



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE CABAÑAS EN EL COMPLEJO TURÍSTICO  
TELÉSFORO VILLACRÉS DE BAÑOS DE SAN  
VICENTE, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2014.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTOR:**

**EVER ERASMO RODRÍGUEZ REYES**

**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 HOTELERÍA Y TURISMO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE CABAÑAS EN EL COMPLEJO TURÍSTICO  
TELÉSFORO VILLACRÉS DE BAÑOS DE SAN  
VICENTE, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2014.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTOR:**

**EVER ERASMO RODRÍGUEZ REYES**

**TUTOR:**

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

**LA LIBERTAD – ECUADOR  
2014**

La Libertad, Junio del 2014

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS EN EL COMPLEJO TELÉSFORO VILLACRÉS DE BAÑOS DE SAN VICENTE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”, elaborado por el Sr. Ever Erasmo Rodríguez Reyes, Egresado de la Carrera de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, 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**

En primer lugar a Jehová Dios, por crearnos con la capacidad de adquirir los conocimientos que nos permiten desarrollarnos como profesionales y ser entes productivos para la sociedad.

Con todo mi afecto y amor para la persona más importante en mi vida a mi mamá Victoria Reyes Rosales por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a usted por siempre mi corazón y dedicación.

**EVER ERASMO**

## **AGRADECIMIENTO**

A todas las personas que participaron e hicieron posible este proyecto.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por darme la oportunidad de prepararme para ser un profesional.

A todos los profesores, que durante el proceso, aportaron con un granito de arena en mi formación.

A Emuturismo por las facilidades que me brindaron para poder realizar el proyecto. Al presidente de la comuna de Baños de San Vicente Lcdo. Gervasio Figueroa, por proveer información importante, y al administrador del complejo turístico Telésforo Villacrés, Lcdo. Antonio Gonzabay.

**EVER ERASMO**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.  
**DIRECTOR DE CARRERA  
HOTELERÍA Y TURISMO**

---

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

---

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.  
**PROFESOR DEL ÁREA**

---

Abg. Joe Espinoza Ayala.  
**SECRETARIO GENERAL**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO.**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS EN  
EL COMPLEJO TURÍSTICO TELÉSFORO VILLACRÉS DE BAÑOS DE  
SAN VICENTE, DEL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA  
DE SANTA ELENA, AÑO 2013- 2014.**

**Autor:** Ever Rodríguez Reyes.

**Tutor:** Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación desarrollado trata sobre el estudio de factibilidad para la creación de cabañas en el Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena. Este trabajo se realizó mediante consulta bibliográfica de varios autores que permitieron orientar y tener un concepto amplio con respecto al problema de investigación, que respaldan nuestra teoría, logrando llevar a cabo cada una de las actividades de manera eficaz. Por lo que a través del presente trabajo y a la aplicación de la metodología adecuada al proyecto, en este caso la investigación descriptiva que permite analizar una situación y de campo para la recopilación de datos relevantes, mediante técnicas como las encuestas y entrevistas a los turistas, personal administrativo del complejo y la comuna fueron la base para el proceso de investigación, por lo cual se llegó al análisis de resultados tomando en consideración los índices, las variables, la población y la muestra que fueron obtenidas en las actividades realizadas para el desarrollo de la propuesta. Para finalizar este trabajo de investigación se tomó la decisión de realizar un estudio de mercado, técnico, administrativo, financiero y posteriormente realizar una evaluación económica, que determine la rentabilidad del proyecto y contribuya en el desarrollo turístico del complejo y socio-económico de la comuna. Considerando el monto total de inversión de 64.150,00 dólares con un periodo de recuperación de la inversión de 8 años y con una tasa interna de retorno del 21 %, un valor actual neto de 66.625,79. En base a esta información se efectuó la propuesta poniendo énfasis en cada uno de los puntos a plantearse que sean de beneficio para el desarrollo de la organización.

## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA .....</b>	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xv</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS .....</b>	<b>xviii</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>MARCO CONTEXTUAL .....</b>	<b>3</b>
Tema.....	3
Problema de investigación .....	4
Planteamiento del problema.....	4
Delimitación de la problemática .....	7
Formulación del problema .....	7
Sistematización del problema .....	7
Evaluación.....	8
Justificación del tema.....	9
Objetivos .....	10
Objetivo general .....	10
Objetivos específicos .....	10
Hipótesis.....	10
Operacionalización de las variables .....	11

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>13</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
1.1. ANTECEDENTE DEL TEMA.....	13
1.1.1. Reseña histórica.....	13
1.1.2. Organización territorial .....	14
1.1.3. Característica demográficas .....	17
1.1.4. Análisis económico .....	17
1.1.4.1. PIB en el Ecuador .....	18
1.1.4.2. PIB en el sector turístico del Ecuador.....	19
1.1.4.3. Inflación .....	20
1.1.5. Relación de género en las actividades productivas .....	21
1.1.6. Aspectos productivos .....	22
1.1.6.1. Sector Ganadero.....	22
1.1.6.2. Servicios de Transporte .....	22
1.1.6.3. Sector hotelero .....	23
1.1.6.4. Complejo turístico.....	23
1.1.7. Desarrollo del sector turístico.....	23
1.1.7.1. El sector turístico en el Ecuador .....	23
1.1.7.2. Demanda turística en el Ecuador .....	24
1.1.7.3. Principales estrategias para el desarrollo turístico.....	25
1.2. RECURSOS DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	26
1.2.1. Sistema turístico .....	26
1.2.2. Producto turístico .....	27
1.2.3. Importancia del turismo.....	27
1.2.4. Viabilidad económica y desarrollo del turismo.....	28
1.2.5. Clasificación Hotelera .....	28
1.2.5.1 Hoteles.....	28
1.2.5.2 Hostales .....	29
1.2.5.3 Pensiones .....	29
1.2.5.4 Hosterías .....	30

1.2.5.5	Refugios.....	30
1.2.5.6	Moteles .....	30
1.2.5.	Producto final “Cabañas” .....	30
1.3.	<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....</b>	<b>31</b>
1.3.1.	Plan financiero.....	31
1.3.2.	Estudio de factibilidad.....	32
1.3.3.	Etapas de estudio de factibilidad .....	32
1.3.3.1.	Análisis de Mercado .....	32
1.3.3.2.	Análisis Técnico .....	32
1.3.3.3.	Análisis Económico .....	33
1.3.3.4.	Análisis Financiero .....	33
1.3.3.5.	Análisis del impacto ambiental.....	34
1.3.3.6.	Términos técnico de interés .....	34
1.4.	<b>MARCO LEGAL .....</b>	<b>36</b>
1.4.1.	Constitución de la República del Ecuador .....	36
1.4.2.	Plan Nacional del Buen Vivir.....	37
1.4.3.	Código Orgánico de la Producción .....	38
1.4.4.	Normas ISO .....	40
1.4.5.	Normas IRAM.....	41
	<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>42</b>
	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>42</b>
2.1.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	42
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
2.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	43
2.3.1.	Investigación Descriptiva .....	43
2.3.2.	Investigación de Campo .....	43
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
2.4.1.	Método Analítico.....	44
2.4.2.	Método Sintético .....	44

2.4.3.	Método Deductivo .....	44
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	45
2.6.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	45
2.7.	POBLACIÓN.....	46
2.8.	MUESTRA.....	47
2.9.	PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE INVESTIGACIÓN..	48
2.9.1.	Procedimientos .....	48
2.9.2.	Procesamientos .....	49

**CAPÍTULO III..... 50**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... 50**

3.1.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS .....	51
3.2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE LA ENCUESTAS.....	57
3.3.	CONCLUSIONES .....	79
3.4.	RECOMENDACIONES .....	80

**CAPÍTULO IV ..... 81**  
**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS EN EL COMPLEJO TURÍSTICO TELÉSFORO VILLACRÉS DE BAÑOS DE SAN VICENTE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014. .... 81**

4.1.	IDENTIFICACIÓN DE LAS CABAÑAS .....	81
4.1.1.	Promotores del proyecto.....	82
4.1.2.	Actividad económica .....	83
4.1.3.	Ubicación de la compañía .....	83
4.1.3.1.	Macro localización.....	83
4.1.3.2.	Micro localización .....	84

4.2.	OBJETIVOS .....	85
4.2.1.	Objetivo General .....	85
4.2.2.	Objetivos Específicos .....	85
4.3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	85
4.3.1.	Análisis FODA .....	85
4.3.2.	Producto.....	88
4.3.2.1.	Proyección de servicio complementario .....	89
4.3.2.2.	Justificación e importancia .....	90
4.3.2.3.	Mercado .....	91
4.3.2.4.	Análisis Situacional de las fuerzas competitivas del Mercado .....	92
4.3.2.4.1.	Cliente.....	92
4.3.2.4.2.	Análisis de la competencia actual y potencial .....	92
4.3.2.4.2.1.	Competencia directa.....	92
4.3.2.4.2.2.	Competencia indirecta.....	92
4.3.2.4.3.	Proveedores.....	93
4.3.2.4.4.	Sustitutos.....	94
4.3.2.4.5.	Valoración de la Demanda.....	94
4.3.2.5.	Análisis Situacional .....	94
4.3.2.5.1.	Análisis Interno.....	94
4.3.2.6.	Análisis Externo.....	95
4.3.2.7.	Definición y cuantificación del Mercado.....	95
4.3.2.8.	Estrategia de mercadeo o marketing .....	95
4.3.2.9.	Servicio .....	96
4.3.3.	Precio.....	98
4.3.4.	Plaza .....	98
4.3.5.	Promoción .....	100
4.3.6.	Publicidad.....	100
4.4.	ESTUDIO TÉCNICO .....	105
4.4.1.	Tamaño seleccionado de la planta.....	105
4.4.2.	Recursos requeridos .....	105
4.4.3.	Instalaciones Físicas .....	106

4.4.3.1.	Las habitaciones.....	106
4.4.3.2.	Baños .....	107
4.4.3.3.	Salas .....	107
4.4.3.4.	Dormitorios.....	107
4.4.3.5.	Departamento Administrativo.....	108
4.4.3.6.	Departamento Financiero.....	108
4.4.3.7.	Seguridad .....	109
4.4.3.8.	Departamento de mantenimiento .....	109
4.4.3.9.	Personal de limpieza .....	109
4.4.3.10.	Lavandería .....	109
4.4.3.11.	Camarera.....	109
4.4.4.	Diseño de la Planta .....	110
4.5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	111
4.5.1.	Estructura Organizativa y Jurídica .....	111
4.5.2.	Funciones y perfiles de los cargos.....	112
4.5.2.1.	Administrador .....	112
4.5.2.2.	Secretaria Recepciones .....	113
4.5.2.3.	Contador.....	114
4.5.2.4.	Mantenimiento y limpieza .....	115
4.5.2.5.	Seguridad.....	115
4.5.2.6.	Lavandería .....	116
4.5.2.7.	Camareras .....	117
4.5.3.	Dirección Estratégica.....	117
4.5.3.1.	Misión .....	117
4.5.3.2.	Visión.....	117
4.5.3.3.	Aspecto jurídico .....	118
4.5.4.	Necesidades a satisfacer .....	119
4.6.	ESTUDIO AMBIENTAL .....	120
4.7.	ESTUDIO FINANCIERO .....	121
4.7.1.	Activos Fijos.....	121
4.7.1.1.	Equipos de computación .....	121

4.7.1.2.	Equipos de oficina .....	121
4.7.1.3.	Muebles y enseres .....	121
4.7.1.4.	Muebles de oficina .....	122
4.7.1.5.	Infraestructura .....	122
4.7.2.	Recursos Humanos (MOD) .....	122
4.7.2.1.	Mano de obra directa .....	122
4.7.2.2.	Materiales directos e indirectos .....	122
4.7.3.	Plan Económico Financiero .....	123
4.7.3.1.	Plan de inversión .....	123
4.7.3.2.	Inversiones fijas tangibles .....	123
4.7.3.2.1.	Activos Fijos .....	123
4.7.3.3.	Inversión Fija Intangible .....	124
4.7.3.3.1.	Activos fijos intangibles .....	124
4.7.3.3.2.	Capital de Trabajo .....	124
4.7.4.	Plan de financiamiento .....	125
4.7.4.1.	Costo de Operación .....	125
4.7.4.2.	Ingresos .....	125
4.7.4.3.	Evaluación financiera .....	126
4.7.4.3.1.	Estado de Pérdidas y Ganancias .....	126
4.7.4.3.2.	Flujo de caja (Cash Flow) .....	126
4.7.4.3.3.	Flujo de caja para la evaluación. (cash free) .....	127
4.8.	EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	127
4.8.1.	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	127
4.8.2.	Valor Actual Neto (VAN) .....	127
4.8.3.	Periodo de Retorno de la Inversión .....	128
4.8.4.	Análisis de Sensibilidad .....	129
4.8.5.	Punto de Equilibrio .....	129
4.8.6.	Coficiente de Rentabilidad Nacional .....	129
4.8.6.1.	Valor Agregado .....	129
4.8.6.2.	Generación de empleos .....	130
4.8.6.3.	Beneficios Socio Económicos .....	130

4.8.6.4. Matriz Productiva .....	130
4.9. PLAN DE ACCIÓN.....	131
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>132</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>133</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>134</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>138</b>
<b>ABREVIATURAS.....</b>	<b>166</b>
<b>GLOSARIO .....</b>	<b>167</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Género .....	58
TABLA N° 2 Edad.....	59
TABLA N° 3 Nacionalidad.....	60
TABLA N° 4 Ocupación.....	61
TABLA N° 5 Al momento de escoger un destino para vacacionar. ¿Usted prefiere?.....	62
TABLA N° 6 ¿Qué lo motivo a Usted visitar la provincia de Santa Elena? .....	63
TABLA N° 7 ¿Con qué frecuencia visita Usted la provincia de Santa Elena?.....	64
TABLA N° 8 ¿Conoce Usted los atractivos turísticos, con que cuenta la provincia de Santa Elena? .....	65
TABLA N° 9 ¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos de Santa Elena Usted conoce?.....	66
TABLA N° 10 ¿Alguna vez ha visitado un complejo turístico de aguas termales? .....	67
TABLA N° 11 ¿Ha visitado alguna vez el complejo turístico de aguas termales en Baños de San Vicente?.....	68
TABLA N° 12 ¿Conoce Usted que se está trabajando en la readecuación de las instalaciones del complejo turístico para beneficio de los turistas?.....	69
TABLA N° 13 ¿Le gustaría que se implemente el servicio de hospedaje a los turistas que lo visitan?.....	70
TABLA N° 14 ¿Estaría usted de acuerdo que el hospedaje sea de tipo cabañas en el complejo? .....	71
TABLA N° 15 Si se llegara a construir el hospedaje de cabañas en Baños de San Vicente ¿Usted se hospedaría?.....	72
TABLA N° 16 ¿Estaría Usted de acuerdo que las cabañas brinden el servicio de alimentos y bebidas? .....	73
TABLA N° 17 ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría que brinden las cabañas turísticas?.....	74
TABLA N° 18 ¿Por cuánto tiempo Usted se hospedaría en las cabañas turísticas de Baños de San Vicente? .....	75
TABLA N° 19 ¿Cómo le gustaría a usted que sea la capacidad de las cabañas turísticas de Baños de San Vicente?.....	76
TABLA N° 20 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 4 personas? .....	77
TABLA N° 21 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 6 personas? .....	78

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N° 1 Género.....	58
GRAFICO N° 2 Edad .....	59
GRAFICO N° 3 Nacionalidad .....	60
GRAFICO N° 4 Ocupación .....	61
GRAFICO N° 5 Al momento de escoger un destino para vacacionar. ¿Usted prefiere?.....	62
GRAFICO N° 6 ¿Qué lo motivo a Usted visitar la provincia de Santa Elena? ....	63
GRAFICO N° 7 ¿Con que frecuencia visita Usted la provincia de Santa Elena? .....	64
GRAFICO N° 8 ¿Conoce Usted los atractivos turísticos, con que cuenta la provincia de Santa Elena? .....	65
GRAFICO N° 9 ¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos de Santa Elena Usted conoce? .....	66
GRAFICO N° 10 ¿Alguna vez ha visitado un complejo turístico de aguas termales? .....	67
GRÁFICO N° 11 ¿Ha visitado alguna vez el complejo turístico de aguas termales en Baños de San Vicente?.....	68
GRAFICO N° 12 ¿Conoce Usted que se está trabajando en la readecuación de las instalaciones del complejo turístico para beneficios de los turistas? .....	69
GRAFICO N° 13 ¿Le gustaría que se implemente el servicio de hospedaje a los turistas que lo visitan?.....	70
GRAFICO N° 14 ¿Estaría usted de acuerdo que el hospedaje sea de tipo cabañas en el complejo? .....	71
GRAFICO N° 15 Si se llegara a construir el hospedaje de cabañas en Baños de San Vicente ¿Usted se hospedaría?.....	72
GRAFICO N° 16 ¿Estaría Usted de acuerdo que las cabañas brinden el servicio de alimentos y bebidas? .....	73
GRAFICO N° 17 ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría que brinde las cabañas turísticas?.....	74
GRAFICO N° 18 ¿Por cuánto tiempo Usted se hospedaría en las cabañas turísticas de Baños de San Vicente?.....	75
GRAFICO N° 19 ¿Cómo le gustaría a usted que sea la capacidad de las cabañas turísticas de Baños de San Vicente?.....	76
GRAFICO N° 20 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 4 personas? .....	77
GRAFICO N° 21 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 6 personas? .....	78

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS N° 1 Plan Financiero .....	138
ANEXOS N° 2 Modelo de Entrevista.....	150
ANEXOS N° 3 Modelo de Encuesta .....	152
ANEXOS N° 4 Fotos del Complejo de Aguas Termales.....	156
ANEXOS N° 5 Fotos de Entrevistas.....	157
ANEXOS N° 6 Fotos de Encuestas .....	158
ANEXOS N° 7 Instalaciones del Complejo .....	159
ANEXOS N° 8 Estructura física de las cabañas .....	160
ANEXOS N° 9 Ficha de Observación del Impacto Ambiental .....	162
ANEXOS N° 10 Proyecciones de Inversión del Marketing: .....	165

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Variable Independiente.....	11
CUADRO N° 2 Variable Dependiente .....	12
CUADRO N° 3 Característica Demográficas .....	17
CUADRO N° 4 Inflación.....	20
CUADRO N° 5 Relación de género en las actividades productivas.....	21
CUADRO N° 6 Aspectos productivos.....	22
CUADRO N° 7 Entrada de extranjeros al Ecuador 2012-2013.....	25
CUADRO N° 8 Visitantes Mensuales .....	46
CUADRO N° 9 Visitantes Anuales .....	46
CUADRO N° 10 MATRIZ FODA .....	87
CUADRO N° 11 Competencia Indirecta .....	93
CUADRO N° 12 Organigrama .....	111
CUADRO N° 13 Activos Fijos.....	121
CUADRO N° 14 Activos fijos intangibles – Expresado en dólares.....	124
CUADRO N° 15 Periodo de retorno de la inversión – Expresado en dólares \$.	128
CUADRO N° 16 Préstamo Bancario .....	138
CUADRO N° 17 Activos Fijos - Equipos de Computación .....	139
CUADRO N° 18 Activos Fijos - Equipos de Oficina.....	139
CUADRO N° 19 Activos Fijos - Muebles y Enseres .....	140
CUADRO N° 20 Activos Fijos - Muebles de Oficina.....	141
CUADRO N° 21 Activos Fijos - Infraestructura .....	141
CUADRO N° 22 Rol de Pagos .....	142
CUADRO N° 23 Materiales Directos .....	143
CUADRO N° 24 Materiales Indirectos .....	143
CUADRO N° 25 Capital de Trabajo.....	144
CUADRO N° 26 Ingreso - Estado Resultado .....	145
CUADRO N° 27 Flujo de Caja.....	146
CUADRO N° 28 Cash Free .....	146
CUADRO N° 29 Análisis de Sensibilidad.....	147
CUADRO N° 30 Punto de Equilibrio .....	148
CUADRO N° 31 Gráfico del Punto de Equilibrio.....	149

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto trata del estudio de factibilidad para la creación de cabañas en el Complejo Turístico de Baños de San Vicente debido al crecimiento continuo y constante en el número de turistas que se mueven en el mundo buscando nuevas alternativas, experiencias y sobre todo un relajamiento tanto físico como mental aprovechando las bondades que la naturaleza brinda. Hoy en día el turismo, en sus diversas modalidades, es una actividad en crecimiento constante, por lo que es necesario dotar de un hospedaje que permita al turista disfrutar de su estadía en el lugar escogido con un servicio de calidad.

Este proyecto se realiza mediante una investigación de campo que permite conocer las necesidades de los turistas que visitan el Complejo Turístico Telésforo Villacrés, una de estas necesidades es principalmente el hospedaje que lamentablemente es limitado y deficiente considerando el tipo de turismo que se realiza en este caso la salud, por lo tanto es necesario garantizar la estadía mientras realizan sus terapias a base de lodo volcánico y fuentes minerales.

Este trabajo de investigación pretende demostrar la necesidad de implementar un lugar de descanso con las comodidades y los servicios necesarios al momento de escoger el hospedaje, tomando en consideración al turista y el tiempo que necesitan para completar sus terapias, principalmente los adultos mayores, grupo que generalmente se desplaza con sus familias, he aquí la necesidad de brindar un servicio que les permita sentirse como en casa.

El objetivo es contribuir al desarrollo del turismo en Baños de San Vicente, mediante el ofrecimiento del servicio de hospedaje de calidad que permita la sostenibilidad del complejo y el desarrollo socio-económico de la comuna.

La elaboración del presente trabajo de tesis está organizada en cuatro capítulos que se presentan en el siguiente orden:

El marco contextual plantea el problema del tema y da a conocer los antecedentes, la justificación, el objetivo general y los específicos del tema para establecer la hipótesis con la respectiva operacionalización de las variables.

El Capítulo I da a conocer el marco teórico con los respectivos fundamentos que servirán para la elaboración del mismo, además del marco legal que emite las normas a seguir al momento de emprender un proyecto.

El Capítulo II describe la metodología aplicada en la investigación, el diseño metodológico, las técnicas y métodos a utilizar con sus instrumentos de investigación, así como la población y la muestra que se utiliza para realizar las respectivas encuestas y entrevistas, posteriormente la tabulación y el análisis de cada una de ellas.

El capítulo III presenta los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas al personal administrativo y a los turistas que visitan Baños de San Vicente, de esta forma se plantean los ítems para realizar la propuesta. Las conclusiones presentadas permiten conocer los intereses de los turistas para mejorar la atención, y las recomendaciones se plantean en la toma de decisiones, para la creación de las cabañas y su establecimiento en un ambiente natural para alcanzar el logro de los objetivos planteados.

El Capítulo IV plantea la propuesta como una solución al problema detectado, esta propuesta se la realiza en base a los resultados de la investigación desarrollada, y en la experiencia del investigador, se plantean conclusiones y recomendaciones generales que permitirán tomar decisiones que contribuirán al desarrollo del turismo.

Incluye además la bibliografía utilizada que da a conocer los libros relacionados con la metodología, el diseño organizacional y diferentes tipos de estudios, los anexos donde se presentan los mapas, documentos, fotos, glosario y abreviaturas.

## **MARCO CONTEXTUAL**

### **Tema**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS EN EL COMPLEJO TURÍSTICO TELÉSFORO VILLACRÉS DE BAÑOS DE SAN VICENTE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.

## **Problema de investigación**

### **Planteamiento del problema**

Ecuador poseedor de una gran belleza natural que lo hacen único en el mundo, por las costumbres en sus cuatro regiones: costa, sierra, oriente y Galápagos, por su diversidad de razas, y porque es un estado plurilingüe hacen del país un destino muy atractivo para el turismo.

Actualmente gracias a estrategias de promoción se ha captado un gran número de personas al país contribuyendo positivamente al desarrollo del turismo, de manera técnica y organizada con la finalidad de recuperar los valores culturales en sus diferentes manifestaciones. El Ecuador a pesar de ser territorialmente pequeño en contraste de otros países de la región, posee lugares sin explorar y llenos de sorpresas en cada punto que propios y extraños deseen visitar.

Santa Elena, es una nueva provincia del Ecuador, fue creada el 7 de noviembre del 2007, territorios que antes pertenecieron a la provincia del Guayas, de tierra fértil y gente amable, posee una gran infraestructura hotelera principalmente en su capital turística Salinas, y en puntos turísticos importantes de la capital la ciudad de Santa Elena, posee también una refinería en la capital económica La Libertad.

Conocida como la tierra Sumpa cuyo significado es punta, de aquí las diferentes derivaciones en los nombres de pueblos de Santa Elena, Punta Blanca, Punta Centinela, Punta Barandúa, etc.; existen vestigios de asentamientos desde 10.000 años A.C. con la cultura Las Vegas y 3.500 años A .C con la cultura Valdivia.

La provincia cuenta con una variedad de atractivos turísticos de tipo arqueológico, histórico, natural y cultural, posee hermosas playas donde se practica la pesca artesanal por sus pobladores y que sirven de sustento para sus familias.

El territorio de Santa Elena está compuesto por una extensa zona rural, con recintos y comunas entre las que se encuentra Baños de San Vicente, donde se desarrolla una variedad de actividades ganaderas, agrícolas y principalmente el turismo como fuente de desarrollo.

Baños de San Vicente es una de las poblaciones más antigua de la región, pues según estudios, ya existía cuando los españoles llegaron por primera vez a la costa del golfo de Guayaquil.

Desde la llegada de los conquistadores, Baños de San Vicente ha sido el punto de encuentro con la salud. En 1871, Teodoro Wolf, en su estudio geofísico y geográfico, señala la existencia de la fuente y sus bondades terapéuticas.

El Centro Turístico de Baños termales de San Vicente, ubicado a 16 kilómetros de la cabecera cantonal de Santa Elena fue administrado en forma rudimentaria por la administración municipal desde el año 1922. Durante el régimen del Ab. Jaime Roldós se inició la construcción del complejo y fue inaugurado el 22 de enero de 1984, con el nombre de Complejo Termal Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente.

Antes de su inauguración, la municipalidad entregó en comodato las instalaciones a DITURIS, y veinte años después, el bien inmueble es restituido y el alcalde de la época se comprometió a reactivar el lugar, pero cumplió parcialmente. Actualmente esas dependencias son administradas por la empresa E.P. Emuturismo perteneciente a la Municipalidad de Santa Elena.

Las primeras viviendas de alojamiento son creadas en 1992 por el señor Telésforo Villacrés, cuya finalidad es brindar un servicio para enfermos y turistas atraídas por las bondades terapéuticas de las fuentes de aguas termales y masajes de lodo volcánico que por su rico contenido en sal se le atribuye la cura de enfermedades.

El complejo terapéutico comprende 4 hectáreas, donde se encuentran las instalaciones de cuatro piscinas de aguas naturales termales construidas hace 25 años por la desaparecida DITURIS. Sin embargo varias administraciones no han logrado un desarrollo que le permita subsistir con recursos propios, por esta razón la nueva administración de Emuturismo EP ha realizado una gran inversión para el complejo en la readecuación de todas las instalaciones dañadas, electricidad e implementación de un área recreativa.

En el sector de Baños de San Vicente se identifica una deficiente oferta hotelera de calidad, esta es una razón por lo que se plantea la creación de cabañas con el fin de generar fuentes de turismo sostenible y sustentable. Es importante resaltar que no se pretende competir con el sector hotelero, más bien servir de modelo que permita mejorar la calidad del servicio en el sector.

La creación de las cabañas demandará la necesidad de capacitación a la comunidad en diferentes campos relacionados al turismo para que sean partícipes directos en la realización de este proyecto. La presencia de recursos naturales permite la realización de actividades relacionadas con el turismo, deportes de aventura el disfrute de la naturaleza y paisaje.

Considerando los antecedentes expuestos previamente es necesaria la implementación de cabañas dentro del complejo que permita que los usuarios que lleguen de las distintas provincias del Ecuador y personas del extranjero por turismo de salud y vacaciones, puedan tener este servicio, tomando en consideración un segmento los adultos mayores y sus familias como estrategia para lograr un mayor desarrollo turístico del complejo, y la vez contribuir a mejorar su economía y el desarrollo de los miembros de la comuna. Es importante analizar la situación de los adultos mayores ya que estos en muchos de los casos no pueden movilizarse de un lugar a otro, razón importante para crear un lugar adecuado para ellos y sus familias.

## **Delimitación de la problemática**

### **Delimitación**

**Temporal:** La duración de este proyecto es de 1 año.

### **Delimitación**

**Espacial:** Comuna Baños de San Vicente, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

**Campo:** Sector Turístico.

**Área:** Administrativo.

**Aspecto:** Estudio de Factibilidad.

**Tema:** Estudio de factibilidad para la creación de cabañas para el Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente del Cantón Santa Elena.

## **Formulación del problema**

¿Cómo influye el estudio de factibilidad en el desarrollo turístico del Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente, provincia de Santa Elena?

## **Sistematización del problema**

¿Cómo se determina la necesidad del turista en el momento de escoger el servicio de hospedaje?

¿Cuál sería el presupuesto y la inversión que se necesita para la creación de las cabañas?

¿Cómo se determina si el proyecto es viable para el complejo y la comuna?

¿Cuáles son los indicadores que provocan el desarrollo turístico?

## **Evaluación**

**Delimitado:** El Complejo Turístico de aguas Termales de Baños de San Vicente necesita la creación de las cabañas para hospedaje, las mismas que se construirán en el año 2015.

**Claro:** La propuesta responde a la necesidad de crear cabañas para el servicio de hospedaje a los usuarios dentro del complejo para incrementar el índice de turistas a esta región.

**Evidente:** La propuesta busca mejorar las condiciones y estructura física del complejo turístico para brindar un mejor servicio a los visitantes.

**Concreto:** La propuesta responde a la elaboración de un estudio de factibilidad de creación de cabañas que se ajuste a las exigencias y cambios del entorno en el cual se encuentra.

**Original:** la realización de estas cabañas ecológicas en la comuna de Baños de San Vicente del cantón Santa Elena, ayudará a impulsar el turismo ecológico y de salud en este lugar.

**Contextual:** el estudio de factibilidad está dirigido a recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto y en base a ello tomar la mejor decisiones, se procede a su estudio respectivo, se desarrolla y la respectiva implementación.

**Factible:** la ubicación geográfica de la comuna Baños de San Vicente lugar donde se realizará la construcción de las cabañas, permite el disfrutar de un clima agradable y del atractivo que son las fuentes de aguas termales, además del espacio para la ubicación de las cabañas con una amplia visita de turistas nacionales y extranjeros.

## **Justificación del tema**

La creación de las cabañas en el Complejo Turístico de Baños de San Vicente permitirá a los turistas que lo visitan, la oportunidad de prolongar su estadía, en un lugar cómodo y confortable. Un segmento importante del mercado son los adultos mayores que por su edad y sus problemas de salud no pueden trasladarse de un lugar a otro para realizar sus terapias y completarlas, además de la familia que suelen acompañarlos, otro segmentos importante son las personas que llegan a este recinto desde provincias lejanas del Ecuador e incluso desde otros países, y buscan una alternativa diferente.

Mediante las readecuaciones que se están realizando por parte de la empresa EMUTURISMO E.P. en el complejo se pretende mejorar el servicio prestado actualmente, con la implementación de las cabañas se busca brindar un nuevo servicio con la garantía de calidad que los organismos reguladores exigen para el confort de los usuarios, logrando mejorar la imagen del lugar que con la debida promoción y publicidad incrementarían el índice de turistas que lo visiten y por el efecto multiplicador que cada día se logre el desarrollo del complejo y la comunidad en general.

Además de otros servicios complementarios que pudieran realizarse como son la implementación de alimentos y bebidas de tipo vegetariano, jugos naturales, combos completos que pueden generar ingresos económicos para el complejo, creando fuentes de trabajo para los miembros de la comuna, permitiendo conseguir las metas propuestas.

Es importante incluir a la comunidad en el proyecto creación de las cabañas, debido a la necesidad de incorporar diversas actividades relacionadas al turismo como son la gastronomía, artesanía y otras actividades complementarias que necesariamente formaran parte de esta nueva realidad.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para el desarrollo turístico del complejo Telésforo Villacrés Baños de San Vicente, mediante un análisis que involucre a los turistas y personal administrativo, para determinar la viabilidad de la creación de cabañas ecológicas.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado, que determine la necesidad de hospedaje.
- Realizar un análisis financiero que determine el presupuesto y la inversión.
- Realizar una evaluación económica del proyecto.
- Analizar los indicadores de desarrollo turístico
- Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de cabañas en el Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente que determine la viabilidad del proyecto.

### **Hipótesis**

El estudio de factibilidad para la creación de cabañas contribuirá en el desarrollo turístico del Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente del cantón Santa Elena.

**Variable Dependiente:** Desarrollo turístico del Complejo de Baños de San Vicente.

**Variable Independiente:** El estudio de factibilidad para la creación de cabañas.

## Operacionalización de las variables

CUADRO N° 1 Variable Independiente.

Hipótesis	Variable	Concepto	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
El estudio de factibilidad para la creación de cabañas, contribuirá en el desarrollo turístico del complejo Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente del cantón Santa Elena.	<b>Variable Independiente:</b>	Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos de relevancia en un proyecto y son la base en el que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión y si procede su estudio, desarrollo o implementación.	Estudio de Mercado	Precio	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la estadía en las cabañas?	Encuesta Entrevistas
	Estudio de factibilidad			Plaza		
				Promoción		
				Publicidad		
			Estudio Técnico	Herramientas	¿Estaría usted de acuerdo que el hospedaje sea de tipo cabañas en el complejo?	
				Diseño de la Planta		
			Estudio Administrativo	Estructura Organizacional	¿Qué otros servicios complementarios le gustaría que brinden las cabañas turísticas?	
				Dirección Estratégica		
			Estudio Ambiental	Impactos	¿Cuál sería el impacto ambiental que generaría la creación de las cabañas en el entorno?	
			Estudio Financiero	Presupuestos	¿Considera usted que es factible la creación de cabañas en el complejo turístico de Baños de San Vicente?	
				Inversión		
			Evaluación Económica	VAN	¿Cree usted que la creación de las cabañas contribuirá en el desarrollo turístico del complejo y la comuna?	
				TIR		
Análisis de sensibilidad						
PRI						

Fuente: Datos de la Investigación.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever (2013)

CUADRO N° 2 Variable Dependiente

Hipótesis	Variable	Concepto	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
El estudio de factibilidad para la creación de cabañas, contribuirá en el desarrollo turístico del complejo Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente del cantón Santa Elena.	Variable dependiente:  Desarrollo Turístico.	Procesos de cambios coherentes y ordenados de los componentes del turismo que permiten, un incremento de la demanda	Cambios	Ingresos económicos	¿Conoce usted que se está trabajando en la readecuación de las instalaciones del complejo para el beneficio de los turistas?	Encuesta
			Componentes de turismo	Hospedaje	¿Estaría usted de acuerdo que se brinde hospedaje a los turistas que lo visiten?	Encuesta
			Incremento de la demanda	Restauración	¿Estaría usted de acuerdo que las cabañas brinden el servicio de alimentos y bebidas?	Encuesta
				Oferta y demanda	¿Conoce usted que Santa Elena cuenta con un complejo turístico de aguas termales en Baños de San Vicente?	Encuesta

Fuente: Datos de la Investigación.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever. (2013)

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1. ANTECEDENTE DEL TEMA**

#### **1.1.1. Reseña histórica**

Desde tiempos remotos en la historia del Ecuador en la época de los indígenas se conocían estas fuentes termales, estos pobladores de la época tenían la creencia de que estas aguas eran consecuencia de la intervención de los espíritus por lo que optaron de mantenerse alejados de ella.

Con relación al origen de estas fuentes solo existen probabilidades, una de estas teorías consiste según los estudios realizados por los expertos a la infiltración de yacimientos salinos en lagos o mares en tiempos remotos y que por los movimientos propios de la corteza terrestre dio origen a este fenómeno en el que afloran aguas minerales profundas a la superficie, la segunda teoría consiste en descomposición de rocas ígneas y finalmente una tercera teoría dice que es el producto de la combinación de las anteriores, como la más probable si se toman en consideración otros factores como la cercanía de campos de petróleo y sal.

Se conoce también de acuerdo a la historia que los conquistadores españoles, en su llegada a la Península de Santa Elena, se refugiaron en los alrededores de las fuentes obteniendo como resultado el restablecimiento de la salud que hasta ese instante estaba muy deteriorada.

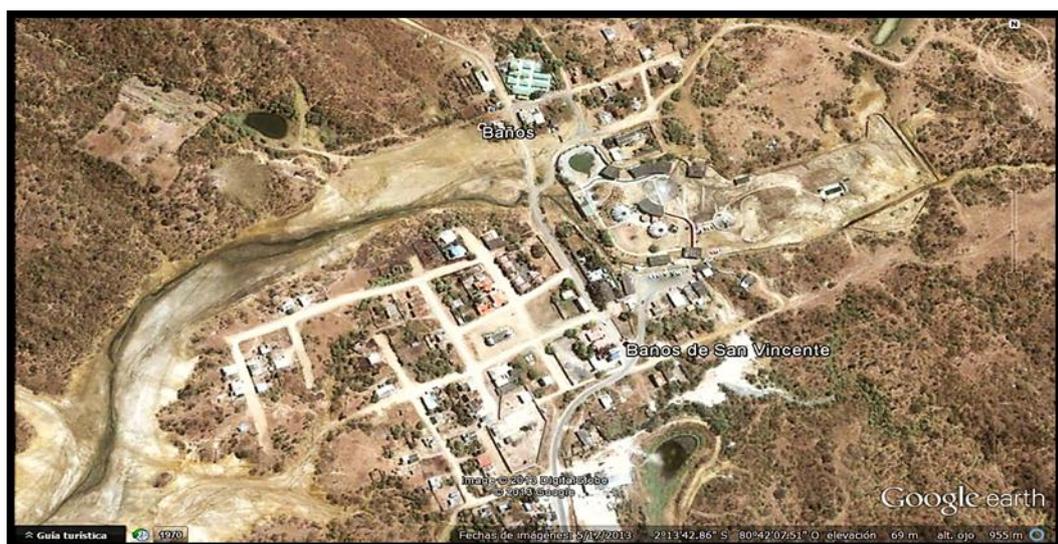
La existencia de estas fuentes fue mencionada por personalidades importantes de la historia, es así que Teodoro Wolf en el año de 1871 entre los varios estudios que realizó, habla de sus bondades terapéuticas. Así mismo Vicente Rocafuerte para cantonizar a Santa Elena menciona en sus discurso los méritos de las aguas

termales de San Vicente, al igual le dieron mucha importancia en el gobierno del General Eloy Alfaro y muchos otros ya en la época republicana. En 1922 Don Telésforo Villacrés Laínez tiene la visión de establecerse en el lugar y da paso a la creación de las primeras viviendas de alojamiento para enfermos y turistas, para que puedan beneficiarse de estas aguas medicinales, así también da inicio a la introducción de las primeras fuentes de trabajo, en otras áreas gracias a los recursos que existen en el medio como son la explotación de maderas y minerales. En el año de 1945 el Municipio de Santa Elena sobre la base de estudios realizados edifica un hotel sobre la misma fuente termal.

Para el año de 1979 en el Gobierno del Dr. Jaime Roldós Aguilera a través de la Dirección Nacional de Turismo, se adquiere el compromiso de la construcción de la primera etapa del complejo, en la que se priorizo los elementos para aprovechar los recursos existentes de hidro y fango, que es el que en la actualidad existe y que se denomina “COMPLEJO TERMAL TURÍSTICO TELÉSFORO VILLACRÉS” como reconocimiento al fundador de la nueva población.

### 1.1.2. Organización territorial

#### Mapa de Ubicación de la comuna de Baños de San Vicente



Fuente: Google Earth.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

### **Ubicación geográfica:**

La Comuna de Baños de San Vicente está ubicada en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena en el kilómetro 119 de la vía Guayaquil-Salinas, en la que se dobla a la derecha a 5 km aproximadamente para mediante una vía llegar al lugar.

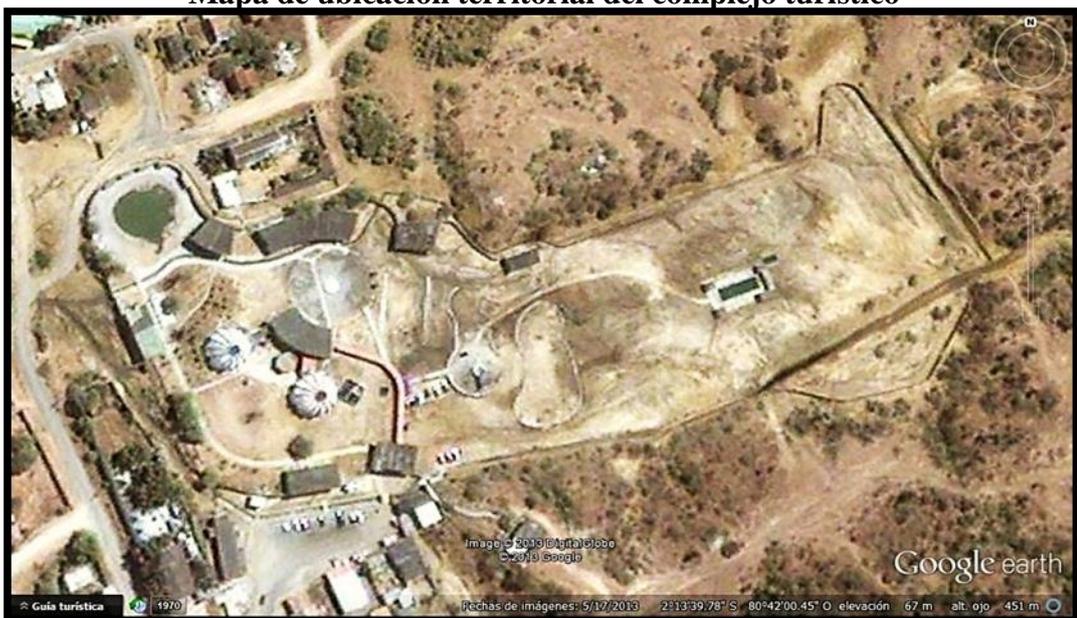
### **Límites:**

Baños de San Vicente limita al norte con la comuna El Morrillo, al sur y este con la comuna Juan Montalvo y al oeste con la comuna San Vicente.

### **Superficie territorial:**

La superficie territorial comprende 574 hectáreas, donde habitan unas 330 personas y otras 50 personas llegan en épocas de temporada alta desde la ciudad de Guayaquil.

### **Mapa de ubicación territorial del complejo turístico**



**Fuente:** Google Earth.

**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.



### 1.1.3. Característica demográficas

La Comuna Baños de San Vicente, tiene una población aproximada de 330 personas, de las cuales la población joven representa un 15%.

El nivel social y económico de sus habitantes es bajo, se caracteriza por la amabilidad de su gente, trabajan para el complejo del pueblo, en los hoteles, fábrica de yeso y restaurantes de San Vicente, otros se dedican a las labores agrícolas y una parte labora en poblaciones aledañas.

Gran parte de sus habitantes provienen del recinto El Morrillo, de otros lugares de la Península y de Guayaquil, además del caso de dos colombianos dedicados a la actividad turística.

La Comuna Baños de San Vicente se encuentra distribuida de la siguiente forma:

CUADRO N° 3 Característica Demográficas

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Adultos	230	70%
Jóvenes	50	15%
Niños 0-12 años	50	15%
Total de habitantes	330	100%

Fuente: Plan estratégico comunal de Baños de San Vicente.  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

### 1.1.4. Análisis económico

La actividad socioeconómica gira principalmente en torno al complejo de aguas termales, ya que próximo a este se ubican restaurantes, hoteles y pequeños bazares; mientras que el resto de la población labora en la yesería y en poblaciones cercanas como son la capital Santa Elena la Libertad y salinas. El poblado se constituyó a partir del balneario de aguas termales, por lo que el turismo es el eje económico importante del lugar.

La movilización de turistas, especialmente de la tercera edad y en grupos familiares, durante el período vacacional de la costa (enero- abril) y de la sierra (agosto- octubre) hacia el complejo genera actividades de servicios tanto al interior del complejo (baños y masajes) como en su entorno (restaurantes, hoteles, transportes).

Las demás actividades económicas en el poblado se desarrollan en pequeña escala, son de tipo familiar como la cría de animales, en total en el pueblo aproximadamente hay: 300 cabezas de ganado vacuno, 200 de caprino, 300 de porcino y 20 de caballar. De igual manera se crían aves y en invierno se cultivan pequeños huertos junto a las viviendas, debido a que no existen terrenos disponibles para la agricultura en mayor escala, sin embargo se está trabajando en un proyecto que contempla la asignación de espacios para la producción.

La actividad industrial tiene lugar en el límite del pueblo, donde funciona una empresa de fabricación de yeso cuya razón social es “Yesería El Pacífico” que procesa la materia prima traída de Punta Carnero, el mercado destino para la producción es principalmente Guayaquil, en esta fábrica trabajan alrededor de treinta personas que son habitantes del recinto.

#### **1.1.4.1. PIB en el Ecuador**

El PIB mide el nivel de la actividad económica de un país en un determinado período, es convencionalmente usado como indicador del progreso y bienestar de un país, sin embargo, este es limitado para ser empleado de esa forma. El gobierno ecuatoriano prevé que para finales del año 2012 el Producto Interno Bruto crecerá en un 4,1 %, Esto significa un decrecimiento en la economía del país. Según el reporte del Banco Central del Ecuador durante el segundo semestre del año 2013, los sectores económicos que sufrieron un decrecimiento fueron el petróleo, electricidad, agua y servicio doméstico, manufactura y construcción, lo que provoca una caída del Producto Interno Bruto en el Ecuador.

#### 1.1.4.2. PIB en el sector turístico del Ecuador

El turismo en el Ecuador se ha convertido en el cuarto rubro aportante a la economía del país. En 2012 movió 5.000 millones de dólares. “El gasto económico del turista ha crecido en los últimos años y actualmente se encuentra en alrededor los \$5.000 millones. Esto ha permitido que el turismo se vaya posicionando dentro del aporte al Producto Interno Bruto (PIB) en el 2012”.

El turismo ha crecido en 13,52% durante el año 2013 en relación al 9% de 2012, esto se da porque el país se convirtió en un receptor de turistas extranjeros y ha desarrollado un plan para incrementar los desplazamientos internos de los ciudadanos locales, a través de la inversión en las carreteras de acceso a los sitios llamativos, como la Amazonía.

La inversión hecha para promocionar al país en el exterior llegó a los 20 millones para el año fiscal. “Si no se contaría con ese monto no se podría competir con los países vecinos en materia de turismo”.

La construcción, la agricultura -pesca, *el turismo* y la industria- manufactura son los cuatro sectores económicos que mayormente contribuyen al Producto Interno Bruto. El PIB nominal del país es de USD 90 000 millones y, según el Banco Central del Ecuador (BCE), la tasa de crecimiento que ha registrado en los últimos tres años es del 4%.

El turismo, por su parte, es una actividad bastante dinámica. Según cifras del Ministerio de Turismo, la actividad ha crecido a un 12% en el último año, superando de largo a la tendencia general en el mundo que lo ha hecho en aproximadamente 4%. Incluso, según la misma entidad, este año se registraron picos importantes de crecimiento, llegando incluso al 20% a inicios de año. Por ello, los inversionistas del sector hotelero consideran que la previsión del Central para este año, que estima un crecimiento de la actividad del 2,7%, es baja.

### 1.1.4.3. Inflación

La inflación en el Ecuador desde octubre del 2012 se ubicó en 4,94 %, un año después en octubre del 2013 la tasa de inflación disminuyó a 2,04% hasta finales del año cerro en 2,70 %. Los primeros tres meses del 2014 la inflación tuvo variaciones desde 2,92% en enero a 3,11% en marzo, según el informe del instituto de estadísticas (INEC).

La canasta básica se ubicó en 614,01 dólares y según los presupuestos se espera que la inflación anual acumulada a mediados del año 2014 sea de 2,90% y se incremente a 3,00% a finales del año 2014.

CUADRO N° 4 Inflación

FECHA	VALOR
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %

Fuente: [www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

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

Los indicadores sobre la intervención del género masculino y femenino en las actividades económicas de la comuna Baños de San Vicente reportan en general que la población masculina participa del 57% y las mujeres del 43% en total a lo que se refiere a las actividades económicas productivas.

CUADRO N° 5 Relación de género en las actividades productivas

ACTIVIDAD		%	TOTAL
<b>GANADEROS</b>		<b>36%</b>	22
<b>Hombre</b>	64%	14	
<b>Mujeres</b>	36%	8	
<b>TRANSPORTISTAS</b>		<b>20%</b>	12
<b>Hombres</b>	100%	12	
<b>Mujeres</b>	0%	0	
<b>LOCALES DE VENTA DE ALIMENTO</b>		<b>33%</b>	20
<b>Hombres</b>	25%	5	
<b>Mujeres</b>	75%	15	
<b>HOTELES</b>		<b>8%</b>	5
<b>Hombres</b>	60%	3	
<b>Mujeres</b>	40%	2	
<b>COMPLEJOS TURÍSTICOS</b>		<b>3%</b>	2
<b>Hombres</b>	50%	1	
<b>Mujeres</b>	50%	1	
<b>TOTAL</b>			<b>61</b>

Fuente: Plan estratégico comunal de Baños de San Vicente.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

En la Comuna de Baños de San Vicente la actividad que mayormente se realiza es la ganadería y el género que la desarrolla son los varones, la mujer también se está involucrando en esta actividad en menor magnitud, los transportistas generan ingresos para la comuna, los locales de ventas de alimentos en este caso son desarrollados principalmente por las mujeres y hombres en un porcentaje más bajo, en los hoteles los hombres tienen un porcentaje más alto en esta actividad y el complejo turístico es administrado equilibradamente por ambos sexos.

### 1.1.6. Aspectos productivos

Las actividades profesionales y productivas se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 6 Aspectos productivos

ACTIVIDAD	TOTAL	%
<b>Ganaderos</b>	22	36%
<b>Transportistas</b>	12	20%
<b>Locales de venta de alimento</b>	20	33%
<b>Hoteles</b>	5	8%
<b>Complejos turísticos</b>	2	3%
<b>Total</b>	61	100%

Fuente: Plan estratégico comunal de Baños de San Vicente.  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

#### 1.1.6.1. Sector Ganadero

La Comuna de Baños de San Vicente cuenta con 22 ganaderos que se dedican a la cría bobina y caprina criolla que permitirá cubrir las necesidades del sector turístico con productos generados como leche y otros derivados.

#### 1.1.6.2. Servicios de Transporte

Existen 4 camionetas y 8 taxis rutas que los turistas, sobre todo extranjeros, gustan para ingresar a la población, este modo de transporte permite a los visitantes observar y disfrutar de la naturaleza. Al ingresar pueden recorrer y conocer la industria de procesamiento de yeso, la iglesia San Vicente Ferrer, los hoteles, el Centro de Bienestar para los jubilados, la escuela, el Santuario Narcisca de Jesús, Complejo Piramidal y Complejo Turístico “Telésforo Villacrés”, luego de dejarlos en el parqueadero pueden realizar otras actividades como visitar el cementerio de los incas o las rocas gigantes de origen volcánico que existen en el lugar, para finalmente realizar sus terapias.

### **1.1.6.3. Sector hotelero**

El servicio de hospedaje, en Baños de San Vicente, es limitado y deficiente de tal manera que cubren una necesidad, pero la comodidad y el confort que se requiere, es tema de análisis para el proyecto, los hoteles existentes en la actualidad son:

- Casa Blanca
- Florida
- Don Villa
- San Andrés
- El Descanso

### **1.1.6.4. Complejo turístico**

- Complejo “Telésforo Villacrés L.” administrado por la empresa Emoturismo de la Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena.
- Complejo Turístico Piramidal de propiedad privada.
- Existe también un Centro de Atención Habitacional para Jubilados “Martha Bucaram de Roldós” que está administrado por el IESS.

### **1.1.7. Desarrollo del sector turístico**

#### **1.1.7.1. El sector turístico en el Ecuador**

Si se toma en consideración que el 80 % del presupuesto general del estado se financia con la venta del petróleo y sus derivados, la actividad turística del Ecuador ocupa un lugar importante con el 4,2 del Producto Interno Bruto.

El entorno del turismo en Ecuador es muy complicado, las instituciones turísticas ya sean públicas o privadas, incluyen el compromiso emitido por los Ministerios de Turismo y Ambiente, sin embargo sus presupuestos son limitados, en relación a temas de colaboración, planificación, regulación y el ejercicio de ley.

Existe confusión sobre las normas y reglas que dirigen las empresas y la actividad turística en general, el modelo existente para la descentralización de los servicios gubernamentales no ha sido implementado.

La planificación inadecuada con respecto al uso de la tierra y los recursos turísticos han desencadenado múltiples amenazas a el ecoturismo o de naturaleza, el Ecuador no posee una cadena de valor empresarial definida, carecen de una perspectiva industrial y se muestran parcos en relación del cooperativismo mutuo.

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

Los reconocimientos internacionales de ciudades como Quito, Cuenca, las Islas Galápagos, entre los múltiples atractivos de cada rincón que posee el país, han conseguido que el mundo entero dirija su atención hacia el Ecuador, esto es un indicador que impulsa el optimismo y crecimiento para el Ministerio de Turismo.

El buen momento del Ecuador con respecto al turismo, hacen que la visión y misión de convertir al país en una verdadera potencia turística cada vez sea más clara, el reconocimiento al mejor destino de vida silvestre en el contexto de la feria “Word Travel Market” en Londres Inglaterra y del tren ecuatoriano como el mejor producto turístico confirman esta teoría.

El ingreso de extranjeros al Ecuador durante el mes de Agosto del 2012 fue de 106.368, en agosto del 2013 fue de 112.576 extranjeros, esto significa un aumento del 5.85% con relación al año anterior, sin embargo para inicios del 2014 específicamente durante enero se dio un aumento considerable del 17% en relación al 2013 y en febrero del 2014 un aumentó 20 %.en relación al 2013.

El Ecuador registra un récord de ingresos de turistas al país, la meta es llegar a 1,5 millones de entradas y si la tendencia ascendente es constante durante el año en curso se conseguirá el objetivo, de hecho pudiera sobrepasar las expectativas.

CUADRO N° 7 Entrada de extranjeros al Ecuador 2012-2013



Fuente: <http://optur.org/estadisticas-turismo.html>

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever

### 1.1.7.3. Principales estrategias para el desarrollo turístico.

El Ministerio de Turismo presentó el jueves 27 de marzo la campaña de promoción a nivel mundial “All you need is Ecuador”, el objetivo de esta estrategia es posicionar al país como destino turístico de primer nivel.

La estrategia consiste en ubicar en 19 ciudades del mundo, de entre las cuales 7 de ellas son ecuatorianas, letras de 6 metros de alto, promocionando los productos emblemáticos más representativos del país y que formarán la frase de la campaña, estas letras estarán instaladas en plazas, parques, estacionamientos y otros lugares específicos y visitados de cada ciudad.

Las ciudades escogidas para esta campaña internacional son: París, Madrid, Sao Paulo, Bogotá, New York, Santiago, Berlín, Londres, Lima, México DF, Ámsterdam y Buenos Aires.

En el Ecuador las ciudades escogidas para la ubicación de las letras y realizar la respectiva campaña de promoción son: Cuenca, Manta, Loja, Tena, Santa Cruz, Quito y Guayaquil.

El Ecuador es un país pequeño territorialmente, sin embargo posee una diversidad de paisajes y micro climas en sus cuatro regiones: Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos, partiendo de este hecho el concepto “All you need is Ecuador” que en español significa “Todo lo que necesitas es Ecuador”, está ideado en que aquí todo está cerca.

La realización de esta campaña se dio gracias a la adquisición de los derechos del tema “All you need is love” de la popular banda inglesa The Beatles. Esta campaña es considerada como inédita en cuanto a planificación, inversión y ejecución del proyecto, y es creada con el objetivo de ser la primera fuente de ingreso de divisas al país en un futuro cercano.

Otras estrategias que el Ecuador ha propuesto a organismos internacionales como la Unión de Naciones Sudamericanas es la homologación o unión en la calidad de servicio a nivel de América del Sur, con el objetivo que los turistas viajen a estos países con la garantía de un servicio de primera y estandarizado

La creación de alianzas para el mejoramiento de la conectividad aérea y abaratar los costos entre los vuelos realizados de un país a otro entre los integrantes de esta iniciativa también forman parte de la estrategia.

## **1.2. RECURSOS DEL ÁREA DE ESTUDIO**

### **1.2.1. Sistema turístico**

Cabarcos Novás (2010), expresa que: “Se consideran como parte de nuestro sistema turístico a aquellas personas jurídicas que desarrollen todo el conjunto de actividades destinadas al turista; desenvuelvan también actividades de restauración complementaria de la oferta turística; tengan como misión la organización y comercialización, en general, del conjunto anterior de actividades, bien por cuenta propia o bien por cuenta ajena; suministren información, publicidad y propaganda al turista y ofrezcan servicios de formación a los profesionales del área.”

El sistema turístico es el conjunto de relaciones entre los servicios y las instalaciones, que interactúan para el desarrollo del turismo, pueden ser personas jurídicas o empresas. Teniendo el país potencial como destino que significa la atracción de divisas, es importante crear un turismo de calidad que exige el mercado actual, entender sus necesidades y expectativas de las zonas turísticas y ofrecer los mejores planes vacacionales.

### **1.2.2. Producto turístico**

Cabarcos Novás (2010), señala que el producto turístico “Es, actualmente, el componente esencial de la actividad turística, y surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios. La OMT (Organización Mundial del Turismo) definió el producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. Si consideramos al producto turístico como un conjunto de bienes y servicios, podemos hablar de los diferentes productos turísticos que existen y que forman parte de la oferta turística de nuestro país que atrae año tras año a una demanda nacional e internacional creciente, como son el turismo cultural, de aventura, deportivo y de negocio.”

El producto turístico es un bien o servicio que integra la oferta turística o un conjunto de elementos tangibles e intangibles que contienen recursos y atractivos turísticos. Baños de San Vicente es un producto tangible que el turista adquiere para satisfacer una necesidad la salud, esto a su vez requiere de otro servicio que es el hospedaje, para facilitar y hacer más placentera la visita al atractivo.

### **1.2.3. Importancia del turismo**

“Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros. Obviamente, hay regiones en el mundo que están catalogadas como algunos de los puntos de turismo más importantes mientras que otros no, y esto tendrá que ver con la atención que cada país puede prestarle a esta actividad, creando más posibilidades para los visitantes.” (Profesores, 2012)

El turismo no debe significar una alternativa a las actividades tradicionales, sino que se convierte en un pilar importante para crecimiento turístico y económico de una ciudad, se conoce también como turismo las visitas a familiares o amigos, los negocios, la religión, la cultura y se convierte en un complemento para diversificar e incrementar la economía local, teniendo en cuenta que se trata de una actividad temporal sujeta al movimiento del desarrollo económico nacional.

#### **1.2.4. Viabilidad económica y desarrollo del turismo**

De la Espriella (2013), en su blog expresa que “Los efectos del turismo sobre la economía son, tal vez, los más conocidos y han sido los que en mayor grado estimularon el interés de los países por el fomento y desarrollo de la actividad turística. Muchos países optaron por el turismo para potenciar su desarrollo económico, en virtud en los indudables efectos benéficos que este brinda, y que se manifiestan fundamentalmente en su contribución a la balanza de pago, la creación de empleos y el impacto positivo que tiene sobre otras ramas de la actividad económica.”

El turismo en los últimos años está cobrando fuerza y poco a poco se convierte en un pilar fundamental en la economía de los países, en este caso Ecuador que tiene vocación turística además del desarrollo humano y de la sociedad, por lo que es importante e igualmente necesario proponer nuevas alternativas de turismo donde los aspectos sociales, económicos y ambientales se puedan relacionar para hacer del turismo una acción con mayor influencia con las actuales.

#### **1.2.5 Clasificación Hotelera**

##### **1.2.5.1 Hoteles**

Según el Reglamento General de Actividades Turísticas, el hotel es cualquier establecimiento que de manera frecuente, mediante un costo, brinde el servicio de alojamiento, alimentos y bebidas al público en general. Uno de los requisitos que deben cumplir los hoteles consiste en que se debe ocupar el total de habitaciones o

parte del mismo y deben estar organizados de manera homogénea o semejante, con entradas, escaleras y ascensores, para uso exclusivo de los clientes. Además deben prestar al público el servicio de comidas excepto los hoteles residencias y hoteles departamentos, y por ultimo disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Existen hoteles de cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, de acuerdo a su categoría, y en función de esto deben cumplir con los respectivos requisitos para ser considerados como tal. Los requisitos para los hoteles de cinco y cuatro estrellas son rigurosas de aquí que el precio es elevado y están dirigidos a la clase alta, los requisitos para los hoteles de tres dos y uno son menos rigurosos y son más accesibles para la clase media de acuerdo a su poder adquisitivo.

#### **1.2.5.2 Hostales**

El reglamento general de actividades turísticas en el artículo 17 dice que hostel es cualquier establecimiento que mediante un costo brinde el servicio de alojamiento y alimentación y que la capacidad mínima sea de doce habitaciones y máxima de veintinueve habitaciones.

Un hostel se caracteriza por el bajo precio de las habitaciones a diferencia de los hoteles que suelen ser un poco más costosos, de la misma manera que las hostales están clasificadas en tres, dos y una estrella, debiendo llenar requisitos para determinar su categoría.

#### **1.2.5.3 Pensiones**

El artículo 18 del reglamento general de actividades turísticas dice que pensión es cualquier establecimiento hotelero que mediante un costo, brinde el servicio de alojamiento y alimentación y que la capacidad máxima sea de once habitaciones y no menor de seis habitaciones. Las pensiones son alojamientos permanentes destinados a satisfacer de manera habitual a las personas por diversos motivos.

#### **1.2.5.4 Hosterías**

Las hosterías son establecimientos que brindan el servicio de hospedaje mediante un costo, están ubicados fuera de las ciudades cerca de las carreteras, deben tener zonas de recreación o parques, zonas para la práctica de deportes, jardines además deben brindar el servicio de alimentos y la capacidad mínima es de seis habitaciones.

#### **1.2.5.5 Refugios**

Los refugios son establecimientos que brindan servicio de alojamiento y alimentación mediante un costo, se diferencia de otros establecimientos hoteleros por el hecho de que están ubicados en las altas montañas, deben contar con un generador eléctrico, su capacidad mínima es de seis piezas, pueden prestar sus servicios individuales con cuartos de baño, o dormitorios comunes tanto para hombre como para mujeres y el confort es rustico.

#### **1.2.5.6 Moteles**

El motel es un establecimiento hotelero que brinda el servicio de alojamiento fuera de las ciudades y contiguo a las carreteras deben prestar el servicio en departamentos con entradas y garajes independientes y el número mínimo es de seis departamentos y debe brindar el servicio de cafetería durante todo el día. En el motel el precio por alojamiento es registrado por día y por persona.

#### **1.2.5. Producto final “Cabañas”**

El artículo 26 del Reglamento General de Actividades Turísticas dice que Cabañas, son los establecimientos hoteleros situados fuera del estrés de las grandes ciudades, estratégicamente en centros vacacionales y que mediante un costo, brinde el servicios de alojamiento y alimentación, las edificaciones deben ser individuales y la capacidad no debe ser menor a seis cabañas

Las cabañas están diseñadas en función de los materiales y clima del lugar, difieren de los hostales y pensiones pues son más privadas, generalmente gozan de un solo ambiente, la finalidad es darle el toque familiar y por el hecho de estar lejos de la ciudad es necesario contar con un vehículo para el traslado.

En el pasado, las cabañas eran albergues para los trabajadores que se dedicaban a la agricultura y sus familias, estas viviendas debían tener un granero y terrenos, para la ganadería. En el siglo XV la vivienda tipo cabaña adoptó el nombre latino *domun dicti cotagii*, posteriormente en el siglo XVIII, con el desarrollo de la industria se crean cabañas para tejedores y mineros. En 1882 en América del Norte el término cabaña se refiere a una residencia de verano, en un lugar de entorno acuático o dedicado a la salud o simplemente para el placer.

### **1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

#### **1.3.1. Plan financiero**

Besley & Brigham (2008), dicen que “La planeación financiera requiere que la empresa pronostique las operaciones futuras. Tales pronósticos son necesarios de manera que la empresa pueda hacer arreglos en función de los cambios esperados en la producción y futuras necesidades de financiamiento. Un plan financiero representa un “mapa de caminos” que la empresa debe seguir para lograr metas futuras. El proceso no se detiene cuando los pronósticos financieros están terminados, porque la empresa debe supervisar sus operaciones para cerciorarse de que el plan financiero se implante y determine si son necesarias algunas modificaciones.”

El plan financiero en una conclusión, es la expresión en cifras de lo que se espera de una empresa determinada, además comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas, asimismo se encuentra la estimación de ventas por servicios, programa de inversiones y determinación de la información relevante para el cálculo del estado de resultados. Además es necesario realizar monitoreo para poder hacer modificaciones en caso que sea necesario por el bienestar de las empresas.

### **1.3.2. Estudio de factibilidad**

“Un estudio de factibilidad podrá pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, de exigencia e inversores sobre ellos mismos y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de la investigación necesaria a cumplir, para lograr información seria y creíble sobre el proyecto de inversión.” (Ramírez & Cajigas, 2009)

El estudio de factibilidad de cierta forma es un proceso sucesivo, donde se define un problema a resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el valor de preparación de los datos y su confiabilidad depende de la profundidad con que se ejecuten tanto los estudios técnicos, económicos, financieros y de mercado.

### **1.3.3. Etapas de estudio de factibilidad**

#### **1.3.3.1. Análisis de Mercado**

“El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, sin embargo, es incurrir en el error al considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricara o del servicio que se ofrecerá.” (Nassir Sapag, 2008)

Para una correcta formulación y preparación del proyecto, más que uno, deben considerarse cuatro estudios de mercado: el del proveedor, el del competidor, el del distribuidor y el del consumidor. Cada uno de ellos proporciona una gran cantidad de información útil para evaluar el proyecto, a la vez que su omisión puede inducir a graves errores en la decisión de su aprobación o rechazo.

#### **1.3.3.2. Análisis Técnico**

Brun Lozano, Elvira Benito & Puig Pla (2008), comentan que “Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren; a la vez, verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas. El análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por lo tanto, los costos de inversión y operación así como el capital de trabajo que se necesita”.

El análisis técnico se puntualiza como un estudio del comportamiento del mercado, básicamente se utiliza gráficos, fórmulas matemáticas y estadísticas con la intención de predecir la futura tendencia de los precios. También hace referencia al capital de inversión, costos de inversión y de operación para poder establecer los precios correspondientes al servicio que se quiere brindar.

#### **1.3.3.3. Análisis Económico**

“El análisis económico es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos. Desde una perspectiva externa, estas técnicas también son de gran utilidad para todas aquellas personas interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa”. (Amat, 2008)

Estudia como las personas y la sociedad deciden o eligen razonablemente las formas de utilización de los recursos humanos, materiales y financieros entre las distintas alternativas para su uso. Su aplicación tiene gran valor en todas las etapas de la vida de la empresa. Entre otras ventajas, se encuentra manejar distintas formas de costeo para estudiar rápidamente los beneficios del negocio.

#### **1.3.3.4. Análisis Financiero**

“El objetivo financiero debe tener como finalidad última de referencia conseguir el mayor valor posible en el mercado para el patrimonio que vayan configurando los accionistas o titulares del capital de la empresa, que es el que en última instancia se mantiene permanentemente sometido a riesgos”. (De Jaime Eslava, 2010)

El análisis financiero es un medio que separa los conceptos y cifras, presupuesto e inversión, contenidas en los informes financieros para identificar los principales factores que tiene una empresa, con el fin de conocer la importancia relativa que contienen los informes financieros y evaluar la viabilidad de la empresa.

### **1.3.3.5. Análisis del impacto ambiental**

“El Estudio de Impacto Ambiental es el documento técnico en el que se apoya todo el proceso de decisión de la Evaluación de Impacto Ambiental. En este documento se desgrana en detalle cuando es necesario realizarlo, la Estructura de los Estudios de Impacto Ambiental, cómo hacerlos, su Tramitación, la fijación del Precio, los plazos de realización, la Legislación implicada, y Enlaces interesantes con información detallada”. (ALLPE, 2014)

El objetivo del análisis del impacto ambiental es proporcionar una herramienta útil al proceso de evaluación ambiental de un proyecto para que se pueda llegar a tomar decisiones correctas y basadas en criterios de beneficio para la naturaleza.

### **1.3.3.6. Términos técnico de interés**

#### **Localización del proyecto**

Rosales Posas (2008) propone que “El estudio de localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas conduzca hacia el mayor beneficio para los usuarios y la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores condicionantes”.

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se maximicen los beneficios, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

#### **Tamaño del proyecto**

Rosales Posas (2008) también señala que “El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitarán su tamaño. Entre los factores que pueden influir se encuentran los determinantes –como la demanda y los insumos– y los condicionantes –como la tecnología, la localización, el financiamiento, los recursos humanos y la capacidad empresarial”.

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta, principalmente, en su incidencia sobre los valores de las inversiones y de los costos y por lo tanto, sobre el cálculo de la rentabilidad que manejará el proyecto.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada. La inversión será aconsejable si su VAN es positivo.

Nassir Sapag (2008) indica que “Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero. Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuanto se gana con el proyecto, si es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que quiere obtener, si es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión”.

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Para Mondino & Pendás (2008) “La TIR no es más que la tasa que hace igual a cero el valor presente neto, o sea, en el caso de un proyecto de inversión física, la TIR será la tasa de descuento, que iguala el valor actual de los flujos de dinero con signo negativo (“salidas de caja”) con el valor actual de los flujos de dinero con signo positivo (“entradas de caja”).”

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

## **1.4. MARCO LEGAL**

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

#### **Sección tercera**

#### **Patrimonio Natural y Ecosistemas**

“Art. 404.- El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley.”

#### **Sección cuarta**

#### **Recursos naturales**

“Art. 408.- Son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos minerales y de hidrocarburos, sustancias cuya naturaleza sea distinta de la del suelo, incluso los que se encuentren en las áreas cubiertas por las aguas del mar territorial y las zonas marítimas; así como la biodiversidad y su patrimonio genético y el espectro radioeléctrico. Estos bienes sólo podrán ser explotados en estricto cumplimiento de los principios ambientales establecidos en la Constitución.”

La sociedad estará involucrada en los beneficios de estos recursos naturales, en un valor que no será inferior a los de la organización que los explota. El Estado garantizará que los elementos de producción, consumo y uso de los recursos naturales y la energía de los ciclos naturales permitan recuperar las condiciones de vida con dignidad.

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

### **OBJETIVO 3**

#### **“Mejorar la calidad de vida de la población.”**

“Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de inclusión y equidad social.”

Con la creación de las cabañas en el Complejo Turístico de Baños de San Vicente se logrará alcanzar una calidad de vida mucho mejor para los habitantes, debido a que los ingresos aumentarían para la población e incluso los servicios básicos mejorarían para ofrecer un adecuado desarrollo de las actividades humanas y se generarían más fuentes de trabajo, por ende las condiciones económicas y sociales de los pobladores.

### **OBJETIVO 7**

#### **“Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.”**

“Con la constitución del 2008, Ecuador asume el liderazgo mundial en el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, como una respuesta contundente a su estado actual, orientando sus esfuerzos al respeto integral de su existencia, a su mantenimiento y a la generación de sus ciclos vitales y procesos evolutivos.”

La creación de las cabañas será de tipo ecológica, con materiales propios del medio por lo tanto no perjudicarán a la naturaleza del entorno, más bien estarán enfocadas al cuidado y protección del ecosistema poco alterado o modificado por la acción humana, encontrándose en un estado de conservación y convirtiéndose una nueva forma de convivencia en armonía con la naturaleza.

### **1.4.3. Código Orgánico de la Producción**

#### **LIBRO I**

#### **DEL DESARROLLO PRODUCTIVO, MECANISMOS Y ÓRGANOS DE COMPETENCIA**

#### **TÍTULO I**

#### **Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad**

#### **Capítulo I**

#### **Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo**

**Art. 5.- Rol del Estado.-** El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

**f.** “La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país.”

**h.** “Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal.”

Con la ayuda que está brindando el Estado para mejorar y desarrollar la actividad productiva con la facilidad al acceso de financiamiento, el proyecto de la creación de las cabañas en el sector comuna de Baños de San Vicente será beneficioso y además la comuna tendrá un desarrollo logístico en su infraestructura para mejorar su imagen y especialmente el transporte terrestre para la movilización.

**LIBRO II**  
**DEL DESARROLLO DE LA INVERSIÓN PRODUCTIVA Y DE SUS INSTRUMENTOS**  
**TÍTULO I**  
**Del Fomento, Promoción y Regulación de las Inversiones Productivas**  
**Capítulo I**  
**De las inversiones productivas**

**“Art. 13.- Definiciones.-** Para efectos de la presente normativa, se tendrán las siguientes definiciones:”

**a.** “Inversión productiva.- Entiéndase por inversión productiva, independientemente de los tipos de propiedad, al flujo de recursos destinados a producir bienes y servicios, a ampliar la capacidad productiva y a generar fuentes de trabajo en la economía nacional.”

**b.** “Inversión Nueva.- Para la aplicación de los incentivos previstos para las inversiones nuevas, entiéndase como tal al flujo de recursos destinado a incrementar el acervo de capital de la economía, mediante una inversión efectiva en activos productivos que permita ampliar la capacidad productiva futura, generar un mayor nivel de producción de bienes y servicios, o generar nuevas fuentes de trabajo, en los términos que se prevén en el reglamento. El mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento así como los créditos para adquirir estos activos, no implica inversión nueva para efectos de este Código.”

En estos dos artículos se establece el significado de la inversión productiva que se entiende en forma general que es el flujo de recursos destinados a producir bienes y servicios, en este caso el hotelero que se implementará al complejo para brindar una atención completa y ampliar la capacidad productiva de la comuna de Baños de San Vicente y a generar fuentes de trabajo en la economía local, provincial y a nivel nacional y aportar con el crecimiento del país.

#### **1.4.4. Normas ISO**

Para la creación de las cabañas en el Complejo Turístico de Baños de San Vicente se utilizarán las normas ISO 9001, estas se orientan más claramente a los requisitos del sistema de gestión de la calidad de una organización, para demostrar su capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes, desarrollando un cuestionario para obtener información de datos personales, un buzón de sugerencia o de reclamos y las necesidades que los clientes tengan o a través de los incidentes que se presenten.”

La base para mejorar la calidad de los productos o servicios esta en ser regido por normas que lo regulen, en este caso se aplicó las ISO 9001, siendo una norma internacional que garantiza la efectividad en el manejo de los elementos de la administración de las cabañas.

La garantía del servicio a brindar por de las Cabañas Victoria, conociendo que está regida por estas normas de calidad, permite que los turistas se inclinen a elegirla.

El objeto de estudio de la Organización Internacional de Normalización (ISO) consiste en obtener mediante un acuerdo los diferentes tipos de soluciones que exigen tanto los clientes y usuarios. Con respecto al cumplimiento de estas normas deben ser voluntarias debido a que esta entidad no gubernamental, no ejerce ninguna autoridad para su cumplimiento.

Las Cabañas Victorias integrarán y utilizarán las normas ISO 9001 por lo que se basa en los requisitos del sistema de gestión de la calidad de la organización, para exponer su capacidad de satisfacer las necesidades de los turistas, colocando un buzón de sugerencia o de observaciones para que se acerquen y mediante un cuestionario se pueda obtener información de los turistas que tengan incidentes y de esta manera seguir mejorando y brindar calidad en el servicio.

### **1.4.5. Normas IRAM**

Las normas IRAM o Instituto Argentino de Normalización y Certificación, es un documento reconocido que emite reglas mínimas que debe poseer un producto o servicio para entrar en funcionamiento, sobre diferentes temas como alimentos, eficiencia, gestión de calidad, construcciones, etc., que permitan alcanzar el éxito.

#### **IRAM-SECTUR 42210**

##### **Cabañas**

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

### **3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES**

“**3.1 Cabañas.** Alojamiento turísticos con un mínimo de tres unidades independiente y aisladas o formando conjunto con otras hasta un máximo de dos, con facilidades para la elaboración o provisión de alimentos, que presentan una administración común e incluyan servicios de recepción, conserjería, limpieza, seguridad, estacionamiento y espacio abierto común.”

“**3.10 Responsabilidad social.** Acciones de una organización para responsabilizarse del impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente, donde estas accionen:”

Consistentes de los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible, están basadas en el comportamiento ético, cumplimiento de leyes e instrumentos intergubernamentales aplicables e integradas en las actividades de la organización.

### **4 PLANIFICACIÓN**

“**4.4 Responsabilidad social: Programa de responsabilidad social.** La dirección debe asegurar la existencia, ejecución y control de programas coherentes con un compromiso ambiental y de participación con la comunidad local, para la mejora de la calidad de vida de los residentes.”

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

Considerando la metodología como parte importante en el proceso de elaboración de la tesis, se utilizaron dos tipos de investigaciones, cuantitativa y cualitativa. La primera investigación es la cuantitativa por lo que determina el número de personas que ingresaron a la Provincia de Santa Elena y los que llegaron al complejo de Baños de San Vicente, además del cálculo de la muestra y la tabulación de los datos con las respectivas encuestas realizadas a los turistas. La segunda investigación es la cualitativa por que se obtuvo de manera directa con entrevistas a la administración del complejo y administradores de la empresa de EMUTURISMO para determinar la necesidad de la creación de cabañas dentro del complejo de Baños de San Vicente que contribuya a su desarrollo turístico y económico.

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

La modalidad de esta investigación es de la factibilidad del proyecto de creación de cabañas para el Complejo Turístico de Baños de San Vicente que contribuya a su desarrollo turístico y económico, según la doctora Ángela Chong Álvarez (2008) considera que el proyecto factible:

Permite la elaboración del proyecto aplicando un modelo viable o factible que solucione un problema, con el propósito de conseguir la satisfacción de las necesidades de la sociedad, en este caso los turistas que visitan Baños de San Vicente. Comprende el desarrollo de una propuesta que permita cubrir las necesidades de las instituciones o agrupaciones, como la elaboración de nuevas normas, implementación de programas y actualización de tecnología.

## **2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El objetivo en este caso “El estudio de factibilidad para la creación de cabañas en Baños de San Vicente”, permitió utilizar las investigaciones: descriptiva y de campo, por cuanto se adaptan a los requerimientos de la investigación. Se analizó el entorno de la zona donde se desarrolló la propuesta, como también el análisis del mercado meta.

### **2.3.1. Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva ayuda a desglosar la investigación realizada, mediante el análisis e interpretación de las diferentes características y propiedades que posee el objeto de estudio. Incorporando diferentes criterios de clasificación para coordinar, ordenar y agrupar los objetos inmersos en el trabajo de investigación.

Se puede decir que la investigación descriptiva, trabaja sobre situaciones de hechos reales y su principal característica es la interpretación correcta, de manera ordenada, organizada y bien estructurada. En conclusión se puede decir que describen los hechos como son observados.

### **2.3.2. Investigación de Campo**

Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación.

Además es el proceso que permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. Asimismo estudia la situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos.

## **2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los métodos que se utilizaron para la investigación “Estudio de factibilidad para la creación de cabañas en el Complejo Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena” fueron:

### **2.4.1. Método Analítico**

El método analítico divide en partes los elementos de un todo para interpretar la causa y el efecto de la investigación. Este análisis consiste en observar un fenómeno estudiado. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

### **2.4.2. Método Sintético**

Es un proceso de razonamiento que significa reconstruir, volver a integrar las partes del todo; pero esta operación implica una superación respecto de la operación analítica, ya que no representa sólo la reconstrucción mecánica del todo, pues esto no permitirá avanzar en el conocimiento; implica llegar a comprender la esencia del mismo, conocer sus aspectos y relaciones básicas en una perspectiva de totalidad.

### **2.4.3. Método Deductivo**

Se basa en ir encadenando conocimientos que se suponen verdaderos de manera tal que se obtienen nuevos conocimientos; es decir, es aquel que combina principios necesarios y simples (teoremas, conceptos no definidos, etc.) para deducir nuevas proposiciones. La integración del razonamiento inductivo y el deductivo dan lugar al método que lleva a la comprobación y demostración.

## **2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

De acuerdo con la necesidad de información que posee el cliente, se elige una técnica cuantitativa o cualitativa.

### **Investigación Cuantitativa:**

Permite la recolección sistemática de información, con base en un instrumento preestablecido y con muestras representativas, a fin de tener una proyección.

### **Técnicas indirectas:**

- Bibliografía
- Redes electrónicas

### **Técnicas directas:**

- Encuestas.- Dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros para determinar la necesidad de hospedaje y que se realizó dentro y fuera del complejo de aguas termales de la comuna.
- Entrevistas.- A la administración del complejo a la empresa de Emoturismo y al presidente de la Comuna de Baños de San Vicente.

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

Los instrumentos que se utilizan en un estudio de mercado están determinados por las técnicas utilizadas, en este caso los siguientes:

- Entrevistas: Guía de entrevistas.
- Encuestas: Cuestionario de encuesta.
- Bibliografía: Libros y archivos.
- Grabaciones en audio, videos y fotografías.

## 2.7. POBLACIÓN

Es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas. El universo del presente trabajo está conformado por los turistas que visitan el Complejo de Baños de San Vicente para la determinación de la muestra.

CUADRO N° 8 Visitantes Mensuales

<b>Visitantes Mensuales</b>	
<b>Temporada Baja (Visitantes)</b>	
1800	2200
Promedio	<b>2000</b>
<b>Temporada Alta (Visitantes)</b>	
4500	6000
Promedio	<b>5250</b>
<b>Visitantes</b>	
<b>Promedio General</b>	<b>3625</b>

Fuente: Plan estratégico comunal de Baños de San Vicente - 2013.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

Para determinar la población se realizó una investigación del número de turistas que ingresan en temporadas bajas y altas al complejo de aguas termales. En temporada baja ingresan desde 1800 a 2200 personas al mes obteniendo un promedio de 2000 personas y en la temporada alta ingresan desde 4500 a 6000 al mes consiguiendo un promedio de 5250 personas para tener como resultado un promedio general de 3625 turistas mensuales.

CUADRO N° 9 Visitantes Anuales

<b>Visitantes Anuales</b>	
Población Mensual	3625
<b>Población Anual</b>	<b>43500</b>

Fuente: Plan estratégico comunal de Baños de San Vicente.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

La población general se obtuvo como promedio de 3625 turistas y al convertido en anual (multiplicando por los 12 meses) dio como resultado 43500 personas.

## 2.8. MUESTRA

Es aquella parte representativa de la población, o que considera el subconjunto del conjunto población. La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población o esta es menor a los 100.000 habitantes es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{43500 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,07)^2 * (43500 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{43500 * 0,9604}{213,1451 + 0,9604}$$

$$n = \frac{41777,40}{214,11}$$

$$n = 195$$

En donde:

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Población N =	43500
Nivel de Confianza Z =	1,96
Probabilidad de Éxito p=	0,5
Probabilidad de Fracaso q =	0,5
Nivel de Error e =	0,07
<b>(Encuesta) MUESTRA n =</b>	<b>195</b>
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>
<b>(Entrevistas) MUESTRA n =</b>	<b>7</b>

Fuente: Plan estratégico comunal de Baños de San Vicente.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

## **2.9. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.9.1. Procedimientos**

Se conoce como procedimiento al grupo de descripciones que se necesita para el desarrollo de acciones que estén en concordancia con los pasos a seguir, y que son cambiantes en función a lo requerido y al resultado que se espera. El procedimiento es un sistema de actividades que se deben de realizar siguiendo un mismo patrón, para llegar al mismo resultado en circunstancias similares.

El término proceder se refiere a la acción de ocurrir o suceder de una forma determinada, y se define como el conjunto de actos efectuados de forma que no se interrumpen por la autoridad en ejercicio de sus funciones y de quienes intervienen, que dan forma a un modelo jurídico que se debe seguir e indicando la manera de obrar, hallando la fórmula para proceder y el método correspondiente.

Procedimiento es una serie de pasos que rigen la ejecución de una instrucción, un proceso es un conjunto de operaciones o instrucciones que llevan a un fin que se está repitiendo. Por lo regular los procedimientos se llevan a cabo para concretar los procesos.

- Recolectar información.
- Búsqueda de un problema.
- Formulación del problema.
- Elaboración de la justificación
- Preparación del marco teórico.
- Metodología de la investigación.
- Instrumentos de investigación.
- Trabajo de apoyo institucional.
- Utilización de los instrumentos.
- Resultados de la información.

### **2.9.2. Procesamientos**

Es necesario, al llegar al final de la investigación, hacer una síntesis del proceso de investigación para efectos del estudio de factibilidad, como se expuso en los capítulos realizados. En primer lugar se inició con el planteamiento del problema de investigación que involucra solucionar interrogantes relacionados a los términos de los conocimientos e información existentes, el camino a recorrer es largo por lo que es importante atender, de manera paralela, dos niveles de estudio: el teórico y el empírico.

En el caso teórico se resume el trabajo de la elaboración del marco teórico que, adecuadamente es llevado a la práctica, indicando en definitiva los datos que son precisos para obtener el resultado a las interrogantes iniciales. En cuanto al caso empírico la aproximación a la realidad quedará concretada en un cierto tipo de estudio, implementado a través de las técnicas de recolección que permitirán obtener los datos requeridos.

El proceso es un conjunto de actividades o acciones, propiamente normalizadas, en virtud de los cuales los órganos jurisdiccionales, previamente citados para su actuación, deciden sobre una relación reglamentaria planteada:

- Ordenar de los datos.
- Tabulación de datos.
- Tablas y gráficos estadísticos.
- Análisis e interpretación de resultados.
- Conclusiones.
- Recomendaciones.
- Elaboración de la propuesta.
- Revisión de la propuesta.
- Informe final.
- Sustentación del proyecto.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

El capítulo expresa los resultados de la investigación realizada, implica el análisis e interpretación de la información, las conclusiones y recomendaciones se plantean basadas en la información recolectada en el campo. Analizando los instrumentos de apoyo se procedió al proceso de recopilación de datos, para lo cual se necesitó realizar entrevistas al administrador, al jefe de talento humano, jefe del área técnica y el encargado del área de bodega de la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena EMUTURISMO, así como también al administrador del complejo turístico y al presidente de la comuna de Baños de San Vicente.

Las encuestas se realizaron dentro de la Provincia de Santa Elena, específicamente a los turistas que visitan Baños de San Vicente, para la realización de las encuestas se contó con la colaboración de dos personas y se realizó en 3 días de un fin de semana, obteniendo como resultado 195 encuestas en total.

Terminada esta etapa se efectuó el conteo de las respuestas obtenidas mediante las técnicas de investigación; se realizaron tablas de distribución de frecuencia de cada uno de las preguntas, con las tablas estadísticas se procedió a realizar los gráficos correspondientes, posteriormente se realizó el análisis e interpretación de resultados. Mediante el análisis se determinó cual es el inconveniente que presenta el complejo y la comuna.

La conclusión es un juicio razonado, basado en la síntesis de los resultados, sustentado por el análisis de los datos. Las recomendaciones pertinentes para crear las estrategias de captación de turistas hacia al complejo y de esta manera estructurar la propuesta y elaborar de forma correcta el estudio de factibilidad con las opiniones correspondientes de cada uno de los socios.

### **3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS**

Las entrevistas se realizaron a personas involucradas al turismo y al complejo de Baños de San Vicente, como al administrador Sr. Francisco Tomalá de la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena EMUTURISMO; al licenciado Otto Lamán jefe de talento humano; Oscar Laínez, jefe del área técnica; Sergio Jazmany Suárez, encargado del área de bodega; el administrador del complejo turístico licenciado Antonio Gonzabay; y al licenciado Gervasio Figueroa, presidente de la comuna de Baños de San Vicente los cuales tuvieron la mejor disposición en brindar toda la información requerida en este proceso de investigación.

En total se realizaron 7 entrevistas en un cuestionario de 10 ítems en los que se consideró la siguiente información respecto a la opinión de los entrevistados acerca de la creación de las cabañas dentro del complejo turístico, la factibilidad del estudio, el impacto ambiental del proyecto, el tipo de cabañas a ser creadas, los servicios complementarios que se pueden brindar, los beneficios económicos para el complejo, el bienestar socio económico, el desarrollo turístico y las recomendaciones.

Para la realización de estas entrevistas se presentaron inconvenientes debido a que movilizarse a Baños es complicado por la escases de transporte directo hacia la comuna involucrada a la investigación; otros factores fueron la falta de coordinación de horarios por el trabajo de los involucrados y el deficiente servicio telefónico, por este motivo se realizaron citas de trabajo en el departamento de la Empresa de Turismo y en el complejo en un horario establecido para la realización respectiva de la entrevista.

Todos estos inconvenientes fueron superados por una buena planificación y coordinación en conjunto con los entrevistados y el entrevistador, por lo que se completaron todos los parámetros establecidos en este proceso de análisis e interpretación obteniendo como resultado el éxito deseado.

## **1.- ¿Cuál es su opinión con respecto a la creación de cabañas dentro del complejo turístico de Baños de San Vicente?**

El 100% de los entrevistados manifestaron estar de acuerdo con la creación de cabañas. Estos resultados se desglosan de la siguiente manera:

El 58% piensa que es una buena alternativa y oportunidad de crecimiento debido a que la demanda de turistas necesita de un tratamiento mínimo de tres días prolongándose hasta quince días y no poseen el servicio de hospedaje en función de sus necesidades, dentro de este grupo se encuentran los adultos mayores. El 28% considera que es indispensable la creación de las cabañas, y que necesitan una amplia cobertura que brinde un servicio integral a los ya existentes dentro del complejo; el 14% considera importante la creación de las cabañas, con la acotación de la realización de otras actividades para que se incremente el número de personas que visiten el complejo y por ende crear la necesidad de hospedaje sin constituirse en una competencia para el sector hotelero de la comuna.

## **2.- ¿Considera usted que es factible la creación de las cabañas en el complejo turístico Baños de San Vicente?**

La factibilidad de la creación de las cabañas dentro del complejo es analizada por los entrevistados de la siguiente manera:

El 86% piensa que es factible la creación de las cabañas, porque existe el espacio disponible, con la acotación de que los materiales sean amigables a la naturaleza, porque el turista busca una propuesta diferente, por lo tanto las cabañas deben ser confortables para que la estadía sea satisfactoria, convirtiéndose en un ente multiplicador del complejo y de los servicios que se prestan en él; el 14% cree que es factible pero considera que es indispensable la creación o realización de más actividades a las que ya se realizan para crear la necesidad de hospedar a este número de personas que visiten el complejo.

### **3.- ¿Cuál sería el impacto ambiental que generaría la creación de las cabañas en el entorno?**

El impacto ambiental que generaría la creación de las cabañas en el complejo turístico Baños de San Vicente fue interpretado de la siguiente manera por los entrevistados: El 42% considera que el impacto de la creación de las cabañas es positivo porque aportará a la conservación del medio o entorno, a sabiendas que las cabañas a diferencia de los hoteles de la ciudad van acorde al tipo de turismo que realizan los turistas que visitan Baños de San Vicente que es netamente de salud, por lo tanto necesitan de un ambiente tranquilo, cálido, fuera del estrés de las grandes ciudades. El 29% considera que no existiría un impacto ambiental negativo siempre y cuando se cumpla con el procedimiento técnico correspondiente. El otro 29% dice que el impacto depende del programa que tenga el ingeniero para la realización, recordando que el turismo debe ser sostenible y sustentable, además se debe implementar servicios ecológicos como son los sanitarios que ya se usan en las grandes ciudades que son ecológicos, considerando que en Baños de San Vicente escasea el agua.

### **4.- ¿Estaría usted de acuerdo que el hospedaje sea de tipo cabañas en el complejo turístico?**

El hospedaje tipo cabañas en el complejo turístico de Baños de San Vicente es considerado como la alternativa apropiada de acuerdo al tipo de turismo que se realiza en Baños. El 71% lo considera ideal, hacen referencia a que existe la idea por parte del Ministerio de Turismo para implementar este servicio de cabañas y recomiendan que sean ecoturísticas, porque el turista gusta de esto pues están cansados del estrés de los edificios que existen en las grandes ciudades, por lo que los materiales que sean utilizados tendrían que ser de caña guadua o madera para que vayan acorde al medio. El 29% dicen que es un boom internacional y de seguro tendrá gran acogida, por parte de los turistas y que por el efecto multiplicador, logran que más personas vengan a Baños de San Vicente, a realizar sus terapia.

## **5.- ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría que brinden las cabañas turísticas?**

Uno de los problemas que tiene Baños de San Vicente es la dificultad de comunicación por eso la primera alternativa como servicio complementario es el de Internet con un 57%, recomendando la implementación de zonas Wifi, cabinas telefónicas y cajeros automáticos que no existen en el medio.

Otras opciones importantes para el complejo son la distracción con un 29%, lugares de recreación, lugares de descanso en zonas estratégicas para ubicar hamacas y parques para la recreación infantil.

Mientras que el 14% considera la creación de una isla para el expendio de bebidas naturales y batidos nutricionales como una alternativa importante e inexistente que tendría una gran acogida y que no compite con los intereses de la comuna.

## **6.- ¿Estaría usted de acuerdo en que las cabañas brinden el servicio de alimentos y bebidas?**

El 57% analiza el convenio existente entre el municipio y la comunidad de Baños por lo que consideran no prudente este tipo de servicio dentro del complejo, la idea sería incluirlos en los proyectos que se realicen dentro del complejo, más bien es necesario dar la capacitación para que los alimentos que expendan sean más direccionados al tipo de turismo que se brinda aquí en relación a la salud, como son las comidas vegetarianas y dietéticas, e implementar el expendio de jugos naturales a los turistas.

Un 43% no ve ningún problema en la ejecución de este servicio en el complejo, al contrario sería una oportunidad de proyectar la gastronomía ecuatoriana y en un futuro poder competir con las grandes ciudades, con la variedad de comidas típicas de la comuna de la provincia y del Ecuador.

**7.- ¿Usted cree que con la creación de las cabañas se podría beneficiar económicamente al complejo turístico?**

El común denominador en las respuestas con respecto al beneficio económico del complejo con la creación de las cabañas, precisamente porque los turistas nacionales y extranjeros gustan de lo rústico y piden este tipo de alojamiento como complemento a las terapias que reciben en su visita a las aguas termales de Baños de San Vicente. Es importante conocer que el mercado turístico que llega a Baños es muy variado, desde gente joven, de mediana edad que es la que más asiste a Baños y adultos mayores, que es un segmento importante que se debe considerar en la creación de las cabañas, precisamente por la edad es importante brindarle este servicio.

**8.- ¿Cree usted que con la remodelación del complejo y la creación de las cabañas se generaría un bienestar socio-económico de la comuna?**

La remodelación del complejo y la creación de cabañas en el complejo, contribuiría al desarrollo socio-económico de Baños de San Vicente, por los siguientes factores: La existencia de un convenio entre la administración y la comuna que determina que los miembros de la comuna son los encargados de prestar el servicio de alimentos y bebidas a los turistas; activaría la economía porque tendríamos personas circulando por la comuna y lógicamente dinamizaría la generación de divisas para el complejo y los pobladores; la normativa determina que un 80% de las personas que laboren en el complejo deben pertenecer a la comuna; con la remodelación del complejo y la creación de las cabañas, mejorará la producción, y la asistencia turística y por ende la creación de nuevas fuentes de trabajo.

Por lo expuesto se espera futuras inversiones particulares y estatales, por lo que es necesario involucrar a los miembros de la comuna en los proyectos que se realicen, para que de manera integral formen un polo de desarrollo.

**9.- ¿Cree usted que la creación de las cabañas contribuiría al desarrollo turístico del complejo y de la comuna?**

El desarrollo turístico en Baños es posible con la creación de las cabañas, considerando la existencia de un lugar cómodo y confortable la posibilidad de prolongar su estadía. Además los encuestados han considerado tres factores importantes que contribuirían a su desarrollo:

Un 57% considera la existencia de recursos turísticos que no han sido debidamente utilizados, por ejemplo el cementerio de los indios como recurso cultural de Baños, el avistamiento de aves en las albarradas y la existencia de las rocas volcánicas, etc. Un 29% considera la importancia del incremento de turistas para el desarrollo turístico, y un 14% la posibilidad de nuevos proyectos, no solo en el complejo sino en la comuna con miras a la posibilidad de crear un mirador en el cerro de la comuna, este proyecto conllevaría la creación de senderos, caminatas y por ende la diversificación de la oferta turística como valor agregado.

**10.- ¿Que recomendaría usted para la elaboración de las cabañas?**

Las recomendaciones de los encuestados para la elaboración de las cabañas son muy variadas, en primer lugar se considera el hecho de que tienen que ser confortables y seguras, que brinden los servicios básicos que se ajusten al entorno, que brinden una buena atención, por lo que sería necesario contar con personal capacitado y profesional en el campo turístico, para obtener resultados óptimos.

En segundo lugar se considera el hecho de que la cantidad de cabañas a crearse debe ser un mínimo de seis y un máximo de ocho, por el hecho de que no se existe hospedaje de calidad en Baños y la idea es no ser competencia a el sector sino más bien ser un complemento dirigido a un sector de mercado, por esto es necesario socializar el tema con el sector hotelero, para considerar que el incremento de turistas genere la necesidad de hospedar a un creciente número de turistas.

### **3.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE LA ENCUESTAS**

Las encuestas se realizaron dentro de la provincia de Santa Elena, específicamente en la comuna de Baños de San Vicente a los turistas que visitan el complejo turístico de aguas termales, realizándolas dentro y fuera de sus instalaciones para poder obtener una información real y concreta.

Se determinó la muestra mediante el número de turistas que ingresan al complejo con el promedio anual, obteniendo como resultado 195 encuestas en total a realizar, para obtener la siguiente información acerca de los destinos turísticos para vacacionar, los motivos por el cual visitan la provincia, para conocer la frecuencia de visitas al complejo de Baños de San Vicente, determinar la necesidad del servicio de hospedaje considerando que en el complejo se está realizando una inversión para el mejoramiento de las instalaciones y de la imagen, la implementación de cabañas dentro del complejo turístico, para determinar el nivel socio económico que produciría la creación de las cabañas y demás información necesaria para el desarrollo del trabajo de titulación.

Para la realización de las encuestas se utilizó la colaboración de dos personas para tratar de concluir en el menor tiempo posible con las mismas, debido a los problemas para el traslado a Baños de San Vicente, esto se realizó en 3 días de un fin de semana, cuando la concurrencia de turistas es mayor en el complejo. El primer día viernes se realizaron 40 entrevistas, el segundo día sábado se alcanzó a desarrollar 95 encuestas y las restantes 60 se las completó el día domingo.

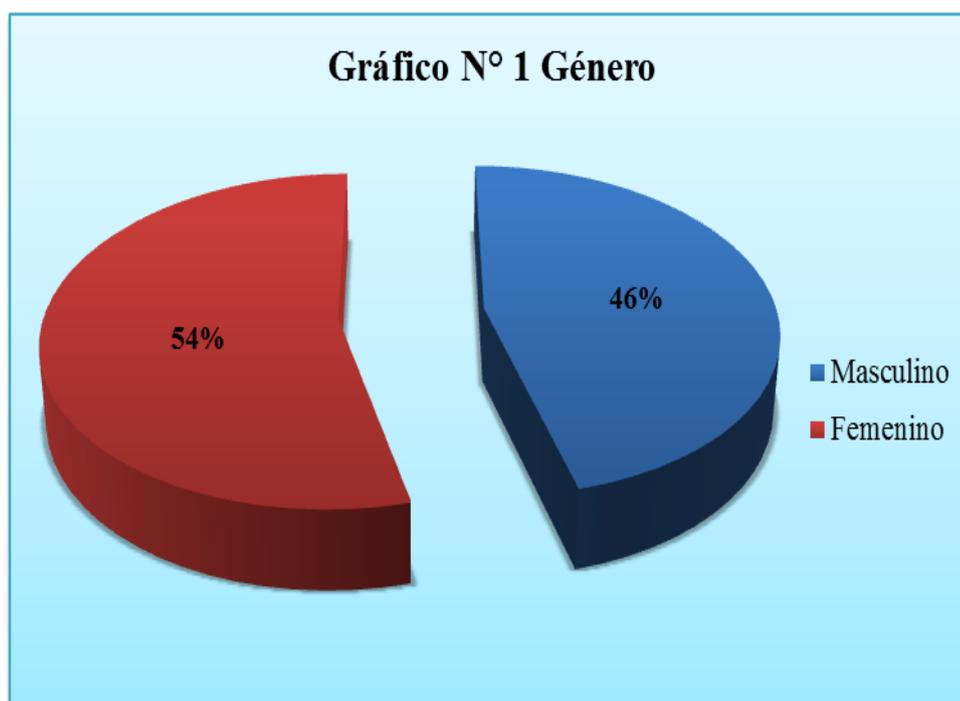
Al momento de realizar las entrevistas no se obtuvo inconvenientes por la acertada planificación y coordinación con los responsables del complejo turístico que brindaron todas las facilidades para la realización de las respectivas encuestas a los turistas que se encontraban dentro de las instalaciones del complejo. A su vez los turistas se mostraron participativos y colaboradores al momento de pedir la información requerida.

## 1.- Género de los encuestados

TABLA N° 1 Género

Ítem	Valoración	f	%
<b>a</b>	Masculino	89	46%
	Femenino	106	54%
	Total	195	100%

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

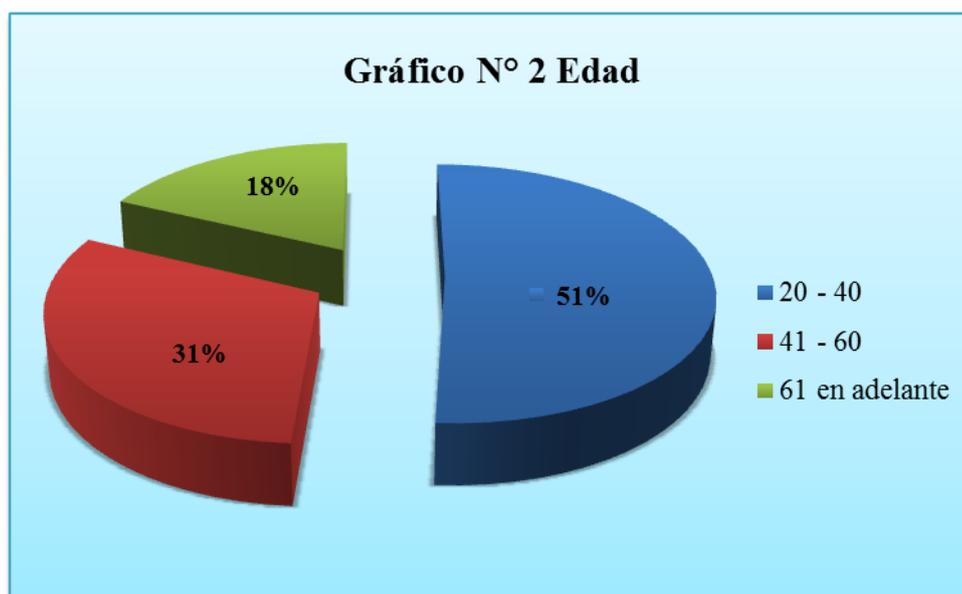
El género femenino asiste en un 54% y los varones en un 46%, al complejo turístico de Baños de San Vicente ubicado en la provincia de Santa Elena, indicador a tomarse en cuenta en la elaboración de proyectos de salud y hacia ellas deben dirigirse estrategias para captar mercados meta.

## 2.- Edad de los Encuestados

TABLA N° 2 Edad

Ítem	Valorización	f	%
<b>b</b>	20 - 40	99	51%
	41 - 60	60	31%
	61 en adelante	36	18%
	Total	195	100%

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

La edad de la mayoría de los turistas que llegan al complejo de aguas termales de San Vicente está comprendida según los datos obtenidos en la encuesta entre 20 a 40 años, una población relativamente joven, resultado que contrasta con el criterio de que son los adultos mayores los que asisten mayormente. Sin embargo lo que sí es verdad es que son los adultos mayores el segmento de mercado que prolongan su estadía por las terapias que se realizan en un mínimo de tres días hasta más de quince días.

### 3.- Nacionalidad de los encuestados

**TABLA N° 3 Nacionalidad**

Ítem	Valorización	f	%
<b>C</b>	<b>Ecuatoriana</b>	175	90%
	<b>Extranjera</b>	20	10%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

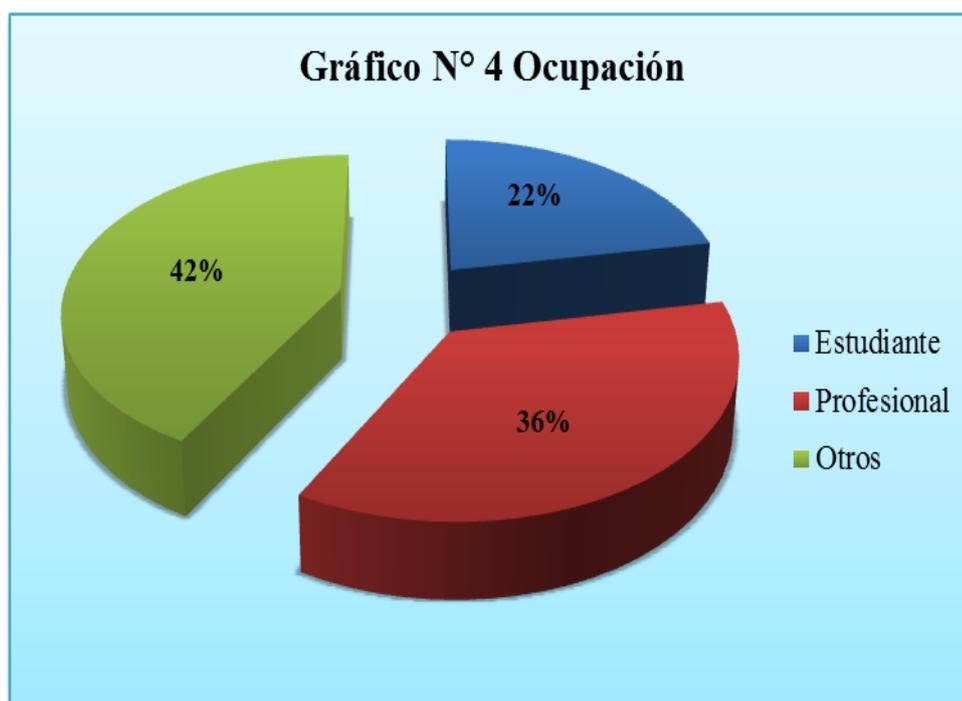
Con respecto a la nacionalidad de los visitantes al Complejo Turístico de Baños de San Vicente, el 90 % fue de procedencia ecuatoriana, cuyo principal mercado es de la ciudad de Guayaquil, el 10 % restante corresponde a turistas extranjeros, cuyo primer mercado emisor es el colombiano, norteamericano, peruano, venezolano, alemán y chinos en ese orden respectivo, según la encuesta realizada. Es importante resaltar que estas encuestas fueron realizadas en temporada baja por lo que estos datos pueden variar en función de la época.

#### 4.- Ocupación de los encuestados

TABLA N° 4 Ocupación

Ítem	Valorización	f	%
<b>d</b>	Estudiante	42	22%
	Profesional	71	36%
	Otros	82	42%
	Total	195	100%

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

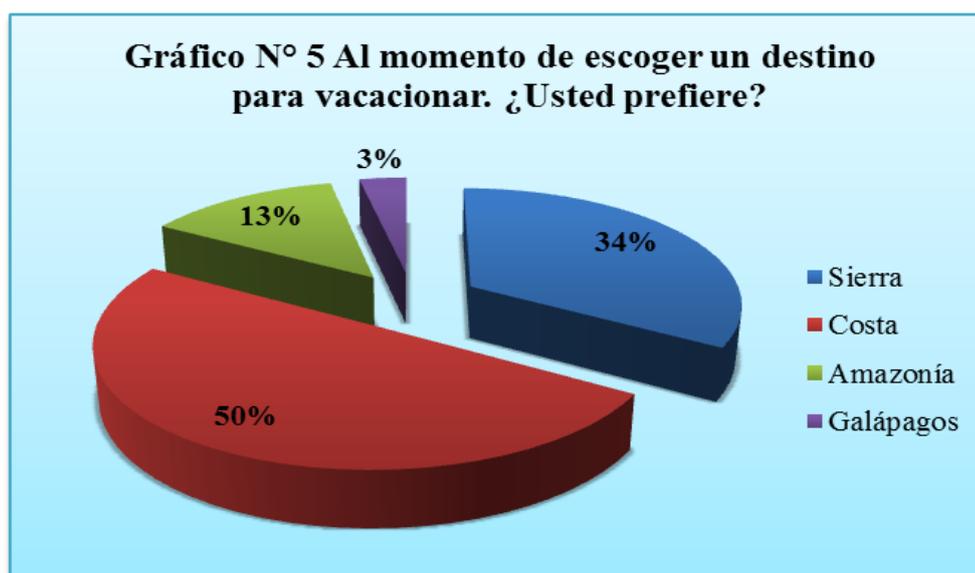
La ocupación de los turistas encuestados es variable, el 78% de ellos manifestaron ser profesionales o estudiantes, el resto correspondió a otros tipos de actividades como son en primer lugar los jubilados, segundo los comerciantes, tercero las amas de casa, luego pintores, empleados públicos, cantantes, entre otros.

## 5.- Destinos para vacacionar

**TABLA N° 5 Al momento de escoger un destino para vacacionar. ¿Usted prefiere?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>1</b>	Sierra	113	34%
	Costa	168	50%
	Amazonía	45	13%
	Galápagos	11	3%
	Total	337	100%

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

La región preferida al momento de escoger un destino es la costa, segundo es la Sierra, tercera la Amazonía y por último Galápagos, la tendencia se da por la cercanía del destino. Galápagos uno de los atractivos turísticos del Ecuador por su fama internacional, es preferido por los turistas extranjeros, además si consideramos los costos, se puede entender por qué no es el primer destino escogido principalmente por los ecuatorianos continentales.

## 6.- Motivo de Visita a la provincia de Santa Elena

TABLA N° 6 ¿Qué lo motivo a Usted visitar la provincia de Santa Elena?

Ítem	Valorización	f	%
<b>2</b>	Vacaciones	157	65%
	Trabajo	42	17%
	Salud	37	15%
	Otros	5	2%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

La variedad de atractivos turísticos que posee la provincia de Santa Elena como son sus amplias y hermosas playas, los atractivos culturales por su rica historia, la flora y la fauna existente, y además la calidez de su gente hacen que el principal motivo de visita sean las vacaciones, con un margen amplio con respecto a las otras opciones, como el trabajo y la salud.

## 7.- Frecuencia de visita

**TABLA N° 7 ¿Con qué frecuencia visita Usted la provincia de Santa Elena?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>3</b>	Semanal	19	10%
	Quincenal	10	5%
	Mensual	66	34%
	Anualmente	100	51%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas (2013)  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.



**Fuente:** Encuestas a turistas (2013)  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.

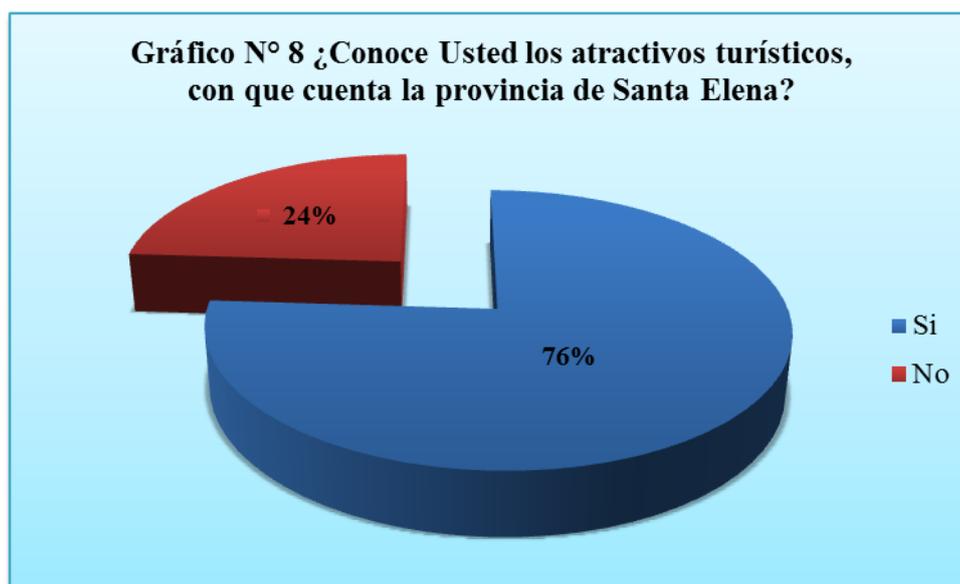
La provincia de Santa Elena es visitada en la mayoría de los casos por los turistas anualmente, sin embargo un porcentaje considerable lo realiza mensualmente, este segmento de turistas es muy importante, debiendo ser considerado en las promociones que realizan las entidades de turismo del medio y por la administración del complejo, para incrementar el número de visitantes.

## 8.- Atractivos turísticos de Santa Elena

**TABLA N° 8 ¿Conoce Usted los atractivos turísticos, con que cuenta la provincia de Santa Elena?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>4</b>	Si	148	76%
	No	47	24%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas (2013)  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.



**Fuente:** Encuestas a turistas (2013)  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.

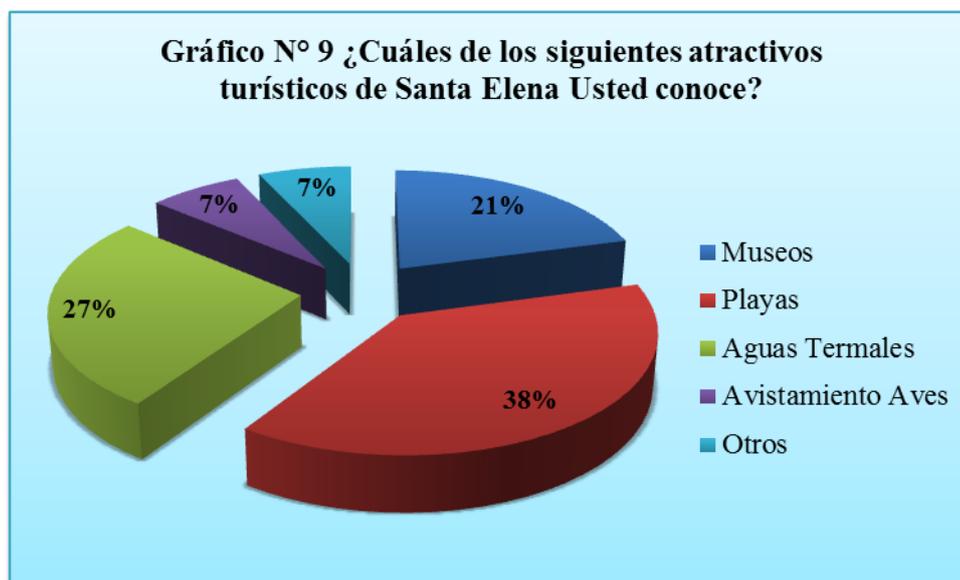
Los atractivos turísticos de la provincia de Santa Elena son ampliamente conocidos por los turistas que lo visitan, los tres cantones poseen un recurso que los identifica, Salinas es conocido por su estructura hotelera y sus hermosas playas, La Libertad posee una hermosa playa y un malecón y por supuesto Santa Elena capital de la provincia es conocida por su historia y sus amplias playas en la ruta Spondylus que la convierten en un potencial turístico.

## 9.- Atractivos turísticos que conoce

**TABLA N° 9 ¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos de Santa Elena Usted conoce?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>5</b>	Museos	98	21%
	Playas	184	39%
	Aguas Termales	129	27%
	Avistamiento Aves	31	7%
	Otros	32	7%
	<b>Total</b>	<b>474</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

La gran variedad de playas, como Salinas, La Libertad y las playas de la ruta del Spondylus; Montañita, Olón, Libertador Bolívar, etc., hacen que sea el atractivo más conocido de la provincia de Santa Elena. Sin embargo los entrevistados, consideraron al complejo turístico de aguas termales como el segundo atractivo de importancia por encima de los museos y el avistamiento de aves.

## 10.- Visita de un complejo de aguas termales

**TABLA N° 10 ¿Alguna vez ha visitado un complejo turístico de aguas termales?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>6</b>	Siempre	8	4%
	Casi siempre	16	8%
	Alguna vez	97	50%
	Casi nunca	35	18%
	Nunca	39	20%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas (2013)  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.



**Fuente:** Encuestas a turistas (2013)  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.

Con respecto a la visita a un complejo de aguas termales, la mitad de los encuestados manifestó haber visitado alguna vez este tipo de recursos, el 8% lo hace casi siempre, y un 4% siempre, este último correspondería a los adultos mayores, que son los más interesados en la salud, por eso es importante que se conozcan las propiedades curativas de los recursos existentes en Baños.

## 11.- Santa Elena cuenta con un complejo turístico

**TABLA N° 11 ¿Ha visitado alguna vez el complejo turístico de aguas termales en Baños de San Vicente?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>7</b>	Si	163	84%
	No	32	16%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

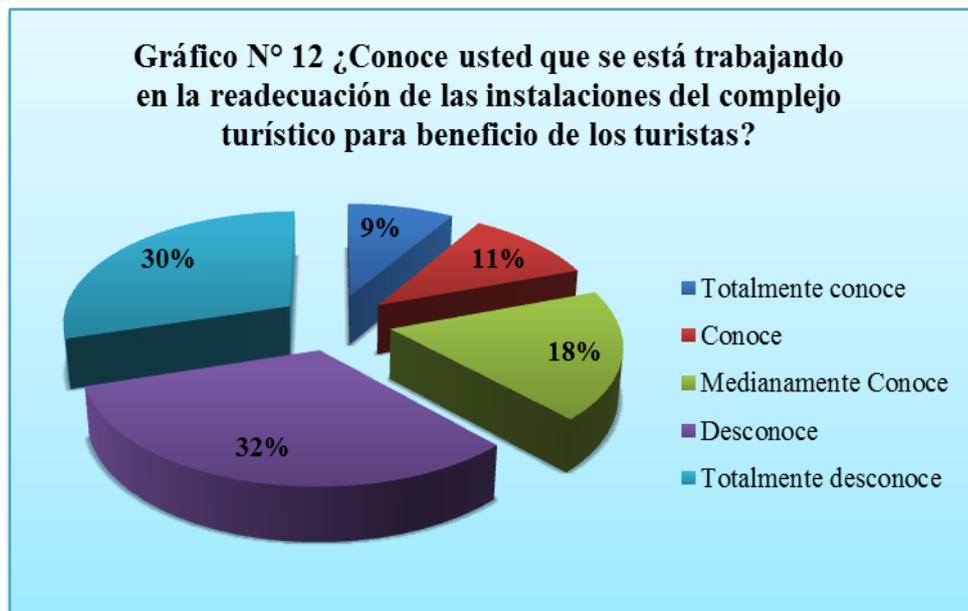
Existe un altísimo porcentaje que está consciente de la existencia del complejo turístico de aguas termales en San Vicente, como muestra el gráfico, esto debe ser aprovechado de la mejor manera, tanto por la administración del complejo como por la comunidad para desarrollar proyectos que hagan posible que estas personas visiten el centro turístico, sobre todo en temporadas bajas.

## 12.- Conoce los trabajos de readecuación del complejo

**TABLA N° 12 ¿Conoce Usted que se está trabajando en la readecuación de las instalaciones del complejo turístico para beneficio de los turistas?**

Ítem	Valorización	f	%
8	Totalmente conoce	17	9%
	Conoce	21	11%
	Medianamente Conoce	36	18%
	Desconoce	63	32%
	Totalmente desconoce	58	30%
	<b>Total</b>		<b>195</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

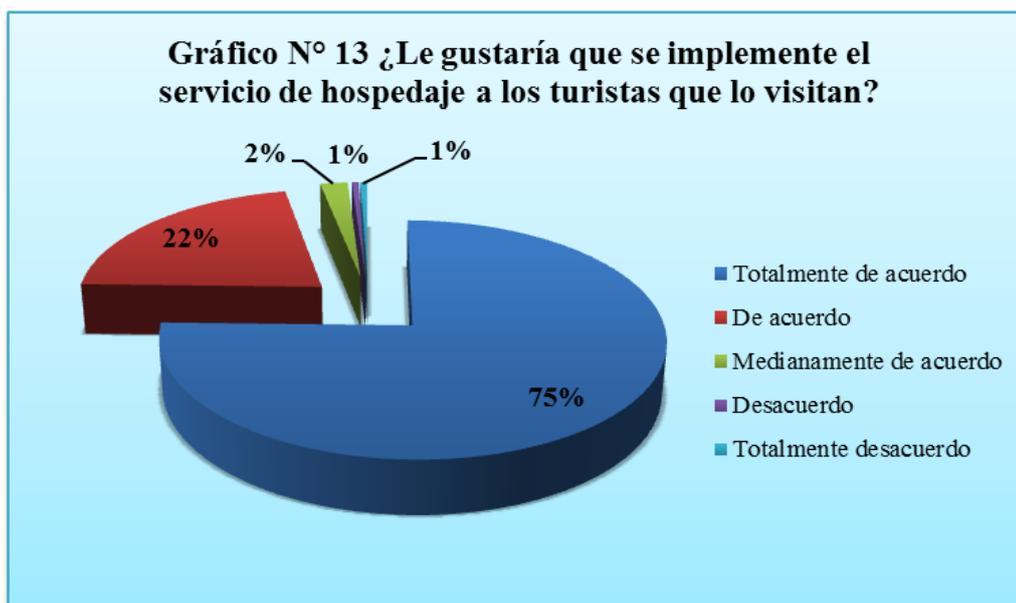
Los trabajos que se están realizando dentro del complejo se están ejecutando de manera lenta, por eso un 62% desconoce parcial o totalmente de la obra que se está desarrollando para beneficio de los visitantes, solo un pequeño porcentaje sabe de la obra a realizarse, siendo importante que tomen medidas de promoción de la obra para que cuando sea inaugurada, sea un éxito.

### 13.- Implementación del servicio de hospedaje

**TABLA N° 13 ¿Le gustaría que se implemente el servicio de hospedaje a los turistas que lo visitan?**

Ítem	Valorización	f	%
9	Totalmente de acuerdo	147	75%
	De acuerdo	42	22%
	Medianamente de acuerdo	4	2%
	Desacuerdo	1	1%
	Totalmente desacuerdo	1	1%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

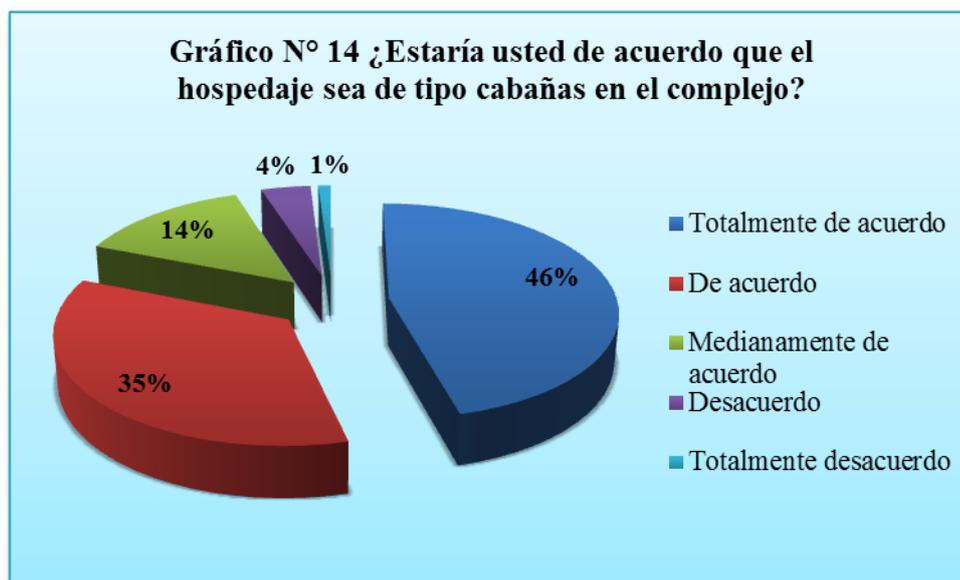
Aunque los turistas manifestaron estar totalmente de acuerdo en que se brinde el servicio de alimentos dentro del complejo, es importante recalcar la existencia del convenio entre municipio y comuna respecto al servicio de alimentos, que corresponde a la comuna, y en cuanto a las bebidas, estas deben ser naturales para que vayan en función con el tipo de turismo que aquí se brinda.

#### 14.- Servicio de hospedaje tipo cabaña

**TABLA N° 14 ¿Estaría usted de acuerdo que el hospedaje sea de tipo cabañas en el complejo?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>10</b>	Totalmente de acuerdo	90	46%
	De acuerdo	69	35%
	Medianamente de acuerdo	28	14%
	Desacuerdo	7	4%
	Totalmente desacuerdo	1	1%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

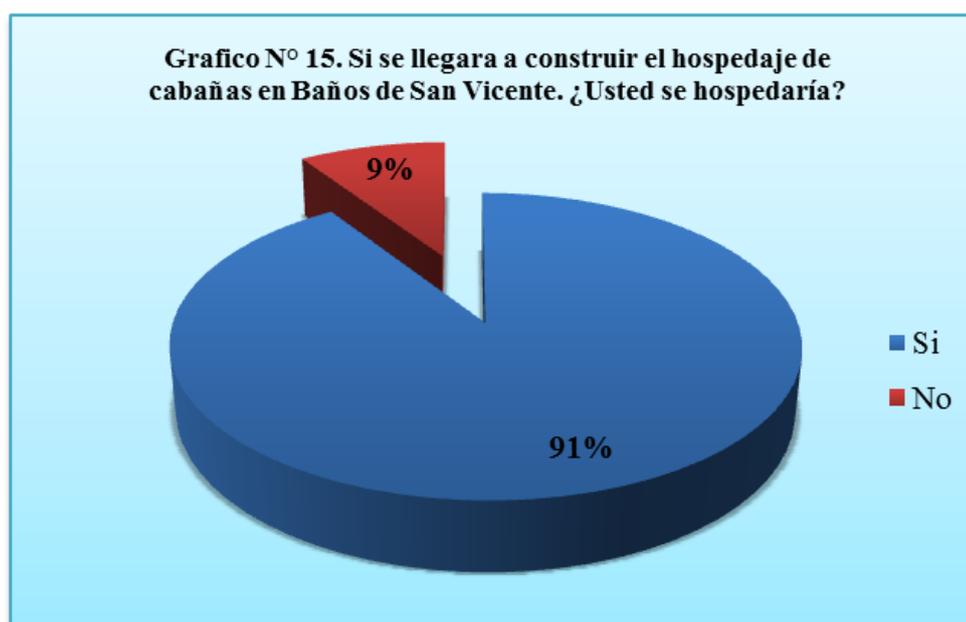
La tipología de turistas que visita Baños de San Vicente corresponde a gente de ciudad, por lo tanto, la mayor parte de los encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo en que el hospedaje a crearse en el complejo de San Vicente sea de tipo cabañas, de hecho lo más ecológicas posible, fueron algunas de las sugerencias emitidas.

## 15.- Servicio de hospedaje dentro del complejo

**TABLA N° 15 Si se llegara a construir el hospedaje de cabañas en Baños de San Vicente ¿Usted se hospedaría?**

Ítem	Alternativas	f	%
<b>11</b>	Si	177	91%
	No	18	9%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

Que el hospedaje sea dentro del complejo obtuvo una respuesta positiva, esto es importante analizarlo por cuanto, un gran número de turistas motivados por la salud en primer lugar son mujeres, segundo son adultos mayores, por lo tanto, considerando estos dos puntos, se puede dar cuenta de las facilidades que se le darán a los turistas, y que estos se conviertan en multiplicadores del turismo.

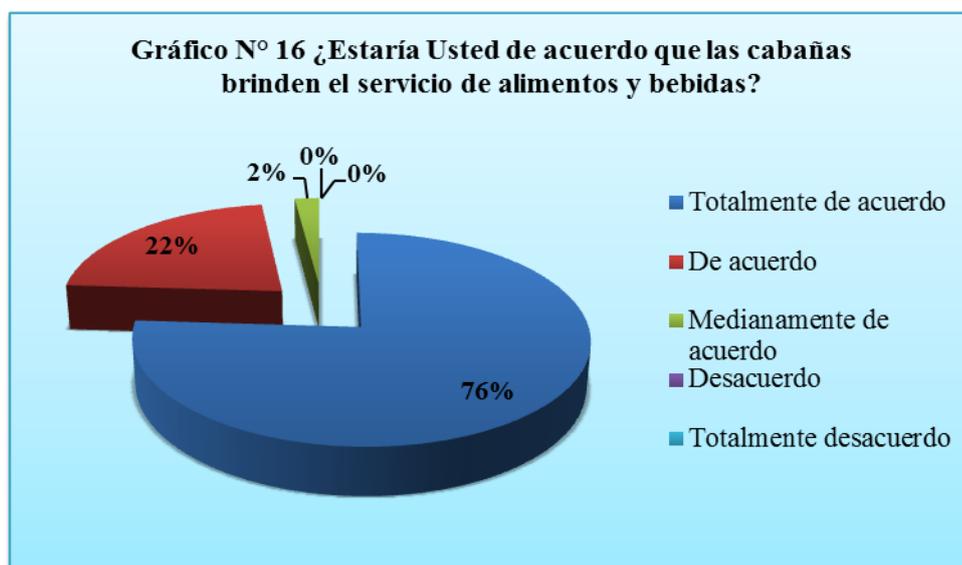
## 16.- Las cabañas brinden servicio de alimentos y bebidas

**TABLA N° 16 ¿Estaría Usted de acuerdo que las cabañas brinden el servicio de alimentos y bebidas?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>12</b>	Totalmente de acuerdo	149	76%
	De acuerdo	43	22%
	Medianamente de acuerdo	3	2%
	Desacuerdo	0	0%
	Totalmente desacuerdo	0	0%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

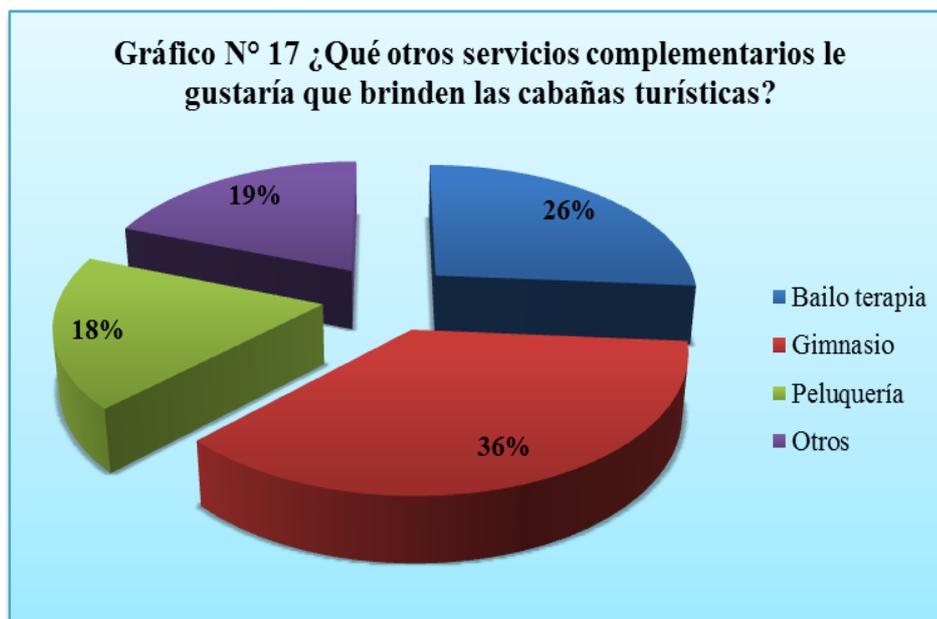
La necesidad de brindar un servicio de alimentos adecuado en función del tipo de turistas que visitan este atractivo hace que el 76% de los entrevistados estén totalmente de acuerdo, que el 22 % este de acuerdo en que se brinde este servicio dentro del complejo, por lo que es importante considerar como se está manejando este sector y de ser necesario brindar capacitaciones o implementar otros servicios relacionados.

## 17.- Servicios complementarios

**TABLA N° 17 ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría que brinden las cabañas turísticas?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>13</b>	Bailo terapia	85	26%
	Gimnasio	118	36%
	Peluquería	60	18%
	Otros	63	19%
	<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

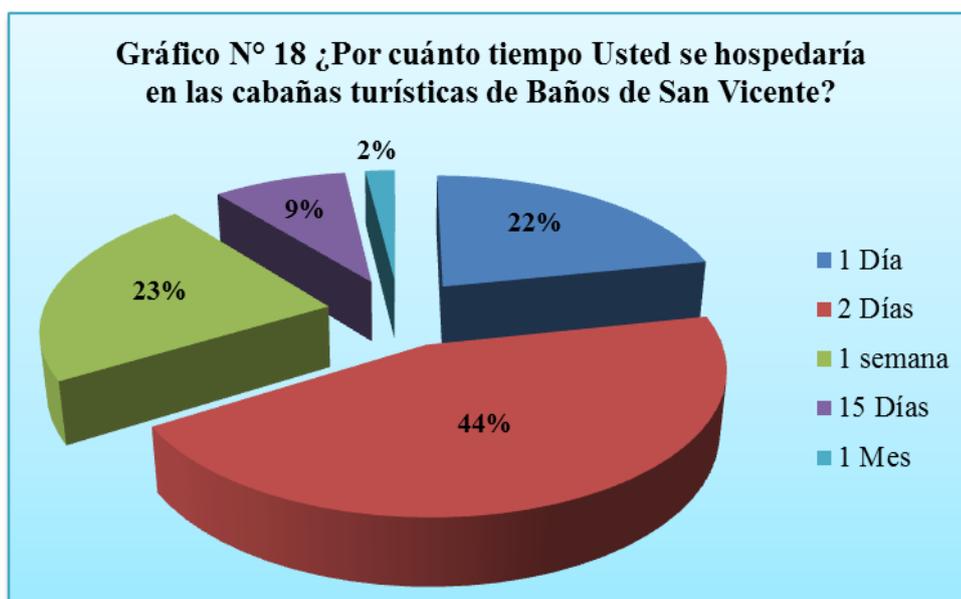
Es necesario considerar otras actividades para el complejo, principalmente porque se prevé un incremento en el número de turistas que llegarán al atractivo y que aumentarán su estadía, una de estas alternativas en primer lugar es el gimnasio, en segundo lugar la realización de bailo terapia, y tercero una peluquería, entre otras que serán consideradas en la propuesta.

## 18.- Tiempo de hospedaje

**TABLA N° 18 ¿Por cuánto tiempo Usted se hospedaría en las cabañas turísticas de Baños de San Vicente?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>14</b>	1 Día	43	22%
	2 Días	87	45%
	1 semana	45	23%
	15 Días	17	9%
	1 Mes	3	2%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

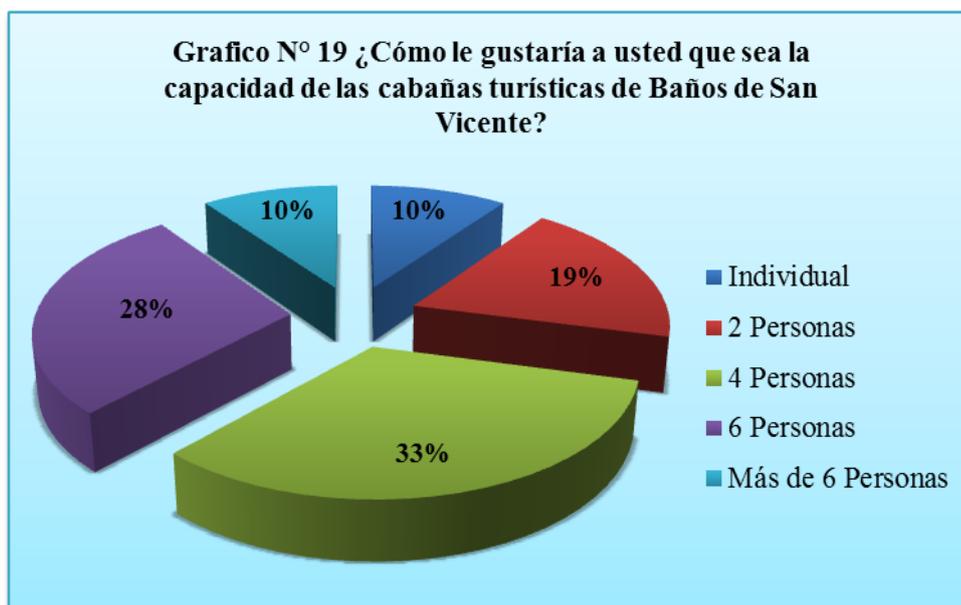
Dos días es el tiempo que se queda la mayoría de turistas en Baños de San Vicente, un día es lo que hacen muchos que solo van conocer, sin embargo un 23%, estaría dispuesto a hospedarse por una semana, mientras que un 9% lo haría por 15 días. Estos valores dan la pauta para considerar la necesidad de implementar las cabañas en Baños de San Vicente.

## 19.- Capacidad de Alquiler

**TABLA N° 19 ¿Cómo le gustaría a usted que sea la capacidad de las cabañas turísticas de Baños de San Vicente?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>15</b>	Individual	19	10%
	2 Personas	37	19%
	4 Personas	65	33%
	6 Personas	55	28%
	Más de 6 Personas	19	10%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

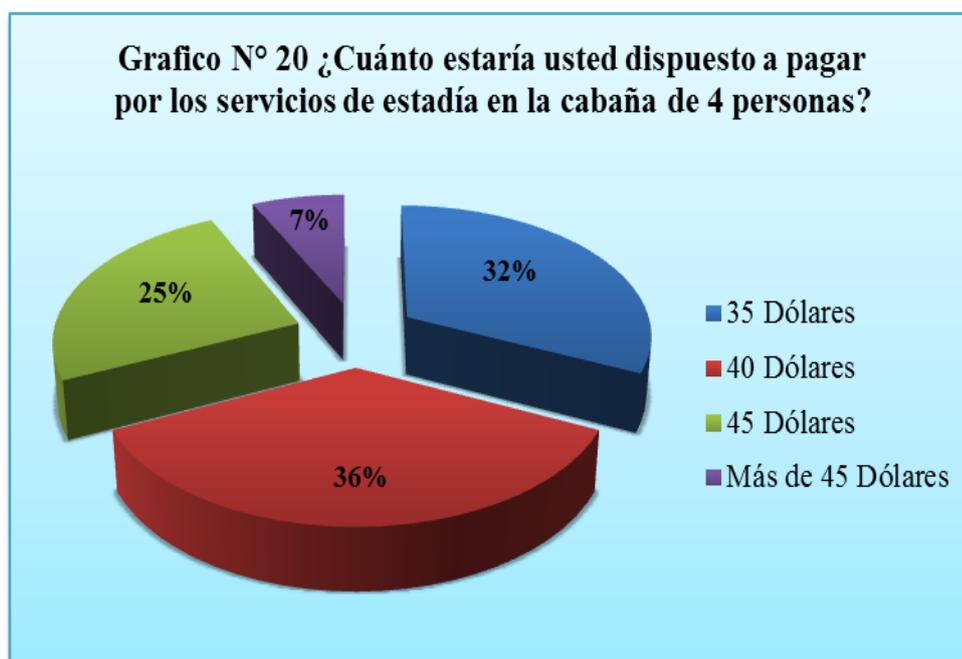
Las alternativas con mayor porcentaje en las encuestas, determinan que la capacidad de personas para hospedar son 4 personas en primer lugar, para 6 personas fue la segunda alternativa y para dos personas la tercera, esto se debe a que los turistas en la mayoría de los casos viajan con su familia.

## 20.- Pago por el servicio de estadía de 4 personas

**TABLA N° 20 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 4 personas?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>16</b>	35 Dólares	62	32%
	40 Dólares	70	36%
	45 Dólares	49	25%
	Más de 45 Dólares	14	7%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

Entre 40 y 45 dólares es la cantidad que están dispuestos a pagar los turistas por el servicio de hospedaje tipo cabañas con capacidad para 4 personas, en el complejo Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente, de acuerdo a las entrevistas que se realizaron a turistas de diversas provincias y de diferentes nacionalidades.

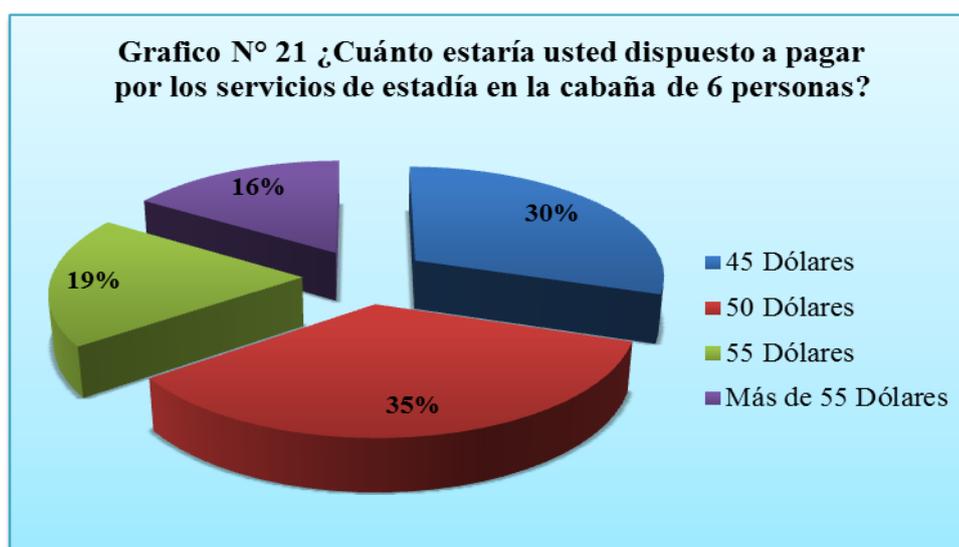
## 21.- Pago por el servicio de estadía de 6 personas

**TABLA N° 21 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 6 personas?**

Ítem	Valorización	f	%
<b>17</b>	45 Dólares	58	30%
	50 Dólares	68	35%
	55 Dólares	37	19%
	Más de 55 Dólares	32	16%
	<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

Para las cabañas con capacidad para seis personas, el 30% de los turistas encuestados está dispuesto a pagar 50 dólares; el 30% considera que 45 dólares y porcentajes menores consideran otros valores mayores o menores, considerando la calidad y el tipo de servicios que se darán se fijó el valor, fusionando los valores de los porcentajes más altos en este caso las alternativas del 35% y el 30% que se convierten en un 65%

### 3.3. CONCLUSIONES

1. Las condiciones naturales y climáticas de la comuna, favorecen a la creación de un proyecto ecoturístico, actividad nueva que se está promoviendo en este sector, por lo que la construcción de las cabañas ecológicas constituye una nueva alternativa para promover y ofertar este sitio como un nuevo destino turístico.
2. Mediante el análisis surgió la necesidad de brindarle al turista local, nacional y extranjero un lugar donde les permita alejarse del ruido y estrés de la ciudad en compañía de sus familiares y amigos en el complejo Telésforo Villacrés con la creación de las cabañas.
3. Contribuirá al incremento y fortalecimiento del turismo de la comuna Baños de San Vicente y su excelente ubicación es la clave para permitir a sus visitantes disfrutar del clima, flora y de su cercanía a la naturaleza, además del buen servicio y los espacios recreativos que ofrece el complejo.
4. Las instalaciones mantendrán un diseño simbólico, acorde con el lugar, hecho de madera. La edificación será equipada con muebles y enseres adecuados al proyecto, y en ella laborarán siete personas; tres en la administración y cuatro en el servicio propiamente dicho.
5. El 91% de los turistas que visitan el complejo, consideran factible la creación de las Cabañas Ecológicas y el segmento de mercado a los que está dirigido el proyecto va desde los 18 años en adelante por lo que les gusta realizar actividades ecoturísticas y se pudo conocer los gustos, referencias y el perfil de los turistas que visitan el complejo.

### **3.4. RECOMENDACIONES**

1. Para captar el mercado determinado en el proyecto de la creación de las cabañas ecológicas es recomendable y además se deben aplicar varias estrategias de marketing basándose en el liderazgo, la calidad en base al comportamiento del consumidor y con los beneficios que brinda la naturaleza y los servicios que existen en el complejo para establecer como unos de los sitios turísticos importantes del Ecuador.
2. Es recomendable llevar un control de los costos como herramienta principal en la gestión administrativa y financiera, lo cual permite una correcta planificación económica y operativa garantizando una óptima operación del servicio, pagos de crédito, impuestos, sueldos y salarios.
3. La expectativa de la presente investigación es implementar las cabañas ecológicas en el complejo de aguas termales Telésforo Villacrés, para generar fuentes económicas, turísticas y de trabajo que son necesarias para el progreso de la provincia llevando a cabo lo planificado.
4. Capacitar y formar el recurso humano que forma parte de la actividad turística local, siendo necesario una vez ejecutado el proyecto llevar una evaluación constante para conocer como está siendo percibido el servicio, a fin de tener un mejoramiento continuo que cumpla siempre las expectativas del cliente.
5. Las Cabañas Ecológicas deben comenzar con seguridad, calidad y buena atención al turista en la actividad y aprovechar los recursos naturales del complejo y su variación, a fin de proponer paquetes turísticos alternativos para captar más turistas.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS EN EL COMPLEJO TURÍSTICO TELÉSFORO VILLACRÉS DE BAÑOS DE SAN VICENTE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.**

#### **4.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS CABAÑAS**

Las Cabañas Victoria ingresarán al mercado de servicio de alojamiento en el Complejo Turístico de Baños de San Vicente del cantón Santa Elena, ofreciendo comodidad y confort a los turistas que lo visitan.

El nombre del proyecto será Cabañas Victoria, y la característica particular que la diferenciará en el mercado es el ofrecimiento de hospedaje completo para una mayor comodidad, con un ambiente de campo familiar, además de poder disfrutar de los servicios que brinda el complejo turístico, basados en aspectos innovadores para los turistas que visitan la provincia de Santa Elena y principalmente la Comuna de Baños de San Vicente.

El servicio de hospedaje que tendrán las cabañas serán las 24 horas del día, procurará atender a los turistas con respeto y cortesía, mediante un personal de trabajo apto, previamente capacitado para el ejercicio de sus funciones y comprometido con la misión, visión y objetivos propuestos.

Cabañas Victoria procurará ingresar al mercado de una forma diferenciadora respecto a sus competidores y poseerá las características que a continuación se mencionan:

1. Las cabañas tendrán un ambiente campestre reconfortante y cómodo para que los turistas disfruten del lugar y se sientan como en casa.

2. El personal que laborará para Cabañas Victoria, estará en constante entrenamiento en los diferentes procesos de sus labores, el compromiso de trabajo eficaz incluye a todos los miembros de la empresa en sus diferentes áreas tanto administrativo como operativo.
3. Las cabañas familiares tendrá una capacidad de 6 personas teniendo a su disposición una sala, dos dormitorios y un baño. Las cabañas matrimoniales tiene una capacidad para 4 personas y están divididas en dos habitaciones, cada una con su respectivo baño, además de disfrutar del paisaje en sus momentos de esparcimiento.
4. Servicio de telefonía y TV cable, para que estas permitan disfrutar de su estadía y evitar la monotonía que se puede generar durante el espacio de tiempo que no se esté realizando las terapias.

#### **4.1.1. Promotores del proyecto**

La compañía es de responsabilidad limitada de carácter unipersonal, consiste en la creación de cabañas ecológicas en el Complejo Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente.

Se conforma esta empresa con la figura de compañía de responsabilidad limitada, pero no con las características particulares de las compañías de responsabilidad limitada ordinarias contempladas en la Ley de Compañías, ya que la empresa unipersonal inicia sus actividades hasta la finalización de su plazo legal con una sola persona, única y exclusivamente.

Se puede conformar esta compañía por una persona que tenga la capacidad legal para realizar actos de comercio, esto es lo contemplado en el artículo 6 del Código de Comercio y artículo 1461 del Código Civil.

#### 4.1.2. Actividad económica

Las actividades turísticas van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre de ocio y vacacional, con una serie de productos y servicios en los que el propio turista sea agente activo o pasivo de la propia actividad turística a desarrollar.

El tipo de turismo que se realiza en las Cabañas Victoria, incursiona en el área de hospedaje, en el Complejo Turístico de Baños de San Vicente, donde se realiza, un turismo termal o de salud. La palabra hospedaje se refiere a un servicio que se brinda a las personas para descansar durante los viajes que realizan a cambio de una tarifa o costo.

#### 4.1.3. Ubicación de la compañía

Las cabañas estarán situadas en la comuna de Baños de San Vicente, goza del privilegio de estar dentro de las instalaciones del Complejo Turístico Telésforo Villacrés, que es una zona muy concurrida por los turistas nacionales y extranjeros que se desplazan por motivos de salud hacia este balneario conocido por sus bondades terapéuticas.

##### 4.1.3.1. Macro localización

**Gráfico #16: Macro localización**



Fuente: Google Earth  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

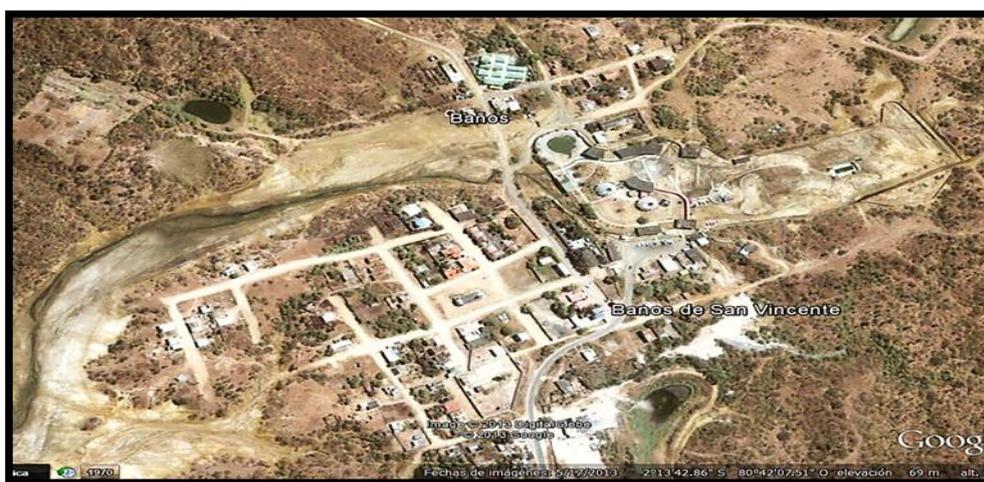
Las Cabañas Victoria estarán ubicadas en la costa ecuatoriana en la provincia de Santa Elena, de accesibilidad inmediata para los turistas nacionales e internacionales, al ser un centro de afluencia importante de la provincia.

La provincia de Santa Elena donde se encuentra localizado el Complejo Turístico de Baños de San Vicente, limita al norte con la provincia de Manabí, al este y sur con la provincia del Guayas y al oeste con el océano Pacífico.

Baños de San Vicente es un recinto perteneciente al cantón Santa Elena y tiene como límites a la comuna Morrillo, Juan Montalvo y San Vicente, el clima es favorable y en su conjunto el ambiente es agradable y fundamental para la comodidad y seguridad de los turistas, además de contar con los servicios de piscinas, masajes sauna y fango terapia.

#### 4.1.3.2. Micro localización

**Gráfico #17: Micro localización**



**Fuente:** Google Earth  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.

Al realizar un análisis del entorno turístico del sector se estableció que la opción ideal para las Cabañas Victoria es el hecho de estar ubicadas dentro del Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente, a 19 km de la cabecera cantonal de Santa Elena cerca del km 119 de la vía Guayaquil-Salinas.

El sitio idóneo para la construcción de las cabañas ecológicas por la accesibilidad a los turistas, que llegan de diferentes partes del país y del extranjero para favorecerse de los beneficios que brinda el complejo turístico.

## **4.2. OBJETIVOS**

### **4.2.1. Objetivo General**

Demostrar la viabilidad que genera la creación de cabañas en el Complejo Turístico de Baños de San Vicente, mediante un estudio que permita establecer su rentabilidad para dinamizar la oferta, lograr la sostenibilidad del complejo y contribuir al desarrollo socio-económico de la comuna.

### **4.2.2. Objetivos Específicos**

1. Brindar un servicio de hospedaje de calidad mediante un estudio de mercado, para dinamizar la oferta y la generación de fuentes de empleo.
2. Analizar el espacio y los recursos mediante un estudio técnico y administrativo para la implementación del proyecto Cabañas Victoria dentro del Complejo Turístico de Baños de San Vicente.
3. Aplicar herramientas financieras mediante la evaluación económica que permitan la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.

## **4.3. ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.3.1. Análisis FODA**

Mediante las visitas a Baños de San Vicente, las reuniones con el presidente de la comuna, el administrador del complejo turístico y la observación, se elaboró un cuadro para determinar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del entorno.

#### FORTALEZAS:

- Ubicación estratégica por su localización dentro del Complejo Turístico Telésforo Villacrés.
- Producto innovador en el medio hotelero de la localidad.
- Personal capacitado y especializado en el área turística.
- Instalaciones con ambiente familiar, cómodo y natural.

#### OPORTUNIDADES:

- Incremento del número de turistas al Complejo Telésforo Villacrés.
- Apoyo de Emoturismo para implementar nuevos servicios en el desarrollo del complejo.
- Número de turistas potenciales que se interesen por la salud en el complejo de aguas termales.
- Desarrollo de la comuna mediante la diversificación de la oferta que les permita mejorar la calidad de vida.
- Modelo a seguir para mejorar el servicio en los hoteles aledaños al complejo.

#### DEBILIDADES:

- Deficiente servicio de hospedaje en Baños de San Vicente.
- Accesibilidad de vías deficiente.
- Escases de transporte para el ingreso
- Servicio de restauración deficiente.
- Deficiente infraestructura en el sistema de alcantarillado.

#### AMENAZAS:

- Cambios climatológicos.
- Fenómenos Naturales: Aguas lluvias provocan inundaciones.
- Competencia Hotelera.

CUADRO N° 10 MATRIZ FODA

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación estratégica por su localización dentro del Complejo Turístico Telésforo Villacrés.</li> <li>• Producto innovador en el medio hotelero de la localidad.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado y especializado en el área turística.</li> <li>• Instalaciones con ambiente familiar, cómodo y natural.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deficiente servicio de hospedaje en Baños de San Vicente.</li> <li>• Accesibilidad de vías deficiente.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escases de transporte para el ingreso</li> </ul> </li> <li>• Servicios básicos deficiente.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de restauración deficiente.</li> </ul> </li> <li>• Deficiente infraestructura en el sistema de alcantarillado.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del número de turistas al Complejo Telésforo Villacrés.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo de Emoturismo para implementar nuevos servicios en el desarrollo del complejo.</li> <li>• Número de turistas que se interesen por la salud en el complejo de aguas termales.</li> </ul> </li> <li>• Desarrollo de la comuna mediante la diversificación de la oferta que les permita mejorar la calidad de vida.</li> <li>• Modelo a seguir para mejorar el servicio en los hoteles aledaños al complejo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios climatológicos.</li> <li>• Fenómenos Naturales: Aguas lluvias provocan inundaciones.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia Hotelera.</li> </ul> </li> </ul>

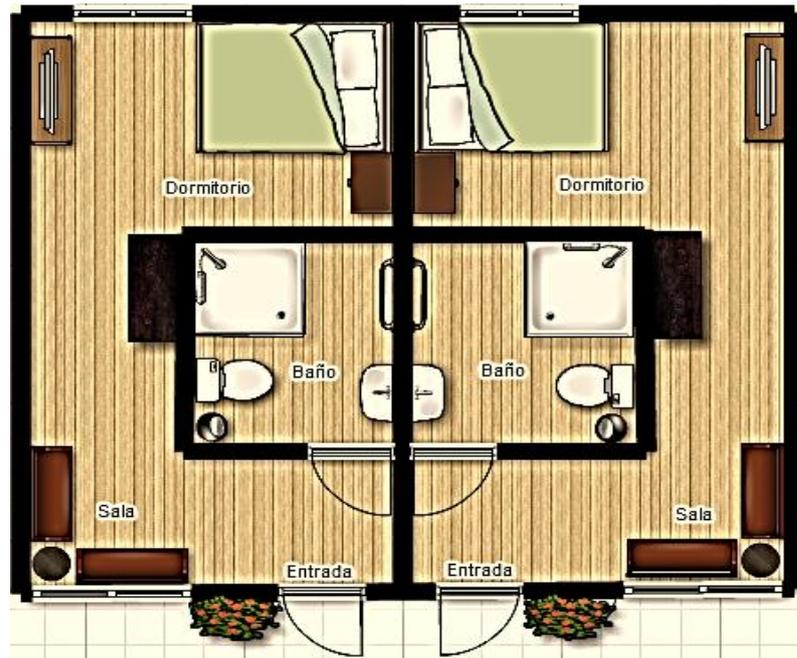
Fuente: Datos de la Investigación.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

### 4.3.2. Producto

A continuación se presentan los dos tipos de cabañas que se ofrecerán a los turistas que visitan el complejo Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente:

#### Cabaña Matrimonial:



Elaborado por: Ing. Eddie Rodríguez Alejandro

#### Cabaña Familiar:



Elaborado por: Ing. Eddie Rodríguez Alejandro

#### **4.3.2.1. Proyección de servicio complementario**

- **Bailo Terapia**

Es la energía del baile para mejorar la salud que es la base para crear una nueva forma de actividad física, gran cantidad de personas acuden a centros de bailo terapia en parques y gimnasios, en los cuales se imparten estas clases; Baños de San Vicente puede ser un nuevo centro para esta actividad en beneficio de las personas que lo visitan, especialmente el sexo femenino que en las encuestas realizadas se pudo determinar que son mayoría, esta actividad representa una alternativa que se debe considerar, como complemento al servicio prestado y como un valor agregado.

- **Gimnasio**

El gimnasio es un sitio o lugar cerrado para la práctica de ejercicio, en el pasado en Grecia era el lugar donde se formaba a los jóvenes con el detalle que se realizaba esta actividad sin ropa. La gimnasia es un programa de acondicionamiento físico en el cual se pretende que las personas mejoren su salud física y mental, así como que mantengan su autonomía para realizar las actividades cotidianas y retrasar la aparición de las enfermedades asociadas a la edad.

Baños de San Vicente dispone del espacio para la implementación de un gimnasio que contribuiría a un mayor desarrollo económico, y nueva fuente de trabajo.

- **Servicio de peluquería**

La peluquería es el emplazamiento en el que se confía a un experto, donde se busca arreglarse, cambiar de apariencia e incluso de estado de ánimo, esto representa una gran oportunidad como complemento del servicio prestado en Baños

- **Servicio de Internet**

Las zonas WiFi en el momento representan una alternativa para los momentos de ocio para los turistas que hacen uso de las instalaciones de Baños, en muchas ocasiones estos van acompañados de personas que gustan estar conectados.

- **Otros: Soda Bar**

Los jugos naturales ayudan y facilitan el proceso digestivo, aportan azúcares simples para darle energía sana al cuerpo y fortalecer el sistema inmunológico. Esta es una alternativa que se dio en las entrevistas efectuadas.

#### **4.3.2.2. Justificación e importancia**

La importancia de contar con un balneario de salud como Baños de San Vicente, con miras a un futuro inmediato necesita una alternativa de hospedaje que ofrecer a los turistas nacionales, extranjeros y de la provincia de Santa Elena que les permitan realizar la actividad turística en su medio. Por consiguiente, para facilitar la estadía de los turistas y de los habitantes en general que se interesan en la salud la empresa Cabañas Victoria, incursiona en el mercado.

Al realizarse nuevos proyectos ya en marcha en el balneario, por ejemplo la readecuación de las instalaciones del complejo la implementación de áreas verdes parque infantil, piscinas etc., la economía florecerá a niveles óptimos, que beneficiará mucho a los intereses del complejo y a los habitantes de Baños de San Vicente.

Cabañas Victoria, al ser una empresa nueva en el sector procurará aportar al sector hotelero de Baños una estrategia nueva y moderna, como es el hospedaje cómodo, siendo conocido a nivel nacional e internacional el impacto que causa este tipo de alojamiento.

#### **4.3.2.3. Mercado**

En este estudio se toma en cuenta la demanda del servicio de hospedaje en Baños de San Vicente, en función de las exigencias de los turistas que lo visitan, destacando principalmente porque el desplazamiento de los turistas primeramente al país y a la provincia es muy alto. Para efectos de estudio se analizará la demanda tomando en consideración los siguientes factores:

- **Social:**

El nivel socio económico de los entrevistados es medio alto, siendo profesionales o estudiantes, el principal mercado que llega al complejo Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente. Los jubilados, comerciantes, amas de casa, pintores, empleados públicos, cantantes, representan un segmento importante para efectos de este estudio principalmente el segmento de mercado de los jubilados es decir adultos mayores.

- **Geográfico:**

Según las encuestas realizadas en Baños de San Vicente se pudo determinar que la mayor parte de los turistas que asisten al complejo son ecuatorianos de diferentes provincias del país, principalmente procedentes de las ciudades de Guayaquil y Quito; respecto al turismo internacional el principal emisor corresponde a los Estados Unidos, seguido de Colombia y Perú, en un menor porcentaje turistas de procedencia europea entre otros.

- **Demográfico:**

La edad de los turistas que asisten a Baños, contrario a la percepción establecida de que son los adultos mayores el mercado más interesado por este tipo de turismo, se determinó mediante las encuestas realizadas que la edad comprendida va desde los 25 hasta los 80 años, con respecto al sexo de la mayoría de los turistas que se interesan por la salud, son mujeres.

#### **4.3.2.4. Análisis Situacional a través de las fuerzas competitivas del Mercado**

##### **4.3.2.4.1. Cliente**

Los adultos mayores que realizan sus terapias requieren en ocasiones más de una semana para terminarla y que llegan acompañados de miembros de su familia, se convierten en los clientes potenciales de las Cabañas Victoria.

Las encuestas realizadas a los turistas que llegan a la provincia y a Baños de San Vicente permitieron determinar que un gran porcentaje se hospedaría en las instalaciones de las cabañas con este concepto ecológico que está siendo promocionada en todos los niveles, además de las comodidades y el servicio con las características del nuevo producto.

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

###### **4.3.2.4.2.1. Competencia directa**

Una competencia directa es aquella que oferta servicios similares en el mercado, en el caso de Cabañas Victoria y tomando en consideración a Baños de San Vicente, no existe tal competencia, a más de hoteles pequeños, con servicio y capacidad limitada.

###### **4.3.2.4.2.2. Competencia indirecta**

Cabañas Victoria se introducirá en el sector hotelero de Baños de San Vicente, con una competencia indirecta con los hoteles que se mencionan en el cuadro # 11 y que manejan valores altos en comparación con los costos de las habitaciones de las Cabañas Victoria, los cuales serán cómodos y económicos, estos hoteles están ubicados en Santa Elena y Salinas.

CUADRO N° 11 Competencia Indirecta

No.	Nombre de Hoteles	Ubicación	Concurrencia de Turista	Estructura Física
1	Costa Azul	Salinas	Medio	Acogedor
2	Punta Centinela	Punta Centinela	Alto	Moderno
3	Hotel Cisne I y II	Santa Elena	Medio	Acogedor
4	Hostal Montezuma	Montañita	Alto	Moderno
5	Barceló Colon Miramar	Salinas	Alto	Moderno

Fuente: Observación

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

#### 4.3.2.4.3. Proveedores

En el entorno de un proyecto, es ineludible contar con empresas que provean los materiales a precios convenientes a los intereses de la empresa, además de insumos en excelente estado, de modo que en el caso de las cabañas, éstas se encuentren siempre limpias y acogedoras para que puedan ser del agrado de los clientes que es el objetivo de la empresa.

El bajo poder de negociación de los proveedores, debido a que existe una gama de ofertantes de los mismos productos y que tengan la opción de promociones y bajos costos de los insumos para beneficio de los intereses de la empresa serán seleccionados. En función de esto serán los siguientes:

- Súper Maxi
- Gran Akí
- Hipermarket (Paseo Shopping)
- Tía (Tiendas Industriales Asociados)

#### **4.3.2.4.4. Sustitutos**

En el sector turístico existe un amplio grupo de servicios de hospedaje de lujo, convirtiéndolo en un mercado altamente segmentado. Se conoce que existe una clasificación de hoteles, los sustitutos directos de las Cabañas Victoria se encuentran en la clasificación de los hoteles, hostales y residencias. Tomando en cuenta esta información, se puede inferir que la amenaza de sustitutos mantiene una fuerte presencia en este mercado, por lo que es importante recalcar las ventajas competitivas que pueden ofrecer las cabañas y el cumplimiento de los servicios ofrecidos a los huéspedes. La oferta de productos sustitutivos de las cabañas, como estaba expuesto en el análisis, se limitaría al alquiler de apartamentos y a los costos similares que establecen las cabañas. Pero ya estaba demostrado que su existencia no pone en serio peligro al sector hotelero debido a la alta ocupación de dichas zonas turísticas y a los altos costos que manejan.

#### **4.3.2.4.5. Valoración de la Demanda**

La edad de las personas que asisten a las instalaciones del complejo Telésforo Villacres va desde los 20 años en adelante, de esta población se toma un 30 % que sería la demanda objetiva. Además mediante las encuestas realizadas se determinó que las personas que más concurren al complejo fluctúan entre 20 y 40 años de edad, sin embargo los adultos mayores son los de mayor estacionalidad.

#### **4.3.2.5. Análisis Situacional**

##### **4.3.2.5.1. Análisis Interno**

Mediante un reconocimiento del complejo turístico de Baños se pudo determinar que se están realizando trabajos de remodelación de las instalaciones y la existencia del espacio físico para la construcción de las cabañas, gracias a estas iniciativas se pretende captar una gran afluencia de turistas para beneficio del complejo. El acceso al complejo turístico y a las futuras cabañas se encuentra en mal estado, además existe escases de transporte para el ingreso a la comuna.

#### **4.3.2.6. Análisis Externo**

Según los datos del Plan Estratégico de Baños de San Vicente proporcionado por el presidente de la comuna Lcdo. Gervasio Figueroa, solo tres hoteles de los cinco existentes ofrecen servicio de hospedaje en la comuna, sin embargo muchos de los turistas que realizan sus terapias prefieren alojarse en hoteles de Santa Elena u otros lugares porque los existentes en las comunas no llenan sus expectativas.

Mediante la creación de las cabañas se abrirán nuevas fuentes de empleo para mejorar la economía de la comuna. Otro factor serán los cambios climatológicos que afectarían en la disminución de turistas hacia el complejo.

#### **4.3.2.7. Definición y cuantificación del Mercado**

Mediante el estudio realizado se determinó que el mercado al que está dirigido el servicio de hospedaje de Cabañas Victoria, principalmente es aquel que está conformado por personas de entre 40 a 60 años, sin embargo un 18 % que corresponde a los adultos mayores, personas que realizan sus terapias en el complejo que se preocupan por la salud es el mercado meta, siendo ellos un grupo que necesita atención especializada y las facilidades al momento de trasladarse.

Además se debe considerar el nivel económico de los turistas que en este caso es medio- alto, lo que hace atractivo este proyecto por la rentabilidad que representa para los intereses del complejo turístico.

#### **4.3.2.8. Estrategia de mercadeo o marketing**

Las metas empresariales se obtienen mediante la aplicación de estrategias de marketing encaminadas a un mismo fin. En la propuesta de Cabañas Victoria se destacan las 4P:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

La utilización adecuada de estas variables son indispensables para el fortalecimiento del proyecto, tornándolo atractivo rentable y se posicionará en la mente del consumidor.

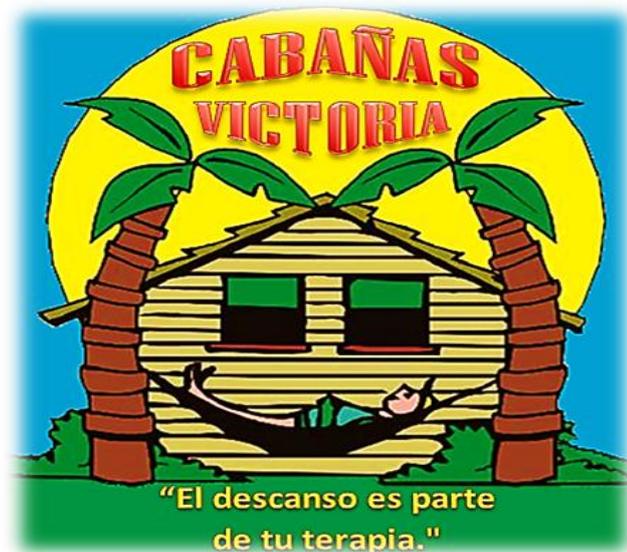
#### **4.3.2.9. Servicio**

Las Cabañas Victoria brindarán un servicio completo y de calidad, basado en las normas establecidas (ISO o IRAM), Y por los entes reguladores, el Ministerio de Turismo y Emuturismo. Se ofrecerá servicio de hospedaje en dos modelos:

El primer modelo es la Cabaña VM-01 que contará con una capacidad para cuatro personas, divididas en dos habitaciones y estará equipada con camas de 2 plazas, televisor con el servicio de TV Cable, baños y una sala. Este modelo tendrá un costo de 20,00 dólares por habitación y un costo total por la cabaña de 40,00 dólares.

El segundo modelo es la Cabaña VF-01 que contará con una capacidad de seis personas, estará equipada con una cama de 2 plazas, dos literas de plaza y media, un televisor con el servicio de TV Cable, baño y una sala. Este modelo tendrá un costo total de 48,00 dólares.

**Logo:**



Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

**Slogan:**

*“El descanso es parte de tu terapia”*

**Uniformes:**

Como parte del marketing se diseñó camisetas con el Logo de las Cabañas Victoria, dirigido al personal que estará en contacto directo con el cliente, entre estos se encuentran el área de recepción, personal de mantenimiento, camareras y lavanderas. El modelo de las camisetas es de tipo polo y el color elegido para ello es el blanco, sinónimo de limpieza, que caracterizará el producto.



**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.

El servicio de las cabañas ecológicas entrará en el mercado turístico de Baños que no se encuentra en el sector hotelero local. Sin embargo mediante el estudio realizado, se determinó la necesidad de hospedaje tipo cabañas, con materiales amigables a la naturaleza, para alojarse mientras realizan las terapias; de este nuevo producto en relación con el hospedaje existente en Baños de San Vicente lo convierte en una alternativa diferente, que captará la atención de los visitantes al complejo con las comodidades necesarias como es un ambiente agradable ya que este factor es vital para el relajamiento y confort de las personas.

El servicio de Cabañas Victoria tendrá las siguientes características diferenciadoras:

- El ambiente natural que brindarán las cabañas.
- El personal será ampliamente calificado.
- Los mejores estándares de calidad en sus servicios.
- La atención al cliente de forma rápida y segura.
- Se tendrá a disposición dos tipos de cabañas ecológicas: familiar con capacidad para 6 personas, y matrimonial con capacidad para 4 personas dividido en dos departamentos.
- Las cabañas familiares contarán con dos habitaciones, una cama de dos plazas y dos literas de plaza y media, un baño y sala.
- Las cabañas matrimoniales estarán divididas en dos departamentos equipados con una cama de dos plazas, un baño privado, 1 televisor y sala cada departamento.

#### **4.3.3. Precio**

Para efectos de determinación de precios se utilizó la técnica de la contribución marginal haciendo un análisis exhaustivo en la identificación de sus costos fijos y variables. Dentro de la propuesta se espera brindar dos tipos de servicios.

Para la primera propuesta que son las cabañas matrimoniales tienen un valor de 10 dólares por persona con un costo total de 20 dólares por departamento o 40 dólares la cabaña y para las familiares un costo de 8 dólares por persona costando un total de 48 dólares por la cabaña y por día.

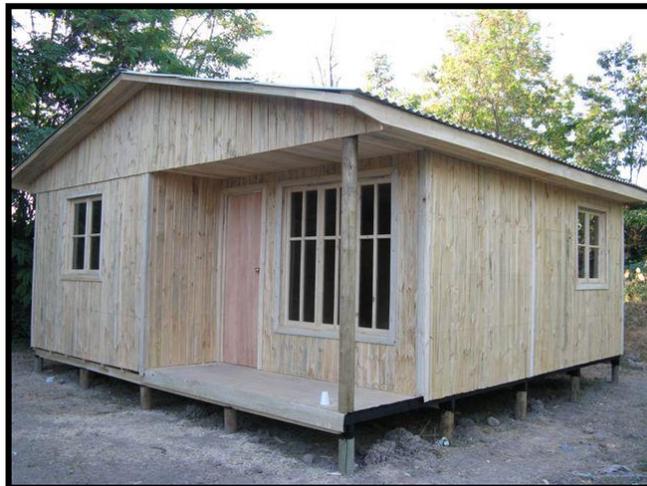
#### **4.3.4. Plaza**

La ubicación de las Cabañas Victoria será una variable vital para el complejo, la misma que, como se ha descrito anteriormente, estará dentro de la comuna de Baños de San Vicente que se encuentra en la Avenida Guayaquil – Salinas, área turística de gran importancia.

Otro factor de importancia es el aspecto frontal de las cabañas o fachada, puesto que es la primera percepción antes de ingresar al hospedaje que determina el grado de comodidad y pulcritud en el servicio que se recibirá, y será el factor que establecerá si en el futuro se hospedara nuevamente en estas instalaciones.

De ambiente grato y amplio, a continuación se presenta un modelo de la fachada de las Cabañas Victoria:

### Modelos de Cabañas



**Fuente:** <http://casas.mitula.cl/casas/mediaguas>  
**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.

Los canales de distribución mediante los cuales se efectuará la venta de este servicio de alojamiento de Cabañas Victoria serán los siguientes:

- Instalaciones de las Cabañas
- Intermediarios: Municipio de Santa Elena, EMUTURISMO, Complejo de Baños de San Vicente y centros de información turística localizadas y todas aquellas empresas cercanas que deseen participar en publicidad de este servicio exclusivo.
- Internet

#### 4.3.5. Promoción

Es la actividad de dar a conocer un producto a través de incentivos especiales al realizar las ventas, estas pueden ser:

- Descuentos en el precio en temporada baja
- Promociones especiales para grupos
- Paquetes promocionales para uso de los recursos y hospedaje

#### 4.3.6. Publicidad

Es una forma de comunicación comercial cuyo objetivo es incrementar el consumo de un producto o servicio, es de vital importancia para dar a conocer un producto nuevo e innovador, posicionarse en la mente del consumidor y en el mercado. Cabañas Victoria utilizará los siguientes medios de publicidad: página web – Emuturismo, página web de las Cabañas Victoria, redes sociales, radio y televisión, prensa escrita, hojas volantes, tarjeta de presentación, trípticos y banners.

- **Página web Emuturismo y de las Cabañas Victoria:** promocionará y servirá como publicidad para mostrar a los turistas o futuros clientes las bondades del servicio, la página web de las cabañas tendrá información de: ubicación, horarios, servicios, precio, portada, teléfonos y correo electrónico, logo, videos y fotos de la empresa y temas relacionados con las cabañas ecológicas.



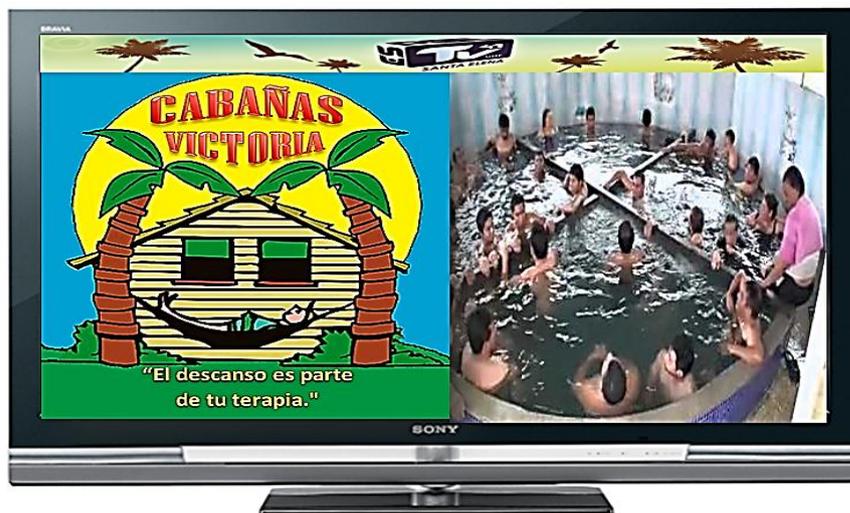
Fuente: www.turismosantaelena.com  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

- **Red Social Facebook:** De mucha importancia en la publicidad de los productos debido a que su alcance no tiene límites, el éxito de este medio radica en el hecho de que no solo el grupo de amigos de la cuenta Cabañas Victoria pueden verlo, convirtiéndose en un efecto multiplicador de gran magnitud y el precio a pagar es realmente bajo.



Fuente: Facebook  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

- **Radio y Televisión:** se realizarán cuñas radiales a través de radio Amor y televisión local como: Espol TV y Brisa TV, donde se dará a conocer la ubicación y el nuevo servicio que brindará el complejo de Baños de San Vicente como son las cabañas.



Fuente: Canal Espol TV.  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

- **Prensa escrita:** la prensa escrita tiene un gran alcance a nivel nacional, uno de estos medios es el diario El UNIVERSO de La ciudad de Guayaquil, emisor importante turismo al sector y DIARIO SÚPER de cobertura local.



Fuente: Diario El Universo  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



Fuente: Diario Familiar Súper  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

**Hojas volantes, tarjetas de presentación, trípticos:** Estas publicaciones sin duda son uno de los medios de promoción más utilizados por las empresas, siendo de gran alcance será utilizado para para posicionar el producto en la mente de los posibles consumidores.

### Hojas Volantes

**Visita las CABAÑAS VICTORIA en el Complejo de Baños de San Vicente donde "El descanso es parte de tu terapia".**

**TELÉFONO: 042-940-930**  
**DIRECCIÓN: Complejo Telésforo Villacres Baños de San Vicente Santa Elena - Ecuador**

**Horarios de Atención:**  
**24 Horas**  
**Lunes a Domingo**

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

### Tarjetas de Presentación

**COMPLEJO AGUAS TERMALES "TELESFORO VILLACRES"**

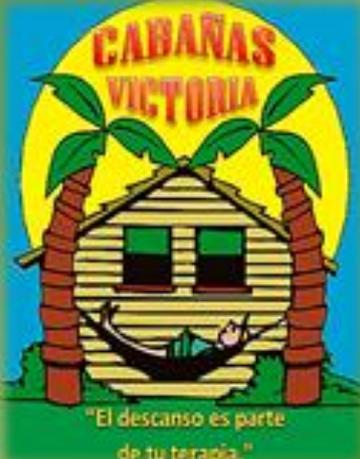
**TELÉFONO: 042-940-930**  
**CORREO: ever2473@hotmail.com**

**DIRECCIÓN:**  
**Comuna de Baños de San Vicente Santa Elena - Ecuador.**

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

- **Banners:** Estarán ubicado en lugares estratégicos como lo son el municipio de Santa Elena, la empresa Emuturismo, la entrada del complejo de Baños de San Vicente y todos los centros de información turística que deseen participar de la promoción de este nuevo producto.

**COMPLEJO AGUAS TERMALES  
"TELESFORO VILLACRÉS"**



**CABAÑAS VICTORIA**  
brinda un buen  
servicio de hospedaje  
en un marco  
ecoturístico.

- Comodidad.
- Seguridad.
- Honestidad.
- Relajamiento.

Ofrecemos cabañas para la comodidad  
suya y de su familia con dormitorios,  
salas, baños y cocina



**Teléfono:** 042-940-930  
**Dirección:**  
Comuna de Baños de San Vicente  
Santa Elena - Ecuador.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

## **4.4. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.4.1. Tamaño seleccionado de la planta**

Cabañas Victoria desarrollará sus actividades empresariales en las instalaciones propias del Complejo Turístico Baños de San Vicente que tiene una extensión territorial de cuatro hectáreas, en el que estarán ubicadas las cabañas familiares y matrimoniales dentro de un área de 450 metros cuadrados necesarios para su ubicación.

### **4.4.2. Recursos requeridos**

#### **RECURSO HUMANO**

El recurso humano se especificó en capítulos anteriores y está compuesto por 7 personas que son el administrador, secretaria recepcionista, contador, seguridad, personal de limpieza, lavandería y camarera.

#### **TECNOLÓGICO**

Estarán dotadas de equipos de alta tecnología como: computadoras, impresoras, teléfonos e internet cuyas especificaciones se detallan en los activos fijos.

#### **FINANCIERO**

El costo total del proyecto es de 64.150,04 dólares, una vez fijada la inversión inicial, es necesario determinar quienes van a financiarlo para poder realizar los avances del proyecto de los cuales el 40% son de capital propio que gestiona EMUTURISMO que equivale a 25.660,02 y el 60%, que equivale a 38.490,02 dólares, será financiado a través de un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, organismo encargado de dinamizar las economías mediante proyectos productivos y turísticos, siendo la diferencia el aporte de cada uno de los accionistas. Para efectos de analizar el comportamiento del crédito, ambos factores contribuirán al desarrollo y puesta en marcha de la construcción de las cabañas. (Ver Anexo Cuadro N° 16)

#### 4.4.3. Instalaciones Físicas

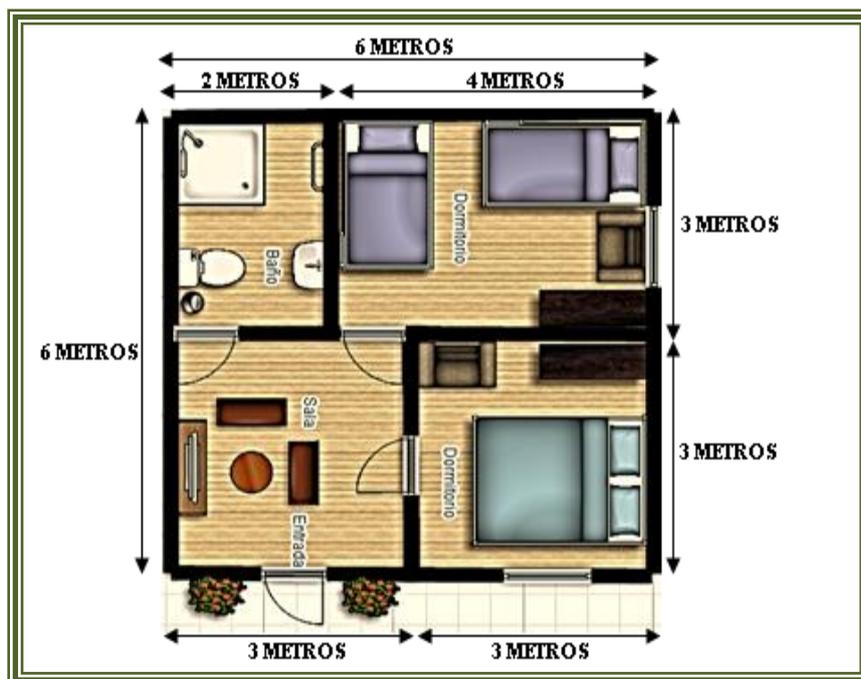
##### 4.4.3.1. Las habitaciones

Las instalaciones físicas de Cabañas Victoria estarán compuestas por cabañas familiares y matrimoniales distribuidas de manera organizada, para que los huéspedes se sientan cómodos en sus respectivas habitaciones, y el personal de la empresa pueda brindar el servicio de manera acertada.

Las habitaciones serán acogedoras, cumpliendo los estándares de limpieza, elegancia, imagen y distribución para el confort de los turistas.

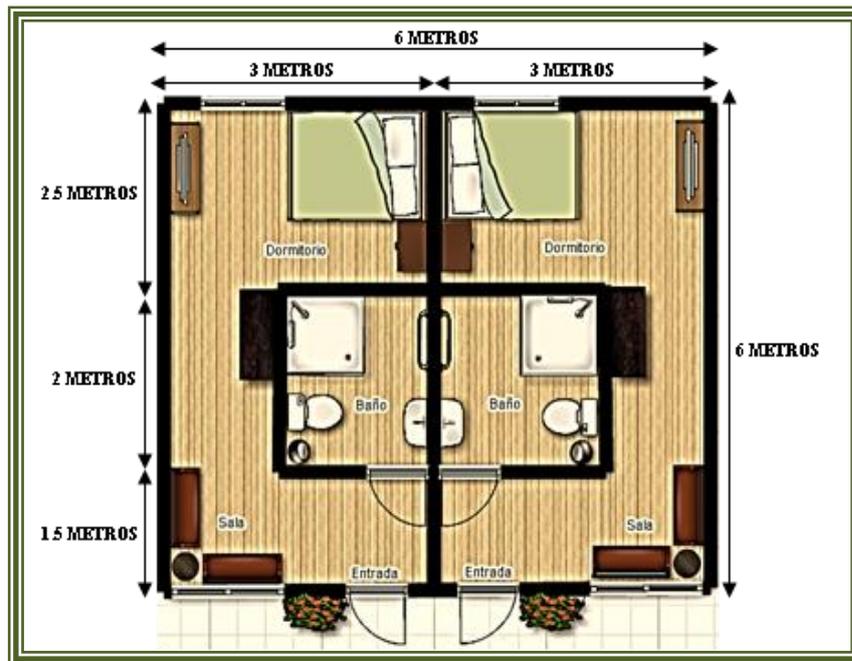
A continuación, una descripción detallada de cómo estarán estructuradas las cabañas:

Las cabañas familiares (VF-01) tendrá medidas (6 x 6) todos los espacios que se necesitan para atender a sus clientes de modo acertado como son dos cuartos, un baño y una pequeña sala.



Fuente: [www.floorplanner.com](http://www.floorplanner.com)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

Las cabañas matrimoniales (VM-01) tendrán medidas (6 x 6), estarán divididas en dos departamentos de (3 x 6), que facilitará el alquiler a parejas, cada departamento contara con baño, dormitorio y una pequeña sala.



Fuente: [www.floorplanner.com](http://www.floorplanner.com)  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

#### 4.4.3.2. Baños

Los servicios higiénicos serán construidos en función al tipo de estructura que se propone, en el caso de Cabañas Victoria se maneja el concepto ecológico.

#### 4.4.3.3. Salas

Cabañas Victoria contará con una pequeña sala, donde los turistas podrán disfrutar de sus momentos libres en familia, estarán equipadas con muebles y un televisor.

#### 4.4.3.4. Dormitorios

Dotados de camas matrimoniales y literas de acuerdo a la necesidad de los turistas, y al número de personas que deseen alojarse.

#### **4.4.3.5. Departamento Administrativo**

En este departamento ejercerá sus funciones el administrador de las cabañas y estará ubicado en las oficinas del complejo, desde donde llevara el control del buen funcionamiento de todas las áreas correspondientes a la empresa Cabañas Victoria, además el control de ingresos por alquiler y egresos por concepto de materia prima e insumos.

Dentro de este mismo departamento estará ubicada la secretaria recepcionista quien estará a cargo de:

- Coordinar la agenda del Director.
- Elaboración de oficios.
- Control y seguimiento de las llamadas telefónicas y verificar el correo electrónico.
- Formalizar las entradas y salidas de clientes
- Gestionar eficazmente las reservas con el fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que se satisfagan las expectativas de los clientes.
- Registrar, controlar y cobrar los servicios consumidos por los clientes

#### **4.4.3.6. Departamento Financiero**

En este departamento se encargaran de manejar todos los procesos financieros como son el control del presupuesto, las inversiones, los gastos y los ingresos que conlleva la empresa, además de las operaciones contables, que por ley, deben elaborarse y presentarse de forma puntual a las instituciones que las soliciten.

La oficina estará equipada con archivadores metálicos, para la conservación de documentos importantes que impliquen un movimiento financiero o contable, por ejemplo los roles de pago. Este departamento también estará ubicado dentro de las instalaciones del complejo.

#### **4.4.3.7. Seguridad**

El guardia de seguridad debe velar por el bienestar de los turistas que vienen a las instalaciones y cumplir con requisitos previamente establecidos para ejercer esta función y su área de trabajo será el sector donde estarán ubicadas las cabañas.

#### **4.4.3.8. Departamento de mantenimiento**

En este departamento se encontrarán 3 áreas ubicadas dentro de las instalaciones del complejo, las cuales se detallan a continuación:

#### **4.4.3.9. Personal de limpieza**

El personal de limpieza es el encargado de mantener en óptimas condiciones las instalaciones de las cabañas en la parte externa y principalmente interna como son los dormitorios, salas y baños.

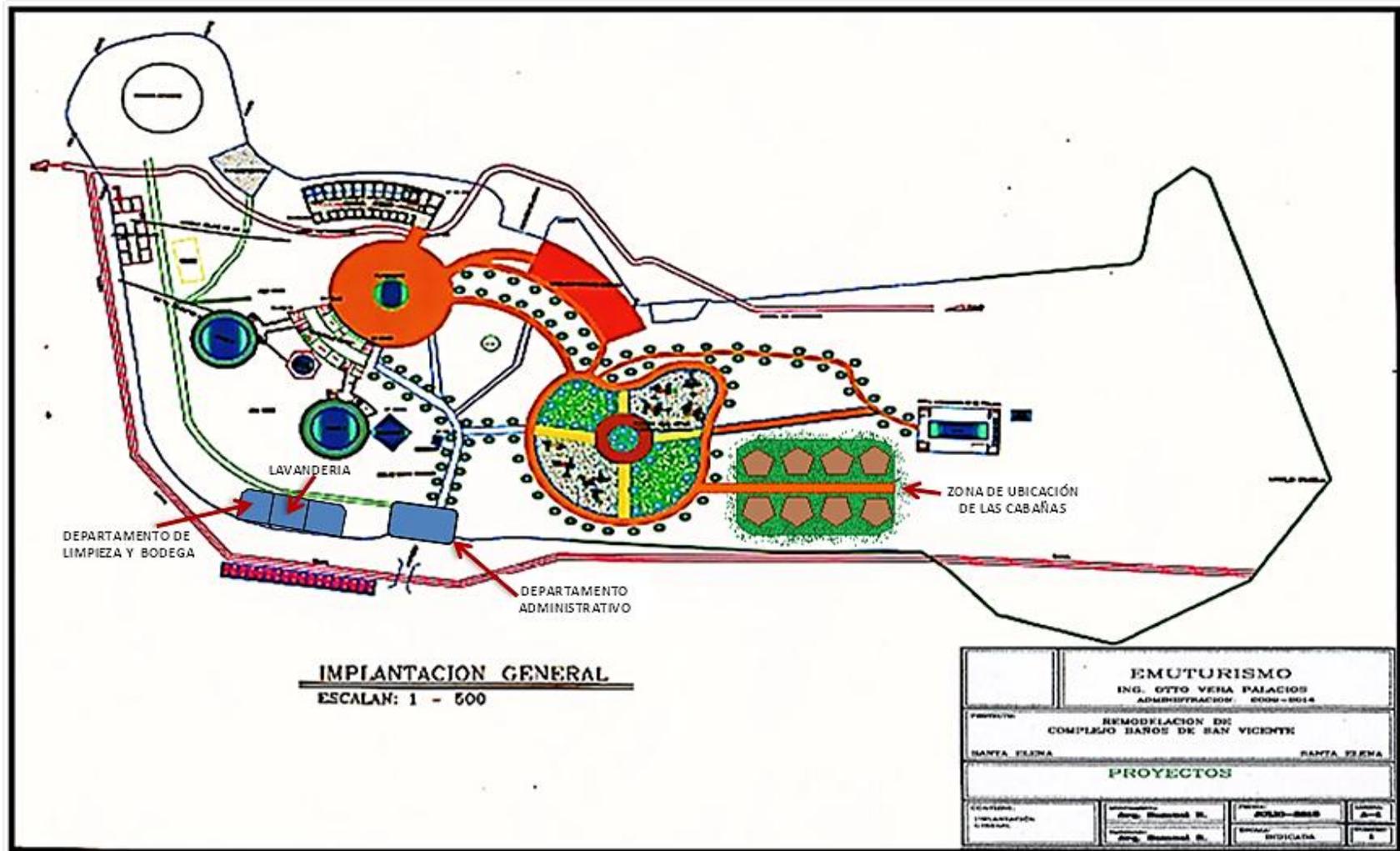
#### **4.4.3.10. Lavandería**

En esta actividad es importante reseñar que hay hoteles que no disponen de este servicio, porque encuentran más rentable enviar a lavanderías, en esta área solo se lavarán las sábanas, fundas de almohadas, cobijas, cortinas y toallas. Por esto solo se considera la adquisición limitada de los equipos que cubran esta necesidad.

#### **4.4.3.11. Camarera**

La camarera es la responsable de las labores de limpieza y de preparar las camas correctamente, las toallas bien colocadas, los amenites (material de aseo personal) ordenados.

#### 4.4.4. Diseño de la Planta



Fuente: Proceso de servicio de las “Cabañas Victoria”.  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

## 4.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.5.1. Estructura Organizativa y Jurídica

Cabañas Victoria estará organizada de manera simple y moderna, según su jerarquía, en lo más alto de la línea de autoridad se encuentra el gerente administrativo de la empresa, en los mandos medios se encuentran el contador, la secretaria recepcionista y en los mandos bajos el personal de limpieza, lavandería camareras y seguridad.

CUADRO N° 12 Organigrama



Fuente: Organigrama de las "Cabañas Victoria"  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

## **4.5.2. Funciones y perfiles de los cargos**

Conservar Los departamentos de manera organizada es de vital importancia para establecer las políticas relacionadas a los requisitos que deben poseer las personas que formarán parte de la empresa, como se detalló anteriormente, es preciso brindar a los turistas atención especializada. Los requisitos más importantes según el cargo son:

- Nivel de estudios.
- Conocimientos y habilidades.
- Años de experiencia.
- Edad requerida.
- Disponibilidad de tiempo.

### **4.5.2.1. Administrador**

El administrador debe ser profesional, debe poseer el nivel académico que lo convierta en la persona idónea para el cargo y los requisitos son:

- Título en tercer nivel, especializado hotelería y turismo.
- Curso de administración financiera.
- Cursos de administración de empresa.
- Cursos de Microsoft Excel y Access avanzado.
- 5 años de experiencia.

Otras competencias relacionadas al cargo y no menos importantes que ocupa el administrador son:

- Atención especializada dirigida al cliente.
- Don de liderazgo y motivación.
- Normas de urbanidad.
- Trabajo integral.
- Puntualidad.

Las capacidades técnicas que debe poseer el administrador de las Cabañas Victoria son:

- Conocimientos en planificación y promoción turística.
- Diseño de proyectos turísticos.
- Capacitación al personal a su cargo.

#### **4.5.2.2. Secretaria Recepciones**

La secretaria recepcionista es la persona que está en contacto directo con el cliente, debe poseer normas de urbanidad indispensables y los requisitos son:

- Universitaria en el área de turismo.
- Conocimientos básicos en herramientas de Excel.
- Dominio del Idioma inglés.
- 2 años de experiencia.
- Edad 18 a 25 años.

Otras competencias indispensables de la secretaria recepcionista en el cargo que ocupa son:

- Atención al público.
- Realizar las reservaciones.
- Registro de entrada y salida de los huéspedes.
- Trabajo en equipo.
- Limpieza y pulcritud.
- Puntualidad.

Las capacidades técnicas de la secretaria recepcionista son:

- Coordinar el personal a su cargo y sus funciones.
- Óptimo manejo de la caja chica.
- Verificar el ingreso de mercadería de los proveedores.
- Delegar tareas al personal a su cargo.

#### **4.5.2.3. Contador**

El nivel académico y los cursos que debe poseer el contador de la empresa Cabañas Victoria son:

- Que posea un título en tercer nivel, de preferencia que sea un Contador Público Autorizado.
- Cursos en materia de tributación.
- Cursos de Microsoft Excel avanzado.
- Buen manejo de herramientas financieras.
- 3 años de experiencia.
- Edad 25 y 45 años.

Otras Competencias indispensables que debe poseer el contador son:

- Organización en el trabajo que realiza.
- Responsabilidad en la entrega de sus informes.
- Disponibilidad de tiempo.
- Trabajo en equipo.
- Puntualidad.

Técnicamente deberá llevar el control de las siguientes especificaciones relacionadas.

- Llevar un control pormenorizado de los acuerdos o convenios con las instituciones bancarias.
- Llevar un control detallado de las ventas y gastos de materia prima e insumos.
- Elaborar rol de pagos del personal.
- Planificación del presupuesto anual.
- Elaborar los estados financiero y la evaluación económica que verifique el cumplimiento de las proyecciones.

#### **4.5.2.4. Mantenimiento y limpieza**

El personal de mantenimiento y limpieza debe poseer experiencia en el trabajo que realizará y por lo menos:

- Que posea título de bachiller.
- Cursos relacionados al mantenimiento.
- 1 año de experiencia.
- Edad entre 18 y 45 años.

Otras competencias indispensables son:

- Organización en sus labores.
- Rapidez en el servicio.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.

Las especificaciones técnicas son:

- Elaboración de cronograma de limpieza.
- Mantener en buen estado los materiales de limpieza.
- Administrar bien los recursos asignados (insumos).
- Programación rotativa de trabajo.

#### **4.5.2.5. Seguridad**

El personal de seguridad que contratara Cabañas Victoria como requisito indispensable para ocupar el cargo debe haber realizado el servicio militar obligatorio además de los siguientes cursos:

- Título de bachiller.
- Cursos de defensa personal.
- Cursos sobre manejo de armas.
- Curso de primeros auxilios.
- Pertenecer a una compañía de seguridad.
- Edad 20 y 35 años.

Otras competencias relacionadas son:

- Organización en sus labores.
- Efectividad en sus labores.
- Responsabilidad.
- Carácter.
- Respeto.
- Puntualidad.

Otras competencias son:

- Elaboración diaria de la bitácora.
- Mantener en buen estado los equipos de seguridad de las cabañas.
- Programación rotativa de trabajo.

#### **4.5.2.6. Lavandería**

El personal de lavandería debe poseer conocimientos en el manejo de máquinas lavadoras y el siguiente nivel académico:

- Que posea título de bachiller.
- 1 año de experiencia.
- Edad 22 y 25 años.

Otras competencias relacionadas son:

- Organización en el trabajo encomendado.
- Experiencia en el manejo de máquinas.
- Rapidez en el servicio.
- Puntualidad.

Las especificaciones técnicas del personal de lavandería son:

- Elaboración de cronograma de limpieza.
- Mantenimiento de los equipos de lavandería.
- Programación adaptable de los horarios.

#### **4.5.2.7. Camareras**

Encargadas de ordenar y limpiar las habitaciones deben tener los siguientes títulos o cursos:

- Que posea título de bachiller.
- Curso profesional para camareras.
- 1 año de experiencia.
- Edad 25 y 45 años.

Otras competencias relacionadas a las tareas asignadas a las camareras son:

- Organización en las tareas asignadas.
- Agilidad en el servicio.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Urbanidad.

Las especificaciones técnicas de las camareras son:

- Elaboración de cronograma de limpieza.
- Administrar bien los recursos asignados a su área.
- Programación rotativa del trabajo.

#### **4.5.3. Dirección Estratégica**

##### **4.5.3.1. Misión**

Cabañas Victoria ofrece el mejor servicio de hospedaje con un ambiente natural y atención especializada para lograr la satisfacción de sus clientes y llenar las expectativas de las necesidades más exigentes.

##### **4.5.3.2. Visión**

Liderar el mercado de hospedaje del sector, convirtiéndose en un referente de calidad en el servicio y atención especializada que fomente el desarrollo del turismo y contribuya al desarrollo socio económico de la comuna.

#### 4.5.3.3. Aspecto jurídico

El Ecuador está en constante reforma con respecto a las normas y leyes, para garantizar el derecho y deberes que deben poseer las empresas para incursionar en las actividades productivas del sector empresarial.

Precisamente para realizar las actividades en el sector turístico es necesario cumplir con requerimientos de ley, no solo con las instituciones del estado como el Servicio de Rentas Internas o la Superintendencia de Compañías, si no con los organismos seccionales como los Municipios, en el caso del Complejo Turístico Telésforo Villacrés donde se realizará la creación de Cabañas Victoria es regida por la empresa Emoturismo que pertenece al Municipio de Santa Elena.

#### **LOS REQUISITOS QUE SE DEBEN CUMPLIR PARA INICIAR LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

- 1. Reserva del nombre en la página web de la Superintendencia de Compañías.*
- 2. Una vez que se apruebe el nombre, se lleva el documento al Banco de preferencia, con la presentación de los datos de Emoturismo y el correspondiente valor al 25% del capital de la empresa.*
- 3. Se eleva a escritura pública la minuta de la empresa en una Notaría Pública; en dicha minuta estarán detallados todos los lineamientos de las actividades.*
- 4. Presentación de 4 copias notariadas de la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para que esta emita una resolución de constitución, que se debe publicar en un periódico de amplia circulación de la Provincia.*
- 5. Se procede al registro de los nombramientos del presidente y el Gerente General en el Registro Mercantil del Cantón.*

6. *Se presentan las escrituras notariadas en el SRI, la resolución de constitución de la compañía, una nómina de accionistas facilitada por la Superintendencia de Compañías, nombramientos originales registrados y copias de los mismos y los formularios 01-A y 01-B, para detallar la dirección principal, actividades económicas, datos de los accionistas y el representante legal, con copia a color de cédula actualizada y certificado de votación vigente de todos ellos.*
7. *De esa manera se obtiene en Registro Único de Contribuyente (RUC).*
8. *Permiso de funcionamiento de la Comisaría Municipal de Santa Elena.*
9. *Permiso del Departamento de Ambiente del Municipio de Santa Elena.*
10. *Permiso del Cuerpo de Bomberos de Santa Elena.*
11. *Certificados de salud ocupacional de los trabajadores de la empresa, para posterior permiso de la Dirección Provincial de Salud de la Provincia.*

#### **4.5.4. Necesidades a satisfacer**

Las preferencias de los turistas, se inclinan hacia un hospedaje tipo cabañas ecológicas, los resultados de las encuestas determinan un grado de aceptación muy elevado, de la misma manera las entrevistas al personal administrativo confirman esta teoría.

No existe una competencia directa de esta rama de hospedaje dentro de la comuna, pero existen turistas que realizan sus terapias dentro del complejo y que prefieren hospedarse en los hoteles de Salinas que brindan una mayor comodidad. La principal necesidad a satisfacer es la de mejorar la atención al turista y de brindar un buen servicio de hospedaje, esto es sin lugar dudas un aspecto elemental de los turistas al momento de elegir un lugar de descanso.

#### **4.6. ESTUDIO AMBIENTAL**

El Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente realizó un estudio ambiental, para evaluar el impacto que pudieran causar la remodelación y de la implementación de otras áreas del complejo, que lograrán un mayor desarrollo de las actividades turísticas, en este centro turístico de salud llegando a las conclusiones que se mencionan a continuación:

- Tipo de suelo: arenoso, semi-duro, semi-fértil.
- Aire: no existen fuentes contaminantes que lo alteren.
- Flora: arbustos, matorrales, vegetación común del sector.
- Fauna: micro fauna.

Cabañas Victoria serán construidas con materiales amigables a la naturaleza, por esto están diseñadas con madera, caña y cade por lo tanto no causaran daño a la flora y fauna escasa en el sector, como se estableció en el estudio.

En las entrevistas realizadas al personal administrativo de la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena, a la administración del complejo y a la autoridad comunal, se determinó en un 42% que el impacto ambiental es positivo considerando los materiales que serán utilizados para su construcción y que aportarán a la conservación del medio ambiente, el 29% considera que no sería negativo siempre y cuando se cumplan con los requerimientos técnicos correspondientes, otro 29% dice que el impacto ambiental depende del programa que tenga el ingeniero para su realización.

Considerando que el turismo debe ser sostenible y sustentable, se deben adoptar medidas que van más allá de los materiales a utilizar para su construcción, sino en los servicios que preste, en este caso, los servicios deben ser ecológicos, tal es el caso de los sanitarios que ahora ya son utilizados en las grandes ciudades para la conservación del ambiente.

## 4.7. ESTUDIO FINANCIERO

### 4.7.1. Activos Fijos

CUADRO N° 13 Activos Fijos

<b>Inversión Equipos de computación</b>
<b>Inversión Equipos de oficina</b>
<b>Inversión Muebles y Enseres</b>
<b>Inversión Muebles de Oficina</b>
<b>Inversión Infraestructura</b>

Fuente: Datos de la Investigación.  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

#### 4.7.1.1. Equipos de computación

Son todos los elementos físicos de un sistema de cómputo. Estos elementos son los que permiten procesar los datos proporcionados por el turista y así obtener los resultados que se requieran en ese momento y la inversión que se requiere para el equipamiento es de 1.526,00 dólares. (Ver anexo cuadro N° 17)

#### 4.7.1.2. Equipos de oficina

Puede decirse que se trata del conjunto de máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de la oficina. El equipo de oficina va a estar compuesto de archivador, caja de registradora, cesto de basura, y todo lo que se necesita en la parte administrativa, de mantenimiento y seguridad con una inversión total de 1.219,00 dólares. (Ver anexo cuadro N° 18)

#### 4.7.1.3. Muebles y enseres

Muebles y Enseres, también denominado mobiliario, se empleará para controlar los escritorios, sillas ejecutivas, juego de 6 sillas, camas, colchones, lavadoras, planchas, etc., usadas en las diversas áreas para administrar las cabañas dentro del complejo con una inversión total 16.367,00 dólares. (Ver anexo cuadro N° 19)

#### **4.7.1.4. Muebles de oficina**

Muebles de oficina es el conjunto de muebles y son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en las oficinas. Normalmente el término insinúa a los objetos que facilitan las actividades comunes que se van a realizar en las cabañas y se tomarán \$ 505,00 dólares para su inversión. (Ver anexo cuadro N° 20)

#### **4.7.1.5. Infraestructura**

Una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que las cabañas puedan funcionar o para la actividad de hospedaje se desarrolle efectivamente para los turistas; se necesita la cantidad de \$ 42.400,00 dólares para su respectiva inversión. (Ver anexo cuadro N° 21)

### **4.7.2. Recursos Humanos (MOD)**

#### **4.7.2.1. Mano de obra directa**

La mano de obra es el esfuerzo físico y mental, en este caso en la participación directa del proceso de la atención al turista en las cabañas para ofrecer el servicio de hospedaje y para el manejo administrativo de las instalaciones, que suman un total de 4329,36 dólares mensuales. (Ver anexo cuadro N° 22)

#### **4.7.2.2. Materiales directos e indirectos**

Son aquellos instrumentos que se utilizan directamente en la elaboración del servicio, los indirectos son aquellos que participan de manera indirecta en la fabricación del servicio y se los incluye en los gastos indirectos de fabricación. Los materiales que se emplean directamente se encuentran en el departamento de lavandería de las cabañas y los indirectos en los suministros de oficina que suman un total de 3048,00 dólares anuales. (Ver anexo cuadro N° 23 y 24)

### **4.7.3. Plan Económico Financiero**

#### **4.7.3.1. Plan de Inversión**

Las inversiones a corto y largo plazo son parte del plan de inversión y financiamiento del proyecto Cabañas Victoria, los principales son:

- Infraestructura
- Muebles y enseres.
- Equipos de computación.
- Muebles de oficina.
- Equipos de oficina.
- Capital de trabajo

#### **4.7.3.2. Inversiones fijas tangibles**

Son consideradas inversiones fijas tangibles aquellas que son factores productivos de la empresa, y son viales en el proceso de servicios que ofrecerán las Cabañas Victoria.

##### **4.7.3.2.1. Activos Fijos**

Los activos fijos se refieren a todos los bienes tangibles que posee a la empresa, estos valores son constantes en todo el periodo del proyecto, la inversión total de Cabañas Victoria asciende a \$64.150,04 desglosado de la siguiente manera; activos fijos administrativos \$ 2.847,00; mantenimiento bordea los \$ 59.013, seguridad \$ 157,00 y capital de trabajo 2133.04.

La empresa Cabañas Victoria, del total de sus inversiones en equipos de computación, cuenta con el 100% de activos productivos.

En relación a los muebles y enseres el 100% del total de los activos está asignado al departamento productivo.

La empresa considera también muebles de oficina de los cuales el 76% es para activos productivos y el 24% para los otros activos asignados a la producción.

Equipos de oficina el 90% considerado para activos productivos y el 10% para los otros procesos activos asignados a la producción.

#### **4.7.3.3. Inversión Fija Intangible**

##### **4.7.3.3.1. Activos fijos intangibles**

Los activos fijos intangibles tienen la capacidad de generar beneficios económicos en el futuro y que serán administrados y controlados por la empresa que adquiere estos bienes.

El siguiente cuadro muestra un ejemplo de un bien intangible que adquirirá la empresa.

CUADRO N° 14 Activos fijos intangibles – Expresado en dólares.

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	
<b>Gastos de Constitución</b>	1.000,00
<b>Sistema DOBRA 8.0 para CABAÑAS</b>	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.300,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaborado por:** Rodríguez Reyes Ever.

##### **4.7.3.3.2. Capital de Trabajo**

El concepto básico de capital de trabajo corresponde a los recursos que requieren las empresas para realizar sus operaciones productivas, es conocida también como capital circulante o de maniobra.

El fondo de maniobra es un indicador que utilizan las empresas para determinar la capacidad de respuesta ante determinada situación económica que se presente, la forma de cálculo aplicada para este caso es el método analítico que se lo obtiene sumando las masas medias patrimoniales que lo componen obteniéndolo mediante de los siguientes resultados:

El capital de trabajo para esta propuesta fue de 177.75 mensuales y 2133.04 anuales, considerando la garantía del 10% respecto del pasivo circulante (Ver anexo cuadro N°25)

#### **4.7.4. Plan de Financiamiento**

El valor requerido a financiar por la empresa Cabañas Victoria es de \$64.150,04 de los cuales, el 60% de la inversión del proyecto se obtendrá mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional que representa a \$ 38.490,02 a una tasa de interés del 12 % anual, y el 40% restante corresponderá a la aportación de EMUTURISMO que son \$25660,02. (Ver Anexo cuadro N° 16)

##### **4.7.4.1. Costo de Operación**

Los costos de operación de Cabañas Victoria ascienden a de \$ 1.128,00 mensuales que consiste en materiales que se van a utilizar en la limpieza, como son los desinfectantes, repelentes jabón, shampoo ambientales y otros que sirven para el mantenimiento diario para las cabañas.

##### **4.7.4.2. Ingresos**

Los ingresos económicos que obtendrá la empresa Cabañas Victoria por cada año de actividad, se establecieron en \$63.360,00 con un crecimiento constante del 4% promedio por año y se espera que para el último año se obtenga una entrada de \$139.900,00 “Año 10”. (Ver anexo cuadro N° 26)

#### **4.7.4.3. Evaluación Financiera**

Los índices de riesgos o beneficios del estudio realizado para el proyecto Cabañas Victoria, que determinan un rendimiento de la inversión, están detalladas en cada uno de los análisis y valores reflejados en los cuadros que se presentan en los anexos.

##### **4.7.4.3.1. Estado de Pérdidas y Ganancias**

En el estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados de la empresa Cabañas Victoria se reflejan los gastos y los ingresos generados de manera ordenada y detallada. El estado de resultados determina que para el primer año de labores se obtiene una utilidad operativa de \$ 805,00 además que durante los años de vida establecidos para el proyecto se incrementará la demanda de los servicios en 4% anual, utilidad después de participación a trabajadores de \$684,00.

Una vez pagado el Impuesto a la Renta que equivale al 22% como determina la ley, se obtiene una utilidad neta de \$ 534,00 para el primer año. Este valor determinado para el primer año garantiza la factibilidad del proyecto, ya que se obtiene un margen de ganancia y no una pérdida como es común en proyectos nuevos. (Ver anexo cuadro N° 26)

##### **4.7.4.3.2. Flujo de caja (Cash Flow)**

El flujo de caja o de fondos es un indicador financiero que establece la liquidez de la empresa mediante los movimientos de ingresos y los egresos de dinero en determinado tiempo. Para Cabañas Victoria, el flujo es de \$ 3.590,00 durante el primer año y se espera que para el último año sea \$ 35.853,00 “Año 10”. (Ver anexo cuadro N° 27)

#### **4.7.4.3.3. Flujo de caja para la evaluación. (cash free)**

Durante los 10 años proyectados para Cabañas Victoria, se analizan los diferentes costes en que incurrirá la empresa, el valor a invertir es de \$ 64.150,00 en el año cero para efectos de infraestructura y equipos y muebles, etc. El flujo de caja para el primer año es de \$ 3.590,00 y para el último año se espera que sea \$154.167,00 “Año 10”. (Ver Anexo cuadro N° 28)

### **4.8. EVALUACIÓN ECONÓMICA**

#### **4.8.1. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno o de rentabilidad, es el promedio exacto de rendimientos futuros esperados de la inversión inicial. La tasa interna de retorno esperada para Cabañas Victoria es del 21% en el primer año de actividades, lo cual indica que es un proyecto empresarial rentable, considerando la alta inversión que se necesita para emprender este proyecto, que servirá para el desarrollo del complejo.

#### **4.8.2. Valor Actual Neto (VAN)**

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de la inversión de un bien o servicio proyectado en determinado tiempo, para efectos de Cabañas Victoria el valor actual neto al inicio de la inversión es de 64.150,00 al pasar 10 años de la vida del proyecto el valor actual neto asciende a \$66.625,79 valor altamente representativo, por tratarse de servicio de hospedaje al Complejo Turístico de Baños de San Vicente.

### 4.8.3. Periodo de Retorno de la Inversión

El Periodo de Recuperación de la Inversión es un criterio que permite determinar el tiempo que se tardará la empresa en recuperar la inversión inicial, el cuadro que se presenta a continuación indica que la inversión inicial se recupera en el octavo año de vida del proyecto Cabañas Victoria.

CUADRO N° 15 Periodo de retorno de la inversión – Expresado en dólares \$

FLUJO DE INVERSIÓN		RECUPERACIÓN
INVERSIÓN TOTAL AÑO CERO		64150
AÑO 1	3.590	3.590
AÑO 2	5.748	9.338
AÑO 3	6.777	16.115
AÑO 4	10.976	27.091
AÑO 5	-2.337	24.754
AÑO 6	16.966	41.721
AÑO 7	22.154	63.875
AÑO 8	26.213	90.088
AÑO 9	29.340	119.428
AÑO 10	34.739	154.167

Fuente: Estudio Financiero.  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

La inversión requerida para el proyecto es alta, de aquí que la recuperación de la inversión inicial se da en el octavo año de labores de la empresa.

#### **4.8.4. Análisis de Sensibilidad**

Los escenarios considerados para el análisis de sensibilidad fueron el precio y la demanda, un incremento en el precio de 40 a 45 en la cabaña VM-01 y de 48 a 50 en la cabaña VF-01, daría como resultado una tasa interna del 32% un VAN de \$129.365,00 y una recuperación de la inversión de 6 años.

Un decremento del precio de 40 a 35 en la cabaña VM-01 y de 48 a 43 en la cabaña VF-01, daría una tasa interna de retorno del 18 % y un VAN de \$46.195,00, recuperando la inversión en 9 años. Y el escenario probable daría como resultado una TIR del 21 % y un VAN de \$66.625,79 con una recuperación de la inversión en 8 años. (Ver anexo cuadro N° 29)

#### **4.8.5. Punto de Equilibrio**

El objetivo del punto de equilibrio se da cuando las ventas por alquiler de habitaciones de Cabañas Victoria cubren el gasto total y no tener pérdidas. En el proyecto de Cabañas Victoria, se tomó en consideración un servicio de 1440 veces de arriendo de cabañas 50% de cada modelo.

Al realizar los cálculos de la empresa se determina que es necesario brindar el servicio de alojamiento en un número de 1418 veces al año para no tener pérdidas ni ganancias. (Ver anexo cuadro N° 30)

#### **4.8.6. Coeficiente de Rentabilidad Nacional**

##### **4.8.6.1. Valor Agregado**

El valor agregado es un índice económico que mide el valor añadido que se genera en la producción o venta de un servicio, intervienen los agentes (accionistas empleados, empresa, gobierno, clientes). Sus aportes (capital, trabajo,

activos, bienes públicos, demanda efectiva) y retribución (dividendos, salarios, depreciación, impuestos, satisfacción al cliente).

El valor agregado en el presente estudio, está representado por la diferencia entre las ventas y los costos de materiales y/o servicios comprados a terceros, es decir el margen de utilidad de la productividad de Cabañas Victoria, representada por la participación laboral y del capital, estas contribuciones a nivel de la empresa crean valor y se ven reflejadas en un nivel macroeconómico de la productividad como el producto interno bruto (PIB)

#### **4.8.6.2. Generación de empleos**

Cabañas Victoria crea una nueva fuente de trabajo para unas 7 personas a nivel administrativo y operativo, en mandato fiel a la creación de empleos con salarios dignos como estipula la ley.

#### **4.8.6.3. Beneficios Socio Económicos**

Las aguas termales existentes en el complejo turístico ha sido el principal polo de desarrollo económico para los habitantes de Baños de San Vicente, gracias a esto han surgido nuevos negocios, principalmente en el sector de la restauración. La puesta en marcha de este nuevo proyecto de cabañas junto con el mejoramiento de las instalaciones que se está realizando creará nuevas fuentes de trabajo para diversos sectores gracias al incremento de turistas.

#### **4.8.6.4. Matriz Productiva**

El proyecto Cabañas Victoria aportará a la matriz productiva mediante el desarrollo del sector turístico, al generar fuentes de empleo y el ingreso de divisas por concepto de turismo.

#### 4.9. PLAN DE ACCIÓN

<b>PLAN DE ACCION</b>		
<b>Problema Principal:</b>		
Deficiente servicio hospedaje que incide en el nivel de desarrollo turístico del complejo Telésforo Villacrés.		
<b>Fin del Proyecto:</b>		<b>Indicadores</b>
Dinamizar la oferta turística mediante el estudio de factibilidad con la creación de cabañas para el Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente.		Estudio de Mercado.
<b>Propósito del Proyecto:</b>		<b>Indicador</b>
Contribuir al desarrollo turístico del complejo, logrando mejorar su economía y generando fuentes de empleo a la comuna de Baños de San Vicente.		Incremento del número de turistas.
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>
1. Brindar un servicio de hospedaje de calidad mediante un estudio de mercado, para dinamizar la oferta y la generación de fuentes de empleo.	Innovación del servicio de hospedaje.	1.- Análisis Situacional del Complejo y Comuna (FODA). 2.- Servicio (Cabañas Victoria). 3.- Precio (CVM y CVF). 4.- Segmento del Mercado. 5.- Servicios Complementarios.
	Posicionamiento del producto en el mercado.	1.- Creación de la imagen corporativa. 2.- Elaboración de una página web. 3.- Publicidad a través de radio, tv y prensa escrita. 4.- Elaborar medios de promoción. (Volantes, trípticos, tarjetas presentación, etc.)
		Ejecutar el estudio.
2. Analizar el espacio y los recursos mediante un estudio técnico y administrativo para la implementación del proyecto Cabañas Victoria dentro del Complejo Turístico de Baños de San Vicente.	Diseño estructural de las instalaciones.	1.- Localización del proyecto. 2.- Recursos Requeridos. 3.- instalaciones físicas.
	Elaborar una estructura organizacional.	1.- Dirección Estratégica. (Misión y Visión) 2.- Organigrama. 3.- Contratación del personal de acuerdo a las funciones y perfiles del cargo.
		Ejecutar la actividad.
3. Aplicar herramientas financieras mediante la evaluación económica que permitan la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.	Establecer el presupuesto para el funcionamiento de las cabañas.	1.- Activo fijo. 2.- Recursos humanos. 3.- Capital de trabajo.
	Elaborar un estudio financiero.	1.- Plan de financiamiento. 2.- Ingresos. 3.- Estados financieros proyectados.
	Establecer la rentabilidad de la inversión.	1.- VAN. (Valor Actual Neto) 2.- TIR. (Tasa de Interna de Retorno) 3.- PRI. (Periodo de Retorno de la Inversión)
		Ejecutar la actividad.

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

## CONCLUSIONES

1. Las condiciones que posee la comuna de Baños de San Vicente son favorables para la creación de hospedaje, por la existencia del espacio para su ubicación y demanda, pero principalmente por el recurso turístico, como son el lodo volcánico, aguas minerales, masajes y sauna que dan la pauta para realizar el proyecto.
2. En las entrevistas realizadas al personal administrativo se pudo determinar una aceptación al proyecto, considerando el incremento en el número de turistas que se prevé llegarán para realizar sus terapias y completarlas gracias a la implementación del servicio de hospedaje de calidad, que permite prolongar su estadía, dinamizando el sector de restauración del sector.
3. La respuesta de los turistas con respecto a la creación de cabañas fue altamente positiva, además proporcionó información con respecto a las proyecciones que permitirán complementar este servicio a beneficio de los turistas y generar fuentes de empleo para los miembros de la Comuna.
4. Mediante el análisis financiero se pudo determinar la viabilidad de la creación de las cabañas con un VAN de \$ 66.625,79 lo cual es realmente representativo al tratarse de concepto de servicio de hospedaje, un TIR del 21% que indica que es un proyecto rentable y un PRI de 8 años.
5. Para conseguir el éxito en los proyectos se necesita trabajar en equipo tanto el personal que está involucrado directamente en la atención al turista, al personal operativo y a los miembros de la comuna que se verán beneficiados mediante el surgimiento de nuevas fuentes de empleo con la implementación de nuevos proyectos.

## RECOMENDACIONES

1. La implementación de hospedaje en el Complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente dentro de sus instalaciones, considerando el tipo de turistas que llegan y sus necesidades, es indispensable proporcionarles alojamiento de calidad y comodidad a través del proyecto de creación de Cabañas Victoria.
2. No sobrepasar el límite de cabañas como se estableció en las entrevistas al personal administrativo, con el objetivo de no perjudicar al sector hotelero de Baños de San Vicente, con la creación de cabañas dentro del complejo, sino más bien realizar un trabajo conjunto y estandarizado que beneficie a todos.
3. La creación de servicios complementarios en el complejo, como son un gimnasio, bailoterapia, zonas wifi, peluquería, jugos naturales, entre otras como un valor agregado a los servicios que brinda el complejo y las Cabañas Victoria.
4. Implementar nuevos proyectos relacionados que permitan posicionar el producto en la mente del consumidor mediante la promoción de las cabañas, y que permitan un mayor desarrollo del complejo. Mantener la calidad en el servicio de hospedaje con personal competitivo y que este inmerso en el sector turístico para que las decisiones que se tomen sean las correctas. Además la creación de un mecanismo de control que vigile cada una de las acciones de cada estrategia planteadas en el proyecto.
5. La capacitación al personal administrativo y operativo debe ser continua para mantener la calidad del servicio, además este adiestramiento debe ser considerado también para los miembros de la comuna, principalmente al sector de la restauración, ya que se debe brindar un servicio de alimentos que vaya en función del turismo de salud.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Amat, O. (2008). Análisis de Estados Financieros - Fundamentos y Aplicaciones (Octava- Gestión 2002 ed.). España.

Besley, S., & Brigham, E. (2008). Fundamentos de administración financiera (14° Edición ed.). CENGAGE Learning.

Brun Lozano, X., Elvira Benito, O., & Puig Pla, X. (2008). Mercado de renta variable y mercado de divisas (Octava ed.). Barcelona.

Cabarcos Novás, N. (2010). Promoción y Venta de Servicios Turísticos (Segunda ed.). Ideas propias.

De Jaime Eslava, J. (2010). Las claves del Análisis Económico - Financiero de la Empresa (Segunda ed.).

De la Espriella, M. (25 de Abril de 2013). EFECTOS ECONÓMICOS, SOCIOCULTURALES Y AMBIENTALES DEL TURISMO. Obtenido de eesat.blogspot.com: <http://eesat.blogspot.com/2013/04/efectos-economicos-del-turismo.html>

Mondino, D., & Pendás, E. (2008). Finanzas para Empresas Competitivas (Granica S.A. ed.). Management.

Nassir Sapag, C. (2008). Proyecto de inversión: Formulación y evaluación (Primera ed.). Chile.

Profesores. (2012). Importancia del Turismo. Obtenido de [www.importancia.org](http://www.importancia.org): <http://www.importancia.org/turismo.php>

Ramírez, E., & Cajigas, M. (2009). Proyecto de inversiones competitivas: Formulación y Evaluación de proyectos de inversión con visión Emprendedora Estratégica (Primera ed.).

Rosales Posas, R. (2008). La Formulación y la Evaluación de Proyectos (Primera ed.). Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia - EUNED.

Ruiz, M. (2010). Servicios Hoteleros. Obtenido de docs.universidadecotec.edu.ec:  
[http://docs.universidadecotec.edu.ec/tareas/2013F/HTL251/alum/2009404326\\_5669\\_2013F\\_HTL251\\_ESTABLECIMIENTOS\\_HOTELEROS.pdf](http://docs.universidadecotec.edu.ec/tareas/2013F/HTL251/alum/2009404326_5669_2013F_HTL251_ESTABLECIMIENTOS_HOTELEROS.pdf)

BERNAL Torres César Augusto (2008), Metodología de la Investigación – Para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales, Segunda Edición, Colombia.

RUIZ Olabuénaga José Ignacio (2012), Metodología de la Investigación Cualitativa, Quinta Edición, España.

NOBOA Bejarano Gustavo (2002), Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No. 3400, Ecuador.

## Páginas Web

- ❖ [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion), Lunes 25/11/2013
- ❖ [http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota\\_print.aspx?idArt=5327173&tipo=2](http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota_print.aspx?idArt=5327173&tipo=2), Domingo 24 de Noviembre de 2013
- ❖ [http://www.elcomercio.ec/negocios/PIB-Ecuador-construccion-agricultura-turismo\\_0\\_964703584.html](http://www.elcomercio.ec/negocios/PIB-Ecuador-construccion-agricultura-turismo_0_964703584.html), Lunes 29/07/2013
- ❖ <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>
- ❖ <http://huecasgastronomicasdmq.jimdo.com/quienes-somos/breve-historia-del-ecoturismo/turismo-en-el-ecuador/>
- ❖ <http://optur.org/estadisticas-turismo.html>
- ❖ <http://www.andes.info.ec/es/turismo/ecuador-propone-nuevas-estrategias-sector-turistico-region.html>
- ❖ <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>
- ❖ <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento%20General%20de%20Actividades%20Turisticas.pdf>
- ❖ <http://www.viajeros.com/articulos/hoteles-cabanas-hostels-y-bed-breakfast-que-esperar-de-cada-uno>
- ❖ [http://aplicaciones.iram.org.ar/UserFiles/images/IRAM\\_SECTUR/normas%20completas/42210R.pdf](http://aplicaciones.iram.org.ar/UserFiles/images/IRAM_SECTUR/normas%20completas/42210R.pdf).
- ❖ <http://www.psicologia-online.com/pir/concepto-de-estructura-organizacional.html>
- ❖ <http://www.encyclopediainfinanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>
- ❖ <http://www.definicionabc.com/general/hospedaje.php>

- ❖ <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/Paginas/Planfinanciero.aspx>
- ❖ <http://www.fed-alandalus.es/index.php/campana-agricultura-y-pesaca-ecologica-notas-de-prensa/1080-ique-significa-ecologico-.html>
- ❖ <http://serviciosyemprendedores.com/2013/08/servicios-diferenciados-lo-que-significa-ser-una-empresa-de-servicio/>
- ❖ <http://definicion.de/proyeccion/#ixzz2rvfAx1Ar>
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#ixzz2rvddvyql>
- ❖ <http://www.definicionabc.com/general/hospedaje.php#ixzz2rvcZelNV>
- ❖ <http://definicion.de/cabana/#ixzz2rvWuUTaV>

## ANEXOS

ANEXOS N° 1 Plan Financiero

CUADRO N° 16 Préstamo Bancario

<b>TABLA PRESTAMO HIPOTECARIO</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDOS</b>	<b>INTERES</b>	<b>AMORTIZACIÓN DE CAPITAL</b>	<b>SALDO FINAL</b>
				38.490
<b>2014</b>	7.185	4.619	2.566	35.924
<b>2015</b>	6.877	4.311	2.566	33.358
<b>2016</b>	6.569	4.003	2.566	30.792
<b>2017</b>	6.261	3.695	2.566	28.226
<b>2018</b>	5.953	3.387	2.566	25.660
<b>2019</b>	5.645	3.079	2.566	23.094
<b>2020</b>	5.337	2.771	2.566	20.528
<b>2021</b>	5.029	2.463	2.566	17.962
<b>2022</b>	4.721	2.155	2.566	15.396
<b>2023</b>	4.414	1.848	2.566	12.830
<b>2024</b>	4.106	1.540	2.566	10.264
<b>2025</b>	3.798	1.232	2.566	7.698
<b>2026</b>	3.490	924	2.566	5.132
<b>2027</b>	3.182	616	2.566	2.566
<b>2028</b>	2.874	308	2.566	0

<b><u>CAPITAL PROPIO</u></b>	
25660,016	EMOTURISMO

<b><u>TOTAL DE LA INVERSIÓN</u></b>
64.150,00

Fuente: Estudio Financiero (2014).  
 Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 17 Activos Fijos - Equipos de Computación

Departamento	Grupo	Adquisición	Descripción	Costo Total
ADMINISTRATIVO	Equipos de computación	01/ene/2013	Computadora de Escritorio INTEL ATOM 1,86GHZ	590,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de computación	02/ene/2013	Computadora de Escritorio INTEL ATOM 1,86GHZ	590,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de computación	04/ene/2013	Impresora Zebra GK42T 203DPI USB Serial	300,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de computación	01/ene/2013	Router wireless DIR-600	46,41
			<b>TOTAL</b>	<b>1526,41</b>

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 18 Activos Fijos - Equipos de Oficina

Departamento	Grupo	Adquisición	Descripción	Costo Total
ADMINISTRATIVO	Equipos de oficina	06/ene/2013	Archivador	180,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de oficina	09/ene/2013	Extintor	65,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de oficina	10/ene/2013	Lector de huellas dactilares	349,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de oficina	11/ene/2013	Dispensador de agua	75,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de oficina	12/ene/2013	Cesto de basura	12,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de oficina	18/ene/2013	Caja registradora	350,00
ADMINISTRATIVO	Equipos de oficina	21/ene/2013	Teléfono ejecutivo KIT X 2	50,00
MANTENIMIENTO	Equipos de oficina	13/ene/2013	Cesto de basura	26,00
MANTENIMIENTO	Equipos de oficina	16/ene/2013	Estanterías Metálicas Regulables Bodega	100,00
SEGURIDAD	Equipos de oficina	15/ene/2013	Cesto de basura	12,00
			<b>TOTAL</b>	<b>1219</b>

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 19 Activos Fijos - Muebles y Enseres

Departamento	Grupo	Adquisición	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	23/ene/2013	Lavadora Lg 35 Libras Turbo Drum Wfs-1632ek Blanca		519	519,00
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	02/feb/2013	Aspiradora Industrial Polvo, Súper Power Turbina.		480	480,00
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	17/feb/2013	Plancha De Vapor Industrial Silverstar Eun Sung Electric Co.		100	100,00
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	22/feb/2013	Plancha De Vapor Industrial Silverstar Eun Sung Electric Co.		100	100,00
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	16/feb/2013	Camas de dos plazas	12	100	1.200
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	19/feb/2013	Literas de plaza y media	8	130	1.040
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	26/feb/2013	Veladores	12	35	420
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	02/mar/2013	Closet s	16	70	1.120
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	06/mar/2013	Televisores	12	250	3.000
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	08/mar/2013	Juego de sala (Cabaña Familiar)	4	250	1.000
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	09/mar/2013	Juego de sala (Cabaña Matrimonial)	8	200	1.600
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	14/mar/2013	Juego de sábanas de 2 plazas	24	25	600
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	26/mar/2013	Juego de sábanas de plaza y ½	32	20	640
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	07/abr/2013	Cobijillas de 2 plazas	24	12	288
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	19/abr/2013	Cobijillas de plaza y 1/2	32	10	320
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	13/may/2013	Colchones de 2 plazas	12	120	1.440
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	17/may/2013	Colchones de plaza y 1/2	16	100	1.600
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	02/jun/2013	Almohadas	120	5	600
MANTENIMIENTO	Muebles y Enseres	20/jun/2013	Toallas	60	5	300
			<b>TOTAL</b>			<b>16367</b>

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 20 Activos Fijos - Muebles de Oficina

Departamento	Grupo	Adquisición	Descripción	Costo Total
ADMINISTRATIVO	Muebles de Oficina	24/ene/2015	Escritorios	120
ADMINISTRATIVO	Muebles de Oficina	28/ene/2015	Escritorios	120
MANTENIMIENTO	Muebles de Oficina	29/ene/2015	Juego de sillas x 6	120
SEGURIDAD	Muebles de Oficina	26/ene/2015	Escritorios	120
SEGURIDAD	Muebles de Oficina	01/feb/2015	Silla ejecutiva	25
			<b>TOTAL</b>	<b>505</b>

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 21 Activos Fijos - Infraestructura

DEPARTAMENTO	GRUPO	ADQUISICIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO ORIGINAL
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	01/feb/2015	Cabaña Matrimonial	4.800
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	02/feb/2015	Cabaña Matrimonial	4.800
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	03/feb/2015	Cabaña Matrimonial	4.800
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	03/feb/2015	Cabaña Matrimonial	4.800
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	04/feb/2015	Cabaña Familiar	5.800
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	05/feb/2015	Cabaña Familiar	5.800
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	05/feb/2015	Cabaña Familiar	5.800
MANTENIMIENTO	INFRAESTRUCTURA	06/feb/2015	Cabaña Familiar	5.800
			<b>TOTAL</b>	<b>42.400</b>

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 22 Rol de Pagos

<b>ROL DE PAGOS</b>															
N°	CARGO	CODIGO 1	NONIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES								
			SUELDO	TOTAL INGRESOS anual	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL	
1	GERENTE ADMINISTRATIVO		750,00	9.000,00	70,13	8.929,88	62,50	26,50	31,25	62,50	91,13	273,88	1.023,88	12.286,50	
1	SECRETARIA RECEPCIONISTA		450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	174,93	624,93	7.499,10	
1	JEFE DEPTO. ADMINISTRATIVO FINANCIERO		500,00	6.000,00	46,75	5.953,25	41,67	26,50	20,83	41,67	60,75	191,42	691,42	8.297,00	
	<b>TOTAL ADMINISTRATIVO</b>		<b>1.700,00</b>	<b>20.400,00</b>	<b>158,95</b>	<b>20.241,05</b>	<b>141,67</b>	<b>79,50</b>	<b>70,83</b>	<b>141,67</b>	<b>206,55</b>	<b>640,22</b>	<b>2.340,22</b>	<b>15.796,10</b>	
1	JEFE DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA		450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	174,93	624,93	7.499,10	
1	CAMARERA 1		318,00	3.816,00	29,73	3.786,27	26,50	26,50	13,25	26,50	38,64	131,39	449,39	5.392,64	
1	LAVANDERÍA Y LIMPIEZA 1		318,00	3.816,00	29,73	3.786,27	26,50		13,25	26,50	38,64	104,89	422,89	5.074,64	
	<b>TOTAL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA</b>		<b>1.086,00</b>	<b>13.032,00</b>	<b>101,54</b>	<b>12.930,46</b>	<b>90,50</b>	<b>53,00</b>	<b>45,25</b>	<b>90,50</b>	<b>131,95</b>	<b>411,20</b>	<b>1.497,20</b>	<b>17.966,39</b>	
1	SEGURIDAD		350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	26,50	14,58	29,17	42,53	141,94	491,94	5.903,30	
	<b>TOTAL TOTAL SEGURIDAD</b>		<b>350,00</b>	<b>4.200,00</b>	<b>32,73</b>	<b>4.167,28</b>	<b>29,17</b>	<b>26,50</b>	<b>14,58</b>	<b>29,17</b>	<b>42,53</b>	<b>141,94</b>	<b>491,94</b>	<b>5.903,30</b>	
7			<b>3.136,00</b>	<b>37.632,00</b>	<b>293,22</b>	<b>37.338,78</b>	<b>261,33</b>	<b>159,00</b>	<b>130,67</b>	<b>261,33</b>	<b>381,02</b>	<b>1.193,36</b>	<b>4.329,36</b>	<b>39.665,79</b>	

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 23 Materiales Directos

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>		
Escobas.	6	72
Trapeadores.	8	96
Baldes capacidad 10 litros.	8	96
Jabón Líquido.	8	96
Desinfectante.	8	96
Papel Higiénico (Rollos).	7	84
Esponjas (Paca).	5	60
Detergente.	8	96
Repelente	12	144
Jaboncillos y Shampoo.	24	288
		<b>1.128</b>

CUADRO N° 24 Materiales Indirectos

<b>MATERIALES DE OFICINA</b>		
Suministros de oficina	60	720
Papelería	50	600
Imprevistos	50	600
		<b>1.920</b>

Fuente: Estudio Financiero (2014)

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever. Pago

CUADRO N° 25 Capital de Trabajo

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO
			MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	6.312	1	17,53
Pasivo circulante (Pc)			<b><u>17,53</u></b>
Materiales (m)	6.312	1	17,53
Productos en fabricación (f)	0	2	0,00
Productos terminados (v)	0	4	0,00
Clientes (c)	63.360	1	176,00
Activo circulante (Ac)			<b><u>193,53</u></b>

AC	193,53	
GARANTIA	1,75	
PC	17,53	
FM CTPREVISTO	<b><u>177,75</u></b>	<b><u>2133,04</u></b>

Fuente: Estudio Financiero (2014).  
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 26 Ingreso - Estado Resultado

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Equipos de computación	-1.526	0	0	-1.526	0	0	-1.526	0	0	-1.526	0
Inversión Equipos de oficina	-1.219	0	0	0	0	-1.219	0	0	0	0	-1.219
Inversión Muebles y Enseres	-16.367	0	0	0	0	-16.367	0	0	0	0	0
Inversión Muebles de Oficina	-505	0	0	0	0	-505	0	0	0	0	-505
Inversión Infraestructura	-42.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Capital de Trabajo	-2.133	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>DEMANDA DÍAS</b>		180	187	195	202	211	219	228	237	246	256
ESTADO DE RESULTADOS											
INGRESOS											
Ventas Cabaña 1		28.800	31.450	34.343	37.503	40.953	44.720	48.835	53.327	58.234	63.591
Ventas Cabaña 2		34.560	37.740	41.212	45.003	49.143	53.664	58.602	63.993	69.880	76.309
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>63.360</b>	<b>69.189</b>	<b>75.555</b>	<b>82.506</b>	<b>90.096</b>	<b>98.385</b>	<b>107.436</b>	<b>117.320</b>	<b>128.114</b>	<b>139.900</b>
COSTO VARIABLES											
Costos Variables Operativos		6.336	6.919	7.555	8.251	9.010	9.838	10.744	11.732	12.811	13.990
Mano de Obra		17.966	18.865	19.808	20.798	21.838	22.930	24.077	25.281	26.545	27.872
Gastos Administrativos		20.308	21.324	22.390	23.509	24.685	25.919	27.215	28.576	30.004	31.505
Gastos de Ventas		7.703	8.088	8.493	8.918	9.363	9.832	10.323	10.839	11.381	11.950
Gastos de Intereses		4.619	4.311	4.003	3.695	3.387	3.079	2.771	2.463	2.155	1.848
Depreciación Equipos de computación		458	458	458	916	916	916	1.373	1.373	1.373	1.831
Depreciación Equipos de oficina		219	219	219	219	219	439	439	439	439	439
Depreciación Muebles y Enseres		2.946	2.946	2.946	2.946	2.946	5.892	5.892	5.892	5.892	5.892
Depreciación Muebles de Oficina		91	91	91	91	91	182	182	182	182	182
Depreciación Infraestructura		1.908	1.908	1.908	1.908	1.908	1.908	1.908	1.908	1.908	1.908
<b>TOTAL COSTO OPERATIVOS</b>		<b>62.555</b>	<b>65.129</b>	<b>67.871</b>	<b>71.251</b>	<b>74.363</b>	<b>80.935</b>	<b>84.924</b>	<b>88.685</b>	<b>92.691</b>	<b>97.416</b>
UTILIDAD OPERATIVA											
15% Participación a Trabajadores		121	609	1.153	1.688	2.360	2.618	3.377	4.295	5.313	6.373
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA</b>		<b>684</b>	<b>3.451</b>	<b>6.531</b>	<b>9.567</b>	<b>13.373</b>	<b>14.833</b>	<b>19.136</b>	<b>24.340</b>	<b>30.109</b>	<b>36.112</b>
22% Impuesto a la Renta		151	759	1.437	2.105	2.942	3.263	4.210	5.355	6.624	7.945
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>534</b>	<b>2.692</b>	<b>5.094</b>	<b>7.462</b>	<b>10.431</b>	<b>11.570</b>	<b>14.926</b>	<b>18.985</b>	<b>23.485</b>	<b>28.167</b>

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 27 Flujo de Caja

FLUJO DE EFECTIVO											
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS NETOS		63.360	69.189	75.555	82.506	90.096	98.385	107.436	117.320	128.114	139.900
COSTOS OPERATIVO		56.933	59.506	62.249	65.171	68.283	71.598	75.130	78.891	82.897	87.164
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		121	609	1.153	1.688	2.360	2.618	3.377	4.295	5.313	6.373
PAGO DE PRÉSTAMO		2.566	2.566	2.566	2.566	2.566	2.566	2.566	2.566	2.566	2.566
PAGO DE IMPUESTO		151	759	1.437	2.105	2.942	3.263	4.210	5.355	6.624	7.945
<b>CASH FLOW</b>		<b>3.590</b>	<b>5.748</b>	<b>8.150</b>	<b>10.976</b>	<b>13.945</b>	<b>18.340</b>	<b>22.154</b>	<b>26.213</b>	<b>30.713</b>	<b>35.853</b>

CUADRO N° 28 Cash Free

CASH FREE											
Inversión Equipos de computación	-1.526	0	0	-1.526	0	0	-1.526	0	0	-1.526	0
Inversión Equipos de oficina	-1.219	0	0	0	0	-1.219	0	0	0	0	-1.219
Inversión Muebles y Enseres	-16.367	0	0	0	0	-16.367	0	0	0	0	0
Inversión Muebles de Oficina	-505	0	0	0	0	-505	0	0	0	0	-505
Inversión Infraestructura	-42.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Capital de Trabajo	-2.133	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Equipos de computación		0	0	153	0	0	153	0	0	153	0
Recuperación Equipos de oficina		0	0	0	0	122	0	0	0	0	122
Recuperación Muebles y Enseres		0	0	0	0	1.637	0	0	0	0	1.637
Recuperación Muebles de Oficina		0	0	0	0	51	0	0	0	0	51
Recuperación Capital de Trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>	<b>-64.150</b>	<b>3.590</b>	<b>5.748</b>	<b>6.777</b>	<b>10.976</b>	<b>-2.337</b>	<b>16.966</b>	<b>22.154</b>	<b>26.213</b>	<b>29.340</b>	<b>34.739</b>
<b>PRI</b>		<b>3.590</b>	<b>9.338</b>	<b>16.115</b>	<b>27.091</b>	<b>24.754</b>	<b>41.721</b>	<b>63.875</b>	<b>90.088</b>	<b>119.428</b>	<b>154.167</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 66.625,79</b>										
<b>TIR</b>	<b>21%</b>										

Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 29 Análisis de Sensibilidad

ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD						
INDICADORES	ESCENARIOS					
	OPTIMISTA		PESIMISTA		PROBABLE	
	CABAÑA 1	CABAÑA 2	CABAÑA 1	CABAÑA 2	CABAÑA 1	CABAÑA 2
PRECIO	45,00	50,00	35,00	43,00	40,00	48,00
DEMANDA	800	800	660	660	720	720
RESULTADO						
PRECIO						
VAN	115.985,00		32.400,00		66.625,79	
TIR	30%		16%		21%	
PRI	6 AÑOS		9 AÑOS		8 AÑOS	
DEMANDA						
VAN	129.365,00		46.195,00		66.625,79	
TIR	32%		18%		21%	
PRI	6 AÑOS		9 AÑOS		8 AÑOS	

Fuente: Estudio Financiero (2014).

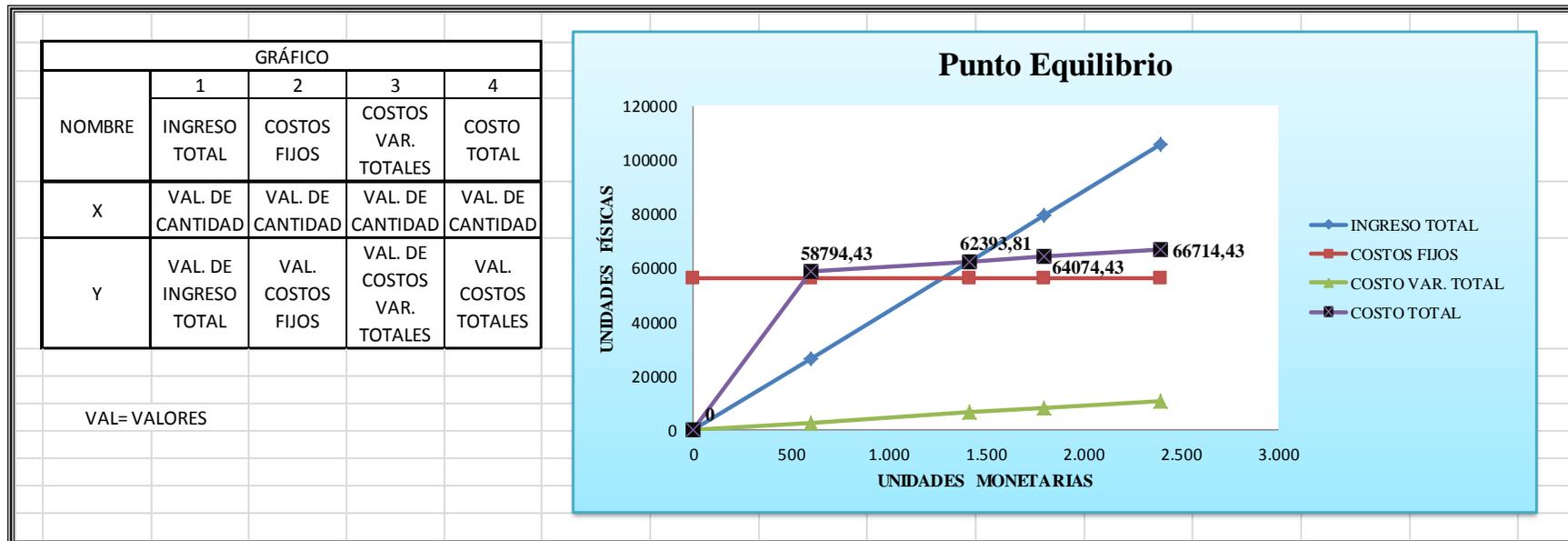
Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 30 Punto de Equilibrio

$Pe_{(u)} = \frac{CF}{(PV - CV)}$		<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C (AxB)</th> <th>D</th> <th>E</th> <th>F (Bx E)</th> <th>G (D/F)</th> </tr> <tr> <th>PRECIO VTA. UNIT.</th> <th>CANTIDAD</th> <th>INGRESO TOTAL</th> <th>COSTOS FIJOS</th> <th>COSTOS VAR. UNIT.</th> <th>COSTO VAR. TOTAL</th> <th>COSTO TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>44</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>56154,4269</td> <td>4,4000</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>44</td> <td>600</td> <td>26400</td> <td>56154,4269</td> <td>4,4000</td> <td>2640,00</td> <td>58794,43</td> </tr> <tr> <td>44</td> <td>1.418</td> <td>62393,81</td> <td>56154,4269</td> <td>4,4000</td> <td>6239,38</td> <td>62393,81</td> </tr> <tr> <td>44</td> <td>1.800</td> <td>79200</td> <td>56154,4269</td> <td>4,4000</td> <td>7920,00</td> <td>64074,43</td> </tr> <tr> <td>44</td> <td>2.400</td> <td>105600</td> <td>56154,4269</td> <td>4,4000</td> <td>10560,00</td> <td>66714,43</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C (AxB)	D	E	F (Bx E)	G (D/F)	PRECIO VTA. UNIT.	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR. UNIT.	COSTO VAR. TOTAL	COSTO TOTAL	44	0	0	56154,4269	4,4000	0	0	44	600	26400	56154,4269	4,4000	2640,00	58794,43	44	1.418	62393,81	56154,4269	4,4000	6239,38	62393,81	44	1.800	79200	56154,4269	4,4000	7920,00	64074,43	44	2.400	105600	56154,4269	4,4000	10560,00	66714,43
A	B		C (AxB)	D	E	F (Bx E)	G (D/F)																																												
PRECIO VTA. UNIT.	CANTIDAD		INGRESO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR. UNIT.	COSTO VAR. TOTAL	COSTO TOTAL																																												
44	0		0	56154,4269	4,4000	0	0																																												
44	600		26400	56154,4269	4,4000	2640,00	58794,43																																												
44	1.418		62393,81	56154,4269	4,4000	6239,38	62393,81																																												
44	1.800	79200	56154,4269	4,4000	7920,00	64074,43																																													
44	2.400	105600	56154,4269	4,4000	10560,00	66714,43																																													
$Pe_{(\$)} = \frac{CF}{1 - (CV/PV)}$																																																			
CV= COSTO VARIABLE UNIT.																																																			
<p style="text-align: center;"><b>DATOS</b></p> <table border="1"> <tr> <td>PRECIO VTA. UNITARIO</td> <td>\$ 44,00</td> </tr> <tr> <td>UNIDADES VENDIDAS</td> <td>1.440</td> </tr> <tr> <td>INGRESO TOTAL</td> <td>\$ 63.360,00</td> </tr> <tr> <td>COSTO FIJO TOTAL</td> <td>\$ 56.154,43</td> </tr> <tr> <td>COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)</td> <td>\$ 6.336,00</td> </tr> <tr> <td>COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS</td> <td>\$ 4,40</td> </tr> <tr> <td><b>CANTIDAD DE EQUILIBRIO</b></td> <td><b>1418</b></td> </tr> <tr> <td><b>VALOR MONETARIO DE EQUIL</b></td> <td><b>\$ 62.393,81</b></td> </tr> </table>		PRECIO VTA. UNITARIO	\$ 44,00	UNIDADES VENDIDAS	1.440	INGRESO TOTAL	\$ 63.360,00	COSTO FIJO TOTAL	\$ 56.154,43	COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	\$ 6.336,00	COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS	\$ 4,40	<b>CANTIDAD DE EQUILIBRIO</b>	<b>1418</b>	<b>VALOR MONETARIO DE EQUIL</b>	<b>\$ 62.393,81</b>																																		
PRECIO VTA. UNITARIO	\$ 44,00																																																		
UNIDADES VENDIDAS	1.440																																																		
INGRESO TOTAL	\$ 63.360,00																																																		
COSTO FIJO TOTAL	\$ 56.154,43																																																		
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	\$ 6.336,00																																																		
COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS	\$ 4,40																																																		
<b>CANTIDAD DE EQUILIBRIO</b>	<b>1418</b>																																																		
<b>VALOR MONETARIO DE EQUIL</b>	<b>\$ 62.393,81</b>																																																		

Fuente: Estudio Financiero (2014).  
 Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.

CUADRO N° 31 Gráfico del Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio Financiero (2014).

Elaborado por: Rodríguez Reyes Ever.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA HOTELEERÍA Y TURISMO**

**ENTREVISTA**

Estudio de factibilidad para la creación de cabañas en el complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente, provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, año 2013-2014.

**Objetivo.-** Entrevista dirigida al personal administrativo del complejo Baños de San Vicente cuya finalidad es determinar la factibilidad de hospedaje, dentro del complejo Telésforo Villacrés.

**1.- ¿cuál es su opinión con respecto a la creación de cabañas dentro del complejo turístico de Baños de San Vicente?**

.....  
.....  
.....

**2.- ¿Considera usted que es factible la creación de las cabañas en el complejo turístico Baños de San Vicente?**

.....  
.....  
.....

**3.- ¿Cuál sería el impacto ambiental que generaría la creación de las cabañas en el entorno?**

.....  
.....  
.....

**4.- ¿Estaría usted de acuerdo que el hospedaje sea de tipo cabañas en el complejo?**

.....  
.....  
.....

**5.- ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría que brinden las cabañas turísticas?**

.....  
.....  
.....

**6.- ¿Estaría usted de acuerdo que las cabañas brinden el servicio de alimentos y bebidas?**

.....  
.....  
.....

**7.- ¿Usted cree que con la creación de las cabañas se podría beneficiar, económicamente el complejo turístico?**

.....  
.....  
.....

**8.- ¿Cree usted que con la remodelación del complejo y la creación de las cabañas generaría un bienestar socio-económico de la comuna?**

.....  
.....  
.....

**9.- ¿Cree usted que con la creación de las cabañas contribuiría al desarrollo turístico del complejo y de la comuna?**

.....  
.....  
.....

**10.- ¿Qué recomendaría usted para la elaboración de las cabañas?**

.....  
.....  
.....

**GRACIAS.....**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA HOTELERÍA Y TURISMO**

**ENCUESTA**

Estudio de factibilidad para la creación de cabañas en el complejo Turístico Telésforo Villacrés de Baños de San Vicente, provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, año 2013-2014.

**Objetivo.-** Encuesta dirigida a los turistas que visitan Baños de San Vicente cuya finalidad es determinar la necesidad de hospedaje, dentro del complejo Telésforo Villacrés.

**Datos Personales:**

**a.- GÉNERO:**

Masculino   
Femenino

**b.- EDAD:**

20 – 40   
41 – 60   
61 en adelante

**c.- NACIONALIDAD:**

Ecuatoriana   
Extranjero(a)  .....

**d.- OCUPACIÓN:**

Estudiante   
Profesional   
Otro  Especifique.....

**1.- Al momento de escoger un destino para vacacionar. ¿Usted prefiere?**

Sierra   
Costa   
Amazonía   
Galápagos

**2.- ¿Qué lo motivo a Usted visitar la provincia de Santa Elena?**

Vacaciones   
Trabajo   
Salud   
Otros  Especifique.....

**3.- ¿Con qué frecuencia visita Usted la provincia de Santa Elena?**

- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Anualmente

**4.- ¿Conoce Usted los atractivos turísticos, con que cuenta la provincia de Santa Elena?**

Sí  No

**5.- ¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos de Santa Elena Usted conoce?**

- Museos
- Playas
- Aguas Termales
- Avistamiento de Aves
- Otros  Especifique.....

**6.- ¿Alguna vez ha visitado un complejo turístico de aguas termales?**

- Siempre
- Casi siempre
- Alguna vez
- Casi nunca
- Nunca

**7.- ¿Ha visitado alguna vez el complejo turístico de aguas termales en Baños de San Vicente?**

Sí  No

**8.- ¿Conoce Usted que se está trabajando en la readecuación de las instalaciones del complejo turístico para beneficios de los turistas?**

- Totalmente conoce
- Conoce
- Medianamente conoce
- Desconoce
- Totalmente desconoce

**9.- ¿Le gustaría que se implemente el servicio de hospedaje a los turistas que lo visitan?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo

**10.- ¿Estaría usted de acuerdo que el hospedaje sea de tipo cabañas en el complejo?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo

**11.- Si se llegara a construir el hospedaje de cabañas en baños de San Vicente ¿Usted se hospedaría?**

Sí  No

**12.- ¿Estaría Usted de acuerdo que las cabañas brinden el servicio de alimentos y bebidas?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo

**13.- ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría que brinde las cabañas turísticas?**

- Bailo Terapia
- Gimnasio
- Peluquería
- Otros  Especifique.....

**14.- ¿Por cuánto tiempo Usted se hospedaría en las cabañas turísticas de Baños de San Vicente?**

- 1 Día.....
- 2 Días.....
- 1 Semana.....
- 15 Días.....
- 1 Mes.....

**15.- Estaría usted dispuesto a alquilar para una capacidad de:**

- Individual.....
- 2 Personas.....
- 4 Personas.....
- 6 Personas.....
- Más de 6 Personas

**16.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 4 personas?**

- 35 dólares
- 40 dólares
- 45 dólares
- Más de 45

**17.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de estadía en la cabaña de 6 personas?**

- 45 dólares
- 50 dólares
- 55 dólares
- Más de 55

**GRACIAS.....**

ANEXOS N° 4 Fotos del Complejo de Aguas Termales

FOTO 1



Entrada del Complejo Turístico de Baños Termales San Vicente.

FOTO 2



Espacio e instalaciones del complejo turístico.

ANEXOS N° 5 Fotos de Entrevistas

**FOTO 3**



Entrevista al Gerente General de EMUTURISMO.

**FOTO 4**



Entrevista al Presidente de la Comuna de Baños de San Vicente

**FOTO 5**



Entrevista al Administrador del Complejo Telésforo Villacrés.

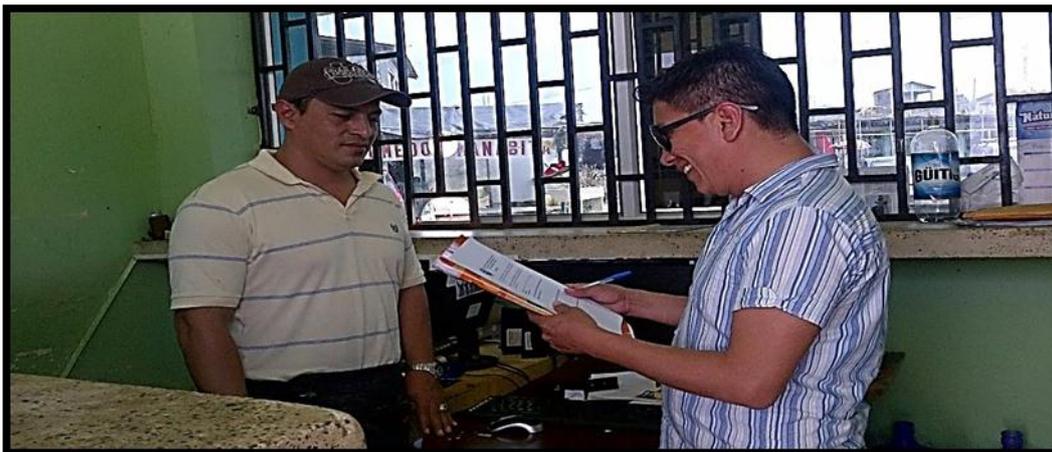
ANEXOS N° 6 Fotos de Encuestas

**FOTO 6**



Encuestas a los turistas que visitan el complejo

**FOTO 7**



Encuesta al Jefe Financiero de EMUTURISMO

**FOTO 8**



Encuesta a turistas que visitan el complejo

ANEXOS N° 7 Instalaciones del Complejo

**FOTO 9**



Área de ubicación de la Cabañas mostrado por el Administrador

**FOTO 10**



Zona de restaurantes para la atención de los turistas

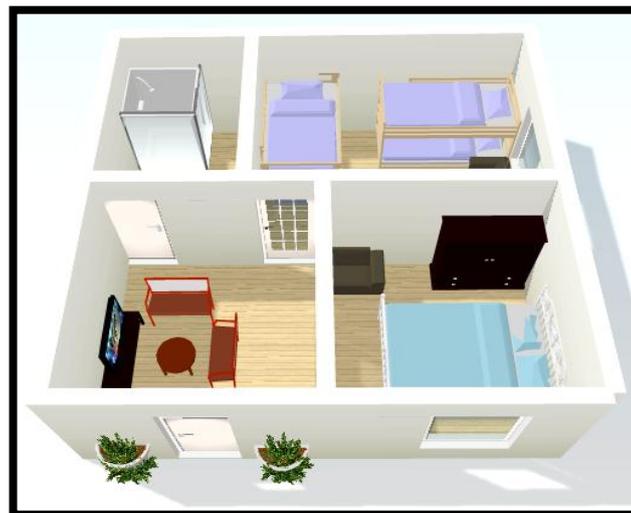
**FOTO 11**



Complejo Telesforo Villacrés de Baños de San Vicente

ANEXOS N° 8 Estructura física de las cabañas

**CABAÑA FAMILIAR**



## CABAÑA MATRIMONIAL O PAREJA



ANEXOS N° 9 Ficha de Observación del Impacto Ambiental



**FICHA AMBIENTAL**

**1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

<b><u>NOMBRE DEL PROYECTO:</u></b> Complejo Turístico <b>TELÉSFORO VILLACRÉS LAÍNEZ</b> , Comuna Baños de San Vicente.	<b><u>CÓDIGO:</u></b>
	<b><u>FECHA:</u></b> 10-Febrero- 2.012

<b><u>LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:</u></b>	Provincia: SANTA ELENA
	Cantón: SANTA ELENA
	Parroquia: SANTA ELENA

<b><u>AUSPICIADO POR:</u></b>	Ministerio de:
	Gobierno Provincial:
	<input checked="" type="checkbox"/> Gobierno Municipal: Cantón Santa Elena
	Org. de inversión/desarrollo: (especificar)
	Otro: (especificar)

<b><u>TIPO DEL PROYECTO:</u></b>	Abastecimiento de agua
	Agricultura y ganadería
	Amparo y bienestar social
	Protección áreas naturales
	Educación
	Electrificación
	Hidrocarburos
	Industria y comercio
	Minería
	Pesca
	Salud
	Sanearamiento ambiental
	<input checked="" type="checkbox"/> Turismo
Vialidad y transporte	
Otros: (especificar)	

**DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:**

Operación y Mantenimiento del Complejo Termal Turístico **TELÉSFORO VILLACRÉS LAÍNEZ** de Baños de San Vicente, una obra de carácter turístico, recreacional y de servicios con el objetivo principal de proporcionar a la provincia y al país de un sitio de relajación y esparcimiento dadas las condiciones naturales del sector, para de esta manera ofrecer a la población y a los turistas nacionales y extranjeros las bondades terapéuticas y beneficios a la salud humana de las aguas termales y lodo volcánico que emana de este lugar.

<b><u>NIVEL DE LOS ESTUDIOS TÉCNICOS DEL PROYECTO:</u></b>	Idea o pre factibilidad
	Factibilidad
<b><u>CATEGORÍA DEL PROYECTO</u></b>	<input checked="" type="checkbox"/> Definitivo
	Construcción
	Rehabilitación
	<input checked="" type="checkbox"/> Ampliación o mejoramiento
	<input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento
	Equipamiento
	Capacitación
	Apoyo
Otro (especificar):	

<b><u>DATOS DEL PROMOTOR/AUSPICIANTE</u></b>		
<b>Nombre o Razón Social: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SANTA ELENA / R.U.C. 0960001540001</b>		
<b>Representante legal: Ing. OTTO VERA PALACIOS, ALCALDE. C.C. 091455033-0</b>		
<b>Dirección: Av. 18 de Agosto y Calle 10 de Agosto s/n</b>		
<b>Barrio/Sector: CENTRO</b>	<b>Ciudad: SANTA ELENA</b>	<b>Provincia: SANTA ELENA</b>
<b>Teléfono: 042-940869</b>	<b>Fax: 042-940375</b>	<b>E-mail:</b>
		<a href="http://www.municipiosantaelena.gob.ec">www.municipiosantaelena.gob.ec</a>

## **2. CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INFLUENCIA**

### **2.1. CARACTERIZACIÓN DEL MEDIO FÍSICO**

#### **2.1.1. LOCALIZACIÓN**

<b><u>REGIÓN GEOGRÁFICA:</u></b>	<b>X</b>	<i>Costa</i>
		<i>Sierra</i>
		<i>Oriente</i>
		<i>Insular</i>
<b><u>COORDENADAS:</u></b> <b><u>UTM-DATUM WGS-84</u></b>		<i>Geográficas</i>
	<b>X</b>	<i>UTM</i>
		<i>Superficie del área de influencia directa: 8 Has.</i>

#### **2.1.2. CLIMA**

<b><u>TEMPERATURA</u></b>	<b>X</b>	<i>Cálido-seco</i>	<i>Cálido-seco (0-500 msnm)</i>
		<i>Cálido-húmedo</i>	<i>Cálido-húmedo (0-500 msnm)</i>
		<i>Subtropical</i>	<i>Subtropical (500-2.300 msnm)</i>
		<i>Templado</i>	<i>Templado (2.300-3.000 msnm)</i>
		<i>Frío</i>	<i>Frío (3.000-4.500 msnm)</i>
		<i>Glacial</i>	<i>Menor a 0 °C en altitud (&gt;4.500 msnm)</i>

#### **2.1.3. GEOLOGÍA, GEOMORFOLOGÍA Y SUELOS**

<b><u>OCUPACIÓN ACTUAL DEL ÁREA DE INFLUENCIA:</u></b>	<b>X</b>	<i>Asentamientos humanos</i>
		<i>Áreas agrícolas o ganaderas</i>
		<i>Áreas ecológicas protegidas</i>
		<i>Bosques naturales o artificiales</i>
		<i>Fuentes hidrológicas y cauces naturales</i>
		<i>Manglares</i>
		<i>Zonas arqueológicas</i>
		<i>Zonas con riqueza hidrocarbúrfica</i>
		<i>Zonas con riquezas minerales</i>
	<b>X</b>	<i>Zonas de potencial turístico</i>
		<i>Zonas de valor histórico, cultural o religioso</i>
		<i>Zonas escénicas únicas</i>
		<i>Zonas inestables con riesgo sísmico</i>
	<i>Zonas reservadas por seguridad nacional</i>	
	<i>Otra: (especificar)</i>	
<b><u>PENDIENTE DEL SUELO:</u></b>		<i>Llano. El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%.</i>
	<b>X</b>	<i>Ondulado. El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100 %).</i>

<b><u>TIPO DE SUELO:</u></b>	Montañoso. El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100 %.
	Arcilloso
	<b>X</b> Arenoso
	<b>X</b> Semi-duro
	Rocoso
	Saturado
	Fértil
	<b>X</b> Semi-fértil
	Erosionado
	Otro (especifique)
<b><u>CALIDAD DEL SUELO:</u></b>	Saturado
	Altas. El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente.
	<b>X</b> Medias. El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.
	Bajas. El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas.
<b><u>PERMEABILIDAD DEL SUELO:</u></b>	Muy buenas. No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvias.
	<b>X</b> Buenas. Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones.
	Malas. Las condiciones son malas. Existen estancamientos de agua, aún en épocas cuando no llueve.
<b><u>CONDICIONES DE DRENAJE:</u></b>	

Ficha Ambiental "Complejo Turístico TELÉSFORO VILLACRÉS,  
Comuna Baños de San Vicente, Cantón Santa Elena"  
Copyright©2.012

ANEXOS N° 10 Proyecciones de Inversión del Marketing:

<b>PRESUPUESTO PARA EL PLAN PROMOCIONAL</b>				
<b>Presupuesto de Publicidad</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Prensa Radial:</b>				
Radio Amor	24	Mensual	3,00	72,00
<b>Prensa Escrita:</b>				
El Universo	8	Mensual	25,00	200,00
El Súper	8	Mensual	10,00	80,00
<b>Televisión:</b>				
Espol Tv	16	Mensual	30,00	480,00
Volantes	300		0,15	45,00
Trípticos	200		0,50	100,00
Banners	6		25,00	150,00
Tarjetas de Presentación	300		0,25	75,00
Camisetas	7		10,00	70,00
Página Web	1		1.000,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.272,00</b>

## **ABREVIATURAS**

**VAN:** Valor Actual Neto.

**TIR:** Tasa Interna de Retorno.

**EMUTURISMO:** Empresa Municipal de Turismo.

**FODA:** Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas.

**MOD:** Mano de Obra Directa.

**PIB:** Producto Interno Bruto.

**PRC:** Periodo de Recuperación de Capital.

**BCE:** Banco Central del Ecuador.

**INEC:** Instituto Nacional de Estadística y Censo.

**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

**BM:** Banco Mundial.

**UNASUR:** Unión de Naciones Suramericanas.

**OMT:** Organización Mundial del Turismo.

**CFN:** Corporación Financiera Nacional.

**TÍA:** Tiendas Industriales Asociados.

**VM:** Cabañas Victoria Matrimonial.

**VF:** Cabañas Victoria Familiar.

## **GLOSARIO**

**Factibilidad:** se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

**Estudio:** Ejercicio o esfuerzo del entendimiento para comprender o aprender algo, especialmente una ciencia o un arte.

**Inversión:** Acción y efecto de invertir, es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo, dicho de otra manera cuando destinas tu dinero para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes.

**Plan financiero:** Esta herramienta le permite a emprendedores y empresarios tener una versión cuantificada de su idea negocio, trazar objetivos, encontrar la manera más adecuada de llevar lo planeado a la realidad y generar credibilidad ante los inversionistas.

**Competencia:** Se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.

**Estrategia:** Es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

**Servicio:** Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado o para empresas.

**Ecológicas:** Dícese de los productos que son fabricados teniendo en cuenta las normas de calidad y que no generan, antes, durante o después, residuos peligrosos que pongan en peligro el ambiente, no utilicen recursos naturales no renovables y sean fácilmente biodegradables.

**Terapia:** Significa toda técnica o método que sirve para mejorar nuestra calidad de vida. En medicina, tratamiento o terapia es el conjunto de medios de cualquier clase cuya finalidad es la curación o el alivio de las enfermedades o síntomas.

**Cabañas:** Por lo general, se construyen con maderas y cañas, se usa como destinos turísticos y que está destinada al descanso y el ocio.

**Complejo Turístico:** Es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la diversión, especialmente durante las vacaciones. Generalmente, una estación turística se distingue por una gran selección de actividades, como las relacionadas con la hostelería (comida, bebida, alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras.

**Hospedaje:** El término hospedaje hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa.

**Proyecciones:** Hace mención al accionar y a los resultados de proyectar.

**Dirección Estratégica:** trata de abordar la creciente complejidad de las empresas y del entorno. Hoy la dirección estratégica es considerada como el sistema de dirección típico de las grandes compañías. Sin embargo, cada vez con mayor frecuencia la dirección de las pequeñas y medianas empresas necesita incorporar los principios estratégicos.