económicos en el sector, como en este caso la Parroquia Atahualpa, que realiza un estudio de factibilidad para crear servicios complementarios turísticos (hospederías comunitarias), para la debida formulación y ejecución en ambas modalidades como la recopilación de información de campo o de bosquejo en documentos existentes.

### **2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para poder llevar a cabo un estudio de factibilidad se debe realizar una investigación apropiada para obtener la información necesaria y determinar los aspectos importantes en la elaboración del estudio.

Los tipos de investigación se clasifican en la siguiente manera:

### **2.3.1. Investigación descriptiva**

Consiste en la investigación o contexto de características específicas y apropiadas, estas se componen de conocimientos que sirven para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo investigativo. La actual investigación es un proyecto factible que se apoya en un estudio tipo descriptivo mediante datos de investigación que se obtienen directamente de la realidad al igual que una indagación de campo y en una revisión documental que propone realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Hospedería Comunitaria en la Parroquia Atahualpa. La investigación descriptiva realiza estudios cuyo objetivo es la descripción con la mayor precisión posible, de las características de un determinado asunto atinente a personas, animales o cosas, no necesariamente precisión de una formulación o especificación de los objetivos.

### **2.3.2. Etapas de la investigación descriptiva:**

- Establece características del problema a investigar.
- Delimita y expresa hipótesis de estudio.
- Manifiesta suposición en base a hipótesis y técnicas.
- Contribuye con temas y fuentes apropiadas.
- Elige técnicas necesarias para la investigación.
- Verifica eficacia en las técnicas disponibles para la recolección de datos.
- Comete indagaciones objetivas y exactas.
- Describe y analiza la interpretación de datos obtenidos en el proceso de investigación.
- Clasifica datos cuantitativos y cualitativos para adecuar el propósito de estudio.

### **2.3.3. Expresión de datos de la investigación descriptiva**

Enuncia términos cualitativos y cuantitativos en el desarrollo de la investigación, esta es mencionada como:

**Estudio cualitativo:** Se usan en estudios cuyo objetivo es examinar la naturaleza general de los fenómenos mediante la técnica de observación.

**Estudio cuantitativo:** Son aquellos datos recopilados mediante estadísticas numéricas que permiten tener un resultado cuantitativo de investigación.

### **2.3.4. Investigación de campo**

Trata de investigar y recoger información para luego comprender y resolver una necesidad o problema en la comunidad de Atahualpa, este estudio se afana en un entorno apropiado para realizar encuestas o entrevistas, también permite recoger datos en fuentes bibliográficas que estén más cerca y realcen al estudio que se va aplicar. La investigación documentada es validada por aquellos individuos, grupos, instituciones gubernamentales y organizaciones científicas, que desarrollan un documental de criterios sociológicos, psicológicos y educativos que es inevitable para la sociedad.

### **Alcances y limitaciones de la investigación**

#### **Alcances**

La investigación de campo estará orientada al sector turístico, específicamente a los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena, ya que este sector es el más representativo para la investigación.

## **Limitaciones**

- Disponibilidad de tiempo por parte de los turistas, debido al tipo de actividades recreacionales que motivan la visita a la Provincia de Santa Elena.
- Apertura a la información por parte de los dueños de las hospederías comunitarias ya que son muy celosos con la información de sus servicios y se cuidan de sus competidores.
- Perfil intelectual del entrevistado, haciendo que el entrevistador sea cuidadoso a la hora de la obtención de los datos, complicando el flujo adecuado del intercambio de la información.

### **2.3.5. Investigación documental bibliográfica**

Este tipo de investigación se analiza con lo teórico y conceptual hasta el paso final de la elaboración sobre el estudio de factibilidad para la creación de hospederías comunitarias, investigaciones anteriores, historias de vida de emprendedores, documentos legales e inclusive material filmado o grabado. Las fuentes de conocimiento, de análisis e interpretación serán esencialmente sucesos.

### **2.3.6. Observación directa**

La observación directa se realiza en el lugar donde se presenta la realidad, su finalidad consiste en registrar cada una de las actividades que se dan lugar, permitiendo hacer una evaluación de manera objetiva. Esta técnica permitirá obtener datos importantes sobre la situación actual del terreno, sus dimensiones y su topografía en general. Los datos obtenidos mediante esta técnica serán utilizados para elaborar el estudio técnico del proyecto de factibilidad. La observación directa puede ser:

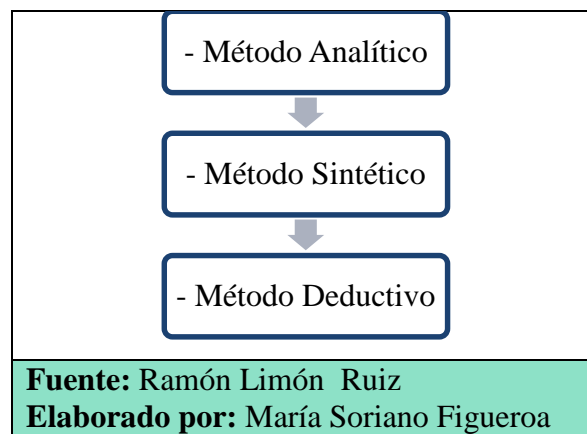
**Observación abierta:** Cuando el espectador no informa la actividad observada de los individuos u estudios. La observación directa solo presta atención y guarda la información en el momento cuando ocurren las cosas.

**Observación encubierta:** Cuando el observador se encuentra oculto y requiere de la utilización de dispositivos especiales: grabadora, cámara de Gessell, etc.

## 2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos que se aplicaron en esta investigación tuvieron como finalidad conseguir la contratación de la hipótesis planteada, por lo que se han establecido los siguientes métodos de investigación:

### CUADRO # 6 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN



#### 2.4.1. Método analítico

El método analítico consiste en la dispersión de un todo y es descompuesta por partes o elementos que observan las causas y efectos del entorno. La observación analiza un fenómeno específico en particular que estudia el medio para observar cómo está compuesto el fenómeno u objeto y así comprender su particularidad.

Este método consiste en conocer y detallar más el objeto de estudio porque esto explica, aproxima, comprende mejor el comportamiento y establece sucesos de teorías.

#### **2.4.2. Método sintético**

Este método define la hipótesis que expresa la unión de los diferentes elementos que se encuentran dispersos. Establece reunir varios conjuntos para luego obtener una sola totalidad que permite solucionar y resolver problemas en la síntesis y análisis en los diferentes juicios y argumentos. También define que es el procedimiento de resolver y reconstruir un todo en base de elementos específicos para la respectiva investigación, tratando de efectuar una metodología investigativa, breve y comprensible en los segmentos particulares.

La síntesis va de lo abstracto a lo concreto, se trata de reconstruir el todo en sus aspectos y relaciones esenciales, permitiendo una mayor comprensión de los elementos constituyentes. Cuando se dice que va de lo abstracto a lo concreto significa que los elementos aislados se reúnen y se obtiene un todo concreto real o un todo concreto de pensamiento.

#### **2.4.3. Método deductivo**

El método deductivo va de lo general a lo particular, esto parte de los datos generales válidos para luego descomponerlos en el raciocinio lógico, lo cual da fundamento a estrategias universales para luego partir a lo individual y así comprobar su importancia en el estudio. Este método consta de las siguientes etapas:

- Determina los hechos más importantes en el fenómeno por analizar, es decir en este caso identifica los factores relevantes que necesitan especial atención dentro de cada problema que sea identificado.

- Deduce las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno.
- Con base a las deducciones anteriores se formula la hipótesis que deberá ser demostrada en el desarrollo del estudio de factibilidad.
- Se observa la realidad para comprobar la hipótesis con el desarrollo del estudio.
- Del proceso anterior se deducen estrategias que se pueden aplicar para introducir el nuevo servicio y productos de la futura empresa que se pretende analizar.

El método deductivo parte siempre de verdades generales y progresa por el razonamiento, buscando soluciones a los problemas.

## **2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.5.1. Entrevista**

Esta técnica ayudó a los estudios mencionados anteriormente, la entrevista consistió en el levantamiento de información para obtener resultados cualitativos flexibles. La entrevista permitió obtener datos a partir de un diálogo entre dos personas:

El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realizó con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

También constituye una técnica indispensable que permitió obtener datos muy difíciles de conseguir.



### 2.5.1.1. Tipos de entrevista

**CUADRO # 7 POR TIPO DE DISEÑO**

Tipos de entrevista		
Estructura	Semiestructurada	Abierto o no estructura
<b>Fuente:</b> Ramón Limón Ruiz <b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa		

#### ✓ Estructurada

- Preguntas cerradas
- Cuestionario preestablecido, secuenciado y dirigido.
- Poco margen de acción al entrevistado

#### ✓ Semiestructurada

- Permite hacer preguntas abiertas.
- Requiere de atención y escucha para encauzar la conversación

#### ✓ Abierta o no estructurada

- Las preguntas se construyen al paso de la conversación
- Muy buen manejo del tema por el entrevistador.

### 2.5.2. Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la

entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es el proceso de aplicación de las encuestas se distinguen tres pasos necesarios.

- Las actividades preparatorias
- El trabajo de campo
- Tareas posteriores a la aplicación

El concepto a la entrevista y al cuestionario, denominándolo encuesta, debido a que en los dos casos se trata de obtener datos de personas que tienen alguna relación con el problema que es materia de investigación. Los tipos de preguntas que se consideraron en el estudio fueron:

**Preguntas abiertas:** Buscando repuestas elaboradas libremente por el informante, sin restricción y sin que se le suministren alternativas, lo que permitió ampliar y profundizar al aspecto tocado.

**Preguntas cerradas:** Son aquellas en las que se dieron alternativas para que el informante elija y, en consecuencia, no tuvo la misma libertad que en las abiertas.

## **2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Son aquellos instrumentos que se utilizan para indagar un tema específico del estudio que se vaya a aplicar, estos pueden ser: encuestas y entrevistas.

### **2.6.1. Formato de encuesta**

Se conocen las opiniones, actitudes, creencias, intenciones, impactos, hábitos de la comunidad general.

Los pasos considerados en la recopilación de información de la encuesta fueron:

#### **➤ Definición de la población y de la unidad muestral**

La población es el grupo de personas del cual se desea conocer su opinión. La unidad muestral se refiere a quién va a contestar.

#### **➤ Selección y tamaño de la muestra**

Si se desea escoger un conjunto de la población, debe definir cómo definir esta. En este proceso puede hacerse uso de un especialista en estadística.

#### **➤ Material para realizar la encuesta**

Lo más importante es el desarrollo del instrumento o la preparación de las preguntas. Debe tenerse claro el tema del Estudio de Factibilidad, el tipo de preguntas que se va a utilizar (abiertas o cerradas).

#### **➤ Organización del trabajo de campo**

El trabajo es individual y a la vez permite contratar gente (depende de la cantidad y la forma de recolectar los datos), puede hacerse por teléfono o personalmente. Todo esto debe planearse, pedir permisos, tener claro los desplazamientos y el tiempo por utilizar.

### ⇔ **Tratamiento estadístico**

El tipo de análisis que se desea hacer debe, por lo general, tener codificadas las respuestas y así elaborar cuadros y gráficos que resalten los resultados.

### ⇔ **Discusión de los resultados**

Paso muy importante, ya que presenta particularidades que deben de ser consideradas (conclusiones).

## **2.6.2. Guía de Entrevista**

La entrevista es un diálogo voluntario, una conversación personal que el entrevistador establece con el sujeto investigado, con el propósito de obtener información.

### **Tipo de entrevista**

**Estructurada:** Sigue un procedimiento fijo, de antemano, por un cuestionario o guía, o sea, una serie de preguntas que el entrevistador prepara anticipadamente.

### **Condiciones que debe reunir el entrevistador:**

- a. Debe demostrar seguridad en sí mismo.
- b. Debe ponerse a nivel del entrevistado; esto puede conseguirse con una buena preparación previa del entrevistado en el tema que va a tratar con el entrevistado.
- c. Debe ser sensible para captar los problemas que pudieren suscitarse.
- d. Comprender los intereses del entrevistado.

e. Debe despojarse de preocupaciones y, en lo posible de cualquier influencia empática.

#### **Cuatro momentos en la realización de la entrevista:**

⇔ **Entrada:** Saludo y ambientación

⇔ **Inicio de entrevista:** Tema y primeras preguntas

⇔ **Cuerpo de la entrevista:** Preguntas y diálogo central

⇔ **Cierre:** Preguntas y aclaraciones finales. Agradecimiento.

## **2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **2.7.1. Población**

Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones.

Una población es un conjunto de elementos que presentan una característica común.

La población de referencia para el estudio que se propone no es una población homogénea, ya que se encuentra conformada por varios segmentos o abstractas poblaciones y son:

**TABLA # 1 SEGMENTO DE POBLACIONES**

<b>SEGMENTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>FUENTES</b>
<b>Turistas de Santa Elena</b>	90.000	Ministerio de Turismo de Santa Elena 2012
<b>Población Local de la Parroquia Atahualpa</b>	3.532	Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010
<b><u>Autoridades</u></b>		
<b>Autoridad Local Población, Civil, administrativo</b>	7	Gobierno Autónomo de Atahualpa
<b>Autoridades turísticas, públicos o privadas de la Provincia de Santa Elena</b>	8	Gobierno Autónomo de Atahualpa
<b>TOTALES</b>	<b>93.547</b>	
<b>Fuente:</b> Investigación de campo <b>Elaborado por:</b> María Georgina Soriano Figueroa		

### **2.7.2. Muestra**

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudia las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global.

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia. Considerando el número referencial de cada uno de los segmentos poblaciones y afectos de obtener la muestra para la investigación se aplicó la siguiente fórmula de muestreo aleatorio simple y estratificado única y exclusivamente a los segmentos de turistas y población local.

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

- ✘  $\sigma$  = margen de confiabilidad o nivel de confianza. (95% =1,96)
- ✘  $e$  = es el error de muestreo, expresado en porcentaje, que el investigador asume por inferir los resultados u opiniones de una muestra en lugar de la totalidad de la población. 5%.
- ✘ Probabilidad  $p$  y  $q$ : estos porcentajes reflejan la probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia del fenómeno que se investiga, donde:
  - $p$  = es la probabilidad de ocurrencia.
  - $q$  = indica la probabilidad de no ocurrencia.
- ✘  $n$  = tamaño de la muestra

De esta manera la muestra del estudio queda constituida de la siguiente forma:

**TABLA # 2 MUESTRA DE POBLACIÓN**

SEGMENTOS	CANTIDAD	INSTRUMENTOS
Turistas de la Provincia de Santa Elena	204	Encuesta
Población Local de la Parroquia Atahualpa	164	Encuesta
<u>Autoridades</u>		
Autoridad Local Población, Civil, administrativo	7	Entrevista
Autoridades turísticas, públicos o privadas de la Provincia de Santa Elena	8	Entrevista
<b>TOTALES</b>	<b>383</b>	
<b>Fuente:</b> Investigación en campo		
<b>Elaborado por:</b> María Georgina Soriano Figueroa		

La muestra se la obtuvo por medio del muestreo aleatorio simple y estratificado que indicó un total de 383 que será dividido en 368 encuestas a turistas y pobladores de la Parroquia Atahualpa y 15 entrevistas aplicadas a las autoridades de la Provincia de Santa Elena y la localidad de Atahualpa.

### **2.7.3. Muestreo**

El muestreo es un instrumento de investigación científica que establece un contexto de población o universo, su función es realizar una deducción en lo general a lo particular.

Al aplicar este estudio la información que se obtiene no toda va a ser afirmativa, sino que habrá un error de muestreo por motivo de la realidad del entorno que existe al momento de aplicar la técnica de observación. El muestreo se clasifica dos partes:

#### **2.7.3.1. Muestreo probabilístico**

Es la probabilidad que consiste en elegir todos los elementos que son parte del estudio de investigación, de la misma que se escoge un tamaño de muestra para certificar y aplicar los instrumentos investigativos.

#### **2.7.3.2. Muestreo no probabilístico**

Este método no probabilístico no es el más recomendable para efectuar en los estudios afirmativos, porque al generalizar la información tiene como certidumbre mostrar un estudio no representativo. Comparando con el muestreo probabilístico resulta complicado acertar la información, pero por lo general los científicos recurren a métodos no probabilísticos, que tienen como consistencia mostrar un estudio.



## **2.8. PROCESAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los procesamientos de la investigación organizan datos y técnicas de análisis para tener resultados en los problemas y los objetivos de estudio. Esta permite planificar y obtener información mediante la tabulación y el análisis de resultado.

La información de campo va ser obtenida de la muestra a través de los diferentes instrumentos que se ha diseñado aplicar para tal efecto, los cuales fueron procesados estadísticamente, una vez que estuvieron tabulados, aplicando criterios de estadística descriptiva y estadística analítica, para lo cual se emplearon tablas de frecuencia simples y tablas de contingencia; graficando datos y resultados, mediante barras, pasteles, histogramas, etc.

## **2.9. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

### **2.9.1. Análisis de resultados de la entrevista**

El instrumento de recopilación de información se aplicó a los dirigentes del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Atahualpa, siendo la autoridad principal el Presidente de la Parroquia Atahualpa, Sr. Celso Soriano Clemente, que dio a conocer las necesidades de la localidad en el ámbito social, cultural y económico en base al desarrollo turístico que busca alcanzar líneas de productividad, en la cual considera como principal herramienta el turismo sostenible y sustentable para que la población se involucre con la actividad dando a conocer que Atahualpa tiene cultura y tradiciones en base a la elaboración de muebles y artesanías de maderas.

El estudio muestra las oportunidades y ventajas que poseen los servicios complementarios de los productos turísticos existentes en la localidad, considerando de gran importancia brindar servicios de hospedaje y restauración

para que los turistas se sientan confiados y relajados al visitar la comunidad y disfrutar de los sitios turísticos que posee.

El presidente y su comitiva están de acuerdo en que se fomente el turismo comunitario, para dar a conocer los servicios de alojamiento, lo que resulta indispensable para la comunidad porque en los actuales momentos se necesita de participación de este servicio, considerando la necesidad de aquellos turistas nacionales que llegan al campamento de policía a visitar a sus familiares y desean quedarse visitando lugares turísticos.

Es por esta razón que se comprometen a gestionar con las autoridades cantonales y provinciales como la Prefectura y el Ministerio del Turismo, el presupuesto del proyecto para demostrar el profesionalismo intelectual con sus autoridades.

A continuación se detallan los principales resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas y la población de la Parroquia Atahualpa.

## 2.9.2 Análisis de resultados de la encuesta

### TABULACIÓN DE ENCUESTA A TURISTAS

#### GÉNERO

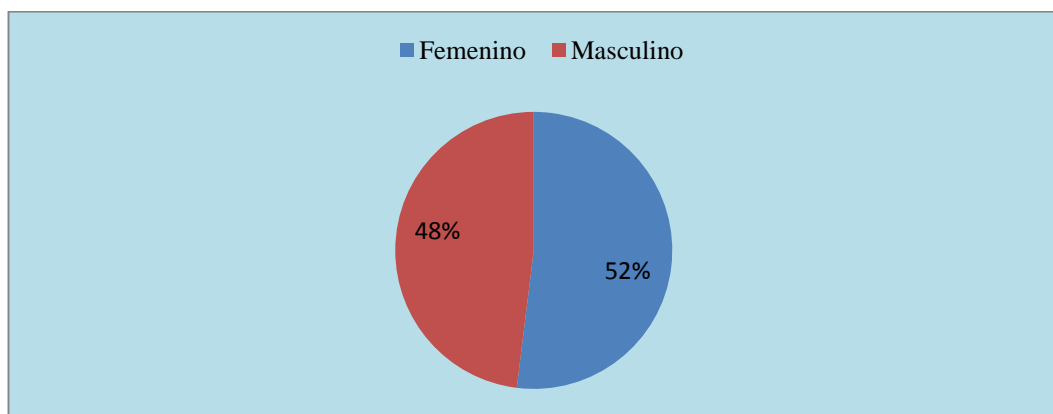
**TABLA # 3 GÉNERO DE LOS TURISTAS**

Ítem	Valoración	F	%
<b>1</b>	Femenino	106	52
	Masculino	98	48
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 3 GÉNERO DE LOS TURISTAS**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En el estudio de mercado se consideró el género de los turistas tanto nacionales como internacionales, por la visita de turistas a la Provincia de Santa Elena que al observar la tabla y el gráfico estadístico de 204 encuestados se muestra que el 48% corresponde al género masculino, mientras que el género femenino es el 52%, esto indica que es concurrida por los dos géneros y por lo tanto beneficia a la comunidad de la Parroquia Atahualpa.

## EDAD

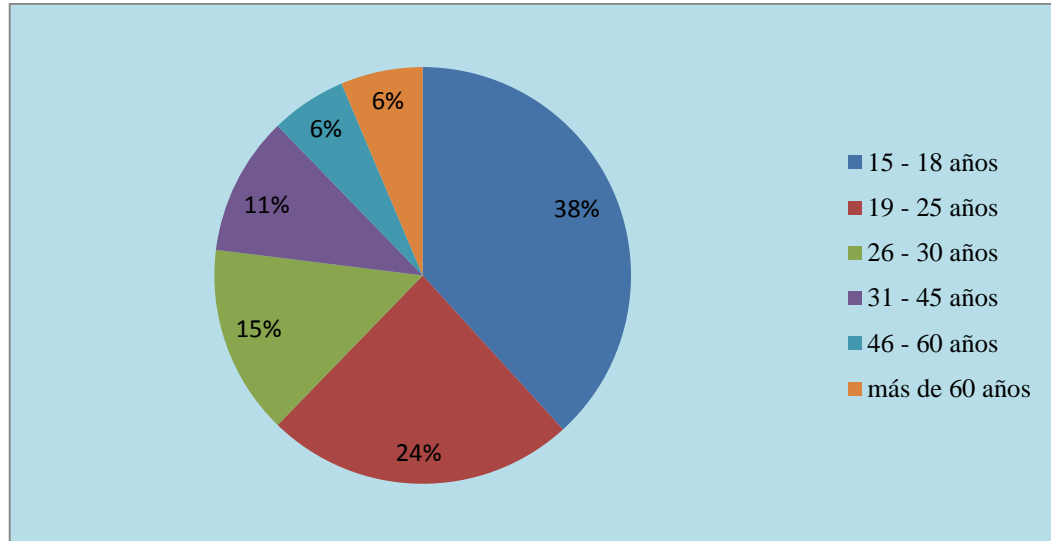
### TABLA # 4 EDAD DE TURISTAS

Ítem	Valoración	F	%
2	15 - 18 años	78	38
	19 - 25 años	49	24
	26 - 30 años	30	15
	31 - 45 años	22	11
	46 - 60 años	12	6
	más de 60 años	13	6
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a turistas (2013)

Elaborado por: María Georgina Soriano Figueroa.

### GRÁFICO # 4 EDAD DE TURISTAS



Fuente: Encuesta dirigida a turistas (2013)

Elaborado por: María Georgina Soriano Figueroa.

Para el proyecto de creación de la Hospedería Comunitaria se ha considerado la edad en la investigación, para realizar un estudio neutral se tomó en consideración seis fragmentos en el estudio, donde el mayor porcentaje es el 38% que integran el rango de 15 – 18 años para enfocar a los clientes, seguido de los 19 a 25 años.

## NACIONALIDAD

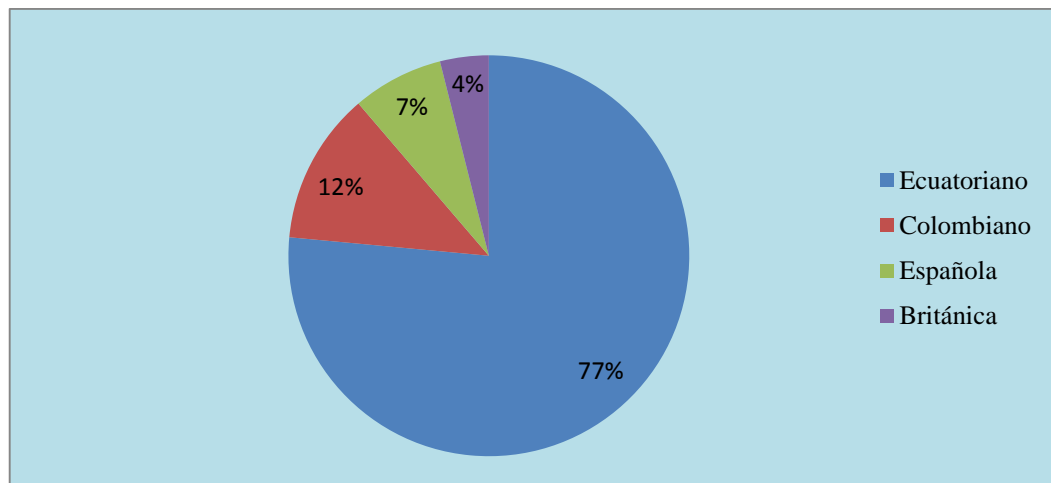
**TABLA # 5 NACIONALIDAD DE TURISTAS**

Ítem	Valoración	F	%
<b>3</b>	Ecuatoriano	156	77
	Colombiano	25	12
	Española	15	7
	Británica	8	4
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 5 NACIONALIDAD DE TURISTAS**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

La provincia de Santa Elena y sus tres cantones, es reconocida por sitios turísticos como: sol y playa, comidas típicas, cultura y tradiciones; que son muy visitados por los turistas, motivo por lo que se ha tomado en consideración la nacionalidad para el levantamiento de información, notando que el 77% de las personas encuestadas son ecuatorianos, la nacionalidad colombiana tiene un 12%, la española el 7% y los británicos el 4% que visitan frecuentemente la Provincia de Santa Elena.

## ¿CUÁNDO USTED VISITA LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN QUÉ COMUNIDADES SE HA HOSPEDADO?

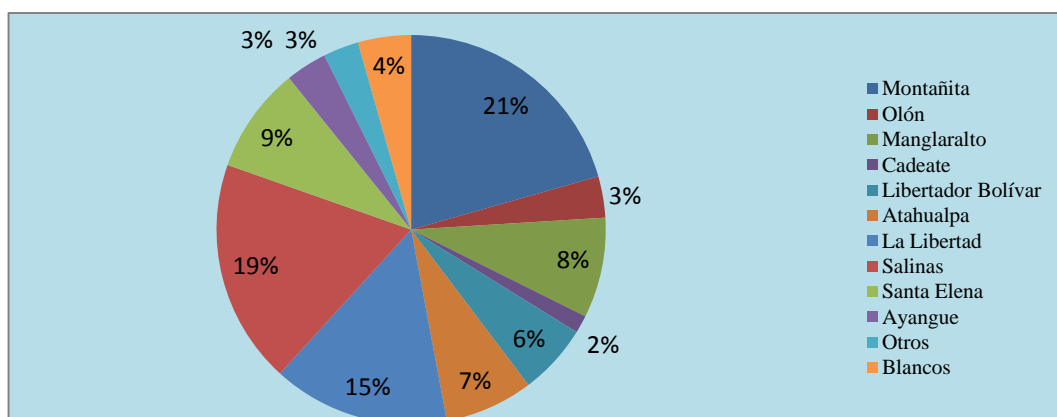
**TABLA # 6 VISITA A LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Ítem	Valoración	f	%
4	Montañita	42	21
	Olón	7	3
	Manglaralto	17	8
	Cadeate	3	1
	Libertador Bolívar	12	6
	Atahualpa	15	7
	La Libertad	30	15
	Salinas	38	19
	Santa Elena	18	9
	Ayangue	7	3
	Otros	6	3
	Blancos	9	4
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a turistas (2013)

Elaborado por: María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 6 VISITA A LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**



Fuente: Encuesta dirigida a turistas (2013)

Elaborado por: María Georgina Soriano Figueroa.

La mayoría de turistas se ha hospedado en el balneario de Montañita con una aceptación del 21%, seguido de Salinas con el 19% y La Libertad con el 15%; Atahualpa tiene el 7%. Estos resultados indican que el principal lugar de visita en la provincia es Montañita con el 21% de aceptación de la encuesta realizada para el proyecto de hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa.

## ¿SU HOSPEDAJE LO REALIZAN EN?

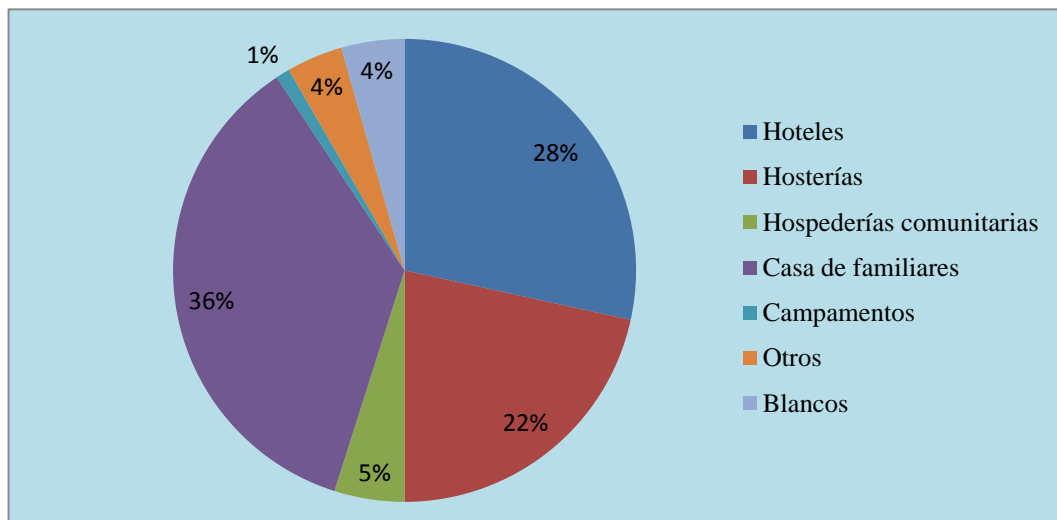
**TABLA # 7 HOSPEDAJE DE TURISTAS**

Ítem	Valoración	f	%
<b>5</b>	Hoteles	58	28
	Hosterías	44	22
	Hospederías s comunitarias	10	5
	Casa de familiares	73	36
	Campamentos	2	1
	Otros	8	4
	Blancos	9	4
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa

**GRÁFICO # 7 HOSPEDAJE**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En el estudio realizado en diferentes balnearios en la provincia se muestra que los turistas se han hospedado durante su estadía en los siguientes establecimientos: el 36% en casa de familiares, seguido de los hoteles con el 28%. Este análisis concluye que los turistas se hospedan en casa de familiares y es una ventaja para fomentar el desarrollo turístico para la creación de la hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa.

## ¿CUÁNTAS NOCHES SE HOSPEDA EN ESTOS ESTABLECIMIENTOS?

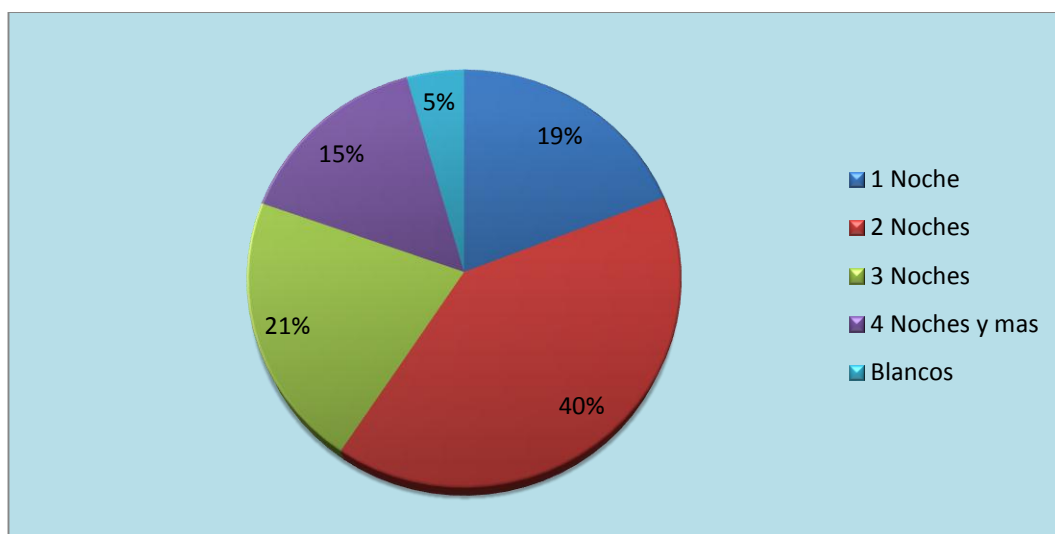
**TABLA # 8 NOCHES DE HOSPEDAJE**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>6</b>	1 Noche	39	19
	2 Noches	82	40
	3 Noches	43	21
	4 Noches y más	31	15
	Blancos	9	5
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa

**GRÁFICO # 8 NOCHES DE HOSPEDAJE**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Siendo una de las consideraciones primordiales del turista que desea visitar la provincia Santa Elena, se ha tomado en cuenta los días de hospedaje en los establecimientos hoteleros. Mediante la aplicación de las encuestas el 40% de los turistas permanece dos días hospedado, mientras que el 21% lo hace durante tres días, esto quiere decir que el mayor porcentaje de turistas desean estar dos días en la provincia.



## ¿QUÉ ACTIVIDAD TURÍSTICA REALIZA?

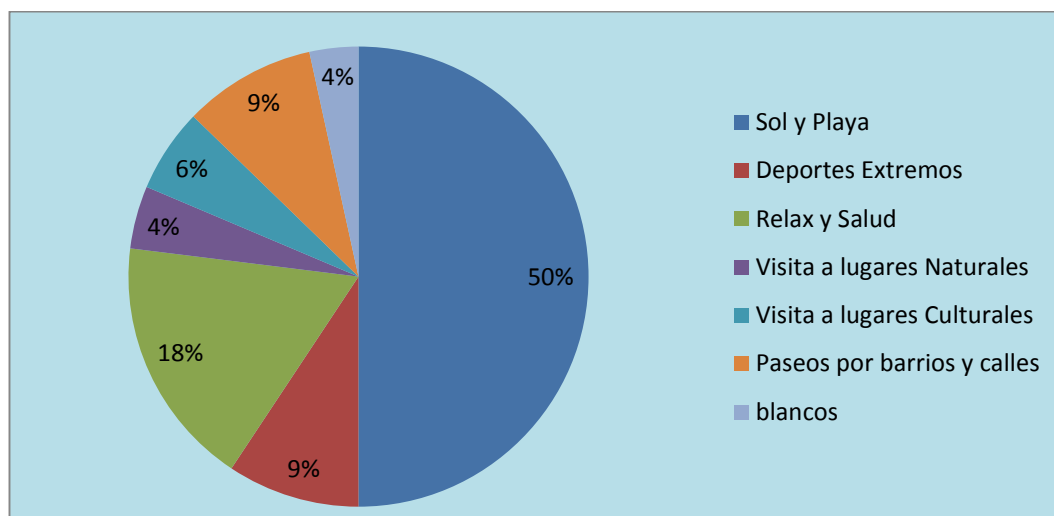
**TABLA # 9 ACTIVIDAD TURÍSTICA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
7	Sol y Playa	102	50
	Deportes Extremos	19	9
	Relax y Salud	36	18
	Visita a lugares Naturales	9	4
	Visita a lugares Culturales	12	6
	Paseos por barrios y calles	19	9
	Blancos	7	4
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 9 ACTIVIDAD TURÍSTICA**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Las actividades que consideran los turistas para visitar la Provincia de Santa Elena son los sitios naturales y culturales considerando que mediante la encuesta realizada se obtuvo el 50% de sol y playa, el 18% con relax y salud y el 11% con deportes extremos. Esto quiere decir que el mayor porcentaje desea hacer actividades turísticas de sol y playa con un porcentaje del 50% en la provincia de Santa Elena.

## ¿CÓMO ES EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO?

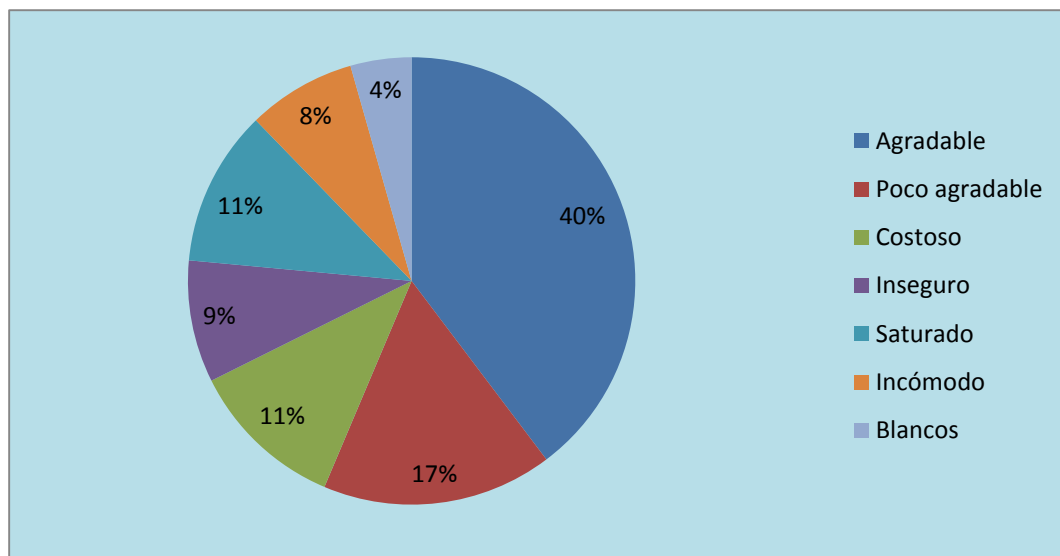
**TABLA # 10 SERVICIO DE ALOJAMIENTO**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>8</b>	Agradable	81	40
	Poco agradable	34	17
	Costoso	23	11
	Inseguro	18	9
	Saturado	23	11
	Incómodo	16	8
	Blancos	9	4
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 10 SERVICIO DE ALOJAMIENTO**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Según el estudio realizado para conocer los servicios de hospedaje en la Provincia y poder conocer los tipos de clientes en la hospedería comunitaria se muestra que al 61% les parece agradable, mientras que el 10% señala costoso y el 8% poco agradable, los turistas solo viajan para disfrutar de los lugares turísticos y se trasladan a sus hogares a descansar.

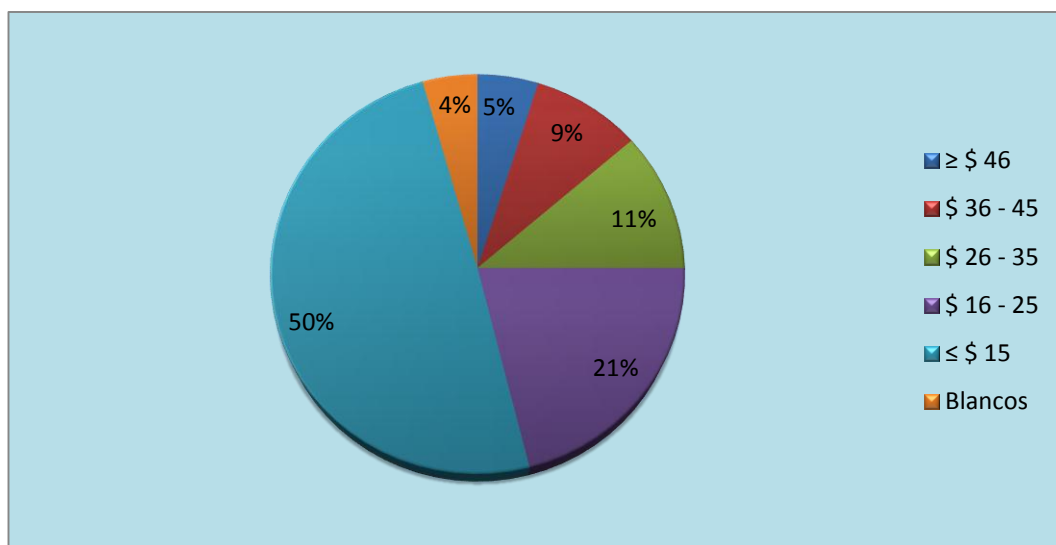
## ¿CUÁNTO UD. PAGA POR PERSONA Y POR NOCHE DE HOSPEDAJE?

**TABLA # 11 PRECIO POR PERSONA Y POR NOCHE DE HOSPEDAJE**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>9</b>	≥ \$ 46	10	5
	\$ 36 – 45	18	9
	\$ 26 – 35	23	11
	\$ 16 – 25	43	21
	≤ \$ 15	101	50
	Blancos	9	4
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)  
**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 11 PRECIO POR PERSONA Y POR NOCHE DE HOSPEDAJE**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)  
**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Para la utilización de un servicio se debe de pagar un determinado valor, es por esta razón que influye la demanda turística proyectada del servicio que se brindará. La investigación determina un valor a pagar por el servicio de \$15,00 cuyo porcentaje es el 50%, el cual es el precio que los encuestadores desean pagar para alojarse en la hospedería.

## ¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SU VISITA?

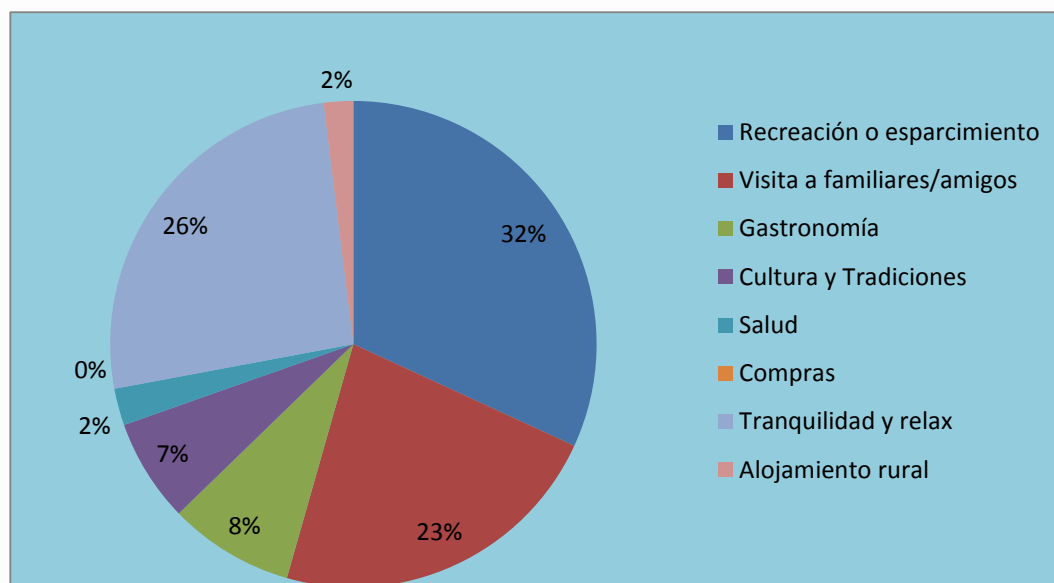
**TABLA # 12 MOTIVO DE SU VISITA**

Ítem	Valoración	f	%
<b>10</b>	Recreación o esparcimiento	65	32
	Visita a familiares/amigos	46	23
	Gastronomía	17	8
	Cultura y Tradiciones	14	7
	Salud	5	2
	Compras	0	0
	Tranquilidad y relax	53	26
	Alojamiento rural	4	2
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 12 MOTIVO DE SU VISITA**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Se realiza el presente estudio a los turistas sobre el motivo de su visita a la Provincia de Santa Elena considerando el desarrollo social. El estudio muestra lo siguiente: el 32% de los encuestados consideran que el motivo de su visita en la provincia Santa Elena es por recreación o esparcimiento y un 26% lo hace buscando tranquilidad y relax.

## ¿UD. CONOCE LA PARROQUIA ATAHUALPA LLAMADA "CAPITAL DEL MUEBLE"?

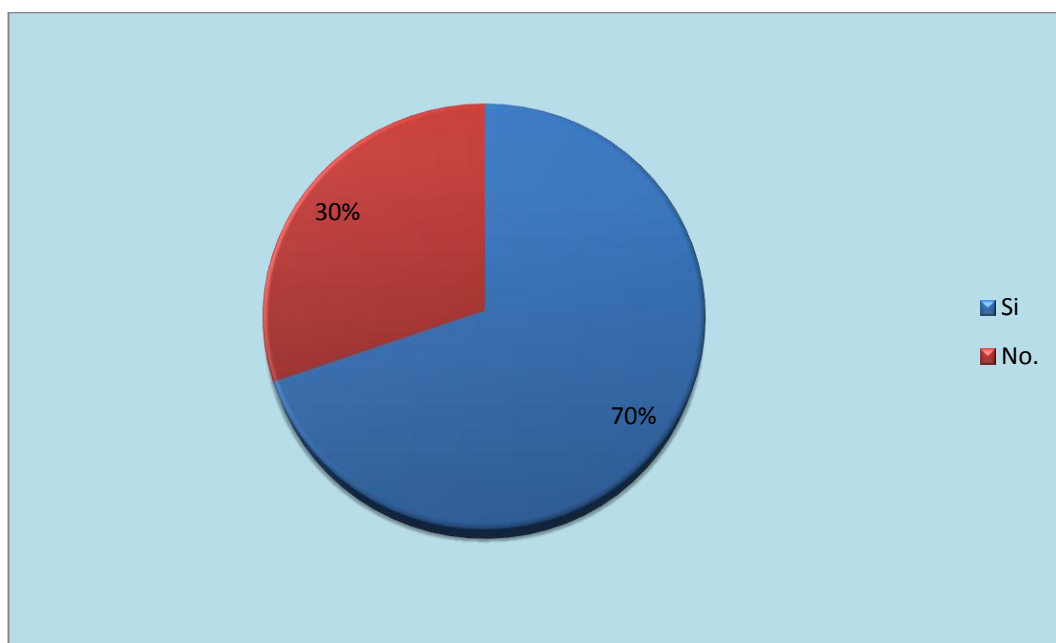
**TABLA # 13 CONOCIMIENTO DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	F	%
<b>11</b>	Si	142	70
	No.	62	30
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 13 CONOCIMIENTO DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

El estudio que se realizó a los turistas en la provincia de Santa Elena muestra el grado de conocimiento que existe en la Parroquia Atahualpa en la parte de la zona sur, la investigación mostró que los turistas que han visitado la localidad es por la compra de muebles y visita a familiares con un porcentaje del 70% de los turistas que SI conocen la Parroquia Atahualpa y el 30% que NO conoce, por la falta de la promoción y publicidad de la comunidad.

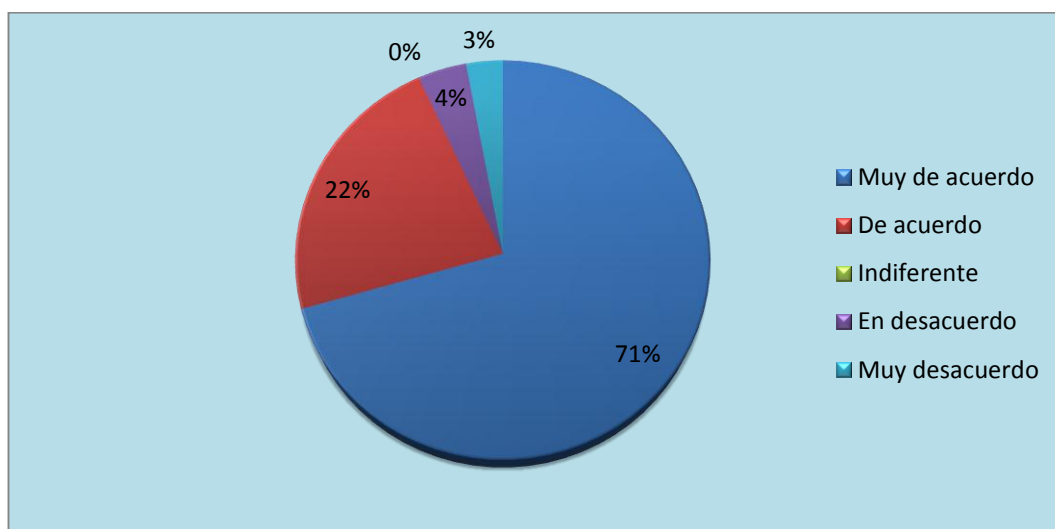
**¿PARA USTED ES IMPORTANTE ENCONTRAR UN LUGAR DONDE SE LE GARANTICE TRANQUILIDAD Y SEGURIDAD PARA SUS NOCHES DE DESCANSO?**

**TABLA # 14 LUGAR QUE GARANTICE TRANQUILIDAD Y SEGURIDAD**

Ítem	Valoración	f	%
12	Muy de acuerdo	144	71
	De acuerdo	46	22
	Indiferente	0	0
	En desacuerdo	8	4
	Muy desacuerdo	6	3
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)  
**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 14 LUGAR QUE GARANTICE TRANQUILIDAD Y SEGURIDAD**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)  
**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En la recopilación de datos para la hospedería comunitaria “Capital del mueble”, los encuestados consideraron que el 71% están muy de acuerdo, el 22% de acuerdo, el 4% en desacuerdo, el 3% en muy desacuerdo y el 0% indiferente. Esto quiere decir que están muy de acuerdo en que le garanticen un lugar tranquilo y seguro para visitar la Parroquia Atahualpa.

## ¿CONSIDERA UD. QUE LA PARROQUIA ATAHUALPA ES UN LUGAR?

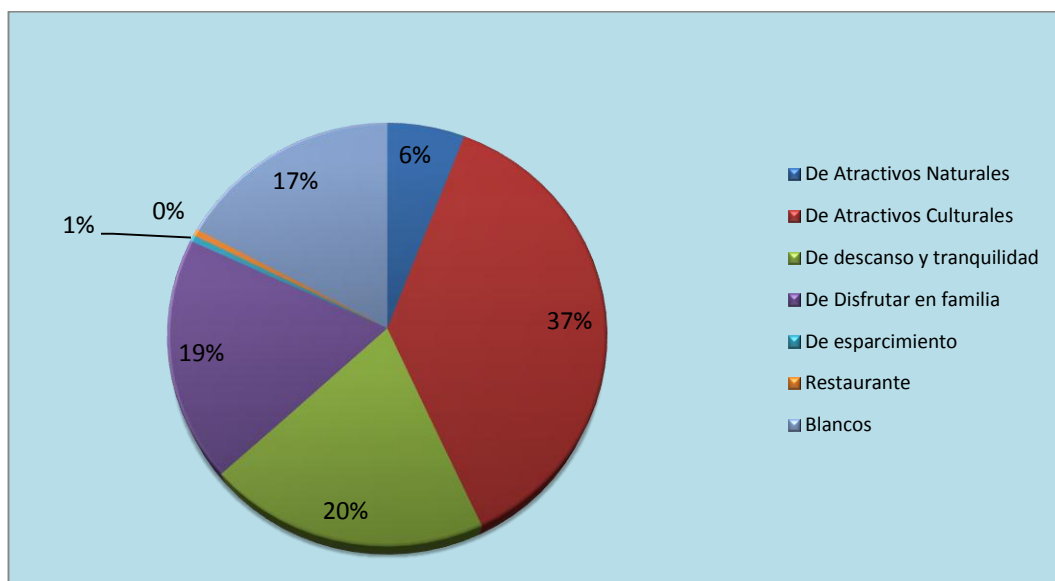
**TABLA # 15 LA PARROQUIA ATAHUALPA ES UN LUGAR**

Ítem	Valoración	F	%
<b>13</b>	De Atractivos Naturales	12	6
	De Atractivos Culturales	76	37
	De descanso y tranquilidad	41	20
	De Disfrutar en familia	38	19
	De esparcimiento	1	1
	Restaurantes	1	0
	Blancos	35	17
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 15 LA PARROQUIA ATAHUALPA ES UN LUGAR**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Considerando que la Parroquia Atahualpa obtuvo un porcentaje del 20% de un lugar de descanso y tranquilidad, el 37% de atractivos culturales, el 19% de disfrutar en familia, el 17% blanco los turistas no conocen la Parroquia Atahualpa, el 6% de atractivos naturales y el 1% de restaurantes, esto quiere decir que la comunidad de Atahualpa es reconocida por un lugar de descanso y tranquilidad.

## ¿QUÉ OTROS SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA RECIBIR EN LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?

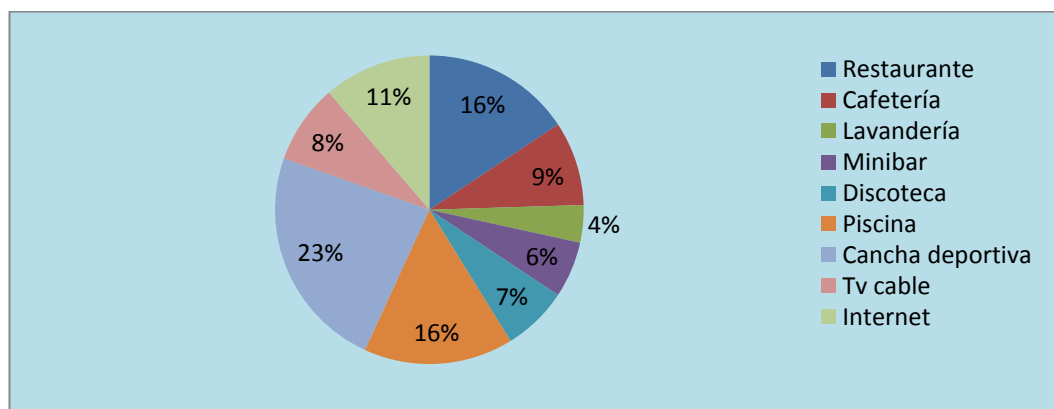
**TABLA # 16 SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA  
ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>14</b>	Restaurantes	32	16
	Cafetería	18	9
	Lavandería	8	4
	Minibar	12	6
	Discoteca	14	7
	Piscina	32	16
	Cancha deportiva	48	23
	Tv cable	17	8
	Internet	23	11
	<b>Total</b>		<b>204</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 16 SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA  
ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

El estudio que se realizó a los turistas permitió consultar sobre los servicios adicionales que se brindaría en la hospedería comunitaria “Capital del mueble” para decidir los que se implementaría al proyecto. Los resultados de las encuestas indican que la cancha deportiva es una oportunidad de atraer a los turistas en la hospedería comunitaria “Capital del mueble”, pero al considerar el restaurante, cafetería y minibar se tendría 62% que los turistas buscan para alimentarse.



## ¿UD. SE HOSPEDERÍA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?

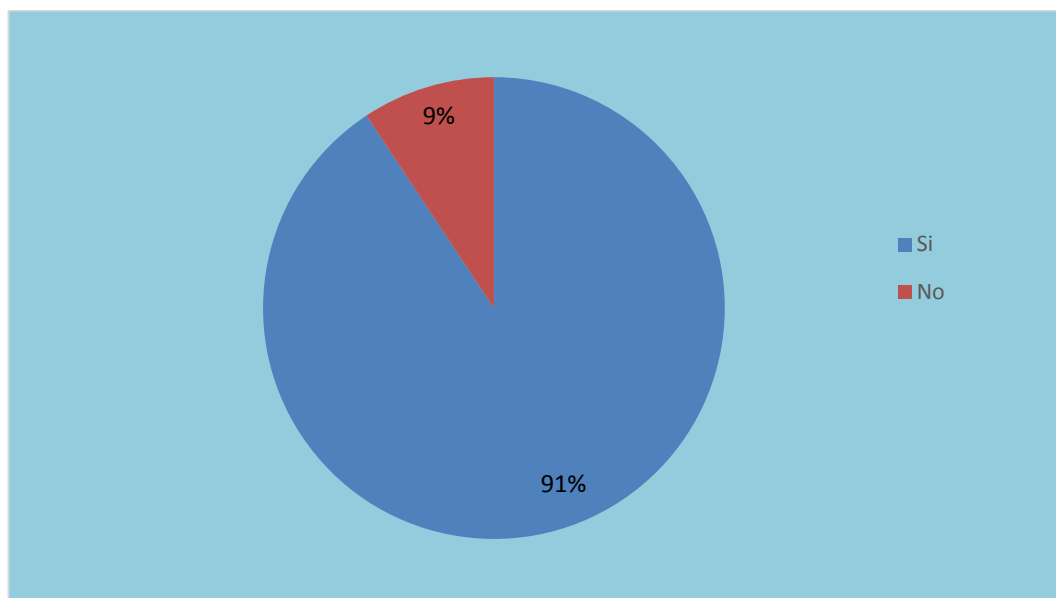
**TABLA # 17 HOSPEDERÍA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>15</b>	Si	185	89
	No	19	11
	<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 17 HOSPEDERÍA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta dirigida a turistas (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En el estudio realizado en la Provincia de Santa Elena se consiguió el 91% de aceptación en el mercado en alojarse en la hospedería comunitaria “Capital del mueble” y el 9% que no se hospedaría en la comunidad porque prefieren estar cerca del mar.

## TABULACIÓN DE ENCUESTA A POBLACIÓN

### GÉNERO

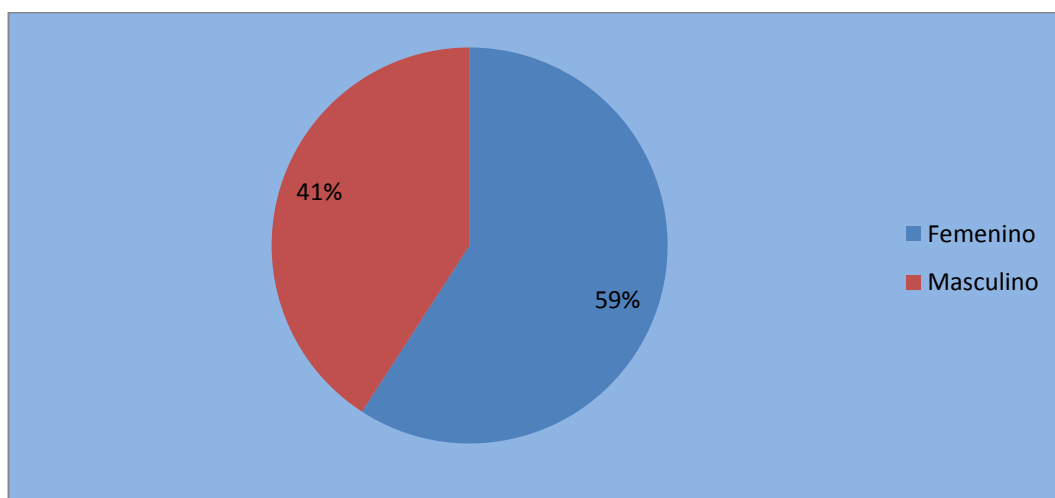
**TABLA # 18 GÉNERO DE LA POBLACIÓN**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>1</b>	Femenino	97	59
	Masculino	67	41
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 18 GÉNERO DE LA POBLACIÓN**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En el estudio de mercado se ha considerado el sexo de la población por la gran importancia e influencia de la provincia de Santa Elena, el gráfico N° 1 muestra que el 59% son de sexo femenino y 41% del sexo masculino, esto indica que el mayor índice de encuestadores se ejecutó al sexo femenino con el 59%. Mediante este estudio que se realizó a la Comunidad de Atahualpa indica que los pobladores tienen conocimiento del proyecto de la Hospedería Comunitaria “Capital Del Mueble”.

## EDAD

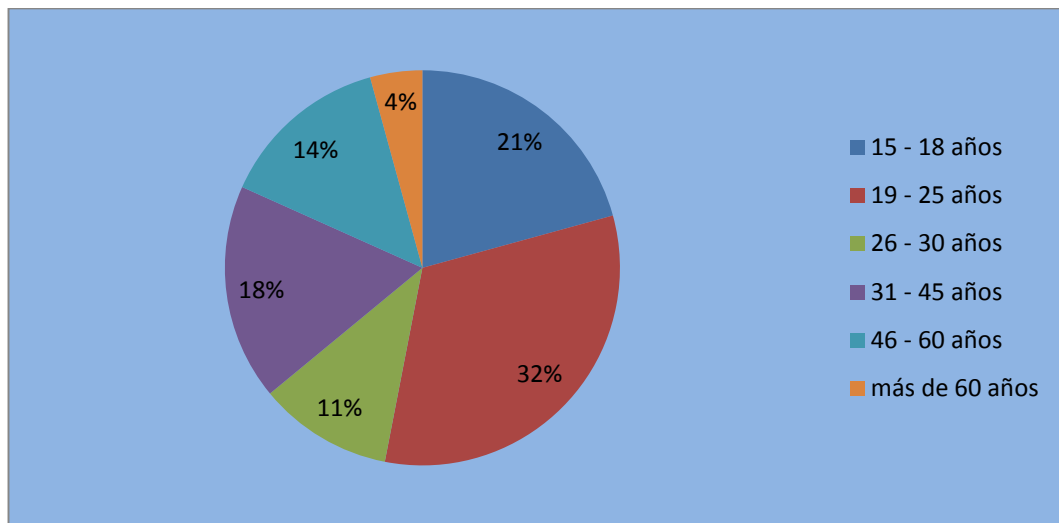
**TABLA # 19 EDAD DE LA POBLACIÓN**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
2	15 - 18 años	34	21
	19 - 25 años	53	32
	26 - 30 años	18	11
	31 - 45 años	29	18
	46 - 60 años	23	14
	más de 60 años	7	4
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 19 EDAD DE LA POBLACIÓN**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Al realizar el estudio se tomó en cuenta la edad de los encuestados para la categoría que tiene al momento de establecer la demanda del mercado, se tomó en consideración seis fragmentos que se encuentran en la tabla. Esto indica que el fragmento de la edad está entre 19 – 25 que es el mayor índice de aceptación para enfocar a los clientes.

## ¿QUÉ ES EL TURISMO PARA USTED?

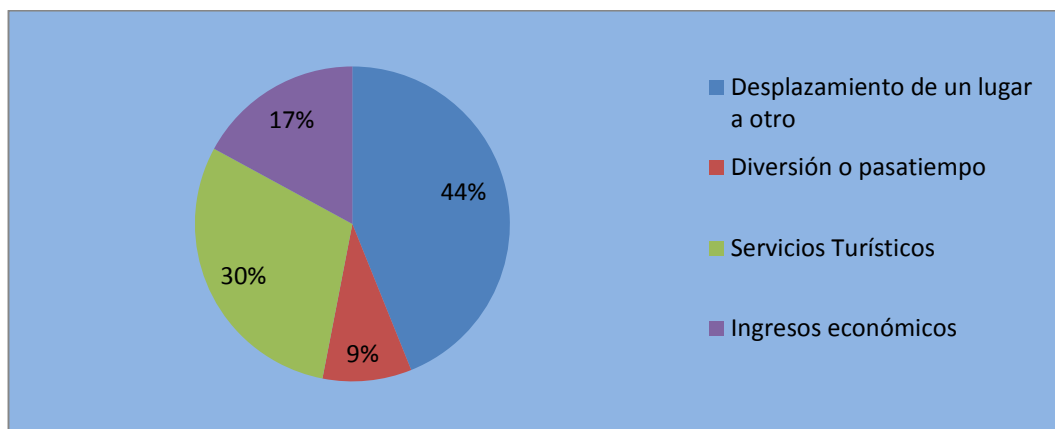
**TABLA # 20 TURISMO EN LA LOCALIDAD**

Ítem	Valoración	F	%
<b>3</b>	Desplazamiento de un Lugar a Otro	72	44
	Diversión o Pasatiempo	15	9
	Servicios Turístico	49	30
	Ingreso Económicos	28	17
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 20 TURISMO EN LA LOCALIDAD**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En las comunidades de la provincia de Santa Elena tienen diferentes costumbres y culturas al momento de aplicar su concepto sobre el turismo, por ese motivo se ha considerado la interpretación del público, obteniéndose el 44% de aceptación a la opción es el desplazamiento de un lugar y 56% otros significados mencionado en la tabla. Esto quiere decir que se debe de fomentar e informar más sobre el significado correcto del turismo a la población mediante capacitaciones o retroalimentación.

## ¿QUÉ LUGARES TURÍSTICOS HA VISITADO FUERA DE LA PARROQUIA ATAHUALPA?

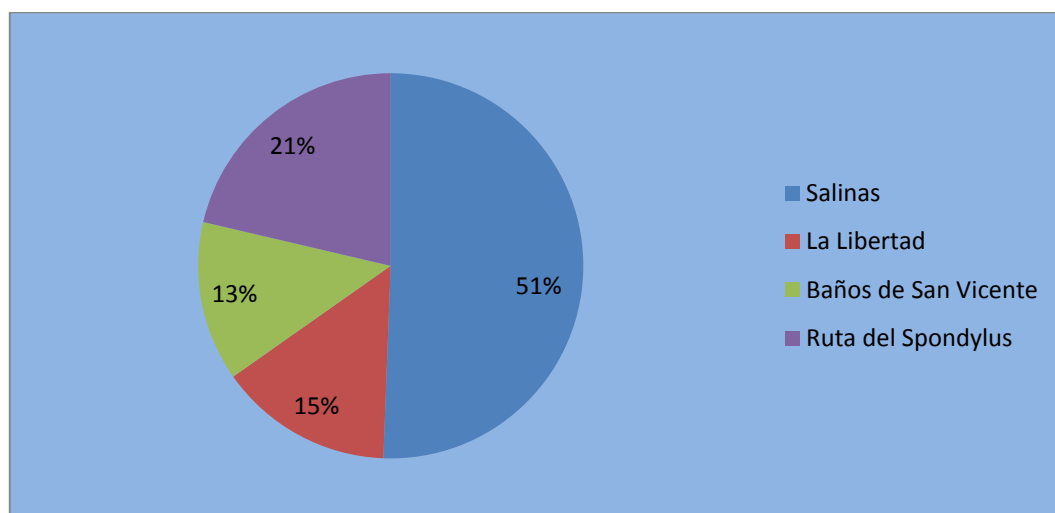
**TABLA # 21 LUGARES TURÍSTICOS FUERA DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>4</b>	Salinas	83	51
	La Libertad	24	15
	Baños de San Vicente	22	13
	Ruta del Spondylus	35	21
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 21 LUGARES TURÍSTICOS FUERA DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En el estudio que se realizó en la parroquia Atahualpa referente a los lugares turísticos que se han visitado fuera de la parroquia Atahualpa, los encuestados de la localidad manifestaron en un 51% que han visitado el cantón Salinas, seguido del 15% en el cantón La Libertad. Esto quiere decir que la población se desplaza en las temporadas altas y bajas al Cantón Salinas para disfrutar de sus atractivos.

**¿CONOCE UD. QUE LA PARROQUIA ATAHUALPA CUENTA CON LUGARES TURÍSTICOS?**

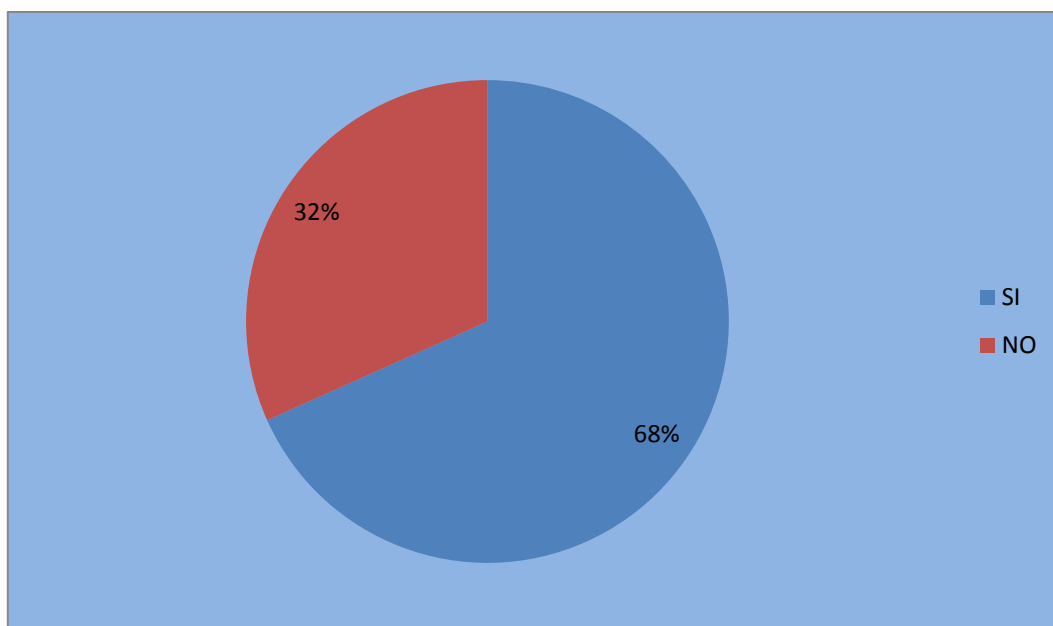
**TABLA # 22 LUGARES TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	f	%
<b>5</b>	SI	112	68
	NO	52	32
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 22 LUGARES TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Siendo una de las interrogantes más importantes en la población sobre si existen lugares turísticos en la parroquia Atahualpa, el 68% de las personas encuestadas reconoció que SI existen lugares turísticos, y el 32% mencionó que NO hay lugares turísticos en la población. Esto quiere decir que el 68% de la población aceptó que si existen lugares turísticos en la Parroquia pero que faltan de explorar.

## ¿HA REALIZADO ALGUNA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?

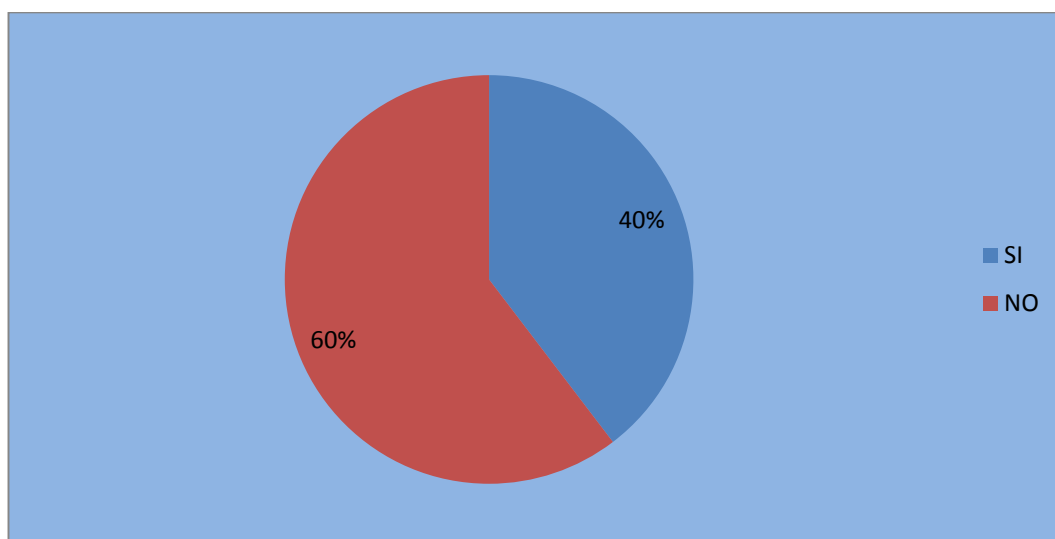
**TABLA # 23 ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>6</b>	SI	65	40
	NO	99	60
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 23 ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

La actividad turística que existe en la localidad se ha desarrollado mediante el tiempo, porque este lugar ofrece tranquilidad y tradición. Se realizó encuestas a la población y se obtuvo un resultado del 40% que SI se ha realizado turismo en la Parroquia, dejando así que el 60% NO ha realizado actividades en la misma localidad. Esto quiere decir que el mayor porcentaje NO realiza actividades turísticas, esto influye en que debe incentivarse a la comunidad para que se involucre en el desarrollo turístico de la Parroquia Atahualpa.

**¿CONSIDERA UD. QUE ES IMPORTANTE EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?**

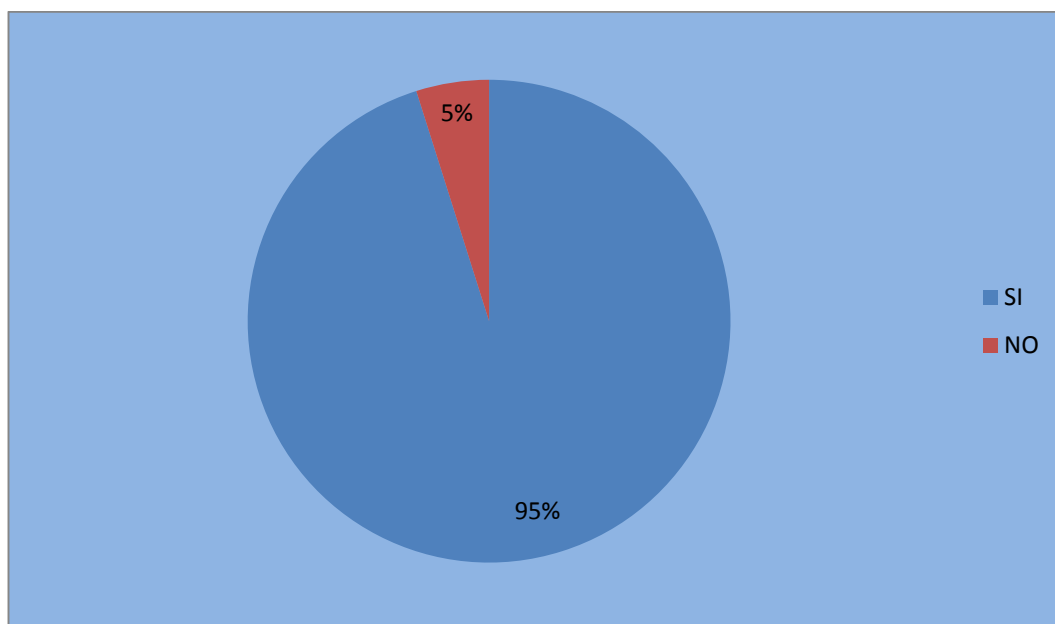
**TABLA # 24 DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	f	%
<b>7</b>	SI	156	95
	NO	8	5
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 24 DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En el estudio que se realizó se consideró si es importante el desarrollo turístico en la parroquia Atahualpa y la población respondió en un 95% que **SI** es importante el desarrollo turístico en la población y el 5% restante de las personas encuestadas señalaron que **NO** es factible el desarrollo de la población dejando así y como resultado que es viable la importancia de desarrollo turístico en la comunidad.



## ¿PARTICIPARÍA UD. PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?

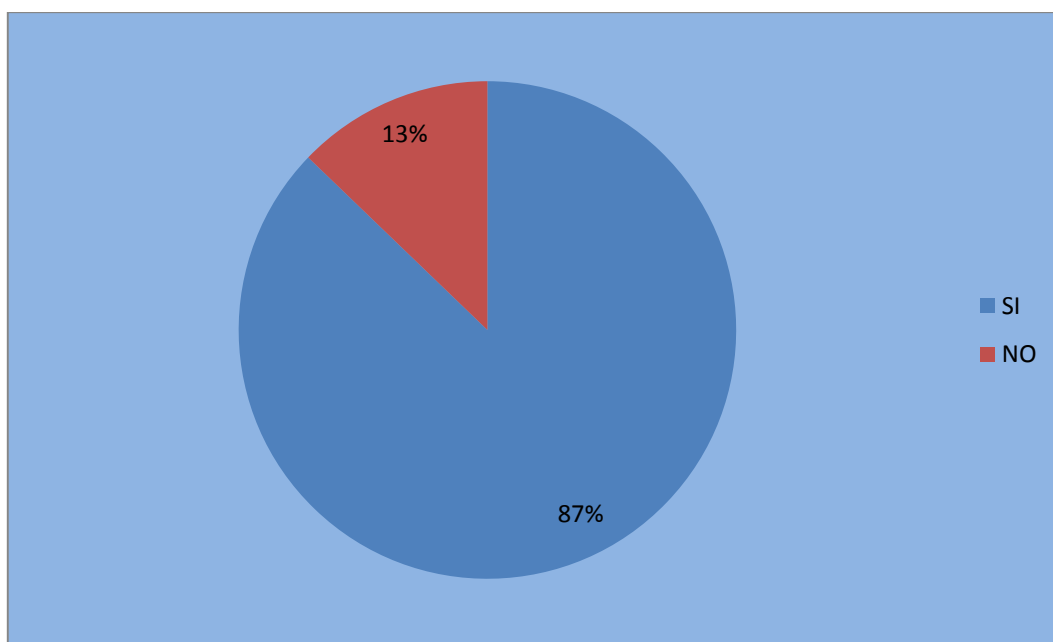
**TABLA # 25 PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO**

Ítem	Valoración	f	%
<b>8</b>	SI	143	87
	NO	21	13
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 25 PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Se elaboró una interrogante sobre el desarrollo turístico de la parroquia Atahualpa, los encuestados respondieron lo siguiente, que el 87% participaría en el desarrollo de la comunidad, mientras que el 13% respondió que no es importante el desarrollo turístico porque no ven un futuro en la comunidad, pero esto no es un obstáculo para la Parroquia Atahualpa porque la mayoría aceptó su apoyo para fomentar el turismo.

**¿HA PENSADO UD. BRINDAR SERVICIOS DE HOSPEDAJE A LOS QUE VISTAN LA COMUNIDAD?**

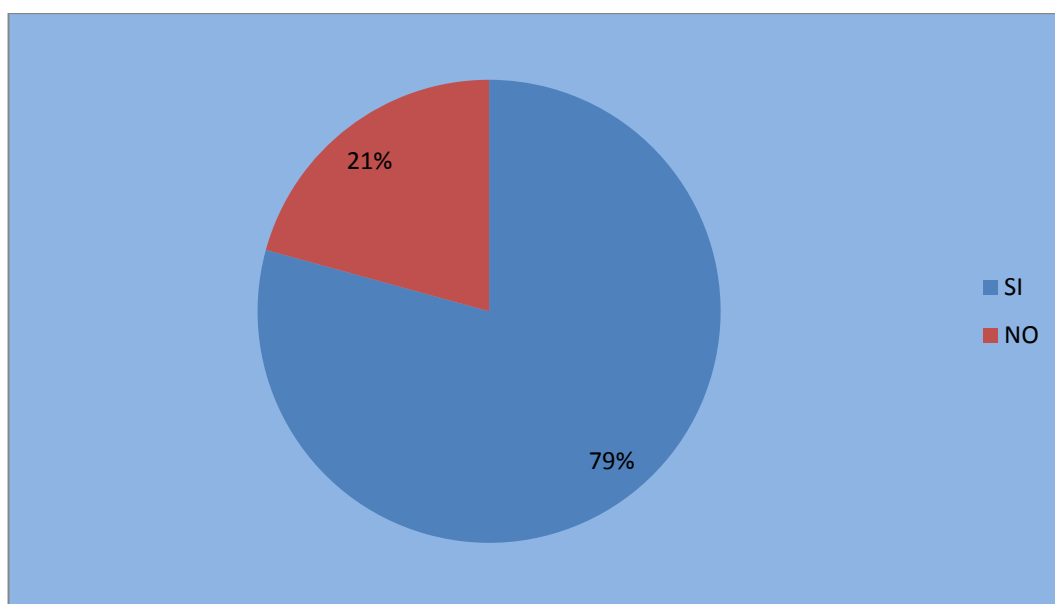
**TABLA # 26 BRINDAR SERVICIOS DE HOSPEDAJE**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>9</b>	SI	130	79
	NO	34	21
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 26 BRINDAR SERVICIOS DE HOSPEDAJE**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Se aprecia en el gráfico que el 79% de la población si brindaría el servicio de hospedaje en la comunidad y el 21% restante respondieron que no prestarían el servicio de hospedaje. Esta información es relevante para impulsar el desarrollo turístico comunitario.

**¿SU DOMICILIO CUENTA CON ESPACIO DISPONIBLE PARA  
BRINDAR SERVICIO DE HOSPEDAJE A CAMBIO DE UN VALOR  
MONETARIO?**

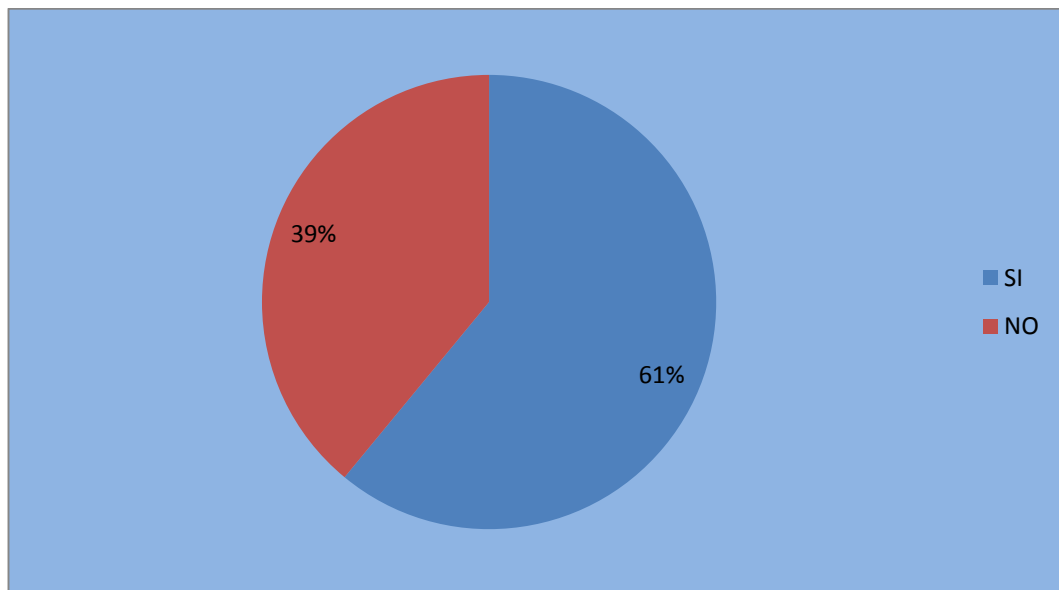
**TABLA # 27 BRINDAR SERVICIO DE HOSPEDAJE A CAMBIO DE UN  
VALOR MONETARIO**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>10</b>	SI	111	61
	NO	80	39
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 27 BRINDAR SERVICIO DE HOSPEDAJE A CAMBIO DE  
UN VALOR MONETARIO**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Los encuestados, en un 61%, mencionaron que tienen la capacidad disponible en su hogar para brindar servicios de hospedaje y el 39% no cuenta con el espacio disponible. Cabe indicar que el proyecto es factible porque la localidad está dispuesta a compartir su hogar con el turista y demostrar su cultura dentro del núcleo familiar.

**¿LE GUSTARÍA A UD. FORMAR PARTE DE UNA EMPRESA DE HOSPEDAJE Y ALIMENTO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?**

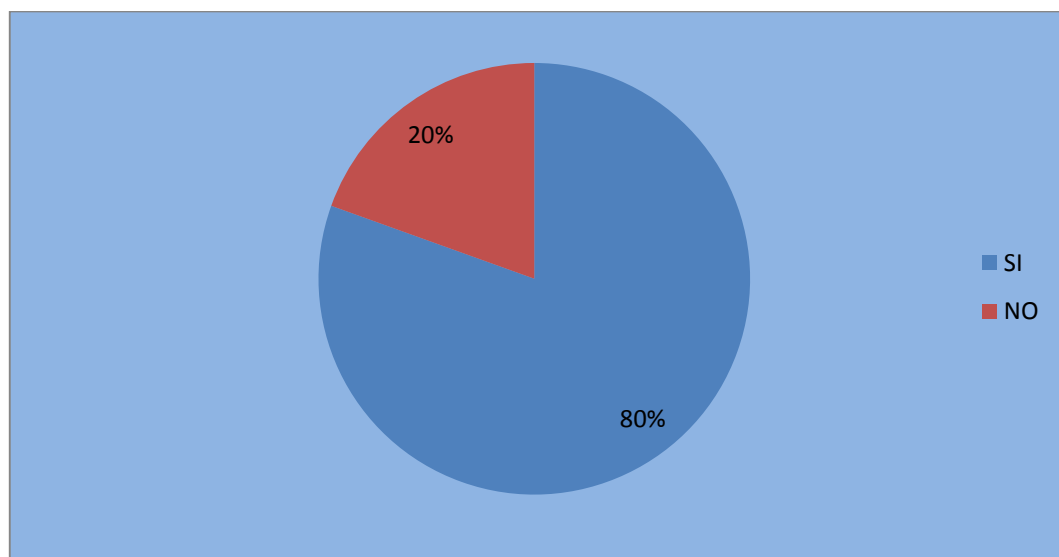
**TABLA # 28 FORMAR PARTE DE UNA EMPRESA DE HOSPEDAJE Y ALIMENTO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>11</b>	SI	132	80
	NO	32	20
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 28 FORMAR PARTE DE UNA EMPRESA DE HOSPEDAJE Y ALIMENTO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En la localidad se realizó un estudio viable para considerar si la comunidad formaría parte de una empresa de hospedaje y alimento en la parroquia Atahualpa y respondieron en un 80% que si formarían parte de la misma, por los diferentes resultados e ingreso a la comunidad y el 20% no formaría parte de la misma por varios motivos. Esto quiere decir que la población estaría de acuerdo en formar parte de una empresa de hospedaje y alimentos en la Parroquia Atahualpa.

## ¿LE GUSTARÍA QUE SE CREARA UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?

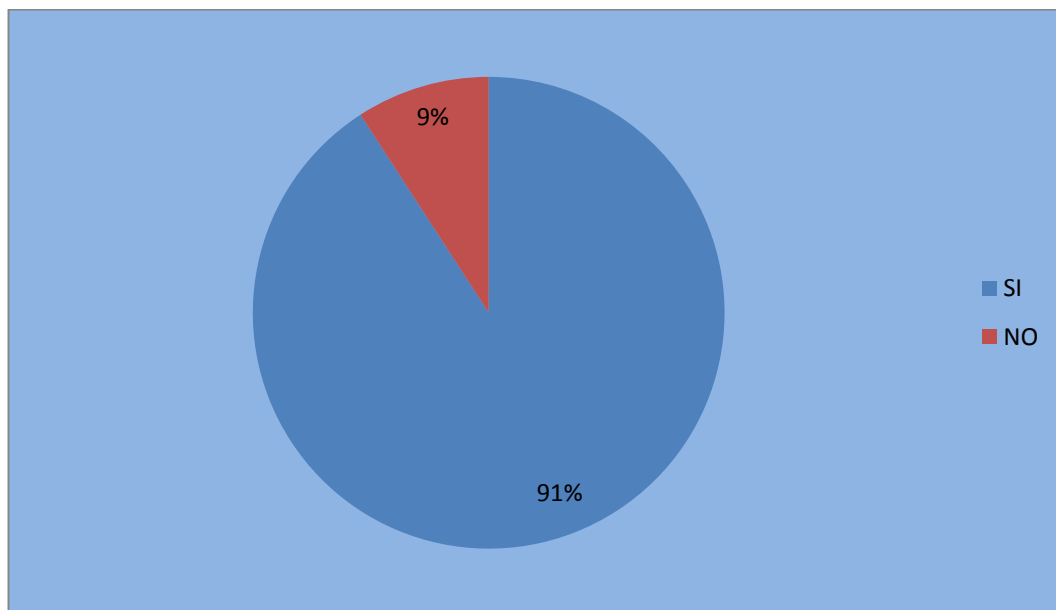
**TABLA # 29 CREACIÓN DE UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>12</b>	SI	149	91
	NO	15	9
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 29 CREACIÓN DE UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Se observa que al 91% de la población encuestada le gustaría que se cree una hospedería comunitaria, esta información da la pauta para brindar el servicio de hospedaje al futuro huésped de la hospedería en proyecto. Mientras que el 9% no estaría de acuerdo con lo anunciado.

**¿UD. CONFORMARÍA PARTE DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?**

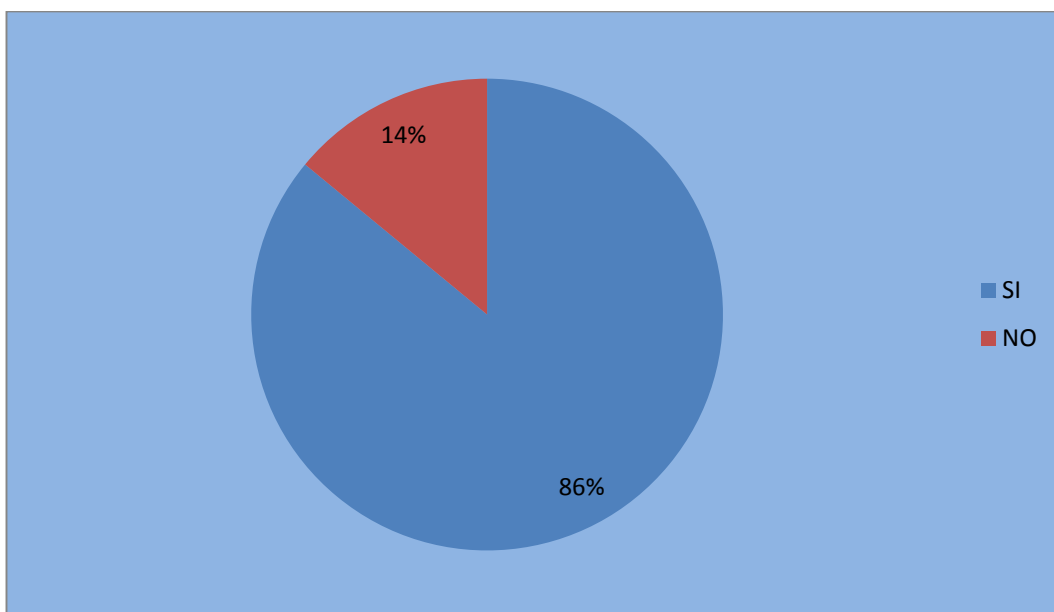
**TABLA # 30 RED DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	<i>f</i>	%
<b>13</b>	SI	141	86
	NO	23	14
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 30 RED DE HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

En el estudio realizado en la parroquia se consultó si conformaría parte de hospederías comunitarias a las personas encuestadas, respondiendo en un 86% que estarían de acuerdo en participar y pertenecer a las hospederías y el 14% de la población no conformaría parte de la hospedería.

## ¿QUÉ OTROS SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA RECIBIR EN LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA?

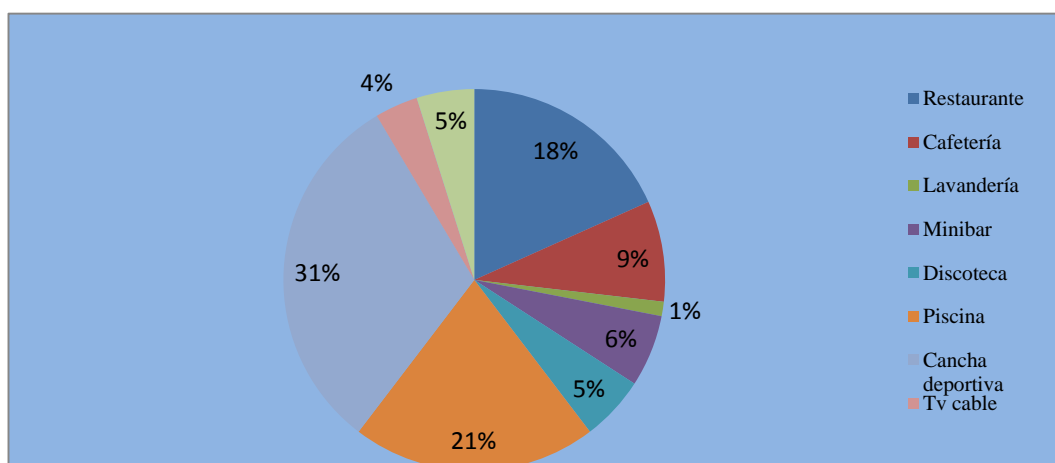
**TABLA # 31 SERVICIOS ADICIONALES EN LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Ítem	Valoración	f	%
<b>14</b>	Restaurantes	30	18
	Cafetería	14	9
	Lavandería	2	1
	Minibar	10	6
	Discoteca	9	5
	Piscina	34	21
	Cancha deportiva	51	31
	Tv cable	6	4
	Internet	8	5
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

**GRÁFICO # 31 SERVICIOS ADICIONALES EN LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** Encuesta a los pobladores de la Parroquia Atahualpa (2013)

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa.

Los resultados a este cuestionamiento indican que el 31% solicita adicionalmente una cancha deportiva, mientras que al 18%, 9%, 6% les gustaría un restaurante, una cafetería y un minibar respectivamente, así también al 21% piscina y el servicio a ofrecer a los clientes será de alimentos y bebidas con un porcentaje del 33%.

## **2.10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

La metodología de investigación, se consideró ejecutar entrevistas a las autoridades seccionales y encuestas a turistas y población, tomando en cuenta el proceso de investigación del estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria.

La recopilación de datos que se obtuvo ayudó a responder interrogantes sobre el proyecto y saber las necesidades de los encuestados y entrevistados, situación que al momento de aplicar el instrumento de información les interesó conocer sobre las estrategias turísticas que posee una comunidad, como en este caso la Parroquia Atahualpa que es conocida como la “Capital del mueble”, llegando a la conclusión que la localidad tiene potencialidad para ofrecer servicios de hospedaje y alimentos & bebidas por el flujo de turistas que ingresan a la localidad gracias a la venta de muebles y artesanía de madera además de la visita a familiares en el destacamento de policía que se encuentra en la entrada de Atahualpa.

En la Parroquia Atahualpa se deben crear servicios turísticos que ayuden al desarrollo comunitario y satisfagan las necesidades de los turistas que buscan disfrutar diferentes actividades a nivel provincial y local, para luego hospedarse en un lugar tranquilo y seguro después un largo trajinar.



## **Recomendaciones**

La investigación puede ser utilizada como base de estudio posterior para reconocer las necesidades del turista, tanto nacionales como internacionales, dando a conocer sus expectativas de porque motivo se aloja en la hospedería comunitaria. Este estudio puede aumentar en otros aspectos de los encuestados como podría ser el ingreso de los consumidores entre otras cosas. Así, también se recomienda para estudios, la elaboración de un cuestionario menos complejo, donde los encuestados lo puedan elaborar fácilmente sin que se les haga demasiada larga la encuesta. La actividad de hospedería comunitaria, es primordial en la economía; esta investigación puede ser útil para las hospederías, no solo de servicios al cliente sino en general, para que se tome en cuenta la opinión de los demandantes y se mejoren los aspectos que consideran los clientes para el mayor grado de aceptación.

Aplicar las normas y servicios turísticos – hospedaje, como un proceso normativo que facilite el desarrollo sustentable de esta actividad y poder brindar un servicio de hospedaje de calidad, con el fin de fidelizar al cliente y posicionarse en el mercado. Evitar en lo posible contratar personal ajeno a las comunidades, para que sean los mismos pobladores los que se beneficien con la realización de estas actividades, ya que no solamente el beneficio sería económico sino también intelectual y moral.

Se recomienda que aquellos grupos que deseen visitar la hospedería comunitaria no excedan de veinticinco personas, debido a lo complejo del terreno y la poca accesibilidad que se tiene a la misma. Los habitantes de la comunidad deben trabajar conjuntamente para obtener mayores beneficios de la Parroquia Atahualpa, considerando el énfasis de las actividades turísticas en el desarrollo turístico cultural como la feria del mueble.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

En este capítulo se caracterizarán las fases del estudio de factibilidad como: estudio de mercado que especifica la demanda y oferta del servicio; estudio técnico, para la optimización del lugar estratégico; estudio administrativo, que estará conformado por una jerarquía organizacional para el beneficio del personal administrativo; y estudio financiero que muestra si se podrá o no realizar el proyecto tomando en cuenta el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del financiamiento para la creación de la hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa. Además se anexa la bibliografía, fotos del lugar del estudio y glosario de palabras no comunes.

### **3. PROYECTO A DESARROLLAR**

#### **3.1. PROPIEDAD DE LA EMPRESA RESPONSABLE DEL PROYECTO**

El propósito de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria es buscar inversores para cubrir presupuestos mediante la elaboración del proyecto y que beneficie a la comunidad, entre estos se mencionan:

El GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Atahualpa) con el registro oficial 193 y número convencional **2907215**, con los dirigentes que conforman la mesa directiva:

Presidente, Vicepresidente, Vocales Principales y Vocales Suplentes como los responsables de llevar a cabo este plan.

### **3.1.1. Responsable / promotores**

El proyecto a ejecutar es un estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria con la responsabilidad de la Srta. María Georgina Soriano Figueroa, con números convencional 2907099 y celular 0997558427, además su correo electrónico [mariageor\\_soriano@hotmail.com](mailto:mariageor_soriano@hotmail.com), para mayor información.

El patrocinador es el Presidente del GAD Parroquial el Sr. Celso Soriano Clemente, con teléfono celular 0939896974 y su correo electrónico es [celsoriano@hotmail.com](mailto:celsoriano@hotmail.com).

### **3.1.2. Actividad turística económica**

En el marco legal del capítulo I de las normas ISO del IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación) 42250 describe que la actividad turística es el elemento fundamental del turismo que constituye el individuo y medio natural, que permite satisfacer a los turistas, mejorar la calidad de vida y contribuye en el desarrollo económico y cultural de las comunidades.

### **3.1.3. Ubicación**

La hospedería comunitaria está localizada en la Parroquia Atahualpa, barrio 1ero de enero, calle Guayaquil. El método de localización de instalaciones de producción y servicios para la hospedería comunitaria de la propuesta son de factores ponderados que permiten una fácil identificación de los costos difíciles de evaluar. De acuerdo a los factores analizados se pudo determinar que el lugar donde estará ubicado en el presente proyecto es la parroquia Atahualpa.

**TABLA # 32 MÉTODO DE LOS FACTORES PONDERADOS**

Factor de localización	Ponderación del factor (%)	Comunidades cercanas del lugar de estudio			
		Parroquia Atahualpa	Parroquia Ancón	Comuna Prosperidad	Comuna El Tambo
1. Disponibilidad de mano de obra.	14	56	28	28	42
2. Calidad de vida	15	45	45	30	45
3. Sistema de transporte	13	52	52	26	52
4. Proximidad a los materiales	11	33	33	33	44
5. Servicios públicos	12	60	60	48	48
6. Afluencia de población local	7	28	21	21	21
7. Costo de tierra y de construcción	11	33	22	22	22
8. Disponibilidad de estacionamiento	8	32	32	24	24
9. Atractivo turístico de la localidad	9	27	36	18	27
	<b>100</b>	<b>366</b>	<b>329,00</b>	<b>250,00</b>	<b>325,00</b>
<b>Fuente:</b> GAD Parroquial <b>Elaborado por:</b> María Georgina Soriano Figueroa					

El método de factores ponderados ha identificado que la Parroquia Atahualpa obtuvo una puntuación total de 366 a diferencia de la Parroquia Ancón 329, la comuna El tambo 325, comuna Prosperidad 250 que recayó un valor menor a diferencia de la puntuación de la comunidad de Atahualpa que sobrepasó las localidades cercanas, para salir ganador en la elaboración del proyecto de hospedaría comunitaria.

## **3.2. NECESIDADES A SATISFACER**

La hospedería comunitaria de la Parroquia Atahualpa, satisface las necesidades de los turistas que buscan descansar en una noche de tranquilidad y relax, después de haber disfrutado sus actividades en los diferentes sitios turísticos de la Provincia de Santa Elena.

### **3.2.1. Objetivos**

#### **Objetivo General**

Fomentar el desarrollo turístico en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, mediante un estudio de factibilidad que facilite la creación de una hospedería comunitaria como una alternativa innovadora.

#### **Objetivo Específico**

- ⇔ Determinar un lugar estratégico para la implementación y ejecución del proyecto.
- ⇔ Recopilar información confidencial de los pobladores de la comunidad.
- ⇔ Crear servicios complementarios en la hospedería comunitaria para la satisfacción de los turistas.
- ⇔ Establecer estrategias de marketing para la hospedería comunitaria.
- ⇔ Determinar la capacidad de abastecimiento en el presente y futuro para la contratación de personal.
- ⇔ Establecer el tamaño óptimo para la empresa.
- ⇔ Contratar personal capacitado y brindar beneficios sociales

⇔ Crear un organigrama estructural para el buen funcionamiento de la  
hospedería

⇔ Fijar la parte económica - financiera para la viabilidad del proyecto.

### **Misión**

Brindar servicios de hospedaje de calidad a nuestros clientes y disfrutar las áreas complementarias de la hospedería comunitaria para impulsar el desarrollo turístico de la Parroquia Atahualpa.

### **Visión**

Incentivar a la comunidad de la Parroquia Atahualpa para que participen en las actividades turísticas que brindará la hospedería comunitaria, considerando que el Cantón Santa Elena tiene como fortaleza atractivos culturales y naturales que son muy visitados por los turistas Nacionales y Extranjeros, esto permitirá que busquen un sitio para descansar en un ambiente agradable y tranquilo.

### **Responsabilidad Social**

Mejorar la forma de vida de los pobladores y brindar servicios de calidad en la hospedería comunitaria, prometiendo seguridad y tranquilidad para los habitantes y turistas potenciales que gustan de disfrutar de un ambiente agradable en familia, cuidando el medio ambiental de las áreas protegidas del Estado.

#### **3.2.2. Justificación e importancia**

La propuesta de investigación contribuye a la sociedad en los temas relacionados a hospederías comunitarias y a la vez a la comunidad de la Parroquia Atahualpa a

mejorar sus recursos económicos mediante el desarrollo turístico que este proyecto dará como alternativa de servicios complementarios a los turistas que buscan un lugar para descansar y disfrutar en familia para vivir experiencias inolvidables.

### **3.3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.3.1. Definición y cuantificación de los segmentos del mercado**

La segmentación de mercado es identificar el proceso de la prestación del servicio que consiste en dividir el mercado total, tiene cuatro indicadores como son: segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y de comportamiento.

##### **Segmentación geográfica**

La segmentación geográfica está conformada por: País Ecuador, región sierra y región costa, que son los que más visitan la provincia de Santa Elena en temporadas altas y bajas.

##### **Segmentación Demográfica**

El estudio estará dirigido con las siguientes características: Edad de 26 a 50 años, género femenino y masculino, el ingreso de \$ 500.

##### **Segmentación Psicográfica**

Para personas que buscan un lugar tranquilo y de relax para descansar en sus noches de descanso para salir de la rutina de la zona urbana y disfrutar de un ambiente agradable.

## **Segmentación por comportamiento**

Depende del comportamiento del huésped o cliente, para brindarle el servicio que deseen.

### **3.3.1.1. Herramienta FODA**

#### **Fortalezas**

- Punto estratégico para la creación de la hospedería
- Seguridad, tranquilidad y relax en las noches de descanso
- Vías de acceso en buen estado
- Mano de obra calificada en construcción y diseño
- Posee una extensa playa llamada “Santo Tomás”
- Cuenta con un UPC (Unidad de Policía Comunitaria)
- Centro de Salud
- Ordenamiento Territorial
- Servicios Básicos (Agua Potable, Energía, telefonía convencional)
- GAD Parroquial de Atahualpa
- Feria de muebles
- Interés de la comunidad para la creación de una hospedería comunitaria
- Comercialización de muebles (Visita de turistas y distribuidores)
- Cultura y tradiciones de la comunidad.



## **Debilidades**

- No existe hospedaje comunitario
- Existen muchos bares
- No cuenta con recursos económicos para el estudio
- Falta de promoción turística en la Parroquia Atahualpa
- Animales domésticos en las calles
- Mala imagen de las personas alcohólicas que se encuentran en la carretera principal de la localidad
- Organizaciones colectivas de la Parroquia Atahualpa.

## **Oportunidades**

- Cuenta con atractivos turísticos cerca de la comunidad
- Inversionista (GAD Parroquial de Atahualpa, Municipio del Cantón Santa Elena, Prefectura de la Provincia de Santa Elena).
- Apoyo de la UPSE con profesionales de turismo
- Mejora la publicidad turística de la comunidad.

## **Amenazas**

- Cambios Climáticos
- Competencia de otras comunidades cercanas
- Insalubridad

- Incendios Forestales
- Inestabilidad política, económica y legal.

### 3.3.2. Estrategias del producto

**GRÁFICO # 32 HOSPEDERÍA COMUNITARIA “CAPITAL DEL MUEBLE”**



**Fuente:** Diseño de publicidad – Power Point 2010

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

El servicio a ofrecer en la Parroquia Atahualpa, Provincia de Santa Elena, es una hospedería comunitaria que brindará a los turistas o huéspedes alojarse en sus noches de descanso y tranquilidad cerca de la naturaleza y compartir de las costumbres y tradiciones de la comunidad, disfrutando de los servicios adicionales que se anexan para que el turista tenga otras actividades que realizar.

Para diferenciar los servicios de hospedaje que existen en la Provincia de Santa Elena, se ha creado una marca que llegue a la mente de los visitantes.

**GRÁFICO # 33 SLOGAN DE LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA  
“CAPITAL DEL MUEBLE”**



**Fuente:** Diseño de publicidad – Power Point 2010

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

**3.3.3. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.**

**3.3.3.1. Clientes**

Turistas que buscan pernoctar en la zona rural cerca de lugares turísticos para descansar en un ambiente cómodo, tranquilo y disfrutar del servicio de restauración que ofrece la hospedería comunitaria.

### **3.3.3.2. Valoración de la demanda**

La valoración de la demanda es uno de los elementos más significativos para considerar en el tamaño del proyecto. La demanda se la obtiene por medio del estudio de investigación que se realizó con una muestra de 204 turistas que visitaron la Provincia de Santa Elena, mediante la tabulación sobre el servicio de alojamiento que brinda la Provincia de Santa Elena, el 61% respondió que el servicio ofrecido en los diferentes establecimientos turísticos es agradable y el 39 % señaló que no les gusta el servicio que brindan las hospederías comunitarias en la ruta del Spondylus, por el elevado precio y la falta de hospitalidad al ofrecer el servicio. Para la demanda insatisfecha que se presenta en la Provincia de Santa Elena en los establecimientos turísticos por el elevado precio, es una oportunidad para la creación de la hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa que ofrezca el servicio para que visiten la localidad y esta se convierta en un referente turístico.

### **3.3.4. Análisis de la competencia actual y potencial**

La competencia actual está conformada por los lugares cercanos que ofrecen las mismas características que la Parroquia Atahualpa convirtiéndose en una amenaza para el proyecto, es por esta razón que se ha dado la solución de crear una hospedería comunitaria que brinde servicios de hospedaje y de recreación para diferenciarse de las otras comunidades y que los visitantes no solo busquen comercialización de los muebles, si no de disfrutar su tiempo libre con la familia y hospedarse en esta comunidad.

#### **3.3.4.1. Proveedores**

Para la adquisición de la compra de los suministros de aseo para el huésped, se necesita jabón, papel higiénico y toallas desechables. Entre los suministros de

aseo para la limpieza del hotel y restaurante se necesitara detergentes de limpieza, desinfectante y cloro. Para la preparación de los platillos en el restaurante se necesitará de víveres, legumbres, lácteos, frutas, aves y cárnicos. Los proveedores están cerca de la Parroquia Atahualpa, como la provincia de Santa Elena y la Provincia del Guayas.

#### **3.3.4.2 Sustitutos**

Los servicios sustitutos son los hoteles, hostales, hosterías, cabañas comunitarias que se encuentran cerca de la comunidad de Atahualpa, como los servicios de alojamiento de Salinas, Santa Elena y La Libertad que ofrecen las mismas características que tiene la hospedería comunitaria de Atahualpa con la particularidad de que este servicio se lo diferencia por la fachada y el ambiente agradable que se brindará dentro y fuera de la hospedería.

#### **3.3.5. Estrategias del precio**

El estudio que se realizó a los turistas determinó que buscan hospedarse en un lugar tranquilo y novedoso con un valor promedio de \$15 seguido de un valor entre los \$16 a \$ 25 dólares. Como estrategia de precio para la hospedería comunitaria se lanzará al mercado este nuevo producto en la comunidad de la Parroquia Atahualpa, con un precio bajo dependiendo de las habitaciones e incluyendo el servicio adicional de restauración, que se ofrecerá en el establecimiento, para lograr una rápida penetración y una rápida acogida.

#### **3.3.6. Estrategias de la plaza o distribución**

Consiste en la selección de lugares o puntos de venta en donde se ofrecerá la hospedería comunitaria.

**Por medio de internet:** Se creará una página web, incluyendo las redes sociales que hoy en día es la más usada y llamativa para hacer conocer el servicio de la hospedería comunitaria.

**Vallas publicitarias:** Se le ubicará en un lugar estratégico para que los turistas tengan en su mente este lugar y se desplacen a la Parroquia Atahualpa para hospedarse y disfrutar de los servicios adicionales.

### **3.3.7. Estrategias de la promoción o comunicación**

Se utilizará la marca del servicio mediante artesanías de madera que serán elaboradas por los artesanos de la Parroquia Atahualpa y también para los adornos de las habitaciones de la hospedería comunitaria.

### 3.4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.4.1. Tamaño de planta seleccionado

**GRÁFICO # 34 LUGAR DEL PROYECTO**



**Fuente:** Google Earth

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

En el gráfico se observa el lugar donde se creará la hospedería comunitaria, que se implementará fuera de la comunidad y cerca del campamento de policía.

### 3.4.2. Servicios a ofrecer dentro de la hospedería comunitaria

GRÁFICO # 35 CABAÑA (SENCILLA Y MATRIMONIAL)



**Fuente:** Solidworks 2010

**Elaborado por:** Darío Castillo Magallán

Se contará con dos cabañas de este modelo de cuatros a seis metros, las cuales contarán con una habitación sencilla, de una cama de plaza y media, cada cama está valorada en \$ 190,00 y los colchones fabricado por la industria Chaide y Chaide, de una plaza y media valorado en \$ 80,00 dólares, y una habitación matrimonial con una cama de dos plaza valorada en \$ 235,00 dólares y los colchones fabricado por la industria Chaide y Chaide de dos plazas precio valorado en \$ 100,00 y contará con un armario cada habitación valorado en \$265,00 y también contará con soporte para televisión de pantalla plana valorado en \$ 130,00 para cada habitación y la cabaña contará con servicio de internet inalámbrico de banda ancha, televisión por cable con control remoto, decoración de baño privado con agua caliente y servicio a la habitación.



### GRÁFICO # 36 CABAÑA (DOBLE Y TRIPLE)

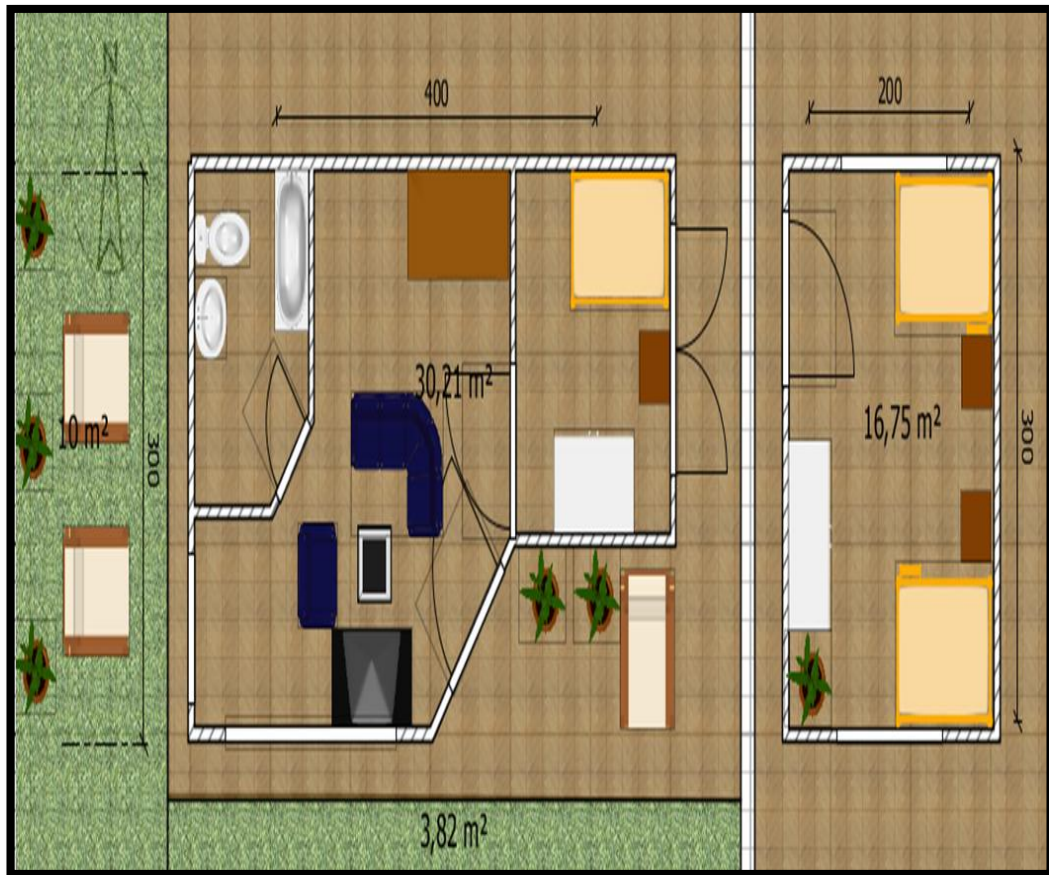


**Fuente:** Solidworks 2010

**Elaborado por:** Darío Castillo Magallán

Esta cabaña contará con dos cabañas de este modelo de cuatros a seis metros, las cuales tendrán una habitación doble con dos camas de una plaza y media, cada cama valorada en \$ 190,00 dólares con colchones fabricados por la industria Chaide y Chaide de una plaza y media valorada en \$ 80,00 y una habitación triple con tres camas de una plaza y media, cada cama valorada en \$ 190,00 dólares, con colchones fabricados por la industria Chaide y Chaide de una plaza y media valorada en \$ 80,00 y también contará con soporte para televisión de pantalla plana valorado en \$ 130,00 en cada habitación y un armario por cada espacio de la cama valorado en \$265,00. La cabaña contará con servicio de internet inalámbrico de banda ancha, televisión por cable con control remoto, decoración de baño y servicio a la habitación.

## GRÁFICO # 37 CABAÑA FAMILIAR



**Fuente:** Solidworks 2010

**Elaborado por:** Darío Castillo Magallán

Esta cabaña familiar será construida de dos pisos que tendrá un cupo de 6 personas ; la cabaña contará con dos literas de una plaza y media, valorada en \$ 250,00 dólares, dos camas de dos plazas precio valorado en \$ 235,00 dólares, y contará con un armario en cada habitación valorado en \$265,00; también con soporte para televisión de pantalla plana valorado en \$ 130,00 en cada habitación, baño privado para la familia, televisión, tv cable, servicio de habitaciones las 24 horas, Wifi gratis durante la estancia, escritorio y armario.

### GRÁFICO # 38 CABAÑA DE ÁREA ADMINISTRATIVA Y RESTAURACIÓN

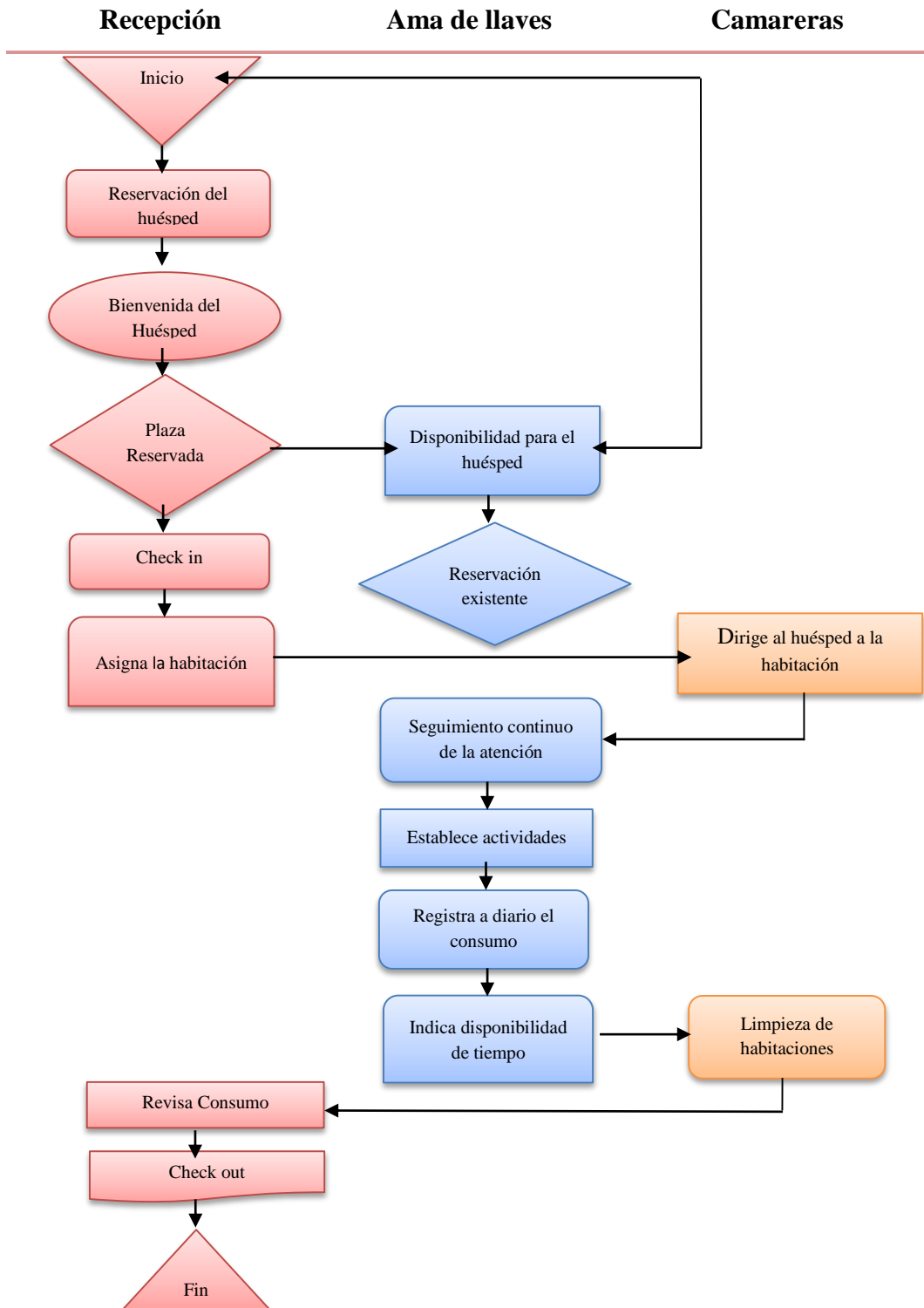


**Fuente:** Solidworks 2010

**Elaborado por:** Darío Castillo Magallán

Para la creación de la hospedería comunitaria es necesario establecer la parte administrativa donde se lleva a cabo la organización y control de la empresa, por esta razón se implementará una cabaña donde se compartirá la cuarta parte para el espacio de administración y el restante para el restaurante que contará con seis mesas, juego de mesas para restaurante de 4 sillas valorada en \$ 300,00 dólares, cocina Indurama cromada de 6 hornillas valorada en \$ 400,00 dólares, cocina industrial, 4 quemadores, con mueble, acero inoxidable valorado en \$ 300,00 dólares, refrigeradora Indurama cromada valorada en \$ 499,00 dólares, ollas de acero inoxidable valoradas en \$ 70,00 dólares, ollas de presión 3, 4, 6, 8 y 10 lts. Umco valorada en \$ 34,21; cubertería inoxidable en \$20,00 dólares, vajilla de loza \$140,00 y vidrio, cristalería sencilla \$150,00, servicios sanitarios decorosos, personal perfectamente aseado, carta sencilla, con baño de mujer y hombre.

### 3.4.3. Proceso de producción o núcleo de operaciones en la prestación del servicio



**Fuente:** Modelo de diagramas de hospedaje - Google  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

#### **3.4.4. Programa de producción**

##### **Proceso 1: Recibir al Huésped**

Se debe de recibir al cliente con una bienvenida y deseándole que pasen un excelente día a todos los huéspedes que visiten la hospedería comunitaria.

##### **Proceso 2: Tomar el Equipaje**

Al momento de proceder con el equipaje, la recepcionista se encarga de retirar las maletas de los huéspedes, para luego destinarlo a la habitación correspondiente del servicio de hospedaje.

##### **Proceso 3: Ejemplares de hospedaje**

Se muestra a los huéspedes, los diferentes ejemplares de cabaña que existen en la hospedería y al instante se manifiesta datos de cada uno de los servicios.

##### **Proceso 4: Acomodar la Habitación**

Se asigna a los huéspedes el ejemplar de cabaña y cuarto que eligió para hospedarse.

##### **Proceso 5: Trasladar a los huéspedes y el equipaje a la habitación ordenada**

Inmediatamente el proceso anterior se lleva el equipaje a la habitación de la cabaña designada por el cliente.

##### **Proceso 6: Verificar que la cabaña asignada satisfaga los requerimientos del cliente**

Mostrar a los visitantes las instalaciones de la hospedería comunitaria para que decidan quedarse en el lugar.

### **Proceso 7: Entrega de llaves**

Se entregan las llaves a los huéspedes para que mantengan seguro sus pertenencias y puedan salir con tranquilidad alrededor de la cabaña.

### **Proceso 8: Pago del servicio**

El huésped procede a cancelar los valores y entregar las llaves del servicio recibido.

### **Proceso 9: Despedir al Cliente**

Se le despide y se agradece por utilizar el servicio de la Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”.

### **Proceso 10: Archivar el registro del huésped**

Se anexa la información de los huéspedes para una próxima oportunidad que visiten la hospedería comunitaria.

## **3.4.5. Análisis situacional**

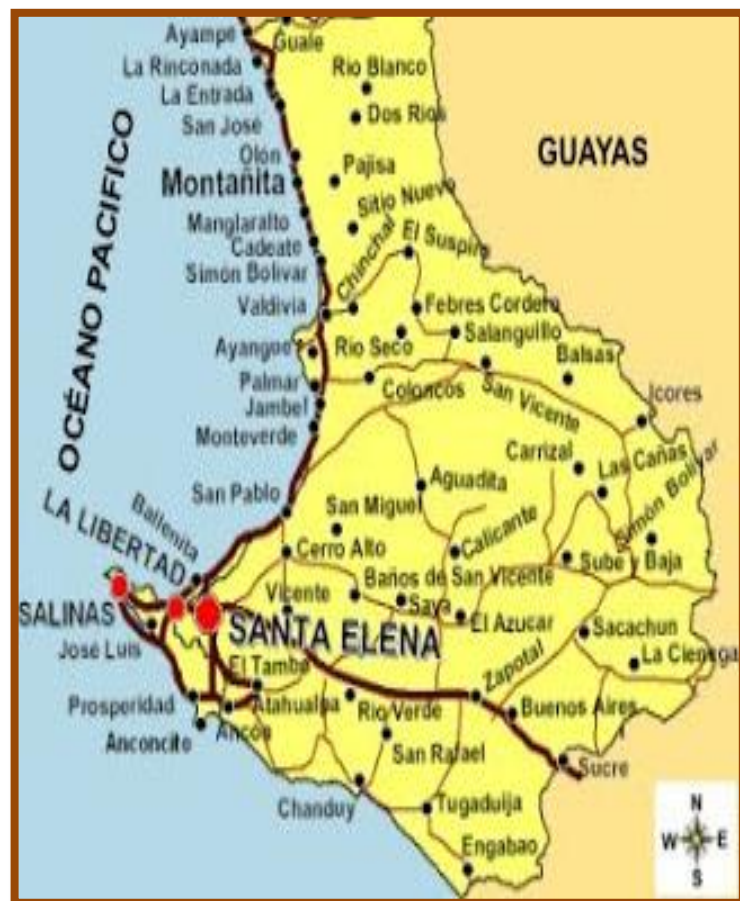
### **Macro localización**

La macro localización se refiere a la representación de la zona general donde se ubicará el proyecto, considerando que será en la Parroquia Atahualpa, perteneciente al Cantón Santa Elena que está situado al oeste de la Provincia de Santa Elena, al norte con el Cantón Puerto López de la Provincia de la Manabí, al sur con el Océano Pacífico y el Cantón Playas, al este con los cantones Pedro Carbo, Isidro Ayora y Guayaquil de la provincia del Guayas. Su territorio es de una extensión de 3.669 km<sup>2</sup>, con una densidad de 110.000 habitantes. El cantón

está compuesto por parroquias urbanas y rurales como son: Ballenita, Santa Elena (Parroquias Urbanas), Ancón, Atahualpa, Chanduy, Colonche, Manglaralto, Simón Bolívar (Parroquias Rurales); que son representadas por los Gobiernos Parroquiales ante la Alcaldía de Santa Elena.

La población rural de Santa Elena es la más habitada de las urbanas, es parte de la ruta del Spondylus o ruta del sol donde se puede visitar Montañita que se ubica a 50 km de la Catedral de Santa Elena y Ballenita que está a 5 km de Santa Elena. La mayoría de sus pobladores se dedican a la pesquería y dependen del turismo.

**GRÁFICO # 39 CANTÓN SANTA ELENA**



**Fuente:** Municipio de Santa Elena

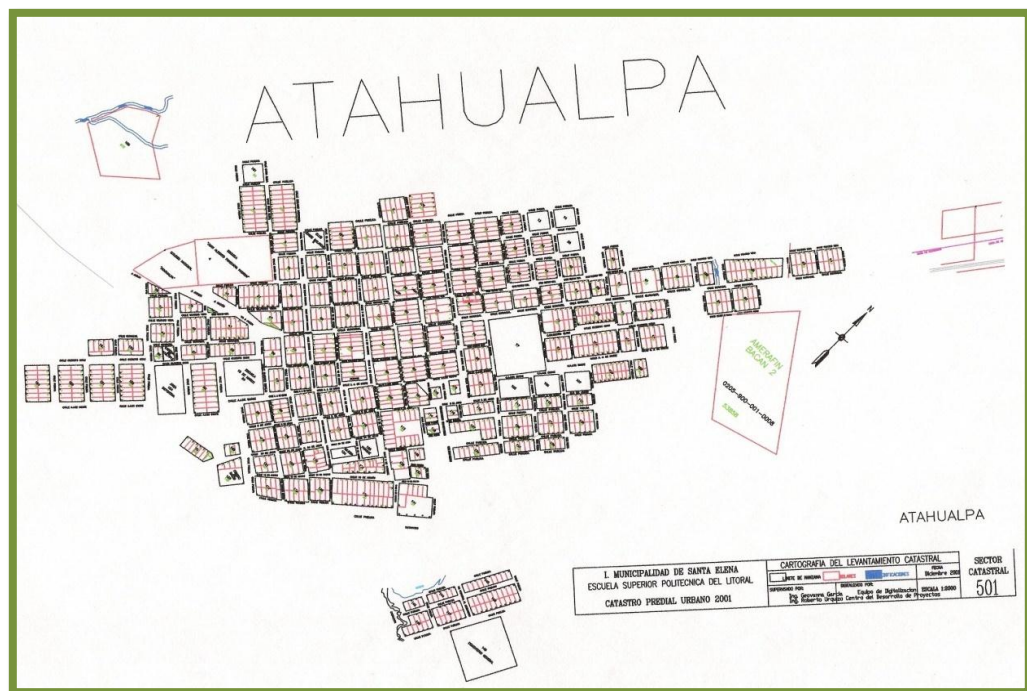
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## Micro localización

Para ejecutar la propuesta de micro localización se debe de analizar la ubicación del macro entorno de la región, donde se implementará el lugar exacto de la hospedería comunitaria, pero cabe mencionar que se realizó la tabla de métodos ponderados que refleja las características del ámbito social y económico que posee la localidad de la Parroquia Atahualpa.

La Parroquia Atahualpa está ubicada en el Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena con una extensión de 7.780 ha y una densidad baja que bordea las 58,80 hab/ha., mediante el censo que se realizó en el año 2010 se reportaron 3.532 habitantes, lo que proyecta una consistencia de 80,09 hab/km<sup>2</sup>. Tiene como límites al Norte: Santa Elena, al **Sur:** Parroquia Chanduy, al Este: Santa Elena y al Oeste: Parroquia Ancón.

**GRÁFICO # 40 PARROQUIA ATAHUALPA**



**Fuente:** GAD Parroquial de Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

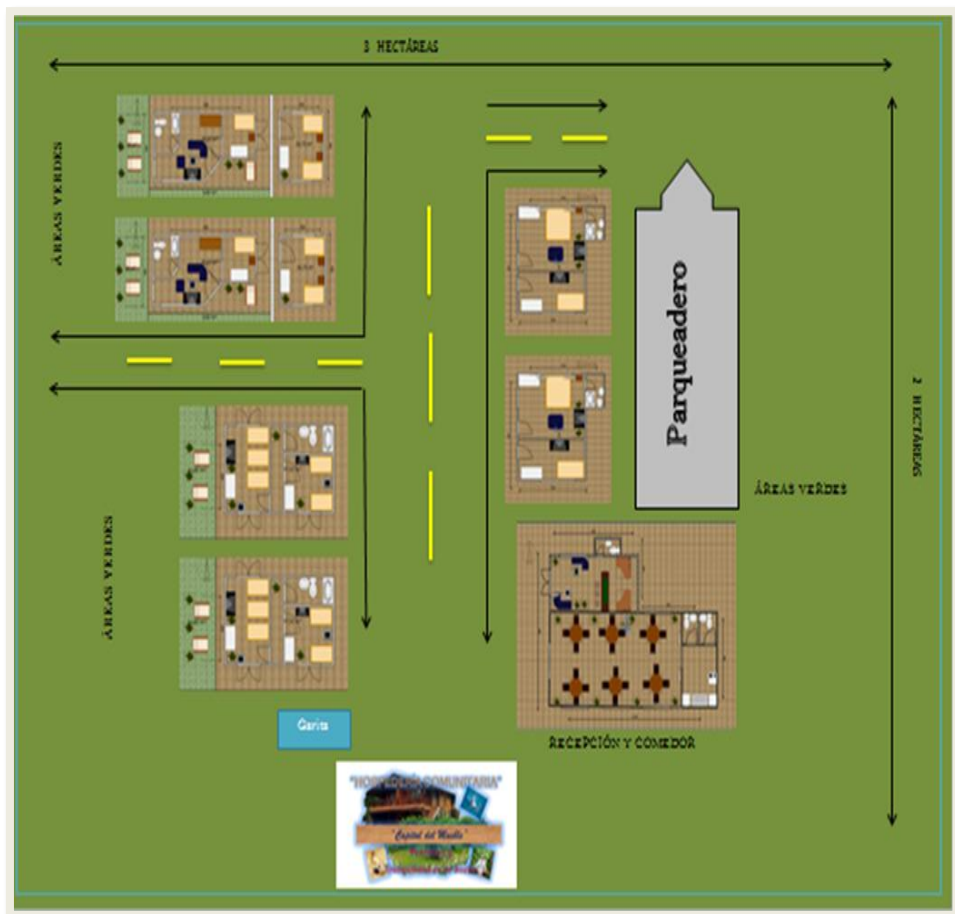


### 3.4.6. Recursos requeridos

La inversión que se necesita para tener el capital disponible en la ejecución del proyecto está dividida en dos partes: la primera será el capital propio que representa el 40% de la inversión (\$ 214.328,77) y la otra parte se obtendrá en préstamo bancario que representa el 60% de la inversión (\$ 321.493,15).

### 3.4.7. Instalaciones físicas

**GRÁFICO # 41 INSTALACIONES FÍSICAS DE LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA**



Fuente: Solidworks 2010

Elaborado por: María Soriano Figueroa

### **3.4.8. Equipos**

En el proyecto de la hospedería comunitaria los equipos que se utilizarán para el área administrativa y de producción son los de oficina y de computación.

### **3.4.9. Recursos humanos**

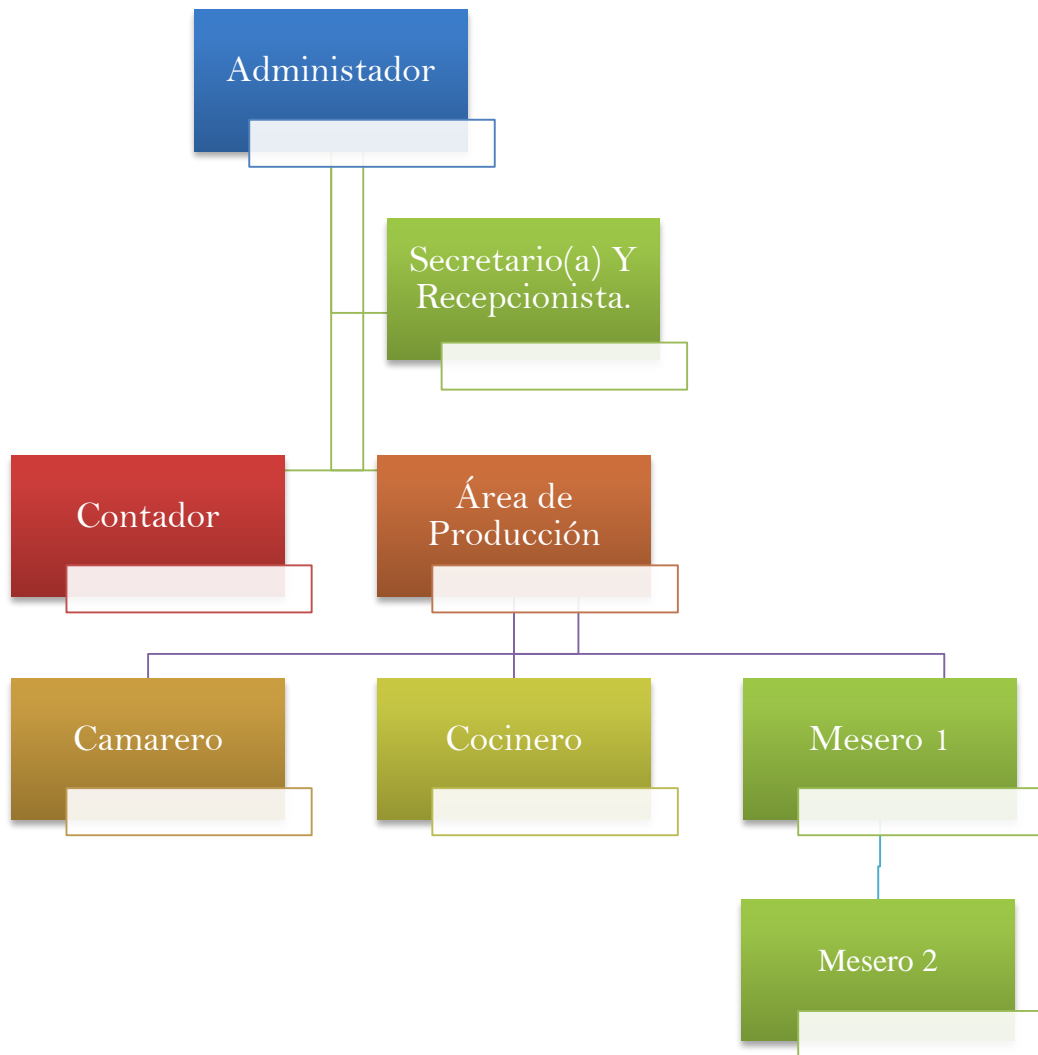
El talento humano que estará cargo del establecimiento para planificar, organizar y controlar con eficacia, serán personas responsable en su labor para que la empresa obtenga ganancias y evite tener pérdidas. El personal administrativo y productivo como son: un administrador, una secretaria o recepcionista, un contador, un cocinero y dos meseros, serán remunerados con todos los beneficios que declara la ley.

### **3.4.10. Insumos**

Para crear la hospedería comunitaria se necesita comprar insumos o materiales con la finalidad de que el establecimiento brinde servicio de hospedaje y de restauración; en el caso de hospedaje se necesitan insumos como: jabón, papel higiénico y toallas desechables, sábanas, toallas, cortinas; y para el área de alimentos y bebidas se necesita de los productos para la elaboración como: ollas, cucharones, cuchillos, loza, vasos mantelería y productos para la preparación de los alimentos, así como bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

### 3.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

#### 3.5.1. Organigrama



**Fuente:** Modelo de organigrama de hospedaje - Google  
**Elaborado por:** Maria Soriano Figueroa

### 3.5.2. Descripción del organigrama

#### **HOSPEDERÍA COMUNITARIA “CAPITAL DEL MUEBLE”**

**NOMBRE DEL PUESTO:** ADMINISTRADOR

#### **DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

Cargo de mucha responsabilidad, es la persona que está en el mando alto de la empresa y es el responsable de la administración de la hospedería y de los subordinados para llevar a cabo la misión, visión y objetivos de la empresa.

#### **FUNCIONES GENÉRICAS**

Hacer cumplir los reglamentos de la empresa, distribuir las responsabilidades entre los departamentos para dirigir y supervisar.

Elaboración, control de los presupuestos y gastos de la hospedería comunitaria, también es el responsable de vigilar la administración y llevar el control de las cuentas de ingresos y egresos para ser mostradas ante la asamblea.

#### **FUNCIONES ESPECÍFICAS**

Tener conocimientos sobre el manejo del personal, puesto que tendrá que realizar gestiones para coordinar la relación con los trabajadores de la empresa de hospedaje.

Presentar propuestas de mejora y crecimiento de la hospedería considerando la visión de la empresa.

**Fuente:** Estructura de personal de una empresa

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa

## HOSPEDERÍA COMUNITARIA “CAPITAL DEL MUEBLE”

**NOMBRE DEL PUESTO:** SECRETARIA Y RECEPCIONISTA

### DESCRIPCIÓN DE PUESTO

En este puesto se delega a una persona que reciba y redacte correspondencia del Administrador y lleve a cabo la agenda que se ha planificado, también se encarga en la parte administrativa para la mejor toma de decisiones en la hospedería comunitaria.

### FUNCIONES GENÉRICAS

Ayuda al administrador en el desempeño de todas sus funciones y le reemplaza cuando él esté ausente.

### FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✘ Atender las llamadas telefónicas y al público o funcionarios que se presentan a la oficina.
- ✘ Informar de manera periódica al director sobre los avances en el cumplimiento de los programas.
- ✘ Supervisar la elaboración de informes presupuestales y su entrega a la dirección.
- ✘ Colaborar en la elaboración y programación del presupuesto de egresos e ingresos.
- ✘ Establecer las entradas y salidas de clientes, presentando la información necesaria para la recomendable prestación del servicio.
- ✘ Gestionar activamente las reservas con el fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que se satisfagan las expectativas de los clientes.
- ✘ Organizar una atención de calidad a los clientes para anticipar sus expectativas.
- ✘ Formalizar la documentación y gestionar la información para remitirla posteriormente a los departamentos adecuados.
- ✘ Registrar, controlar y cobrar los servicios consumidos por los clientes.

**Fuente:** Estructura de personal de una empresa

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa

## **HOSPEDERÍA COMUNITARIA “CAPITAL DEL MUEBLE”**

**NOMBRE DEL PUESTO:** CAMARERA

### **DESCRIPCIÓN DE PUESTO**

Es la persona responsable que supervisa las habitaciones. Se encarga de la limpieza de la hospedería comunitaria, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc.

### **FUNCIONES GENÉRICAS**

Debe conocer aspectos relativos al Departamento de Ama de llaves, atención al cliente, relaciones humanas; llenar el reporte de Camarera, limpieza y arreglo de las habitaciones, conocer mobiliario, lencería, útiles de limpieza, equipo de trabajo; mantener buena apariencia personal, buenos modales, buen trato con huéspedes, jefes y compañeros y luego comprobar la falta de implementos en la habitación y comunicarlo por teléfono a recepción antes del check-out.

### **FUNCIONES ESPECÍFICAS**

- ✘ Supervisar el recuento de la ropa sucia.
- ✘ Vigilar que la ropa sucia no permanezca en el suelo.
- ✘ Entregar los artículos de limpieza y amenidades a las mucamas.
- ✘ Chequear las habitaciones libres a ocupar.
- ✘ Determina francos y vacaciones.
- ✘ Mantener en perfecto estado de limpieza y orden las habitaciones asignadas en su turno.
- ✘ Surtir diariamente el carro de camarera con todos los implementos necesarios para realizar su trabajo.
- ✘ Reportar fallas de mantenimiento en las habitaciones.

**Fuente:** Estructura de personal de una empresa

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa

## HOSPEDERÍA COMUNITARIA “CAPITAL DEL MUEBLE”

**NOMBRE DEL PUESTO:** COCINERO

### **DESCRIPCIÓN DE PUESTO**

El chef se responsabiliza de revisar el inventario de la cocina, además de calcular la cantidad de comida que se necesita. También supervisa el almacenamiento y disposición de los productos alimenticios que sobran y ayudan a asegurarse que la cocina esté limpia.

### **FUNCIONES GENÉRICAS**

Dirigir la preparación de alimentos tanto corrientes como especiales.

### **FUNCIONES ESPECÍFICAS**

- ✘ Es el responsable del servicio a su cargo
- ✘ Controlará los horarios y trabajos
- ✘ Mantiene la higiene en su sector
- ✘ Controla el buen funcionamiento de las máquinas y aparatos en general.
- ✘ Programa los cambios de menú.
- ✘ Comenta las tareas a realizar y las supervisa
- ✘ Controla las entradas de mercaderías, por cantidad y calidad.
- ✘ Mantiene diálogos fluidos con el equipo del restaurante.
- ✘ Controla los tiempos que llevan las mesas entre plato y plato.

**Fuente:** Estructura de personal de una empresa

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa

## HOSPEDERÍA COMUNITARIA “CAPITAL DEL MUEBLE”

### NOMBRE DEL PUESTO: MESERO

### DESCRIPCIÓN DE PUESTO

El Mesero es la persona encargada de atender a los clientes, proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia durante la estancia.

### FUNCIONES GENÉRICAS

Debe ser cortés y de buenos modales, con espíritu de servicio simpatía y personalidad, conocer los conceptos básicos de servicio a clientes, como servicio de comedor y bar, conocimientos básicos de gastronomía y bebidas.

### FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✘ Tener conocimiento de los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes en los cuales están preparados.
- ✘ Sugerir al cliente aperitivos, cócteles y bebidas después de la cena.
- ✘ Conocer y aplicar el sistema para elaborar las órdenes.
- ✘ Presentar la comanda a los cocineros para que salga el plato.
- ✘ Servir los alimentos en la mesa.
- ✘ Conocer y aplicar los diferentes tipos de servicio utilizados en la mesa.
- ✘ Presentar al cliente la cuenta para que se efectúe su pago.
- ✘ Asistir al cliente al momento de retirarse del restaurante.
- ✘ Hacer limpieza de las mesas, estaciones de servicio, etc.
- ✘ Conocer el correcto manejo de la loza y cristalería para evitar quebrarlos.

**Fuente:** Estructura de personal de una empresa

**Elaborado por:** María Georgina Soriano Figueroa



## **Estructura organizativa y jurídica**

La organización jurídica que regulará a la hospedería comunitaria es de responsabilidad limitada, para el seguimiento de formación y funcionamiento de la empresa es la ley de compañías del Ecuador la cual vigila y controla la normativa de la empresa para emprender operaciones financieras y participar de los beneficios. Entre la clasificación de compañías se consideró la responsabilidad limitada.

### **De las Generalidades y Naturaleza Jurídica**

**Ítem. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.

**Ítem. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

**Ítem. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles

permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

**Ítem. 95.-** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

**Ítem. 96.-** El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

**Ítem. 97.-** Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

#### **Personas que pueden asociarse**

**Ítem. 98.-** Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar.

El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

**Ítem. 99.-** No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

**Ítem. 100.-** Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

## **Capital**

**Ítem. 102.-** El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

**Ítem. 103.-** Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación.

## **Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios**

**Ítem. 114.-** El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

**a)** A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;

**b)** A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;

**c)** A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

- d)** A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e)** A no ser obligados al aumento de su participación social. Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;
- f)** A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g)** A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercerá sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;
- h)** A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.
- i)** A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,
- j)** A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

## **Administración**

**Ítem. 116.-** La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

**Ítem. 117.-** Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

## **Forma del contrato**

**Ítem. 136.-** La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 26. de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso

Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

**Ítem. 137.-** La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

## **Permiso del Cuerpo de Bomberos de Santa Elena**

El permiso del Cuerpo de Bombero brinda servicio a la comunidad y administra las reglas de seguridad de la empresa, considerando que en la hospedería comunitaria es necesario tener extintores, botiquín de primeros auxilios, instalaciones eléctricas en buen estado, un espacio adecuado del personal, maquinarias con seguridad a los empleados, que permiten que la empresa esté vigilada y protegida contra incendios.

Para obtener la autorización del organismo del Cuerpo de Bomberos se realiza el seguimiento de la planta, tomando en cuenta que los pagos deben estar al día en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena.

Para la aprobación del servicio del Cuerpo de Bomberos se debe tener en regla la copia del permiso de funcionamiento y la ficha de inspección.

## **Autorización del Ministerio de Salud**

Para el respectivo permiso de funcionamiento de la empresa, el Ministerio de Salud brinda servicio de calidad para proteger la salud del personal de la empresa y el bienestar a los clientes que prestan el servicio de hospedaje y de restauración en la hospedería comunitaria. Los requisitos son los siguientes:

- Copia y cédula del representante legal y certificado de votación
- Copia de la autorización del Cuerpo de Bomberos.
- Acta de creación de la planta.
- Certificado de nombramiento del representante legal.
- Certificado de nombramiento del responsable técnico.

### 3.6. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

#### 3.6.1. Plan de inversiones

Al haberse realizado el estudio técnico y de mercado en la empresa de servicios de la hospedería comunitaria, se ha tomado en cuenta realizar un estudio financiero, que permita llevar un control de los ingresos, costos y gastos en el proceso de la actividad, considerando que una inversión financiera debe ser proactiva y que no haya perdida.

##### 3.6.1.1. Inversión fija tangible

Son los activos fijos de la empresa que son destinados para la producción o servicios de la empresa, estos activos se deprecian después de un determinado tiempo, porque están sujetos a desgastarse mediante una metodología sistemática y periódica. Cada uno de los activos tiene su inversión para el desarrollo de la hospedería comunitaria como equipos de computación con una inversión de \$ 2.415, equipos de oficina \$ 2.152, muebles y enseres \$ 22.939, estructura \$ 60.000 y terreno \$ 10.000. (Ver tabla # 33).

**TABLA # 33 INVERSIONES TANGIBLES**

Grupos	Producción	Operativos	Total
Equipos de computación	\$ 0	\$ 2.415	\$ 2.415
Equipos de oficina	\$ 833	\$ 1.319	\$ 2.152
Muebles y enseres	\$ 21.239	\$ 1.700	\$ 22.939
Estructura	\$ 60.000	\$ 0	\$ 60.000
Terreno	\$ 10.000	\$ 0	\$ 10.000
			<b>\$ 97.506</b>

**Fuente:** Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



### **3.6.1.2. Inversión fija intangible**

La hospedería comunitaria tendrá una inversión intangible para los permisos legales que se necesita para que la empresa funcione correctamente, estos no están sujetos al desgaste físico. Los gastos de constitución tienen una amortización por varios períodos y la inversión será recuperada por los costos de producción que se obtendrán en la utilidad de la empresa.

Los activos diferidos están constituidos por el estudio técnico, los trámites legales, nombramiento del representante legal, licencia de funcionamiento, registro del Ministerio de Turismo, Municipio de Santa Elena y SRI.

### **3.6.1.3. Capital de trabajo**

El capital de trabajo hace referencia a los recursos que se requieren para poner en marcha la empresa, es el capital adicional que se utiliza para el funcionamiento antes de obtener ingresos. Los activos fijos y diferidos se financiarán con créditos a corto plazo, tanto en efectivo como a través de créditos de los proveedores.

El capital de trabajo se obtiene por la diferencia entre activos corrientes y pasivos corriente, que equivale a la suma total de los recursos bancarios que la hospedería comunitaria destina en forma permanente para conservar las existencias y controlar los precios normales para el funcionamiento de las operaciones de la empresa.

En el proceso del cálculo del capital de trabajo se consideró elementos, volumen de las operaciones, PMM y valor medio de la masa patrimonial que son parte de los activos corrientes que se obtuvo un valor de \$ 25.069, luego se calculó 10% de tesorería de los materiales de la masa patrimonial que dio un valor de \$ 220 y los pasivos corrientes fue calculado por los proveedores que se obtuvo un valor de \$

2.20, mediante este proceso se obtuvo el capital de trabajo de \$ 23.086. (Ver tabla # 34)

**TABLA # 34 CAPITAL DE TRABAJO**

<b>ELEMENTO</b>	<b>VOLUMEN DE LAS OPERACIONES</b>	<b>PMM</b>	<b>VALOR MEDIO MASA PATRIMONIAL MASA PATRIMONIAL</b>
Proveedores (p)	66.081	1	2.203
Pasivo circulante (Pc)			
Materiales (m)	66.081	1	2.203
Productos en fabricación (f)			
Productos terminados (v)			
Clientes (c)	685.981	1	22.866
Activo circulante (Ac)			<b><u>25.069</u></b>
<b>ACTIVO CORRIENTES</b>	<b>25.069</b>		
10% Tesorería	220		
<b>PASIVO CORRIENTES</b>	<b>2.203</b>		
Capital de trabajo	23.086		

**Fuente:** Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

### 3.6.2. Cronograma de ejecución

#### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.

CRONOGRAMA - UN AÑO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30
Análisis previo de la elaboración del proyecto	■	■																						
Documentación: registro de la propiedad		■	■	■																				
Diseño de arquitecto para construir la hospedería comunitaria					■																			
Diseño del proyecto en documento. La infraestructura en hoja					■	■																		
Reunión con los directivos de la parroquia.							■	■																
Diseño del programa s realizarse								■	■															
Desarrollo de la construcción de la hospedería								■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Programación																	■	■	■	■				
Reunión de control con los miembros de la hospedería																			■	■				
Ajuste de sistema																						■	■	■

**Fuente:** Planificación de estudio - Hospedería Comunitaria "Capital del mueble"  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

### **3.6.3. Costo de operación y gastos**

#### **Costo de sueldos y salarios**

Para el funcionamiento de la empresa se necesita de mano de obra calificada, por esta razón se contará con personal para hospedaje y restauración, se invertirá con un administrador de \$ 12.112, una secretaria o recepcionista de \$ 6.226, un contador de \$ 7.698, una camarera \$ 5.343, un cocinero \$ 5.343 y dos meseros \$ 5.343 dando un monto anual de \$ 47.410 dólares. (Ver tabla # 35)

**TABLA # 35 COSTOS DE SUELDOS Y SALARIOS**

#	CARGO	CÓDIGO 1	NÓMINA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES							
			SUELDO	TOTAL INGRESOS ANUAL	APORTE (IESS) INDIVIDU AL	TOTAL A PAGAR	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONE S	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONA L	TOTAL BENEFICI OS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Administrador		800	9.600	75	725	67	28	33	67	89	284	1.009	12.112
2	Secretaria – Recepcionista		400	4.800	37	363	33	28	17	33	45	156	519	6.226
3	Contador		500	6.000	47	453	42	28	21	42	56	188	641	7.698
4	Camarrera 1		340	4.080	32	308	28	28	14	28	38	137	445	5.343
5	Cocinero		340	4.080	32	308	28	28	14	28	38	137	445	5.343
6	Mesero 1		340	4.080	32	308	28	28	14	28	38	137	445	5.343
7	Mesero 2		340	4.080	32	308	28	28	14	28	38	137	445	5.343
													<b>3.951</b>	<b>47.410</b>

**BENEFICIOS**

APORTE IESS	9,35%
FONDO DE RESERVA	8,33%
APORTE PATRONAL	11,15%

**Fuente:** Estudio Financiero - Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

### **Costo de materias primas**

La materia prima se deriva en los elementos que se transforman en producto final para ofrecer a los clientes. En el caso de la hospedería comunitaria las materias primas se transforman en prestación de servicios, donde se utilizarán materiales e insumos para el área de alojamiento y restauración. Con un total de costo de alojamiento de \$ 10.315 y un costo de restauración \$ 22.598. (Ver tabla # 36)

**TABLA # 36 INSUMOS**

INSUMOS					
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	DIARIO	MENSUAL	ANUAL
<b>ALOJAMIENTO</b>					
Papel higiénico industrial blanco	1	1,50	1,50	45	540
Jabón Hotelero	1	0,10	0,10	3	36
Toallas desechables	1	0,15	0,15	5	54
<b>TOTAL DE ALOJAMIENTO</b>				<b>53</b>	<b>630</b>
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>					
<b>ALIMENTOS</b>					
Verduras			2,00	60	720
Legumbres			2,00	60	720
Arroz (Libras)	5	0,40	2,00	60	720
Azúcar (Libras)	2	0,50	1,00	30	360
Embutidos (Libras)	2	2,50	5,00	150	1.800
Carnes de res (Libras)	4	2,00	8,00	240	2.880
Pollo (Libras)	4	2,00	8,00	240	2.880
Mariscos (Libras)	3	3,00	9,00	270	3.240
Frutas (Libras)	2	1,00	2,00	60	720
Lácteos	2	1,00	2,00	60	720
Granos (Frejoles, lentejas, etc.) (libras )	3	1,00	3,00	90	1.080
Pastas (Tallarín, Lazo, coditos, etc.)	4	1,00	4,00	120	1.440
Aceite	2	1,90	3,80	114	1.368
Sal	2	0,30	0,60	18	216
Salsa de tomate	2	2,00	4,00	120	1.440
Salsa china	2	1,00	2,00	60	720
<b>BEBIDAS</b>					
Jugos	1	1,00	1,00	30	360
Gaseosas	1	1,50	1,50	45	540
Cerveza	1	1,50	1,50	45	540
<b>TOTAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>				<b>1.872</b>	<b>22.464</b>
<b>TOTAL</b>				<b>1.925</b>	<b>23.094</b>

<b>MATERIALES</b>				
	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>ALOJAMIENTO</b>				
Juegos de sábanas de una plaza y media	20	22	37	440
Juegos de sábanas doble plaza	16	24	33	390
Toallas (juego 4 Unidades) Para El Hogar 100% Algodón	14	30	35	420
Cortinas Romanas Enrollables Zebras Persianas	12	17	17	204
Bote O Contenedor De Basura Plástico	10	6	5	55
<b>TOTAL DE ALOJAMIENTO</b>			<b>126</b>	<b>1.509</b>
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>				
Juegos de Loza	3	140	35	420
Juegos de Cristalería	2	150	25	300
Juegos Cubertería	3	20	5	60
Juegos de Mantel Satén color Blanco 120 x 160	12	5	5	54
Juegos de Utensilios de cocina	2	20	3	40
Juegos de Utensilios de ropería	2	20	3	40
Juegos de Caja de cuchillos	2	42	7	84
Picadera	5	10	4	50
Cernidera	5	6	3	32
<b>TOTAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>			<b>90</b>	<b>1.080</b>
<b>TOTAL DE MATERIALES</b>			<b>431</b>	<b>5.177</b>
<b>Fuente:</b> Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”				
<b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa				

### **Gastos de administración**

En el proyecto se han considerado los gastos de administración para saber cuál va a ser el porcentaje más alto de los gastos considerando los servicios básicos, materiales, suministros de limpieza y suministros de oficina, obteniéndose un valor total de \$ 56.694. (Ver tabla # 37)



**TABLA # 37 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

PRESUPUESTO DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN					
SERVICIOS BÁSICO	SUELDOS Y SALARIOS	MATERIALES	LIMPIEZA	SUMINISTRO DE OFICINA	TOTAL DE GASTO DE ADMINISTRACION
1.200	47.410	5.177	1.380	1.527	<b>56.694</b>
<b>Fuente:</b> Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”					
<b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa					

**Gastos financieros**

El valor del gasto financiero se asignó por medio de un préstamo bancario con un total de \$ 91.200 con el interés anual 10.21% a 20 años. (Ver tabla # 38)

**TABLA # 38 PRESUPUESTO DE GASTOS FINANCIEROS**

AÑO	INTERÉS ANUAL
2014	32.745
2015	29.471
2016	26.196
2017	22.922
2018	19.647
2019	16.373
2020	13.098
2021	9.824
2022	6.549
2023	3.275
<b>Fuente:</b> Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”	
<b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa	

**Gastos de ventas**

Este gasto de ventas es considerado para dar a conocer la hospedería comunitaria que ofrece servicios de hospedaje y restauración. El total de gasto de ventas es de 75 dólares. (Ver tabla # 39)

**TABLA # 39 PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS**

<b>RADIAL</b>	<b>WEB</b>	<b>TRÍPTICOS</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
40	20	15	<b>75</b>
<b>Fuente:</b> Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble” <b>Elaborado por:</b> María Soriano Figueroa			

#### **3.6.4. Ingresos (alojamiento y restaurante)**

El presupuesto de ingreso es la iniciativa para preparar los estados financieros y llevar una correcta operación.

La hospedería comunitaria, estará compuesta por los servicios de alojamiento y alimentos & bebidas, tomando en cuenta las ventas e ingreso de cada actividad, para conseguir los ingresos totales de cada año, como primer año en el servicio de alojamiento en las habitaciones matrimoniales un monto de \$ 1.577, habitaciones dobles \$ 13.140, habitaciones triples \$ 4.336, habitaciones familiares \$ 10.731 y habitaciones matrimoniales \$ 4.599 y en el servicio de alimentos y bebidas en desayuno un valor de \$ 5.931, almuerzo \$ 16.608, merienda \$ 9.490, platos a la carta \$ 21.353 y jugos \$ 2.966, gaseosas \$ 7.118 y cerveza \$ 11.863. Obteniendo un total de ingresos en el año \$ 109.710.

### **3.7. EVALUACIÓN FINANCIERA**

#### **3.7.1. Estados financieros proyectados**

Los estados financieros de la hospedería comunitaria representan la situación económica financiera y son primordiales para el desempeño de la empresa. Estos estados deben ser comprensibles, comparables, útilmente pertinentes, neutrales, confiables y verificables para proveer información sobre el patrimonio en un determinado período para la mejor toma de decisiones de la empresa.

### **3.7.1.1. Estado de ganancias y pérdidas**

El estado de ganancias y pérdidas también llamado estado resultado está compuesto de cuentas de ingresos, gastos y costos, cuyos saldos deben ser cerrados al finalizar el ejercicio contable para demostrar la utilidad y pérdida en el período de actividades. Para la hospedería comunitaria se ha considerado proyectar 20 años, lo cual refleja los ingresos anuales como referencia del primer año con un total de \$ 109.710, costos variables \$ 32.913, costos fijos \$ 8.382, gastos \$ 66.08, utilidad operativa \$ 2.334 y utilidad neta \$ 1.547. (Ver tabla # 40)

**TABLA # 40 ESTADO DE RESULTADO**

ANOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<b>ALOJAMIENTO</b>																					
Precio de habitaciones sencillas	1.577	1.705	1.844	1.995	2.157	2.333	2.523	2.729	2.951	3.192	3.452	3.733	4.037	4.366	4.722	5.107	5.523	5.973	6.460	6.987	
Precio de habitaciones dobles	13.140	14.211	15.369	16.622	17.976	19.441	21.026	22.740	24.593	26.597	28.765	31.109	33.644	36.386	39.352	42.559	46.028	49.779	53.836	58.224	
Precio de habitaciones triples	4.336	4.690	5.072	5.485	5.932	6.416	6.939	7.504	8.116	8.777	9.492	10.266	11.103	12.008	12.986	14.045	15.189	16.427	17.766	19.214	
Precio de habitaciones familiares	10.731	11.606	12.551	13.574	14.681	15.877	17.171	18.571	20.084	21.721	23.491	25.406	27.476	29.716	32.137	34.757	37.589	40.653	43.966	47.549	
Precio de habitaciones matrimoniales	4.599	4.974	5.379	5.818	6.292	6.804	7.359	7.959	8.607	9.309	10.068	10.888	11.776	12.735	13.773	14.896	16.110	17.423	18.843	20.378	
<b>TOTAL DE ALOJAMIENTO</b>	<b>34.383</b>	<b>37.185</b>	<b>40.216</b>	<b>43.493</b>	<b>47.038</b>	<b>50.872</b>	<b>55.018</b>	<b>59.502</b>	<b>64.351</b>	<b>69.596</b>	<b>75.268</b>	<b>81.402</b>	<b>88.036</b>	<b>95.211</b>	<b>102.971</b>	<b>111.363</b>	<b>120.439</b>	<b>130.255</b>	<b>140.871</b>	<b>152.352</b>	
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>																					
Precio de restaurante (desayuno)	5.931	6.415	6.937	7.503	8.114	8.776	9.491	10.264	11.101	12.006	12.984	14.042	15.187	16.424	17.763	19.211	20.776	22.470	24.301	26.282	
Precio de restaurante (almuerzo)	16.608	17.961	19.425	21.008	22.720	24.572	26.574	28.740	31.083	33.616	36.355	39.318	42.523	45.988	49.737	53.790	58.174	62.915	68.043	73.588	
Precio de restaurante (merienda)	9.490	10.263	11.100	12.005	12.983	14.041	15.185	16.423	17.761	19.209	20.775	22.468	24.299	26.279	28.421	30.737	33.242	35.952	38.882	42.050	
Precio de restaurante (platos a la carta)	21.353	23.093	24.975	27.010	29.212	31.592	34.167	36.952	39.963	43.220	46.743	50.552	54.672	59.128	63.947	69.159	74.795	80.891	87.484	94.613	
Precio de restaurante (jugos)	2.966	3.207	3.469	3.751	4.057	4.388	4.745	5.132	5.550	6.003	6.492	7.021	7.593	8.212	8.882	9.605	10.388	11.235	12.150	13.141	
Precio de restaurante (gaseosas)	7.118	7.698	8.325	9.003	9.737	10.531	11.389	12.317	13.321	14.407	15.581	16.851	18.224	19.709	21.316	23.053	24.932	26.964	29.161	31.538	
Precio de restaurante (cerveza)	11.863	12.829	13.875	15.006	16.229	17.551	18.982	20.529	22.202	24.011	25.968	28.085	30.373	32.849	35.526	38.421	41.553	44.939	48.602	52.563	
<b>TOTAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<b>75.327</b>	<b>81.466</b>	<b>88.105</b>	<b>95.286</b>	<b>103.052</b>	<b>111.451</b>	<b>120.534</b>	<b>130.357</b>	<b>140.982</b>	<b>152.471</b>	<b>164.898</b>	<b>178.337</b>	<b>192.872</b>	<b>208.591</b>	<b>225.591</b>	<b>243.976</b>	<b>263.860</b>	<b>285.365</b>	<b>308.622</b>	<b>333.775</b>	
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>109.710</b>	<b>118.651</b>	<b>128.321</b>	<b>138.779</b>	<b>150.090</b>	<b>162.322</b>	<b>175.552</b>	<b>189.859</b>	<b>205.333</b>	<b>222.067</b>	<b>240.166</b>	<b>259.739</b>	<b>280.908</b>	<b>303.802</b>	<b>328.562</b>	<b>355.340</b>	<b>384.300</b>	<b>415.620</b>	<b>449.493</b>	<b>486.127</b>	
<b>COSTO VARIABLE</b>																					
<b>ALOJAMIENTO</b>																					
Costo variable habitaciones (sencillas)	473	512	553	598	647	700	757	819	885	957	1.036	1.120	1.211	1.310	1.417	1.532	1.657	1.792	1.938	2.096	
Costo variable habitaciones (dobles)	3.942	4.263	4.611	4.987	5.393	5.832	6.308	6.822	7.378	7.979	8.629	9.333	10.093	10.916	11.806	12.768	13.808	14.934	16.151	17.467	
Costo variable habitaciones (triples)	1.301	1.407	1.522	1.646	1.780	1.925	2.082	2.251	2.435	2.633	2.848	3.080	3.331	3.602	3.896	4.213	4.557	4.928	5.330	5.764	
Costo variable habitaciones (familiares)	3.219	3.482	3.765	4.072	4.404	4.763	5.151	5.571	6.025	6.516	7.047	7.622	8.243	8.915	9.641	10.427	11.277	12.196	13.190	14.265	
Costo variable habitaciones (matrimoniales)	1.380	1.492	1.614	1.745	1.888	2.041	2.208	2.388	2.582	2.793	3.020	3.266	3.533	3.821	4.132	4.469	4.833	5.227	5.653	6.113	
<b>TOTAL DE COSTO DE ALOJAMIENTO</b>	<b>10.315</b>	<b>11.156</b>	<b>12.065</b>	<b>13.048</b>	<b>14.111</b>	<b>15.262</b>	<b>16.505</b>	<b>17.851</b>	<b>19.305</b>	<b>20.879</b>	<b>22.580</b>	<b>24.421</b>	<b>26.411</b>	<b>28.563</b>	<b>30.891</b>	<b>33.409</b>	<b>36.132</b>	<b>39.077</b>	<b>42.261</b>	<b>45.706</b>	

**ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Costo de restaurante (desayuno)	1.779	1.924	2.081	2.251	2.434	2.633	2.847	3.079	3.330	3.602	3.895	4.213	4.556	4.927	5.329	5.763	6.233	6.741	7.290	7.884
Costo de restaurante (almuerzo)	4.982	5.388	5.827	6.302	6.816	7.372	7.972	8.622	9.325	10.085	10.907	11.796	12.757	13.797	14.921	16.137	17.452	18.875	20.413	22.076
Costo de restaurante (merienda)	2.847	3.079	3.330	3.601	3.895	4.212	4.556	4.927	5.328	5.763	6.232	6.740	7.290	7.884	8.526	9.221	9.973	10.785	11.664	12.615
Costo de restaurante (platos a la carta)	6.406	6.928	7.492	8.103	8.763	9.478	10.250	11.086	11.989	12.966	14.023	15.166	16.402	17.738	19.184	20.748	22.439	24.267	26.245	28.384
Costo de restaurante (jugos)	890	962	1.041	1.125	1.217	1.316	1.424	1.540	1.665	1.801	1.948	2.106	2.278	2.464	2.664	2.882	3.116	3.370	3.645	3.942
Costo de restaurante (gaseosas)	2.135	2.309	2.497	2.701	2.921	3.159	3.417	3.695	3.996	4.322	4.674	5.055	5.467	5.913	6.395	6.916	7.480	8.089	8.748	9.461
Costo de restaurante (cerveza)	3.559	3.849	4.162	4.502	4.869	5.265	5.695	6.159	6.661	7.203	7.790	8.425	9.112	9.855	10.658	11.526	12.466	13.482	14.581	15.769
<b>TOTAL DE COSTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<b>22.598</b>	<b>24.440</b>	<b>26.432</b>	<b>28.586</b>	<b>30.916</b>	<b>33.435</b>	<b>36.160</b>	<b>39.107</b>	<b>42.294</b>	<b>45.741</b>	<b>49.469</b>	<b>53.501</b>	<b>57.861</b>	<b>62.577</b>	<b>67.677</b>	<b>73.193</b>	<b>79.158</b>	<b>85.610</b>	<b>92.587</b>	<b>100.133</b>
<b>TOTAL DE COSTO VARIABLE</b>	<b>32.913</b>	<b>35.595</b>	<b>38.496</b>	<b>41.634</b>	<b>45.027</b>	<b>48.697</b>	<b>52.665</b>	<b>56.958</b>	<b>61.600</b>	<b>66.620</b>	<b>72.050</b>	<b>77.922</b>	<b>84.272</b>	<b>91.141</b>	<b>98.569</b>	<b>106.602</b>	<b>115.290</b>	<b>124.686</b>	<b>134.848</b>	<b>145.838</b>

**COSTOS FIJOS**

Depreciación de infraestructura	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850	2.850
Depreciación de equipos de computación	765	765	765	1.529	1.529	1.529	2.294	2.294	2.294	3.059	3.059	3.059	2.294	2.294	2.294	1.529	1.529	1.529	1.529	1.529
Depreciación de equipos de oficina	409	409	409	409	409	818	818	818	818	818	1.227	1.227	1.227	1.227	1.227	1.636	1.636	1.636	1.636	1.636
Depreciación de muebles y enseres	4.358	4.358	4.358	4.358	4.358	8.717	8.717	8.717	8.717	8.717	13.075	13.075	13.075	13.075	13.075	17.434	17.434	17.434	17.434	17.434
Gasto de administración	56.694	59.529	62.505	65.631	68.912	72.358	75.976	79.774	83.763	87.951	92.349	96.966	101.815	106.905	112.251	117.863	123.756	129.944	136.441	143.263
Gasto financiero	9.312	8.846	8.380	7.915	7.449	6.984	6.518	6.053	5.587	5.121	4.655,78	4.190,20	3.724,62	3.259,04	2.793,47	2.327,89	1.862,31	1.396,73	931,16	465,58
Gasto de ventas	75	79	83	87	91	96	101	106	111	116	122	128	135	141	148	156	164	172	180	190
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>74.463</b>	<b>76.836</b>	<b>79.351</b>	<b>82.779</b>	<b>85.599</b>	<b>93.351</b>	<b>97.273</b>	<b>100.611</b>	<b>104.140</b>	<b>108.633</b>	<b>117.338</b>	<b>121.496</b>	<b>125.120</b>	<b>129.752</b>	<b>134.639</b>	<b>143.796</b>	<b>149.231</b>	<b>154.962</b>	<b>161.002</b>	<b>167.368</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>107.376</b>	<b>112.431</b>	<b>117.847</b>	<b>124.413</b>	<b>130.626</b>	<b>142.048</b>	<b>149.939</b>	<b>157.569</b>	<b>165.740</b>	<b>175.253</b>	<b>189.388</b>	<b>199.418</b>	<b>209.393</b>	<b>220.893</b>	<b>233.208</b>	<b>250.398</b>	<b>264.521</b>	<b>279.648</b>	<b>295.850</b>	<b>313.206</b>
Utilidad operativa	2.334	6.220	10.474	14.367	19.464	20.274	25.613	32.290	39.593	46.814	50.778	60.322	71.515	82.909	95.354	104.942	119.778	135.972	153.643	172.921
15% participación a trabajadores	350	933	1.571	2.155	2.920	3.041	3.842	4.843	5.939	7.022	7.617	9.048	10.727	12.436	14.303	15.741	17.967	20.396	23.046	25.938
Utilidad antes de impuesto	1.984	5.287	8.903	12.212	16.544	17.233	21.771	27.446	33.654	39.792	43.161	51.273	60.788	70.473	81.051	89.200	101.812	115.576	130.597	146.983
Impuesto a la renta	436	1.163	1.959	2.687	3.640	3.791	4.790	6.038	7.404	8.754	9.495	11.280	13.373	15.504	17.831	19.624	22.399	25.427	28.731	32.336
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.547</b>	<b>4.124</b>	<b>6.944</b>	<b>9.525</b>	<b>12.904</b>	<b>13.442</b>	<b>16.981</b>	<b>21.408</b>	<b>26.250</b>	<b>31.038</b>	<b>33.666</b>	<b>39.993</b>	<b>47.415</b>	<b>54.969</b>	<b>63.220</b>	<b>69.576</b>	<b>79.413</b>	<b>90.150</b>	<b>101.865</b>	<b>114.647</b>

**Fuente:** Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

### 3.7.1.2. Flujo de caja (corriente de liquidez)

El flujo de efectivo (Corriente liquidez) son los activos corrientes, pasivos corrientes, activos fijos y pasivos fijos

La empresa “hospedería comunitaria Capital del mueble” posee como efectivo perteneciente en los activos corrientes el total de \$ 24.094,00 que corresponde al capital de los materiales que se utilizarán al iniciar la actividad. Se realiza un préstamo bancario nacional de \$ 91.200,35 y accionistas con un valor de \$ \$ 30.400,12.

En este estado también se cuenta con activos fijos por un total de \$ 97.506,46 y un préstamo y accionistas \$ 30.400,12, lo cual corresponde en el balance inicial de los activos y pasivos por un valor de \$ 121.600,46. (Ver tabla # 41)

**TABLA # 41 FLUJO EFECTIVO (CORRIENTE DE LIQUIDEZ)**

ACTIVOS		PASIVOS	
<i>Corrientes</i>	24.094,00	<i>Fijos</i>	
Efectivo	24.094,00	Préstamos Bancarios	91.200,35
<i>Fijos</i>	97.506,46		
Equipos de computación	2.414,94	<b>TOTAL PASIVO</b>	91.200,35
Equipos de oficina	2.152,11	<b>PATRIMONIO</b>	
Muebles y enseres	22.939,41	Acciones	30.400,12
Estructura	60.000,00		
Terreno	10.000,00		
<b>TOTAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>121.600,46</b>	<b>TOTAL PAS + CAP</b>	<b>121.600,46</b>

**Fuente:** Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

### **3.7.1.3. Balance general**

Es un resumen de todo lo que tiene la empresa y se estructura por medio del activo, pasivo y el patrimonio neto. El balance general muestra en el activo del primer año un valor de \$ 118.588 y en el pasivo un valor de \$ 86.640, mientras que en el patrimonio \$ 31.948 que suman en el total pasivo más patrimonio un valor de \$ 118.588. (Ver tabla # 42)

**TABLA # 42 BALANCE GENERAL**

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<b>ACTIVOS</b>																					
Efectivo	29.464	37.410	48.176	62.288	79.779	102.575	129.676	161.203	197.572	239.493	288.810	344.454	406.755	476.610	554.717	643.182	741.484	850.523	971.277	1.104.813	
Terreno	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000,00	10.000,00
Infraestructura	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Depreciación infraestructura	2.850	5.700	8.550	11.400	14.250	17.100	19.950	22.800	25.650	28.500	31.350	34.200	37.050	39.900	42.750	45.600	48.450	51.300	54.150	57.000	
Equipos de computación	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415	2.415
Depreciación equipos de computación	765	1.529	2.294	3.824	5.353	6.883	9.177	11.471	13.765	16.824	19.883	22.942	25.236	27.530	29.825	31.354	32.883	34.413	35.942	37.472	
Equipos de oficina	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152	2.152
Depreciación equipos de oficina	409	818	1.227	1.636	2.045	2.862	3.680	4.498	5.316	6.134	7.360	8.587	9.814	11.040	12.267	13.903	15.538	17.174	18.809	20.445	
Muebles y enseres	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939	22.939
Depreciación muebles y enseres	4.358	8.717	13.075	17.434	21.792	30.509	39.226	47.943	56.660	65.377	78.453	91.528	104.604	117.679	130.755	148.189	165.623	183.056	200.490	217.924	
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>118.588</b>	<b>118.152</b>	<b>120.536</b>	<b>125.501</b>	<b>133.846</b>	<b>142.727</b>	<b>155.149</b>	<b>171.997</b>	<b>193.687</b>	<b>220.165</b>	<b>249.271</b>	<b>284.704</b>	<b>327.558</b>	<b>377.967</b>	<b>436.627</b>	<b>501.643</b>	<b>576.496</b>	<b>662.086</b>	<b>759.391</b>	<b>869.478</b>	

**PASIVOS**

Préstamo bancario	86.640	82.080	77.520	72.960	68.400	63.840	59.280	54.720	50.160	45.600	41.040	36.480	31.920	27.360	22.800	18.240	13.680	9.120	4.560	0	
-------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	-------	---	--

**PATRIMONIO**

**Fuente:** Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



#### **3.7.1.4. Flujos de caja para evaluación**

El flujo de caja está conformado por los ingresos totales restado de los gastos operativos, 15% de la participación a trabajadores, utilidad antes del impuesto e impuesto a la renta, que designan un valor de flujo efectivo sumado de las inversiones y valor de rescate de terreno, infraestructura, equipos de computación, equipos de oficina, muebles y enseres y capital de trabajo.

El flujo efectivo del primer año es de \$ 5.370, que al transcurrir los años el valor va aumentando hasta llegar a los 20 años con el valor de \$ 161.627. (Ver tabla # 43).

**TABLA # 43 FLUJO EFECTIVO (CASH FLOW)**

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Ingresos totales		109.710	118.651	128.321	138.779	150.090	162.322	175.552	189.859	205.333	222.067	240.166	259.739	280.908	303.802	328.562	355.340	384.300	415.620	449.493	486.127	
Gastos operativos		98.994	104.049	109.465	115.266	121.480	128.134	135.260	142.890	151.061	159.809	169.177	179.207	189.946	201.446	213.761	226.949	241.072	256.199	272.401	289.757	
15% participación a trabajadores		350	933	1.571	2.155	2.920	3.041	3.842	4.843	5.939	7.022	7.617	9.048	10.727	12.436	14.303	15.741	17.967	20.396	23.046	25.938	
Impuesto a la renta		436	1.163	1.959	2.687	3.640	3.791	4.790	6.038	7.404	8.754	9.495	11.280	13.373	15.504	17.831	19.624	22.399	25.427	28.731	32.336	
Pago de préstamo		4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560	
<b>FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)</b>		5.370	7.946	10.767	14.112	17.491	22.796	27.100	31.527	36.369	41.922	49.317	55.644	62.301	69.855	78.106	88.465	98.302	109.039	120.754	133.536	
Inversión en terrenos	-10.000	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Inversión infraestructura	-60.000	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Inversión en equipos de computación	-2.415	0,0	0,0	-2.415	0,0	0,0	-2.415	0,0	0,0	-2.415	0,0	0,0	-2.415	0,0	0,0	-2.415	0,0	0,0	-2.415	0,0	0	0
Inversión en equipos de oficina	-2.152	0,0	0,0	0,0	0,0	-2.152	0,0	0,0	0,0	0,0	-2.152	0,0	0,0	0,0	0,0	-2.152	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Inversión en muebles y enseres	-22.939	0,0	0,0	0,0	0,0	-22.939	0,0	0,0	0,0	0,0	-22.939	0,0	0,0	0,0	0,0	-22.939	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Inversión en capital de trabajo	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Valor de rescate de infraestructura		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.000
Valor de rescate equipos de computación		0	0	2.415	0	0	2.415	0	0	121	0	0	2.415	0	0	2.415	0	0	2.415	0	0	0
Valor de rescate equipos de oficina		0	0	0	0	2.152	0	0	0	0	2.152	0	0	0	0	108	0	0	0	0	0	2.152
Valor de rescate muebles y enseres		0	0	0	0	22.939	0	0	0	0	22.939	0	0	0	0	1.147	0	0	0	0	0	22.939
Recuperación de capital de trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>	<b>97.506</b>	5.370	7.946	10.767	14.112	17.491	22.796	27.100	31.527	34.075	41.922	49.317	55.644	62.301	69.855	54.269	88.465	98.302	109.039	120.754	161.627	
<b>VAN</b>	143.154,78																					
<b>TIR</b>	22%																					
<b>DECISIÓN DE INVERSIÓN</b>	aceptar proyecto																					

**Fuente:** Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

### **3.7.2. Indicadores de rentabilidad de la inversión**

La rentabilidad es una relación porcentual que se obtiene a través del tiempo por cada unidad de recurso invertido.

Como rentabilidad económica se tiene a la inversión inicial del proyecto y la utilidad operativa que es de \$ 2.334 y la rentabilidad financiera que es el 75% del valor del préstamo y 25% de los accionistas, obteniéndose la utilidad neta de \$ 1.547.

#### **3.7.2.1. Tasa interna de retorno**

La tasa interna de retorno (TIR) se define como la tasa de rendimiento utilizada para el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

En el estudio económico que se realizó en la hospedería comunitaria durante 20 años se alcanzó una de tasa del 22% que representa un proyecto aceptable, el cual se encuentra por encima del costo de capital a 0.

#### **3.7.2.2. Valor presente neto**

El proyecto de la hospedería comunitaria “Capital del mueble”, tiene como valor neto \$ 143.154,78 donde la inversión inicial se recuperará en el tercer año.

#### **3.7.2.3. Período de retorno de la inversión**

Es aquella que evalúa la inversión económica del proyecto, que sirve para calcular los números de años necesarios para recuperar la inversión inicial. Los veinte años asignados en el proyecto menciona que cada tres años se recupera la inversión.

#### **3.7.2.4. Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad se utiliza para toma decisiones de inversión del proyecto que indican los factores de demanda, precio y costo y escenarios optimista, probable y pesimista, donde menciona que el precio tiene criterio optimista, los costos un criterio de probable y la demanda tiene un criterio pesimista.

#### **3.7.2.5. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio toma en cuenta los costos fijos y variables anuales y los ingresos totales y el precio a ofrecer en el servicio. Para realizar el cálculo del punto de equilibrio se ha considerado la mezcla de ventas que se obtuvo por las encuestas realizadas en el capítulo anterior.

El proyecto tiene dos servicios en la hospedería comunitaria, alojamiento y restauración. Para el servicio de alojamiento se ofrecerán 5 tipos de habitaciones (sencilla, doble, triple, familiar y matrimonial) y para el servicio de restauración (desayuno, almuerzo, merienda, platos a la carta, jugos, gaseosa, cerveza).

El punto de equilibrio para el alojamiento es de 4.009 que está descompuesto por habitaciones sencillas 361, dobles 2.004, triples 442, familiar 842 y matrimonial 361; para alimentos 11.863 está descompuesto por desayuno 4.196, almuerzo 8.391, merienda 4.196 y platos a la carta 41.96 y bebidas 11.863 que está descompuesto por jugos 10.206, gaseosas 15.308 y cervezas 25.514. (Ver tabla # 44).

**TABLA # 44 PUNTO DE EQUILIBRIO**

		ALOJAMIENTO					
		Sencillas	Dobles	Triples	Familiares	Matrimoniales	
PV		12	18	27	35	35	100%
CP		3,6	5,4	8,1	10,5	10,5	30%
CM		8,4	12,6	18,9	24,5	24,5	70%
MEZCLAS DE VENTAS		9%	50%	11%	21%	9%	
Contribución ponderada		0,756	6,3	2,079	5,145	2,205	
Contribución ponderada total		16,485					
<b>Demanda</b>	1.460	0,07	3,15	0,23	1,08	0,20	
<b>Costo fijos</b>	66.081						
<b>P.E.</b>		4.009					

		ALIMENTOS				
		Desayunos	Almuerzo	Merienda	Platos a la carta	
PV		2,5	3,5	4	9	100%
CP		0,75	1,05	1,2	2,7	30%
CM		1,75	2,45	2,8	6,3	70%
MEZCLAS DE VENTAS		20%	40%	20%	20%	
Contribución ponderada		0,35	0,98	0,56	1,26	
Contribución ponderada total		3,15				
<b>Demanda</b>	0	0,07	0,39	0,11	0,25	
<b>Costo fijos</b>	31.527					
<b>P.E.</b>		10.009				

		BEBIDAS			
		Jugos	Gaseosas	Cerveza	
PV		1,25	2	2	100%
CP		0,375	0,6	0,6	30%
CM		0,875	1,4	1,4	70%
MEZCLAS DE VENTAS		20%	30%	50%	
Contribución ponderada		0,175	0,42	0,7	
Contribución ponderada total		1,295			
<b>Demanda</b>	0	0,04	0,13	0,35	
<b>Costo fijos</b>	109.039				
<b>P.E.</b>		84.200			

**Fuente:** Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

### 3.7.2.6. Ratios financieros

**Razón efectivo:** Se utiliza para medir la capacidad efectiva de la hospedería comunitaria a corto plazo; considerando el activo del efectivo, para evitar recurrir a los flujos de venta que se cuenta en liquidez el primer año 25% y el último año 27%.

**Margen de utilidad neta:** Se relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas.

Mide el porcentaje de cada margen de utilidad de ventas. Para el primer año se obtuvo una utilidad del 1%, y para el último año del 24%, esto quiere decir que se está produciendo una adecuada retribución para la hospedería comunitaria.

**Razón de deuda:** La deuda total cubre en el primer año el 73% y para el último año 0% porque estará completamente cancelada la deuda del préstamo de 20 años para la empresa.

**Multiplicador capital:** Los accionistas van a cubrir el 25% y el resto mediante un préstamo bancario, donde el multiplicador capital que se obtiene en el primer año es del 71% que al finalizar la deuda después de 20 años al 100%.

**Rotación del total de activo:** Indica que los activos para generar ventas deben vender más por cada margen de utilidad en lo invertido, se obtuvo para el primer año 0,9 veces y para el último año 0,6 veces.

**Rendimiento sobre el capital:** Se la obtiene multiplicando el margen de utilidad, rotación del total de activo, multiplicador del capital, que para el primer año recayó al 5 % y para el año 20 el 13% de rendimiento sobre el capital de la empresa.

### **3.7.3. Coeficiente de rentabilidad nacional**

En la hospedería comunitaria se debe tomar en cuenta la utilidad neta del primer año \$ 1.547 con la vida útil de 20 años y la inversión total de \$ 97.506. El porcentaje del coeficiente de rentabilidad nacional es de 0,02%.

### **Valor agregado**

El valor agregado para la hospedería comunitaria está conformado por los servicios de recreación para que los turistas disfruten de las actividades adicionales como canchas deportivas, piscina y sala de eventos, para que disfruten en familia.

#### **3.7.3.2. Generación de empleos**

Mediante las oportunidades que la Provincia de Santa Elena brinda a las comunidades se generan fuentes de trabajo y se elimina el desempleo. Por esta razón el proyecto del estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria creará fuentes de empleo a la comunidad de Atahualpa, evitando que la población busque malos pasos.

#### **3.7.3.3. Beneficios socio económicos**

La fuente económica mejora y beneficiará al país, provincia, cantón y parroquia, por medio del turismo sostenible, brindando servicio de hospedaje y de restauración. (Ver Tabla # 45)

**TABLA # 45 RATIOS FINANCIEROS**

		RESULTADOS																				
RAZONES	FÓRMULAS	AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Razón efectivo	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE		25%	32%	40%	50%	60%	72%	84%	94%	102%	109%	116%	121%	124%	126%	127%	128%	129%	128%	128%	127%
	TOTAL ACTIVOS																					
Margen utilidad neta	UTILIDAD NETA		1%	3%	5%	7%	9%	8%	10%	11%	13%	14%	14%	15%	17%	18%	19%	20%	21%	22%	23%	24%
	VENTAS																					
Razón de deuda	DEUDA TOTAL		73%	69%	64%	58%	51%	45%	38%	32%	26%	21%	16%	13%	10%	7%	5%	4%	2%	1%	1%	0%
	TOTAL DE ACTIVOS																					
Multiplicador capital	1		371%	328%	280%	239%	205%	181%	162%	147%	135%	126%	120%	115%	111%	108%	106%	104%	102%	101%	101%	100%
	1 - RAZON DEUDA																					
Rotación total de activos	VENTAS		0.9	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.0	0.9	0.9	0.8	0.8	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6
	TOTAL DE ACTIVOS																					
Rendimiento sobre el capital	MARGEN DE UTILIDAD	MULTIPLICADOR	5%	11%	16%	18%	20%	17%	18%	18%	18%	18%	16%	16%	16%	16%	15%	14%	14%	14%	13%	13%
	DEL TOTAL DE ACTIVO	DEL CAPITAL																				

Fuente: Estudio financiero – Hospedería Comunitaria “Capital del mueble”  
 Elaborado por: María Soriano Figueroa



## CONCLUSIONES

La hospedería comunitaria brindará servicio de alojamiento y restauración como estrategia para que el cliente visite la Parroquia Atahualpa y disfrute de los servicios de alimentación.

La metodología de la investigación que se realizó a los turistas y pobladores de la comunidad, se obtuvo como resultado la aceptación del proyecto, que como personas intelectuales e innovadoras ayudaron al desarrollo de la propuesta en el último capítulo, que se plasmó ideas y conocimientos reales de la comunidad.

El apoyo del gobierno autónomo descentralizado de la Provincia de Santa Elena y Atahualpa, es fundamental para la administración legal de documentos e inversión económica, que permitirá fomentar el turismo sostenible para la Parroquia Atahualpa.

El estudio de factibilidad que se realizó dio a conocer resultados viables para la inversión del proyecto, la recuperación de la inversión se presenta después de tres años y para el reconocimiento de la prestación del servicio se utilizará la promoción y publicidad para que los huéspedes y clientes disfruten de la actividad turística que brinda la Hospedería comunitaria “Capital del Mueble”

Esta oportunidad de creación de hospedería comunitaria en la comunidad prevalece para que los pobladores de la localidad eviten la emigración a otras comunidades aledañas y ayuden a desarrollar turísticamente las actividades que se pueden anexar para que el turista visite los alrededores la Parroquia Atahualpa.

## **RECOMENDACIONES**

- Aprovechar las ventajas y oportunidades que se pueden implementar para la localidad de Atahualpa.
- La empresa debe ser íntegro en la productividad para las correctas estrategias de marketing que son: la promoción, producto o servicio, plaza y precios. Estar en constante innovación en la publicidad y promoción de los servicios de alojamiento, para atraer demanda turística.
- Realizar convenios con las diferentes instituciones de la Provincia de Santa Elena, para crear servicios adicionales y satisfacer las necesidades de los turistas en la hospedería comunitaria.
- Brindar servicios de calidad en la actividad turística para satisfacer las necesidades de los turistas. Mantener en constante capacitación al personal de la hospedería comunitaria en las diferentes áreas y brindar servicios de calidad a los huéspedes.
- Continuar con el estudio financiero de la hospedería comunitaria para determinar las ganancias periódicas para garantizar la permanencia de los turistas.

## BIBLIOGRAFÍA

Altaman, D. G. (1991-1992). Practical statistics for medical research. Hall London: First edition.

Briones, G. (2013). Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. México, trillas: cuarta.

C. Soriano Presidente . (2012, Octubre 11). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Santa Elena: GAD Parroquial. Retrieved 09 5, 2013

Carrasco, A. (2013, Octubre 3). Plan de tour 2020. Retrieved from “Turismo en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas”, MAE Subsecretario Técnico: <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Cisneros Granizo, P. (2013). Festividades de la Parroquia Atahualpa. Atahualpa Histórico, 12-29.

comunitario, t. (1990, 02 7). wikipedia. Retrieved 09 12, 2013, from [www.wikipedia.turis/comunitario.com](http://www.wikipedia.turis/comunitario.com)

Daniarys, R. (2009, marzo 1). Etapas del análisis de factibilidad . Retrieved from Compendio bibliográfico: <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Dean, M. C. (1999). the tourist. California .

Delgado, H. (2007). Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Península de Santa Elena. Ecuador: Informe final. Retrieved 09 8, 2013, from [https://www.google.com.ec/?gws\\_rd=cr&ei=9fp6Up7kIY6OkAfHuYDgCw#q=Plan+Estrategico+para+el+Desarrollo+Turistico+de+la+Peninsula+de+Santa+El+ena](https://www.google.com.ec/?gws_rd=cr&ei=9fp6Up7kIY6OkAfHuYDgCw#q=Plan+Estrategico+para+el+Desarrollo+Turistico+de+la+Peninsula+de+Santa+El+ena)

Dinero, R. (2003). Cómo armar un plan de negocios. Revista Dinero, 10.

Fernandez, R. D. (2013, octubre 12). Monografías .

Frank, C. (2009). Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Guayas, Gobierno Provincial del Guayas. Guayquil: Camara de Turismo Guayas.

Gaudy, E. (2013, Octubre 13). Técnicas e Instrumentos de Investigación. Retrieved from <http://es.scribd.com/doc/77185549/Tecnicas-e-Instrumentos-de-Investigacion>

Gladys Eljuri Álvarez. (2004). Ecuturismo Ecuador. Quito: Ministerio de turismo del Ecuador.

Gómez, M. (2013, Abril). Introducción a la Metodología . Retrieved from <http://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA102&lpg=PA102&dq=Investigaci%C3%B3n+transeccional+o+transversal&source=bl&ots=b6rKEVtSER&sig=9PUUjrPNLmhdVVPvyLymW4JmAjc&hl=es&sa=X&ei=WaaeUsWZGsarkAeY24DoCA&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n>

Granados. (2013, octubre 8). Diseño Experimental. Retrieved from [www.wikipedia.diseño.experimen.com](http://www.wikipedia.diseño.experimen.com)

Josep, C. (1974, 07 31). operacionoxito. Retrieved from *Matematicas intermedias*: <http://matematicasintermedias.files.wordpress.com/2012/02/conceptos-basicos-de-la-estadistica-para-el-examen.pdf>

Kerlinder, F. (1979). Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento. México: Nueva editorial Interamericana. Retrieved from <http://www.slideshare.net/bevi/diseos-no-experimentales>

Limón, R. R. (2013, Octubre 8). Buenas tareas. Retrieved from *Metodo Analítico*: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>

Limón, R. R. (2013, octubre 3). eumed.net. Retrieved from *Enciclopedia Virtual*: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>

Limones, J. (2013, septiembre 4). Provincia de Santa Elena. Retrieved from *Viajando Ecuador*: <http://www.viajandox.com/santa-elena.htm>

López, N. M. (2013, Octubre 2). Metodología de la Investigación. Retrieved from [www.monografias.metod.de.investigac.com](http://www.monografias.metod.de.investigac.com)

Malave, G. C. (2012-2013). Estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna Jambelí, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. Santa Elena.

Martinez, L. N. (2013, septiembre 8). Diseño de la investigación. Retrieved from [http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_metod\\_investigac4\\_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm)

Mendoza, E. (2000). Hospederías Comunitarias, Manglaralto. guayaquil: I.

Ministerio de Turismo, E. (2013, Agosto 1). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador. Retrieved from *PIMTE 2014*:

[http://preapp01.comunidadandina.org/obatur/obatur\\_contenido/html/files/PLAN ECUADOR2.pdf](http://preapp01.comunidadandina.org/obatur/obatur_contenido/html/files/PLAN ECUADOR2.pdf)

NORMA ARGENTINA, I.-S. 4. (2009). ALOJAMIENTO RURAL. Argentina: Primera edición. Retrieved from [http://2016.turismo.gov.ar/wp\\_turismo/wp-content/uploads/2009/06/42250-iram-sectur-2009.pdf](http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2009/06/42250-iram-sectur-2009.pdf)

Pineda, M. (2013, Agosto 29). Atractivos turisticos del ecuador. Retrieved from Turismo y Hoteleria: <http://www.slideshare.net/MarthaPineda/attractivos-turisticos-del-ecuador>

Quintero, J. C. (2012, Noviembre 7). técnicas de investigación: entrevista, encuesta y observación. Retrieved from Wikipedia: [www.tecnicas.investigacion/23.com](http://www.tecnicas.investigacion/23.com)

Ramírez Almaguer, V. M. (2009, Marzo). Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía. Retrieved 09 10, 2013, from Eumed: <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Reyes, B. D. (2013, Octubre 10). Técnicas para el proceso de evaluación: la observación y la entrevista. Retrieved from Monografias:

<http://www.monografias.com/trabajos78/tecnicas-proceso-evaluacion-observacion-entrevista/tecnicas-proceso-evaluacion-observacion-entrevista.shtml>

Rivas, G. E. (2009, agosto 12). Monografias. Retrieved from Procedimientos para realizar investigación:

<http://www.monografias.com/trabajos74/procedimiento-realizar-investigacion/procedimiento-realizar-investigacion.shtml>

Roberto, C. (2012, octubre 7). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. Retrieved from Metodología de la investigación: <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

Rojas, V. M. (2007). Metodología de la Investigación. Colombia.

Romero, Z. (2013). Microsof. Microsoft Power Point,

[http://www.uhu.es/zulema.nacimiento/excel/Apuntes/Acrobat/Microsoft%20PowerPoint%20-%20La%20hoja%20de%20calculo%20EXCEL\\_Pdf](http://www.uhu.es/zulema.nacimiento/excel/Apuntes/Acrobat/Microsoft%20PowerPoint%20-%20La%20hoja%20de%20calculo%20EXCEL_Pdf).

Rubin, L. (1996, 07 31). operacioneixto.com. Retrieved from

<http://matematicasintermedias.files.wordpress.com/2012/02/conceptos-basicos-de-la-estadistica-para-el-examen.pdf> Serrano, S. (2012, Enero 6 ). El telègrafo. Retrieved from <http://www.ppelverdadero.com.ec/mi-pais/item/santa-elena-apunta-a-un-turismo-sostenido-todo-el-ano.html>

Solís Carrión, D. R. (2013, septiembre 5). Turismo Comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad social. Retrieved 08 30, 2013, from [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8517/1/25438\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8517/1/25438_1.pdf)

Suarez, V. (2012, Marzo 5). Estadísticas Macroeconómicas. Retrieved 09 8, 2013, from Cuentas Nacionales:

<http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/metodologia/METODOLOGIA3RAed.pdf>

Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos. México: Sexta Edición.

Velez, D. (2013- 2007). Cuenta Satélite de turismo de México INEGI. México.

Vera, A. (2013, octubre 10). Principales tipos de Investigación. Retrieved from Monografías: <http://www.monografias.com/trabajos58/principales-tipos-investigacion/principales-tipos-investigacion2.shtml>

Vinueza, D. M. (2012). Banco Central del Ecuador. Retrieved 09 7, 2013

Zambrano, J. (199, Octubre 20). Ley de compañías, Ecuador. Retrieved from slideshare.net: <http://www.slideshare.net/yani85/ley-de-companias-del-ecuador>

Zorrilla Arena, S. (2013, Diciembre 1). wikipedia. Retrieved from Investigación metodológica: <http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n>

# ANEXOS

## ANEXO I ENCUESTA A TURISTA



### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

#### CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN DESARROLLO TURÍSTICO

**OBJETIVO:** Obtener y recopilar información para un Estudio de Factibilidad para la creación de una Hospedería en la Parroquia de Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

**INSTRUCTIVO:** Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el casillero que corresponda a la alternativa que crea conveniente considerando los requerimientos siguientes:

Seleccione una alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

**1.- Género**

Femenino  Masculino

**2.- Edad**

15 - 18 años	<input type="checkbox"/>	26 - 30 años	<input type="checkbox"/>
19 - 25 años	<input type="checkbox"/>	31 - 45 años	<input type="checkbox"/>
		46 - 60 años	<input type="checkbox"/>
		más de 60 años	<input type="checkbox"/>

**Nacionalidad**

**3.- ¿Cuándo usted visita la Provincia de Santa Elena en qué comunidades se ha hospedado?**

Montañita	<input type="checkbox"/>	Cadeate	<input type="checkbox"/>
Olón	<input type="checkbox"/>	Libertador Bolívar	<input type="checkbox"/>
Manglaralto	<input type="checkbox"/>	Atahualpa	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	Mencione: _____	<input type="checkbox"/>
		La Libertad	<input type="checkbox"/>
		Salinas	<input type="checkbox"/>
		Santa Elena	<input type="checkbox"/>

**4.- ¿Su hospedaje lo realizan en?**

Hoteles	<input type="checkbox"/>	Hospederías comunitarias	<input type="checkbox"/>
Hosterías	<input type="checkbox"/>	Casa de familiares	<input type="checkbox"/>
		Campamentos	<input type="checkbox"/>
		Otros	<input type="checkbox"/>

**5.- ¿Cuántas noches se hospeda en estos establecimientos?**

1 Noche	<input type="checkbox"/>	3 Noches	<input type="checkbox"/>
2 Noches	<input type="checkbox"/>	4 Noches	<input type="checkbox"/>
		5 Noches o mas	<input type="checkbox"/>

**6.- ¿Qué actividad turística realiza?**

Sol y Playa.	<input type="checkbox"/>	Relax y salud	<input type="checkbox"/>
		Visita a lugares Naturales	<input type="checkbox"/>
Deportes Extremos	<input type="checkbox"/>	Visita a lugares Culturales	<input type="checkbox"/>
		Paseos por barrios y calles	<input type="checkbox"/>



**7.- ¿Cómo es el servicio de alojamiento?**

Agradable	<input type="checkbox"/>	Costoso	<input type="checkbox"/>	Saturado
Poco agradable	<input type="checkbox"/>	Inseguro	<input type="checkbox"/>	Incomodo

**8.- ¿Cuánto Ud. Paga por persona y por cada noche de hospedaje?**

≥ \$ 46	<input type="checkbox"/>	\$ 26 – 35	<input type="checkbox"/>	≤ \$ 15	<input type="checkbox"/>
\$ 36 – 45	<input type="checkbox"/>	\$ 16 – 25	<input type="checkbox"/>		

**9.- ¿Cuál es el motivo de su visita?**

Recreación o esparcimiento	<input type="checkbox"/>	Cultura y tradiciones	<input type="checkbox"/>	Tranquilidad y relax	<input type="checkbox"/>
Visita a familiares/amigos	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>	Alojamiento rural	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>	Compras	<input type="checkbox"/>		

**10.- ¿Ud. conoce la Parroquia Atahualpa llamada "Capital del Mueble"?**

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**11.- ¿Para usted es importante encontrar un lugar donde se le garantice tranquilidad y seguridad para sus noches de descanso?**

Muy de acuerdo	<input type="checkbox"/>	Indiferente	<input type="checkbox"/>	Muy desacuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>	En desacuerdo	<input type="checkbox"/>		

**12.- ¿Considera Ud. que la Parroquia Atahualpa es un lugar?**

De Atractivos Naturales	<input type="checkbox"/>	De descanso y tranquilidad	<input type="checkbox"/>	De esparcimiento	<input type="checkbox"/>
De Atractivos Culturales	<input type="checkbox"/>	De Disfrutar en familia	<input type="checkbox"/>	Restaurante	<input type="checkbox"/>

**13.- ¿Qué otros servicios adicionales le gustaría recibir en la Hospedería Comunitaria en la Parroquia Atahualpa?**

Restaurante	<input type="checkbox"/>	Minibar	<input type="checkbox"/>	Cancha deportiva	<input type="checkbox"/>
Cafetería	<input type="checkbox"/>	Discoteca	<input type="checkbox"/>	Tv cable	<input type="checkbox"/>
Lavandería	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>

**14.- ¿Ud. se hospedería en la Parroquia Atahualpa?**

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Fuente:** Turistas Locales, Nacionales y Extranjeros

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## ANEXO II ENCUESTA A HABITANTES DE LA PARROQUIA ATAHUALPA



### ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN DESARROLLO TURÍSTICO

**OBJETIVO:** Obtener y recopilar información para un Estudio de Factibilidad para la creación de una Hospedería en la Parroquia de Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

**INSTRUCTIVO:** Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el casillero que corresponda a la alternativa que crea conveniente considerando los requerimientos siguientes:

Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

#### 1.-Género

Femenino

Masculino

#### Edad

15 - 18 años

26 - 30 años

46 - 60 años

19 - 25 años

31 - 45 años

más de 60 años

#### 2.- ¿Que es el turismo para Usted?

Desplazamiento de un lugar a otro

Servicios turísticos

Diversión o pasatiempo

Ingresos económicos

#### 3.- ¿Qué lugares turísticos ha visitado fuera de la Parroquia Atahualpa?

Salinas

Baños de San Vicente

La Libertad

Ruta del Spondylus

#### 4.- ¿Conoce Ud. que la Parroquia Atahualpa cuenta con lugares turísticos?

Si

No

#### 5.- ¿Ha realizado alguna actividad turística en la Parroquia Atahualpa?

Si

No

#### 6.- ¿Considera Ud. que es importante el desarrollo turístico en la Parroquia Atahualpa?

Si

No

7.- ¿Participaría Ud. para el desarrollo turístico en la Parroquia Atahualpa?

Si  No

8.- ¿Ha pensado Ud. Brindar servicios de hospedaje a los que visitan la comunidad?

Si  No

9.- ¿Su domicilio cuenta con espacio disponible para brindar servicio de hospedaje a cambio de un valor monetario?

Si  No

10.- ¿Le gustaría Ud. formar parte de una empresa de hospedaje y alimento en la Parroquia Atahualpa?

Si  No

11.- ¿Le gustaría que se creara una hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa?

Si  No

12.- ¿ Ud. conformaría parte de hospederías comunitarias en la Parroquia Atahualpa

Si  No

13.- ¿Qué otros servicios adicionales le gustaría recibir en la Hospedería comunitaria de la Parroquia Atahualpa?

Restaurante	<input type="checkbox"/>	Minibar	<input type="checkbox"/>	Cancha deportiva	<input type="checkbox"/>
Cafetería	<input type="checkbox"/>	Discoteca	<input type="checkbox"/>	Tv cable	<input type="checkbox"/>
Lavandería	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Fuente:** Parroquia Atahualpa

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**ANEXO III ENTREVISTA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN DESARROLLO TURÍSTICO**

**OBJETIVO:** Obtener y recopilar información para un Estudio de Factibilidad para la creación de una Hospedería Comunitaria en la Parroquia de Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

<b>Nombre de la Institución:</b>
<b>Nombre del entrevistado y puesto de trabajo que desempeña:</b>
<b>Cuanto tiempo tiene en su labor profesional:</b>
<b>Título profesional que obtiene:</b>

**× Género:**

**× Edad:**

**× Estado civil:**

**× Nacionalidad:**

1. ¿Qué es turismo para Usted?
2. ¿Considera Ud. que es importante el desarrollo turístico en la Parroquia Atahualpa?
3. ¿Participaría Ud. para el desarrollo turístico en la Parroquia Atahualpa?
4. ¿Ha pensado Ud. brindar servicios de hospedaje a los que visitan a la comunidad?

5. ¿Le gustaría Ud. formar parte de una empresa de hospedaje y alimento en la Parroquia Atahualpa?
6. ¿Su Institución cuenta con espacio disponible para brindar servicio de hospedaje a cambio de un valor monetario?
7. ¿Le gustaría que se creara una hospedería comunitaria en la Parroquia Atahualpa?
8. ¿Ud. conformaría parte de hospederías comunitarias en la Parroquia Atahualpa?
9. ¿El servicio esperado permitirá, y en qué medida, destacar las ventajas que posee la parroquia Atahualpa a nivel de atractivos y servicios?
10. ¿Cree Ud. que la hospedería comunitaria ayudara al reconocimiento a nivel local y nacional, más allá de la actual producción y venta de muebles?

### **GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Fuente:** GAD Parroquial y Municipal  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

**ANEXO IV FOTOS**  
**ENCUESTA A TURISTAS**



**Fuente:** Playa de San Pablo  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Playa de Ayangué  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

**ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIA DE  
ATAHUALPA**



**Fuente:** GAD Parroquial  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** GAD Parroquial  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## PARQUE CENTRAL DE LA PARROQUIA ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



## PARQUE CENTRAL DE LA PARROQUIA ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## PARQUE ELOY ALFARO



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## IGLESIA CATÓLICA DE LA PARROQUIA ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## REGISTRO CIVIL



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## INFOCENTRO ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## TENENCIA POLÍTICA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## GUARDERÍA “SI BEBÉ”



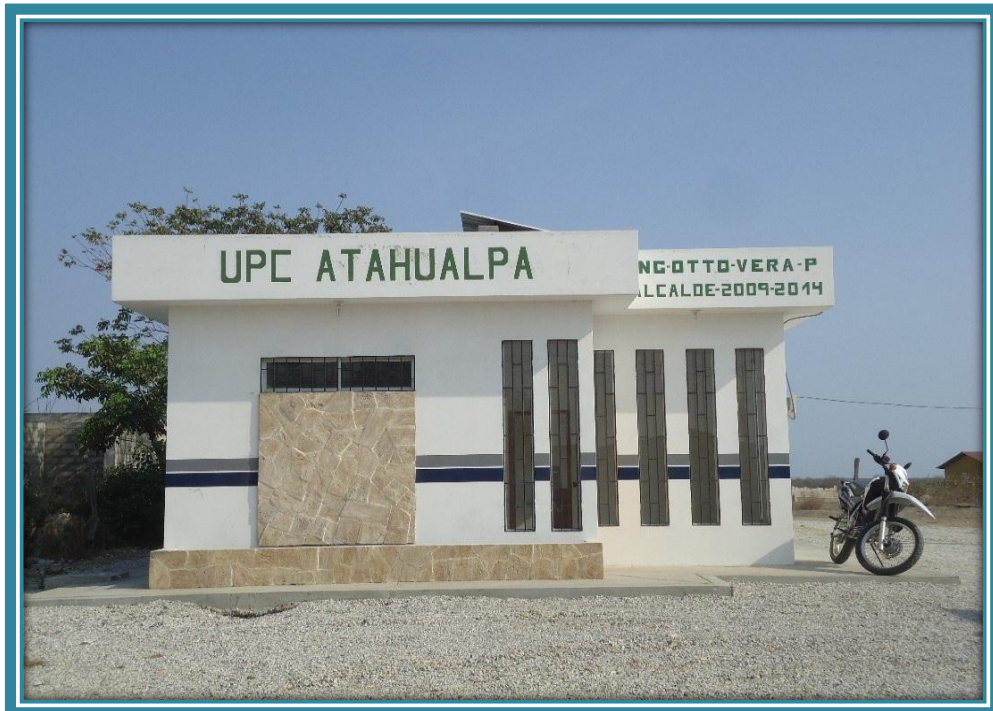
**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## CENTRO DE SALUD



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## UPC ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:**  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## ESCUELA “15 DE MARZO”



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## COLEGIO FISCAL ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



## JARDÍN LUZ DE SABER



**Fuente:** Parroquia Atahualpa

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## CENTRO COMUNITARIO ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa

**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## FERROMARKET



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## LUBRICADORA



**Fuente:**  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## MONUMENTO DEL PADRE



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## MONUMENTO DE LA MADRE



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## MUEBLERÍAS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA

### COMEDORES



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## JUEGOS DE SALA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## ARTESANÍAS



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## PLAYA DE ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## PLAYA DE ATAHUALPA



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



## EVENTO PLAYERO



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa



**Fuente:** Parroquia Atahualpa  
**Elaborado por:** María Soriano Figueroa

## GLOSARIO

**Turismo Comunitario:** Se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. (comunitario, 1990)

**Turista:** Es el nacional o extranjero residente de un país que se desplaza voluntariamente y temporalmente por el territorio o fuera de sus fronteras con propósitos de recreación, salud, descanso, cultura, negocios o cualquier otro similar, excepto los de cambiar de lugar de residencia o realizar un trabajo permanente.

**Factibilidad:** Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

**Viabilidad:** Según el diccionario de la Real Academia Española Viabilidad: “cualidad de viable”, Viable: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”. Según Baca: es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

**Hospedería:** Establecimiento público donde se hospeda a personas que pagan por su alojamiento y los servicios complementarios. Lugar de un monasterio o una casa de una comunidad religiosa destinado a hospedar a visitantes y peregrinos que pagan por su alojamiento y los servicios complementarios. Hospedaje (alojamiento). Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.

**Comunitario:** Son todas aquellas actividades y trabajos que una persona, grupo o asociación, realicen en función del bien común de una zona geográfica o grupo que por alguna cuestión que se los impide no pueden lograrlo por sí mismos.

**Alojamiento:** Es aquel establecimiento de alojamiento que se encuentra ubicado en un área natural protegida o no y que pertenece a una persona natural, jurídica o comunitaria legalmente reconocida. Dicho establecimiento utiliza en su construcción y acabados, materiales que provengan de fuentes certificadas y/o con un manejo sostenible; y que incorpore “programas de manejo y uso sostenible de los recursos suelo, agua y energía”, tanto en su implementación como operación. Debe ser construido en armonía con el entorno natural buscando el menor impacto visual y ambiental, además la construcción debe reflejar los estilos arquitectónicos y respetar la cultura del área. (Gladys Eljuri Álvarez, 2004)

**Alimentación:** Es el servicio de alimentos y bebidas dado por una persona natural, jurídica o comunitaria legalmente reconocida que apoya acciones encaminadas a mitigar impactos negativos ambientales, económicos y sociales en su área de influencia y que además concientiza a sus visitantes sobre aspectos naturales y culturales de la zona. (Gladys Eljuri Álvarez, 2004)

**Cabaña:** Unidad habitacional que cuenta con, por lo menos, dos áreas claramente diferenciadas (una social y otra habitacional) y con sus respectivos servicios sanitarios completos. Está generalmente aislada de los servicios generales o principales del establecimiento. (Fernandez, 2013)

Establecimiento de hospedaje constituido por un conjunto de construcciones independientes e íntegras por áreas para la pernoctación y elaboración de alimentos con espacios para estacionar.

**Demanda Turística:** Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos en el caso del turismo nacional; y a precios determinados por las tasas de cambio, en el turismo internacional. (Fernández, 2013)

**Oferta Turística:** Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (Patrimonio Industria y Propaganda). En estas combinaciones de prestaciones materiales y de servicios, éstos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

**Servicio Turístico:** Organización adecuada y personal especializado destinados a satisfacer necesidades y deseos del turista.

**Atractivo Turístico:** Cualquier elemento que pueda inducir un turista a que este visite un determinado lugar. (Dean, 1999)

Es la relación empírica entre el turista, un sitio y una explicación o una pieza de información acerca del sitio. Si el sitio no está explicado no hay forma de diferenciarlo para quien no está familiarizado. La formación del atractivo pasa por etapas que van desarrollando la relación entre el turista y el sitio. Estas etapas se forman a partir de las actitudes y comportamiento del consumidor respecto al sitio y el marco institucional de este.

Las etapas son: nombrar, encuadre y elevación, consagración, reproducción mecánica y reproducción social. Su valor turístico reside en la forma en que una comunidad organiza los elementos sociales, históricos, culturales y naturales en un torrente de impresiones. (Dean, 1999)

**Hospitalidad:** Industria que comprende establecimientos de hospedaje, y restaurantes que sirven a los huéspedes con cortesía y calidez.

**Infraestructura:** Todas las facilidades que se requiere antes del desarrollo del potencial turístico de una región. Ejemplo Teléfono, aguas blancas y negras, aeropuertos, etc.

**Organización Mundial de Turismo (OMT):** Organismo de las Naciones Unidas formado en 1970, tiene su base en Madrid, y su objetivo fundamental es prestar ayuda a los gobiernos en materia de planificación turística. Está conformada por casi 150 países.

**Hospedaje Turístico:** Alojamiento que puede presentarse en diversas modalidades de establecimientos de servicios como son: hoteles, moteles, casas para huéspedes, apartamentos, Tráiler Park, hotel residencial, tiempo compartido.

**Actividad Turística:** Corresponde a los procesos de producción que realizan los establecimientos homogéneos o empresas que están estrechamente relacionadas con el turismo. Se dividen en: alojamiento, restaurantes y bares, manufacturas incluyendo la producción artesanal, transporte de pasajeros, servicios de esparcimiento (centros nocturnos, exposiciones de pintura, museos, etc.), comercio y otros servicios como revelado de fotografía, renta de automóviles y autobuses, apoyo al transporte, servicios de administración y promoción turística, etcétera.

Al conjunto de ese tipo de unidades económicas se le denomina industria turística, determinándose los indicadores más importantes de la misma. (Cuenta Satélite de Turismo de México INEGI, 2013-2007)