



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UN HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE,  
PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTORA: MAIRA BELÉN BAQUERIZO ORTEGA**

**TUTOR: ECON. VÍCTOR SOLÓRZANO MÉNDEZ, MSC.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2016**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UN HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE,  
PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTORA: MAIRA BELÉN BAQUERIZO ORTEGA**

**TUTOR: ECON. VÍCTOR SOLÓRZANO MÉNDEZ, MSC.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2016**

La Libertad, 13 de octubre del 2015

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”**, elaborado por la Srta. Maira Belén Baquerizo Ortega, egresada de la Carrera 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 dirigido científica, técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por lo cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....  
ECON. VÍCTOR SOLÓRZANO MÉNDEZ, MSC.  
TUTOR

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación o Graduación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 13 de octubre del 2015

Atentamente

.....  
Maira Belén Baquerizo Ortega

C.C.: 0923565386

## **DEDICATORIA**

A Dios, por haberme dado salud para lograr mis objetivos.

A mis padres, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante, pero más que nada por su eterno amor.

A mi esposo John, por brindarme los recursos necesarios, por estar a mi lado apoyándome siempre y por su perdurable amor.

A mi hijo Sebastián, mi principal motivación, ya que a su corta edad entendió el sacrificio que hice en no darle todo el tiempo que me necesitó en sus juegos para terminar la tesis.

***MAIRA BAQUERIZO***

## **AGRADECIMIENTO**

A mis hermanos y demás familiares por el apoyo brindado durante mis estudios.

A mi tutor Econ. Víctor Solórzano, MSc., quien colaboró en el desarrollo del proyecto, con sus experiencias y conocimientos adquiridos en el campo profesional.

De igual forma al Licenciado Efrén Mendoza MSc., y demás profesores de la Universidad Península de Santa Elena por compartir sus conocimientos de manera profesional.

A todas las personas que de una u otra manera me apoyaron para la culminación de este proyecto.

***MAIRA BAQUERIZO***

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. José Villao Viteri, MBA.  
**DECANO DE LA FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

---

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

---

Econ. Juan Olives Maldonado, MSc.  
**PROFESOR DE ÁREA**

---

Econ. Víctor Solórzano Méndez, MSc.  
**PROFESOR - TUTOR**

---

Ab. Brenda Reyes Tomalá, Msc.  
**SECRETARIA GENERAL**

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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL  
EN LA COMUNA AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN  
SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”**

**Autora:** Maira Belén Baquerizo Ortega

**Tutor:** Econ. Víctor Solórzano Méndez, MSc.

**RESUMEN**

La presente investigación pretende mediante el desarrollo de un estudio de factibilidad conocer las situaciones reales por las que atraviesa el sector turístico de la comuna Ayangue y proponer un modelo de desarrollo para las personas involucradas en este sector productivo de la comuna, quienes en los últimos años no han tenido desarrollo de propuestas turísticas. La capacidad de alojamiento en la comuna es mínima, razón por la cual se ha visto en la necesidad de resolver esta problemática, lo que ha llevado a que se plantee esta propuesta fundamentada en las leyes y reglamentos que lo amparan. Así mismo el impulso que el gobierno nacional está brindando es muy importante, sus iniciativas están dando excelentes resultados tal como es el caso de All You Need Is Ecuador. Es por eso que a continuación se presenta un “Estudio de factibilidad para la creación de un hostel en la comuna Ayangue, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2016”, que servirá de base para la toma de decisiones y para la puesta en marcha del hostel en la comuna Ayangue. La investigación propuesta está dividida en cuatro capítulos empezando por el marco teórico, metodología, análisis de los resultados obtenidos y la propuesta en sí.

**ÍNDICE GENERAL**

<b>PORTADA</b> .....	i
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	ii
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	v
<b>TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	vii
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xiii
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xiiivi
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	xviii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>TEMA</b> .....	2
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	2
<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	3
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	3
<b>OBJETIVOS</b> .....	4
<b>OBJETIVO GENERAL</b> .....	4
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	5
<b>HIPÓTESIS</b> .....	5
<b>OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</b> .....	5
<b>CAPÍTULO I</b> .....	8
<b>1. MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO</b> .....	8
<b>1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA</b> .....	8

1.1.1. Reseña histórica.....	8
<b>1.1.2. Organización territorial .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1.3. Características demográficas .....</b>	<b>10</b>
1.1.4. Análisis económico provincial.....	13
1.1.5. Relación de género en las actividades productivas .....	13
<b>1.1.6. Desarrollo del área turística .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.7. Actividades culturales .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.7.1. Actividades tradicionales .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.7.2. Actividades no tradicionales .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2 RECURSOS DE LA HOTELERÍA .....</b>	<b>16</b>
1.2.1 Recursos para el área hotelera .....	16
1.2.2 Clasificación de los recursos del área hotelera .....	16
<b>1.2.2.1 Definición de hotel.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2.2 Tipos de establecimientos de alojamientos turísticos.....</b>	<b>16</b>
1.2.3 Clasificación del Turismo .....	17
<b>1.3 TURISMO DE ENTRADA EN ECUADOR.....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 RELACIÓN HOTELERÍA Y TURISMO .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5 INDUSTRIA DEL ÁREA TURÍSTICA.....</b>	<b>19</b>
1.5.1 Derivados del área de estudio .....	20
1.6.1. Constitución de la República del Ecuador 2008 .....	21
1.6.2. Plan Nacional del Buen Vivir 2013 .....	21
1.6.3. Código Orgánico de la Producción 2010.....	22
1.6.4. Normativa regulatoria.....	23
1.6.5. Normas ISO.....	24
<b>1.7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....</b>	<b>25</b>
1.7.1. Aspectos generales de un estudio de factibilidad.....	25

1.7.2. Etapas del estudio de factibilidad.....	266
1.7.2.1. <b>Análisis de mercado</b> .....	26
1.7.2.2. <b>Análisis técnico</b> .....	29
1.7.2.3. <b>Análisis económico – financiero</b> .....	30
<b>CAPÍTULO II</b> .....	34
<b>2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	34
2.1. <b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.</b> .....	34
2.2. <b>MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	34
2.3. <b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	35
2.4. <b>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	35
2.5. <b>INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	36
2.6. <b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....	36
2.6.1. Población.....	36
2.6.2. Muestra.....	37
2.7. <b>PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.</b> .....	38
2.7.1. Procedimiento.....	38
2.7.2. Procesamiento.....	39
<b>CAPITULO III</b> .....	40
<b>3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	40
3.1. <b>ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA</b> .....	40
3.2. <b>ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b> .....	42
3.3. <b>INTERPRETACIONES GENERALES</b> .....	72
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	73
<b>4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016</b> .....	73

<b>4.1. PRESENTACIÓN</b> .....	73
<b>4.2 BASE FILOSÓFICA DE LA ORGANIZACIÓN</b> .....	73
4.2.1 Misión.....	73
4.2.2 Visión.....	74
4.2.3 Objetivos.....	74
4.2.3.1 Objetivo general.....	74
4.2.3.2 Objetivos específicos.....	74
<b>4.3 NATURALEZA DEL PROYECTO</b> .....	74
4.3.1 Descripción de la empresa .....	74
<b>4.4 ORGANIZACIÓN</b> .....	75
4.4.1 Organigrama.....	75
4.4.2 Funciones y perfiles de los puestos .....	76
<b>4.5 MERCADO</b> .....	77
4.5.1 Descripción de los productos a ofrecer.....	77
4.5.2 Publicidad .....	80
4.5.3 Marca, slogan y logotipo .....	80
4.5.4 Clientes .....	80
4.5.5 Ventaja competitiva.....	80
<b>4.6 ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO</b> .....	81
4.6.1 Ubicación del proyecto .....	81
4.6.1.1 Macro localización .....	81
4.6.1.2 Micro localización.....	82
4.6.2 Infraestructura, equipo y maquinaria.....	83
4.6.3 Insumos generales .....	85
4.6.4 Gastos administrativos.....	86
4.6.5 Diagrama de flujo de proceso .....	87

<b>4.7 SUPUESTOS</b> .....	87
4.7.1 Crecimiento en las ventas: .....	88
4.7.2 Tasa de crecimiento del precio.....	88
4.7.3 Tasa de descuento del van .....	88
<b>4.8 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA</b> .....	88
<b>4.9 PRESUPUESTO DE INGRESOS</b> .....	88
<b>4.10 PRESUPUESTO DE VENTAS</b> .....	90
<b>4.11 COSTO DE PRODUCCIÓN</b> .....	91
<b>4.12 CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	93
<b>4.13 VALOR DE DESECHO</b> .....	94
<b>4.14 FINANCIAMIENTO.</b> .....	96
<b>4.15 FLUJO DE CAJA</b> .....	97
<b>4.16 EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b> .....	99
4.16.1 VAN.....	99
4.16.2 TIR.....	99
<b>CONCLUSIONES</b> .....	100
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	101
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	102
<b>ANEXOS</b> .....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	6
Tabla 2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	7
Tabla 3 COMUNA AYANGUE: POBLACIÓN POR GÉNEROS .....	11
Tabla 4 POBLACIÓN POR RANGO DE EDAD.....	11
Tabla 5 POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD	14
Tabla 6 POBLACIÓN.....	366
Tabla 7 MUESTRA.....	388
Tabla 8 CANTÓN.....	422
Tabla 9 GÉNERO.....	433
Tabla 10 ESTADO CIVIL .....	444
Tabla 11 EDAD.....	455
Tabla 12 ACTIVIDAD PRODUCTIVA.....	466
Tabla 13 NIVEL DE INGRESOS .....	477
Tabla 14 REGIONES DE MAYOR PREFERENCIA.....	488
Tabla 15 SITIO TURÍSTICO CON FRECUENCIA.....	499
Tabla 16 TIPO DE ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO .....	500
Tabla 17 CONOCIMIENTO DE LA COMUNA AYANGUE.....	511
Tabla 18 CREACIÓN DE HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE.....	52
Tabla 19 RECONOCIMIENTO.....	533
Tabla 20 NUEVAS ALTERNATIVAS DE RELAJACIÓN .....	54
Tabla 21 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALOJAMIENTO .....	55
Tabla 22 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR DESAYUNO .....	56
Tabla 23 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALMUERZO .....	57
Tabla 24 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR MERIENDA .....	58
Tabla 25 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ENTRETENIMIENTO .....	59
Tabla 26 TIPOS DE DESAYUNOS.....	60
Tabla 27 TIPOS DE ALMUERZOS.....	61
Tabla 28 TIPOS DE MERIENDAS.....	62
Tabla 29 ESTILO DEL HOSTAL.....	63
Tabla 30 HOBBY .....	64
Tabla 31 ACTIVIDAD CON MAYOR FRECUENCIA.....	65

Tabla 32	TURISMO .....	66
Tabla 33	SITIOS TURÍSTICOS DE MAYOR AGRADO .....	67
Tabla 34	ATRIBUTO MÁS IMPORTANTE PARA ALOJARSE .....	68
Tabla 35	SITIOS A ACUDIR .....	69
Tabla 36	SERVICIO ADICIONAL.....	70
Tabla 37	MEDIO PARA PUBLICIDAD.....	71
Tabla 38	GERENTE .....	76
Tabla 39	ASISTENTE .....	76
Tabla 40	RECEPCIONISTA.....	76
Tabla 41	CONTADOR .....	76
Tabla 42	GUARDIA DE SEGURIDAD.....	77
Tabla 43	MESEROS .....	77
Tabla 44	PERSONAL DE LIMPIEZA.....	77
Tabla 45	PRODUCTOS/SERVICIOS A OFRECER.....	78
Tabla 46	PRODUCTO .....	79
Tabla 47	MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS .....	83
Tabla 48	MAQUINARIAS Y EQUIPO.....	84
Tabla 49	REINVERSIONES DE EQUIPOS, ENSERES Y MOBILIARIOS .....	85
Tabla 50	INSUMOS DE VENTAS .....	86
Tabla 51	GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS.....	86
Tabla 52	GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	86
Tabla 53	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE VENTA DE CEVICHES/PLATOS.....	88
Tabla 54	INGRESOS POR HOSPEDAJE .....	89
Tabla 55	INGRESO ANUAL.....	89
Tabla 56	PRESUPUESTO DE VENTA CEVICHES PLATOS .....	90
Tabla 57	COSTO DE PRODUCCIÓN .....	91
Tabla 58	COSTO DE UNA PORCIÓN CEVICHE MIXTO.....	91
Tabla 59	CAMARONES EN SALSA BLANCA.....	92
Tabla 60	COSTO DE PORCIÓN DE FILETE APANADO.....	92
Tabla 61	COSTO DE PORCIÓN DE ARROZ MARINERO.....	93
Tabla 62	CAPITAL DE TRABAJO PROYECCIÓN 3 MESES .....	94
Tabla 63	VALOR DE DESECHO.....	95

Tabla 64 INVERSIONES.....	96
Tabla 65 CONDICIONES DEL PRÉSTAMO .....	96
Tabla 66 TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	97
Tabla 67 FLUJO DE EFECTIVO INVERSIONISTA .....	98

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 PROVINCIA DE SANTA ELENA .....	10
Gráfico 2 CANTÓN.....	42
Gráfico 3 GÉNERO .....	433
Gráfico 4 ESTADO CIVIL .....	44
Gráfico 5 EDAD.....	45
Gráfico 6 ACTIVIDAD PRODUCTIVA.....	46
Gráfico 7 NIVEL DE INGRESOS .....	47
Gráfico 8 REGIONES DE MAYOR PREFERENCIA .....	48
Gráfico 9 SITIO TURÍSTICO CON FRECUENCIA.....	49
Gráfico 10 TIPO DE ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO .....	50
Gráfico 11 CONOCIMIENTO DE LA COMUNA AYANGUE.....	51
Gráfico 12 CREACIÓN DE HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE.....	52
Gráfico 13 RECONOCIMIENTO .....	53
Gráfico 14 NUEVAS ALTERNATIVAS DE RELAJACIÓN .....	54
Gráfico 15 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALOJAMIENTO .....	55
Gráfico 16 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR DESAYUNO .....	56
Gráfico 17 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALMUERZO .....	57
Gráfico 18 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR MERIENDA .....	58
Gráfico 19 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ENTRETENIMIENTO.....	59
Gráfico 20 TIPOS DE DESAYUNOS.....	60
Gráfico 21 TIPOS DE ALMUERZOS .....	61
Gráfico 22 TIPOS DE MERIENDAS.....	62
Gráfico 23 ESTILO DEL HOSTAL .....	63
Gráfico 24 HOBBY .....	64
Gráfico 25 ACTIVIDAD CON MAYOR FRECUENCIA.....	65
Gráfico 26 TURISMO .....	66
Gráfico 27 SITIOS TURÍSTICOS DE MAYOR AGRADO .....	67
Gráfico 28 ATRIBUTO MÁS IMPORTANTE PARA ALOJARSE.....	68
Gráfico 29 SITIOS A ACUDIR .....	69
Gráfico 30 SERVICIO ADICIONAL.....	70
Gráfico 31 MEDIO PARA PUBLICIDAD.....	71

Gráfico 32 ORGANIGRAMA PROPUESTO.....	75
Gráfico 33 LOGO.....	80
Gráfico 34 LOCALIZACIÓN.....	81
Gráfico 35 UBICACIÓN.....	82
Gráfico 36 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO.....	87

**ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1 FOTOGRAFÍAS .....	1044
ANEXO 2 FORMATO DE ENTREVISTA .....	107
ANEXO 3 FORMATO DE ENCUESTA .....	108

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que ha estado en constante crecimiento debido a los diferentes programas y actividades realizadas con el fin de mejorar su demanda. Es así que el Ecuador, un país turístico, ha empezado a desarrollar iniciativas turísticas en diferentes localidades, pensando siempre en el mejoramiento de las comunidades y de las personas que se dedican a esta productiva actividad. Las iniciativas turísticas desarrolladas han sido muy bien direccionadas, ya que se ha evidenciado el ingreso de más turistas al país, iniciativas como All You Need Is Ecuador, es una de las de mayor impacto en turistas internacionales, quienes se deciden por Ecuador al momento de escoger un destino turístico placentero y agradable.

La Provincia de Santa Elena es un destino netamente turístico, sus playas son un encanto natural que atrae a miles de turistas al año, sean estos nacionales y extranjeros. La comuna de Ayangue, ubicada en el Cantón Santa Elena, es uno de los destinos turísticos más visitados de la Provincia de Santa Elena, debido a su cálida y tranquila playa, así mismo por su rica y variada gastronomía que ofertan los restaurantes y cabañas de la localidad. Sin embargo, su principal problema es la baja demanda de lugares de hospedaje, ya que en temporadas y días festivos su capacidad de alojamiento es limitada.

Es por eso que esta propuesta busca determinar un estudio de factibilidad para proponer la creación de un hostel en la Comuna Ayangue que permita cubrir la demanda de hospedaje en este sector de la parroquia Colonche.

El documento inicia describiendo la propuesta y luego 4 capítulos que complementan el desarrollo de la misma. En el capítulo I, se describe la fundamentación teórica donde se plantean los conceptos y definiciones. El capítulo II se basa en la metodología donde se presentan las técnicas y métodos utilizados en el proceso de la investigación para la obtención de información. En el capítulo III, constan el análisis de resultados, donde se evidencia la posibilidad de la realización del proyecto a través del análisis y la interpretación de datos obtenidos en la investigación y finalmente en el capítulo IV, se presenta el desarrollo de la propuesta.

## **TEMA**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Ayangue, comuna situada a 39 Km al norte del cantón Santa Elena, provincia del mismo nombre es conocida por su variada gastronomía y por la gran cantidad de locales rústicos que ofrecen gran variedad de platos típicos de la costa.

En la actualidad cuenta con un malecón totalmente regenerado que conduce cuatro kilómetros de playa.

Esta comunidad posee atractivos naturales como el bosque y la playa, también cuenta con gran afluencia de turistas con el denominado tours, especialmente en temporadas altas y feriados.

Las vías de acceso están totalmente pavimentadas, pero las calles secundarias están deterioradas, esto perjudica a los habitantes y turistas por el polvo que se levanta.

El escaso control policial, la desorganización de los prestadores de servicios turísticos, la inexistencia de señalización turística, así como la carencia de actividades o eventos que incentiven la permanencia de los turistas en el balneario están entre sus debilidades.

Sin embargo, a pesar de contar con atractivos naturales de impresionante belleza los turistas no pernoctan en la denominada “Piscina del Pacífico” debido principalmente a que no cuenta con una planta hotelera con capacidad suficiente para satisfacer la demanda de los turistas.

En Ayangue existen empresas de hospedaje como son: el Hostal Sol y Mar, Hotel Kanagua, 5 Hermanos, Hostería Pangora, Cabaña Sumpa y Complejo Turístico Cumbres de Ayangue, aunque en la mayoría de estos establecimientos los precios son altos, además no tienen la capacidad suficiente para recibir al turista ni cuentan con las facilidades que ellos buscan como recibir una buena atención, área

de restaurante, baños privados, y mucho más para que su estadía sea de total agrado.

Entre los problemas más notorios se encuentran la falta de alternativas de alojamiento y la inexistencia de una cooperativa de transporte que combinen servicios de calidad y costos razonables.

Para que Ayangue pueda posicionarse y entrar al mercado turístico competitivo no solo local, sino también regional, nacional e internacional, los servidores de turismo deben de poner más interés a la inversión que poco o nada se le ha dado para que esta comunidad se desarrolle turísticamente.

Por los problemas expuestos y como una alternativa de desarrollo turístico se propone una nueva estrategia de hospedaje que permitirá mejorar la imagen con alternativas de oferta y servicio al cliente.

Dentro de este contexto se realiza un estudio de factibilidad técnico y metodológico para la implementación de una empresa de hospedaje tipo hostel en la comuna Ayangue.

La presente propuesta se orienta a la definición de un producto de servicio turístico para la comuna de Ayangue y su zona de influencia, así como las estrategias planteadas y factibles para su conformación, desarrollo, promoción, comercialización competitiva y sustentable en el mercado turístico nacional e internacional para incrementar el turismo en la comuna de Ayangue donde se desarrollará el proyecto planteado. (Santiago de Guayaquil, 2012).

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es factible la creación de un hostel en la comuna Ayangue y así desarrollar las estrategias de marketing mix para determinar la demanda?

## **JUSTIFICACIÓN**

La investigación que se plantea realizar se orienta a dar soluciones a los problemas existentes en la comunidad para así poder fortalecerla como destino de sol y playa.

Es importante porque tiene una incidencia social y económica para la población ya que a través del desarrollo de la hostel aumentará la afluencia de pernoctaciones de turistas, brindando un servicio de calidad sirviendo como beneficio a la oferta turística existente.

El proceso de la propuesta conferirá la aplicación de metodologías de planificación estratégica para el desarrollo de un nuevo producto turístico y de esta forma ayudar a la comunidad en un mejor desempeño laboral y productivo.

Los resultados esperados orientarán a la generación de empleos, planes de capacitación del recurso humano, incremento en los ingresos turísticos del lugar, mejoramiento de imagen y fortalecimiento del producto turístico existente.

Este proyecto tiene como meta brindar un buen servicio y cumplir con lo que el turista requiere.

Con la realización de esta propuesta se beneficiará de manera directa el sector turístico, servidores turísticos, así como la comunidad en general, a los visitantes actuales y potenciales de Ayangue, de manera indirecta los beneficiarios serían las comunidades de la región peninsular y demás provincias.

Lo que se quiere lograr con este proyecto es que a Ayangue se lo considere no solo un sitio para visitar en el día sino como un potencial sector en el que se puede hospedar y disfrutar de los paisajes nocturnos.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Evaluar un estudio de factibilidad para la creación de un hostel en la comuna Ayangue y aumentar el porcentaje de pernoctaciones en la localidad mediante la aplicación de los lineamientos y tácticas del desarrollo turístico sustentable, aprovechando la capacidad instalada e introduciendo nuevas alternativas de distracción que permitan el estímulo del interés, la demanda y la aceptación de los recursos y servicios turísticos que el balneario ofrece a los visitantes de la Ruta del Sol para su total agrado.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de factibilidad donde se realizará el proyecto.
- Establecer estrategias de marketing turístico para que el producto a ofrecer sea factible y determinar los procedimientos que deben llevarse a cabo para brindar un excelente servicio de hospedaje.
- Coordinar con los actores del turismo para prevenir riesgos al lanzar un nuevo producto.
- Tomar en cuenta los aspectos positivos y negativos en el planteamiento o desarrollo del proyecto en la comunidad.
- Proponer la creación de un hostel que incremente el número de plazas existentes.
- Orientar el recurso humano del sector a través de charlas y talleres permitiendo la mejora en la presentación y calidad de servicio turístico.
- Direccional la eficiencia y productividad de los prestadores de servicios turísticos, estimulando su participación en actividades que promuevan las pernoctaciones de los visitantes.
- Direccional la aplicación de procedimientos y mecanismos que incentiven la pernoctación de los visitantes, a través de acuerdos de cooperación entre la comunidad y los prestadores de servicios, logrando el desarrollo económico y turístico del sector.

## **HIPÓTESIS**

Es factible la creación de un hostel en la comuna Ayangue dada la existencia de una demanda insatisfecha por este tipo de servicio en la comuna.

## **OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **\*Variable Independiente:**

Estudio de factibilidad.

### **\*Variable Dependiente:**

Creación de un hostel.

**Tabla 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE**

<b>Hipótesis</b>	<b>Variable Independiente</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Instrumentos</b>
Es factible la creación de un hostel en la comuna Ayangue dada la existencia de una demanda insatisfecha por este tipo de servicio en la comuna.	Estudio De Factibilidad	El estudio de factibilidad indicará si el mercado es o no es sensible al bien producido o al servicio ofrecido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso.	Estudio de mercado Estudio técnico Estudio Económico – Financiero Estudio de Sensibilidad	Análisis de la Oferta y Demanda Tamaño, Capacidad, Localización del Proyecto Presupuestos Pronósticos Evaluación	¿Cuál es la demanda actual de la hosterías? ¿Es rentable el proyecto?	Encuestas Entrevistas

Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE**

<b>Hipótesis</b>	<b>Variable Dependiente</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Instrumentos</b>
Es factible la creación de un hostel en la comuna Ayangue dada la existencia de una demanda insatisfecha por este tipo de servicio en la comuna.	Creación de un Hostel	Manera organizada que la comunidad adopta internamente para hacer que sus recursos humanos, naturales y económicos sean administrados de una manera eficaz y eficiente, estableciendo políticas comerciales que ayuden a mejorar el servicio que se brinda, realizando un análisis minucioso del entorno.	Recursos Humanos Recursos Naturales Recursos Económicos Política Comercial Análisis de Entorno Análisis Foda	Selección del Personal Función Departamental Aspectos Productivos Nivel de Consumo Actividad Productiva Actividad Turística Mercado Técnica de ventas Publicidad Investigación del Mercado Políticas del Mercado Factores Internos Factores Externos	¿Cuántos hostales hay en el sector?  ¿Existe capacitación para atender al cliente?	Encuestas  Entrevistas

Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO

#### 1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

El Ecuador es considerado como el país con mayor diversidad biológica por unidad de área, riqueza biológica que se sustenta en una gran variedad de condiciones ambientales, que generan una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación, que se convierten en óptimos escenarios para el desarrollo de actividades como el turismo, que permite a los visitantes nacionales y extranjeros recorrer sus escenarios y deslumbrarse con cada una de las expresiones socio culturales que poseen los grupos humanos que residen en cada una de sus provincias. Una de ellas es Santa Elena, la misma que tiene varios balnearios que son visitados por turistas; aquí se pueden desarrollar diversidad de actividades turísticas y deportes extremos, también se encuentra diversión diurna y nocturna, una gran estructura hotelera, una refinería de petróleo, puerto marítimo y un aeropuerto.

Ayangue es una pequeña comunidad que atrae por sus pacíficas aguas lo cual le ha dado el nombre de la Piscina del Pacífico por ser una ensenada que encanta a turistas de todo el mundo.

##### 1.1.1. Reseña histórica

La historia cuenta (Salinas Tomalá, 2012) que los señores de apellidos Guale, Salinas, Rodríguez, Cochea, y Granados fueron los primeros en llegar a este sitio, por lo que decidieron ponerle al pueblo el mismo nombre de su primer habitante que fue un cacique indígena llamado Ayangue. En la década de los años 1850 la comunidad se fue dando a conocer y extendiéndose como población.

En aquel tiempo para ingresar al pueblo lo hacían desde el cruce de Ayangue siguiendo por un camino de piedras, toda la extensión de tierra se encontraba rodeada de plantas de tunas y capaes. Después uno de los habitantes inició la

fabricación de botes y pangas para la pesca ya que era su principal fuente de trabajo.

Para los que realizaban esta actividad la luna era (y aún es) muy importante ya que en luna nueva y luna llena se aproximaban los aguajes y tenían posibilidades de tener éxito en la pesca y obtener más ingresos. Para conseguir alimentos o productos que no se obtenían en el sector, tenían que ir a pueblos cercanos teniendo que levantarse muy temprano para ir hasta el cruce y conseguir un vehículo que lo llevaría a sus destinos.

Para la obtención del agua para el consumo se dirigían hasta un río ubicado en Valdivia, llenaban barriles y estos a la vez eran colocados en cada lado de un burro y así regresaban hasta sus hogares. Para poder alumbrarse en las noches usaban mecheros que eran tarros llenos de querosén y pedazos de tela. En aquel tiempo como no tenían escuelas tomaban clases en una casa de caña y tenían un solo profesor que les daba clases a niños y a adultos, solo tenían aprendizajes de tercer grado.

Al transcurrir del tiempo los moradores decidieron formar una comitiva para conseguir beneficios para la comunidad, para lo cual su primera obra fue la construcción de la carretera principal. Ayangue es un pueblo que surgió a base de sacrificio de los moradores que se asentaron en este sector.

El 19 de julio de 1982, mediante el acuerdo ministerial N° 0355, Ayangue fue elevada a Comuna.

Así fueron organizándose aún más y consiguieron la construcción de la iglesia y el parque; en el año 2002 lograron la construcción de la casa comunal y con ayuda de organizaciones extranjeras consiguieron la construcción del sub-centro de salud, y así Ayangue se fue desarrollando económicamente no solo en la pesca, sino en el comercio y en el turismo que es su actividad principal en los actuales momentos.

## 1.1.2. Organización territorial

Gráfico 1 PROVINCIA DE SANTA ELENA



Fuente: <https://sites.google.com/site/ilovesantaelena/datos-adicionales>  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Ayangue pertenece a la Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena se encuentra ubicada a 39km. de Santa Elena, su población es de 1357 habitantes, su ubicación geográfica es de longitud de 80° 43' 33.14" O, y Latitud de 2°01'51.12"S su clima seco de 25 a 29° C, tiene como límites las siguientes comunidades (Santa Elena EP, 2015):

Norte: San Pedro

Sur: Palmar

Este: Sinchal

Oeste: Barcelona

## 1.1.3. Características demográficas

En cuanto a la constitución de la localidad por género en la comuna Ayangue, con una población de 1.357 habitantes el 52.54% son hombres y el 47.46% mujeres, existiendo predominio de la población masculina.

**Tabla 3 COMUNA AYANGUE: POBLACIÓN POR GÉNEROS**

<b>GÉNERO</b>	<b>%</b>	<b>N° HABITANTES</b>
Femenino	47.46	644
Masculino	52.54	713
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1,357</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC – Censo 2010  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

En cuanto a la clasificación de la población según grupos de edad, se puede identificar que los porcentajes son relativamente similares, donde destaca el grupo de adultos con el 59%, por otra parte también cabe mencionar el porcentaje de niños de 0 a 12 años que comprende un 36% y de adultos mayores con un 5% del total de la población comunal

**Tabla 4 POBLACIÓN POR RANGO DE EDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>HOMBRE</b>	<b>MUJER</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
0 – 12 años	262	222	484	36
Adultos	422	384	806	59
Adultos mayores	29	38	67	5
<b>TOTAL</b>	<b>713</b>	<b>644</b>	<b>1,357</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC – Censo 2010  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Salinas Tomalá, (2012) menciona que la comuna se encuentra distribuida de la siguiente manera: Su estructura distributiva interna se encuentra dividida en cuatro barrios que son:

- ☞ María Auxiliadora
- ☞ Virgen de Fátima

- ☞ San Francisco
- ☞ 1 de Mayo

Los principales servicios públicos y asociaciones con los que cuenta la Comuna Ayangue son:

- ☞ Energía Eléctrica
- ☞ Servicios de telefonía local y celular
- ☞ Junta de Agua potable
- ☞ Institución Educativas
- ☞ Centro de Salud
- ☞ Farmacia Comunitaria
- ☞ Infraestructura vial
- ☞ Asociación de Pescadores
- ☞ Asociación de Comuneros
- ☞ Asociación de Damas organizadas
- ☞ Asociación de Damas Franciscanas
- ☞ Comité Patronal
- ☞ Cooperativa de taxis TRANSAYANGUE
- ☞ Club Deportivo
- ☞ Centro Integral del Buen Vivir
- ☞ CNH Creyendo en nuestros hijos

A la comunidad se accede por la Ruta del Sol, hoy llamada Ruta del Spondylus, que es una vía que va desde Santa Elena hasta la provincia de Esmeraldas.

Cuenta con varias pequeñas playas que se encuentran a los alrededores, muchas de ellas caracterizándose por ser playas vírgenes y algunas catalogadas como playas privadas.

Los nombres de estas playas fueron puestos por sus antiguos habitantes, entre ellas constan:

- ☞ Playa El Burro
- ☞ Playa La Iguana

- ☞ Playa La Leona
- ☞ Playa Teco
- ☞ Playa de Ayangue
- ☞ Playa Nudista
- ☞ Playa Rosada
- ☞ Playa Portete Grande
- ☞ Playa Portete Chico
- ☞ Playa Morilla Grande
- ☞ Playa Morilla Chico
- ☞ Isla El Pelado

#### **1.1.4. Análisis económico provincial**

El cantón Santa Elena es a nivel nacional uno de los cantones de mayor extensión territorial, la mayor parte de su territorio rural está cubierto por el régimen de comunas. (Santiago de Guayaquil, 2012)

El diagnóstico socio-económico del cantón no puede dejar de considerar la incidencia de ésta forma de propiedad en el desarrollo del cantón y de toda la provincia, lo cual se considera clave, pues el factor tierra, la propiedad sobre este principal recurso de la agricultura no puede ser soslayada, más aún cuando es innegable, que en determinados sector del agro de Santa Elena, es evidente que se ha deteriorado el poderoso vínculo que ata al hombre y mujer del campo con su tierra. A efectos de un análisis objetivo veremos algunos factores que explican e inciden en la realidad económica del cantón, empecemos por reconocer qué pasa con su población económicamente activa.

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

La comuna Ayangue es un balneario que surge a base de sacrificio y trabajo, y participa en la producción de servicios, integrando grupos específicos que se determinan en los siguientes cuadros:

**Tabla 5 POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD**

<b>RAMAS DE ACTIVIDAD</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>P.E.A. %</b>
Pesca	360	58.54
Servicios Hoteleros	16	2.60
Servicios de Alimentos y Bebidas	84	13.66
Comercio	112	18.21
Varios	43	6.99
<b>TOTAL</b>	<b>615</b>	<b>100%</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Santa Elena  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Ayangue fundamenta su productividad y economía en actividades como la pesca, mostrando que es su principal actividad con un 58.54% y que en su mayor número los habitantes se dedican a esta diligencia, seguido con un 18.21% dedicados al comercio, en un 13.66% dedicados a la venta de comidas; con un 6.99% dedicadas a actividades varias, y por último con un 2.60% dedicados a la hotelería.

#### **1.1.6. Desarrollo del área turística**

La Provincia de Santa Elena cuenta con diversión diurna y nocturna, con grandes variedades de atractivos turísticos y una extensa estructura hotelera. Los grupos hoteleros y asociaciones de turismo reciben apoyo de la Cámara de Turismo y Ministerio de Turismo para promover la visita de turistas. (ESPOL, 2013) Desde el año 2012, la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena (EMUTURISMO) se une al esfuerzo de mejorar e incrementar las actividades de turismo.

La principal atracción de Ayangue, es la práctica del buceo, visitar al Cristo de las Aguas y sus aguas muy tranquilas lo hacen un sitio excelente para la exploración marina.

### **1.1.7. Actividades culturales**

En las comunidades de la Provincia de Santa Elena se realizan diversidad de actividades relacionadas al turismo, así también celebraciones por fiestas religiosas, cívicas, y costumbres que son propias de cada pueblo. (Cabildo Comuna Ayangue, 2012)

En Ayangue se realizan grandes actividades turísticas, que se pueden denominar actividades tradicionales y no tradicionales.

#### **1.1.7.1. Actividades tradicionales**

En los días 1 y 2 de noviembre celebramos el día de los fieles difuntos, por lo que se acostumbra a colocar una mesa llena de comida, en su mayoría lo que más le gustaba a la persona que ha fallecido, porque de acuerdo a las creencias ellos llegan a comer. (Cabildo Comuna Ayangue, 2012)

El 24 de mayo celebran las festividades de la Virgen María Auxiliadora, como son muy devotos a ella realizan misas, procesiones por toda la comunidad, balconazos, juegos deportivos, concursos infantiles y bailes públicos.

#### **1.1.7.2. Actividades no tradicionales**

Si bien es cierto Ayangue es un lugar de aguas claras y tranquilas, ideal para descansar y realizar actividades que en otros balnearios no se realizan, entre las cuales destacan (Cabildo Comuna Ayangue, 2012):

- ☞ Paseo en lancha
- ☞ Paseo en bicicleta acuática
- ☞ Paseo en la banana
- ☞ Buceo
- ☞ Pesca deportiva

## **1.2 RECURSOS DE LA HOTELERÍA**

### **1.2.1 Recursos para el área hotelera**

**Recurso humano:** Es uno de los más importantes de las empresas de hotelería, pues dispone de dos recursos principales tales como: Recurso Material y Recurso Humano. El segundo es indispensable ya que su importancia radica en el servicio de atención al cliente, satisfaciendo las necesidades de comodidad y garantizar una excelente estadia es fundamental en un hotel, muchos problemas con el personal de un hotel se pueden evitar con la correcta selección y capacitación del personal y el crear un agradable ambiente laboral.

**Recurso económico:** La actividad de hotelería, es una actividad mercantil de venta de servicios de alojamiento y gastronomía fundamentalmente, ésta tiene características generales y económicas-financieras especiales que la diferencian de otras actividades comerciales e industriales.

### **1.2.2 Clasificación de los recursos del área hotelera**

#### **1.2.2.1 Definición de hotel.**

Acerenza (1991) señala que: *“El hotel es un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios: alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento”.* (p. 23)

La hotelería le facilita al turista su viaje ya que le proporciona diferentes clases de comodidades para que de esta manera se sienta conforme.

#### **1.2.2.2 Tipos de establecimientos de alojamientos turísticos.**

El Ministerio de Turismo (2015) indica que los establecimientos de alojamientos turísticos se clasifican en:

- Hotel (H)
- Hostal (HS)
- Hostería (HT)

- Hacienda Turística (HA)
- Lodge (L)
- Resort (RS)
- Refugio (RF)
- Campamento Turístico (CT)
- Casa de huéspedes (CH)

## **TURISMO**

Jiménez (2003) manifiesta que: *“El turismo es la actividad de las personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su medio normal ya sea por días, meses o años consecutivos ya sea por motivo de ocio, negocio u otros propósitos”.* (p. 175).

El turismo no tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible si no que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países.

Es muy importante ya sea desde el pueblo más pequeño hasta los países más desarrollados ya que genera ganancias, es una fuente de ingresos personales en generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del estado. Cabe destacar que el turismo es de mucha trascendencia e importancia ya que relaciona al turista con el medio que lo rodea, el mismo que ha permitido mejorar las condiciones económicas de los países y proporcionar fuentes de trabajo.

### **1.2.3 Clasificación del Turismo**

Según Jiménez (2003) el turismo se puede clasificar de la siguiente manera:

#### **TURISMO SEGÚN SU NATURALEZA**

Turismo individual: de una a nueve personas.

Turismo grupal: de diez a más personas.

Turismo de masas: gran concentración de personas como centros vacacionales.

Turismo selectivo: grupos reducidos de personas pertenecientes a distintos estratos sociales.

Turismo alternativo: turismo de aventura, ecológico y rural.

## TURISMO SEGÚN SU ORIGEN

Nacional, interno o doméstico: fuera de su residencia habitual, pero dentro de los límites geográficos de su propio país.

Internacional o receptivo: Turistas extranjeros que visitan el país por lo menos durante 24 horas.

Exportación o egresivo: Turistas nacionales que viajan al extranjero.

## TURISMO SEGÚN SU MOTIVACIÓN

Turismo convencional o de tipo vacacional: educación o cultura, placer, descanso, recreación o salud.

Turismo especializado: (montañismo, kayak, etc.) o científico (flora y fauna)

Turismo de afinidad o de interés común: motivos profesionales o religiosos.

## TURISMO SEGÚN SU PERMANENCIA

Turismo itinerante: corta permanencia en el destino

Turismo residencial: de larga estancia de dos semanas o más (residencias, apartamentos).

### **1.3 TURISMO DE ENTRADA EN ECUADOR**

La Agencia de Noticias Andes, (2016) afirma que un total de 416.030 turistas ingresaron a Ecuador durante el primer trimestre de 2015, lo que evidencia un crecimiento de 6,4% con relación a igual período de 2014 cuando llegaron 391.167 visitantes.

La Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo considera en su boletín trimestral que el país adquiriría ingresos por turismo en el primer trimestre del año de 388 millones de dólares; es decir, 24 millones más de lo que se recibió el año anterior.

Al cierre del 2014 el turismo se ubicó como la tercera fuente de ingresos no petroleros (detrás del banano y camarón) al generar 1.487,2 millones de dólares, 18,9% más que en 2013.

Según Santiago de Guayaquil, (2012) el cantón Santa Elena forma parte de la denominada “Ruta del Spondylus”, corredor turístico de gran importancia y posicionamiento en el mercado nacional de turismo, que se constituye como un centro de distribución para efectuar distintas actividades, tanto recreativas, deportivas, culturales y educativas, en la faja costera del Ecuador.

Varias son las razones por las que a través de los años, Santa Elena se ha posicionado como un destino que recibe cada año a miles de visitantes: playas con pendientes favorables para el turismo, una especial gastronomía típica a base de frutos del mar, atractivos naturales y culturales, el desarrollo de actividades de recreación y deporte, de diversión nocturna y otros; además su cercanía con provincias de gran densidad poblacional como Guayas y Manabí, así como su recientemente habilitada red vial, la convierten en un destino privilegiado para visitantes nacionales y extranjeros.

#### **1.4 RELACIÓN HOTELERÍA Y TURISMO**

La hotelería y el turismo siempre van enfocados a obtener un objetivo, dar a conocer lugares y facilitar su estadía ofreciéndole diferentes clases de servicios.

Es por esta razón que siempre deben estar unidos, ya que sin la hotelería no habría turismo, y sin el turismo, no habría hotelería, es decir que siempre deberá existir una relación entre estos dos puntos tan fundamentales de gran trascendencia e importancia para nuestro país.

#### **1.5 INDUSTRIA DEL ÁREA TURÍSTICA**

Según Santa Elena EP (2015) la playa de la comuna es reconocida a nivel provincial y nacional como una de las mejores, reconocida por la claridad y el agua tibia del mar. Cuenta con una gastronomía extensa, en cada una de sus cabañas ubicadas al pie del mar, que ofrecen a cada uno de los turistas que visitan

el lugar exquisitos platos nativos como: arroz con pescado frito y ensalada, encebollado mixto, cebiches de pecado, camarón y pulpo, ensaladas y demás delicias de mar. Además se puede degustar de cocteles y batidos de frutas a la orilla del mar.

El comercio, mediante tiendas y despensas, es constante por la afluencia turística que llega a la comuna. En cuanto a la agricultura, esta actividad se la realiza de diciembre a mayo. Entre los cultivos que se producen en esta comuna se tiene: papaya, sandía, melón, maíz, zapallo, yuca, entre otros, producción que se inclina más para el consumo familiar que para la venta, puesto que no cuentan con un sistema de riego. La actividad de la pesca es una de las más representativas de la comuna, según la percepción de los comuneros, existen alrededor de 400 pescadores artesanales y cuentan con una flota pesquera de aproximadamente 80 embarcaciones tipo fibras de vidrio. El tamaño de las embarcaciones es en promedio 7.5 metros y el arte de pesca que prefieren es el trasmallo. En cuanto a la producción pesquera de esta comuna se tiene: lenguado, lisa y langostino. La pesca con arpón es realizada por un pequeño grupo de buzos que efectúan esta actividad utilizando compresores o buceando a pulmón. Existe un lugar ubicado al sur de la comuna, en la cual existe petróleo pero en mínima cantidad.

También la comuna cuenta con yeso en un lugar llamado Pueblo Nuevo. El aspecto artesanal es muy importante en la comuna, actividad que se puede notar en la elaboración de redes de pesca de acuerdo la longitud de sus botes, pangas, canoas, entre otros. También se realiza bisutería en base a especies marítimas como: conchas, Spondylus, coral y perla, las cuales son comercializadas en las cercanías de la playa de la comuna.

### **1.5.1 Derivados del área de estudio**

#### **HOSTAL**

Etimológicamente el vocablo hostel proviene del latín “hospitalis”. La palabra hostel se utiliza para nombrar al establecimiento que usualmente es de menor

categoría que un hotel, cuenta con el servicio de hospedaje y puede ofrecer el servicio de alimentos y bebidas y algún otro servicio adicional según la categoría (Ministerio de Turismo, 2015).

## **1.6. MARCO LEGAL**

### **1.6.1. Constitución de la República del Ecuador 2008**

La Constitución (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008) permite fundamentar la organización, régimen de competencias y asignación de recursos a los que tienen derecho las comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas, también se menciona que la distribución de los recursos entre los gobiernos autónomos descentralizados será regulada por la ley, conforme al tamaño y densidad de la población, necesidades básicas insatisfechas, jerarquizadas y consideradas en relación con la población residente en el territorio de cada uno de los gobiernos autónomos descentralizados.

### **1.6.2. Plan Nacional del Buen Vivir 2013**

Una de las políticas importantes de este plan es impulsar el Buen Vivir en los territorios rurales y la soberanía alimentaria; el Buen Vivir en los territorios rurales se sustenta en pilares fundamentales como son recuperar la producción nacional de alimentos, principalmente campesina, para garantizar la reproducción social de todos los habitantes de las zonas rurales y articular el desarrollo rural equitativo al desarrollo nacional. (Senplades, 2013)

El objetivo del Plan del Buen Vivir es establecer un sistema económico social, solidario y sostenible, indica que el crecimiento económico ecuatoriano se basa en un sistema productivo, con énfasis predominante en la producción y el crecimiento económico en detrimento de la distribución del ingreso o los impactos ambientales de los procesos productivos. La política del buen vivir es impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación,

diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.

El presente estudio se encuentra dentro de los parámetros que señala el Plan del Buen Vivir, que establece que es importante fomentar la producción nacional, la misma que se encuentra vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno al prestar servicio de alojamiento a los visitantes y turistas. El Plan del Buen Vivir señala de la aplicación de incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente aquellas de los sectores de servicios, con particular énfasis en el turismo, el objeto del estudio es receptor un gran flujo turístico, con el fin de dinamizar económicamente a la comuna Ayangue, mediante la creación e implementación de servicios de hospedaje.

### **1.6.3. Código Orgánico de la Producción 2010**

Según la Asamblea Nacional del Ecuador, (2010) en el Código Orgánico de la Producción en sus art. 1, 2, 3, 4, referentes al ámbito, actividad productiva, objeto y fines respectivamente, presenta las directrices a las que se debe de regir la creación del hostel en la Comuna de Ayangue.

El **art. 1**, referente al **ámbito** (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010) menciona que se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional, también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria.

El Código de la Producción, sobre la **actividad productiva**, en su **art. 2**, establece que se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

El **art. 3**, referente al **objeto**, manifiesta que esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

El **art. 4**, que trata sobre los **finés**, menciona que la presente legislación tiene, como principales fines transformar la matriz productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales, garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza.

#### **1.6.4. Normativa regulatoria**

##### **Ley Orgánica de Turismo 2002**

Al implementar los servicios de alojamiento en la comuna Ayangue se estaría cumpliendo con los principios de la actividad turística, la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo, que favorece a la comuna. (Congreso Nacional, 2002)

Esta Ley otorga incentivos los mismos que se encuentran estipulados en los objetivos del Plan del Buen Vivir; como es la exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión, incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo. Otro de los beneficios es el acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el

adecuado uso y destino de tales préstamos y cauciones. La creación e implementación de servicios de hospedaje en la comuna Ayangue, cuenta con el respaldo y beneficios que otorga al emprendimiento turístico, y que se establecen en las leyes que fomentan el desarrollo turístico local y nacional.

#### **1.6.5. Normas ISO**

Las normas a las que deberá regirse el hotel son las normas ISO 9000 y 14000:

##### **Normas ISO 9000**

Las Normas ISO 9000 son un conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización.

ISO se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación como los métodos de auditoría. El ISO 9000 especifica la manera en que una organización opera sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio.

##### **Normas ISO 14000**

La norma ISO 14000 es una norma que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), y esa enfocada a cualquier organización, de cualquier tamaño o sector, que esté buscando reducir los impactos en el ambiente.

La ISO 14001 puede proporcionar un ahorro del costo a través de la reducción de residuos y un uso más eficiente de los recursos naturales tales como la electricidad, el agua y el gas. Organizaciones con certificaciones ISO 14001 están mejor situadas de cara a posibles multas y penas futuras por incumplimiento de la legislación ambiental, y a una reducción del seguro por la vía de demostrar una mejor gestión del riesgo. Las Normas Internacionales proporcionan las bases tecnológicas y científicas que sostienen la salud, la legislación sobre seguridad y calidad medio ambiental.

## **1.7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

Es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema a resolver, para ello se parte de supuestos, pronósticos, y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, económicos, financieros y de mercado.

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

Se detallan conceptos de factibilidad según varios autores, para así analizar y poner en práctica al proyecto de creación de un Hostal en la comuna Ayangue:

Duplan (2006) hace referencia a que *“El estudio de factibilidad es parte clave en la solicitud de un financiamiento; cualquier institución financiera o bancaria que forme parte del sector público o privado, requiere antes de conceder a un crédito o conseguir recursos por aportaciones de capital, de un estudio de factibilidad completo que comprenda el estudio de mercado con proyecciones financieras”*.

Sapag & Sapag, (2008) detallan que: *“El estudio de factibilidad o viabilidad comercial indicará si el mercado es o no es sensible al bien producido o al servicio ofrecido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso, permitiendo así determinar la postergación o el rechazo de un proyecto, sin tener que asumir los costos que implica un estudio económico completo. En muchos casos la viabilidad comercial se incorpora al estudio de mercado en la viabilidad financiera”. (p. 19).*

Para la realización del proyecto: creación de un hostel en la comuna Ayangue se escogió el concepto según el autor Sergio Duplan, ya que iniciar un proyecto de creación representa invertir en recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

## **1.7.2. Etapas del estudio de factibilidad**

### **1.7.2.1. Análisis de mercado**

Jacome, (2005) señala que: *“El estudio de mercado es el diseño sistemático, recolección, procesamiento, análisis y presentación de los hallazgos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica que enfrenta una unidad productiva o empresa”*. (p. 99).

El análisis de mercado mediante información permitirá reconocer la existencia de una demanda insatisfecha, con posibilidades de ofrecer un nuevo y mejor producto de calidad, tomando en cuenta la oferta y demanda, y determinar en forma detallada el mercado existente con lo que se quiere competir

#### **Oferta**

Urbina (2001) expresa que: *“Oferta es el conjunto de bienes o servicios que cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”*. (p. 43)”.

Con este concepto el autor indica que el estudio de la oferta está orientado a conocer a grupos de proveedores presentes en el mercado en el caso de productos y servicios ya existentes y en el caso de productos y servicios nuevos a identificar los posibles sustitutos, con el fin de dar un elemento de juicio referente a la situación de la oferta y decidir la puesta en marcha o no del proyecto.

El estudio de la oferta se puede desarrollar a través de la utilización de información secundaria, pero existen ciertos datos indispensables como: información sobre volúmenes de producción, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio del producto o servicio, planes de ampliación, número de trabajadores, entre otros, los cuales se obtienen a través de un diseño de recopilación de datos (encuestas), que es como se obtendrá dicha información para la elaboración de éste proyecto.

## **Demanda**

Urbina (2001) expresa lo siguiente: ***“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.*** (p. 17).

Lo descrito por el autor señala que la demanda es la cantidad de un bien o servicio puesto a disposición del consumidor en un mercado determinado.

El análisis de la demanda tiene como propósito establecer los posibles demandantes del producto o servicio, tomando en cuenta factores como: necesidad real del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación, entre otros.

En este proyecto la demanda se convierte en una determinante para que tenga factibilidad, porque caso contrario no tendría justificación dicha inversión

## **Comercialización**

Urbina (2001) afirma que la comercialización es: ***“La actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.*** (p. 52).

El análisis de la comercialización es un factor esencial en la marcha de una empresa, ya que permite establecer la forma de cómo llegar con el producto o servicio en un tiempo y lugar oportuno, teniendo en cuenta la necesidad, el alcance y la satisfacción del consumidor.

Entre los principales puntos a considerarse en el proceso de comercialización están: la necesidad que presenta el consumidor, instalaciones adecuadas para el manejo del producto o servicio, canal de distribución (desde el sitio de producción hasta el lugar de consumo), cantidad y tipo de artículo o servicio, publicidad, promoción, entre otras, las cuales lleven a un contacto entre productores y consumidores.

Al momento de brindar un servicio hay que considerar muchos aspectos que nos permitan satisfacer al máximo las expectativas de los clientes, por tal razón en el nuevo servicio turístico no se descuidará nada de lo antes mencionado.

### **Precio**

Urbina (2001) afirma que: *“El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”*. (p. 48).

De la definición antes mencionada se puede decir que el precio es un valor expresado en dinero, el cual influye directamente en el momento en que se ofrece el bien o servicio. Se puede manifestar que este elemento es uno de los determinantes del estancamiento, permanencia o crecimiento dentro del mercado.

El precio para los servicios que brindará el nuevo servicio turístico será fijado de acuerdo al mercado.

### **Producto**

El producto es el bien o servicio que debe responder a las necesidades y gustos de los consumidores. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas, cumpliendo con ciertas variables como: variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías. Todos los productos deben ser innovadores y creativos ya que pierden con el tiempo su atractivo inicial derivado de la novedad. (Urbina, 2001)

Para este proyecto el producto viene a ser un conjunto de servicios que para captar clientela y mantenerla se innovará y se estará siempre acorde a las exigencias de los clientes.

### **Plaza**

Incluye las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivos. Es de ayuda según expertos contestar las preguntas:

cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. La distribución permite que el producto llegue al lugar, momento y condiciones adecuadas. Las variables que intervienen en la plaza o distribución son: canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística.

Luego de analizar las condiciones favorables que reúnan cada una de las alternativas para la ubicación de este servicio se escogerá la que mejor oportunidad le brinde, para que este proyecto cumpla con los objetivos planteados.

### **Promoción**

La principal actividad de la promoción es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales, las variables utilizadas por esta técnica son: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, tele mercadeo y propaganda.

Al formar parte de una sociedad consumista no podemos dejar de lado el tema de la publicidad y como se dice “la publicidad vende”, se incluirá en el presupuesto de gastos un rubro para promocionar y dar a conocer la existencia de un nuevo servicio turístico y lo que va a brindar.

#### **1.7.2.2. Análisis técnico**

*“El estudio técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea”.* (p. 84). (Urbina, 2001)

Para el autor esta etapa permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos:

Antes de decidir el lugar dónde va a ser construido el servicio turístico se analizarán factores como: disponibilidad y costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

El tamaño en cambio está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero.

Posteriormente definiremos aspectos básicos referentes a la instalación y funcionamiento de la planta, siendo estos: determinación de la inversión para la adquisición de los recursos necesarios para un normal funcionamiento, diseño y distribución de la planta, proceso productivo, organización general de la empresa y recurso humano.

### **1.7.2.3. Análisis económico – financiero**

*“El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto”.* (Jácome, 2005) (p. 161).

El estudio financiero está direccionado al análisis de los fondos con que se cuenta para el proyecto, es importante señalar en forma ordenada las fuentes de inversión (aporte propio, crédito) y determinar su identificación (inversión fija, inversión variable), presupuesto de ingresos y egresos.

En esta parte del proyecto es en donde se analizan los recursos con los que cuentan las personas que van a invertir para la ejecución del mismo, y definiremos la estructura del financiamiento, que está compuesta por la inversión propia y la financiada. Así como también después de la aplicación de los evaluadores financieros establecer su factibilidad.

Para la evaluación financiera de un proyecto se consideran los siguientes indicadores:

## Valor Actual Neto

Urbina (2001) detalla que: *El valor actual neto es el importe monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial*". (p. 221)

De acuerdo a la definición el Valor Actual Neto (VAN) permite determinar si el proyecto es atractivo o no, es decir mide la rentabilidad en términos del dinero que se desea obtener luego de recuperar toda la inversión. Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_1) \cdot (1 + K_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1 + K_1) \dots (1 + K_n)}$$

### Dónde:

VAN = Valor Actual Neto de la Inversión.

A = Valor de la Inversión Inicial.

Qi = Valor neto de los distintos flujos de caja. Se trata del valor neto así cuando en un mismo período se den flujos positivos y negativos será la diferencia entre ambos flujos.

ki = Tasa de retorno del período.

## Tasa Interna de Retorno

Jácome (2005) expresa que: *“La tasa interna de retorno es la rentabilidad de la inversión durante la vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero”*. (p. 84).

La Tasa Interna de Retorno es la herramienta que expresa en porcentaje la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil. Es importante considerar que esta tasa iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$0 = -A + \frac{Q^1}{(1+r)} + \frac{Q^2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Dónde:

r = Tasa de retorno de la inversión.

A = Valor de la Inversión Inicial.

Qi = Valor neto de los distintos flujos de caja. Se trata del valor neto así cuando en un mismo período se den flujos positivos y negativos será la diferencia entre ambos flujos.

### **Período de Recuperación de la inversión**

El mismo autor afirma que: *“El período de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados”*. (p. 83).

El Período de Recuperación de la Inversión sirve para medir en cuanto tiempo se recupera la inversión empleada en un período de tiempo determinado. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión, el proyecto tiene mejores características de aceptación.

Para calcular el período de recuperación en un proyecto, sólo se debe añadir los flujos de efectivo esperados de cada año hasta que se recupere el monto inicialmente invertido en el proyecto.

El período de recuperación de la inversión se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$PR = \left( \begin{array}{l} \text{Número de años antes} \\ \text{de la recuperación total} \\ \text{de la inversión original} \end{array} \right) + \frac{\text{Costo no recuperado al inicio} \\ \text{de la recuperación total del año}}{\text{Flujos totales de efectivo durante} \\ \text{la recuperación total del año}}$$

## **Relación Beneficio Costo**

*“La relación beneficio costo es el parámetro que sirve para calificar como regresan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”. (p. 96). (Jácome, 2005)*

De acuerdo a la definición, esta herramienta permite comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos del proyecto y de esta manera conocer si existe o no un adecuado retorno de los ingresos.

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El método y la metodología, son de gran importancia en el proceso de la investigación, y de su correcto manejo depende el éxito de la tarea investigativa.

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

Se utilizaron dos tipos de investigaciones: La investigación cuantitativa se aplicó para determinar la demanda potencial del hostel en la comuna Ayangue, también permitió el cálculo de la muestra para la aplicación de las encuestas realizadas a los turistas que visitan la comuna. La investigación cualitativa aportó para realizar las entrevistas a la directiva de la comuna, servidores turísticos, y especialistas en turismo para así determinar la necesidad de la creación de un hostel y favorecer al desarrollo turístico y económico en la comunidad.

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

En este tipo de investigación se obtuvo información necesaria para el estudio sobre la creación de un hostel en la comunidad de Ayangue, la que se desarrolló en la investigación de campo y la investigación documental.

##### **Investigación de campo**

En este caso se obtuvo información directamente en el lugar donde se está planteando el problema presente en la comuna Ayangue, provincia de Santa Elena.

##### **Investigación documental**

Es el estudio del problema con el propósito de ampliar y profundizar los conocimientos de su naturaleza con apoyo principalmente en fuentes bibliográficas, en trabajos previos, y medios electrónicos.

### **2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

#### **Bibliográfica.-**

Es de tipo bibliográfica y documental, porque se logró obtener información acerca del tema de estudio que en este caso es el estudio de factibilidad para la creación de un hostel, recopilando datos de textos pedagógicos, páginas web y resultado de otras investigaciones.

#### **De Campo.-**

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.

La investigación de campo es importante ya que permite el contacto con el problema de estudio de una manera directa.

### **2.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas de investigación permiten alcanzar un fin o resultado propuesto. Existen diferentes técnicas de investigación:

#### **Técnicas indirectas:**

- Bibliografía y lectura científica, mediante esta técnica se puede ampliar el conocimiento del fenómeno en estudio, y realizar las propias conclusiones y profundizar el desarrollo de la investigación.
- Redes electrónicas

#### **Técnicas directas:**

- Encuestas.- Dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros para determinar la necesidad de hospedaje y que se realiza en las playas de la comuna.
- Entrevistas.- Dirigidas a los servidores turísticos y dirigentes de la comunidad.

- Observación, la cual permite identificar las necesidades que existen en el medio para llevar a cabo este proyecto.

## 2.5. 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.

Las entrevistas y encuestas respondieron a los objetivos específicos, de tal modo que las preguntas que se hicieron respondieron a la información que se deseaba obtener. Las preguntas estuvieron previamente preparadas para el grupo entrevistado.

## 2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 2.6.1. Población

El universo del presente trabajo está conformado por los turistas que visitaron la comuna Ayangue en temporada alta de Enero a Septiembre, los directivos y servidores turísticos. (Cabildo Comuna Ayangue, 2012)

**Tabla 6 POBLACIÓN**

<b>Población</b>		
Turistas	6,200	96.5
Servidores Turísticos	212	3.3
Especialistas turísticos-Directivos	10	0.2
<b>Total</b>	<b>6,422</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Para determinar la población se realizó una investigación del número de turistas que ingresan en temporadas altas a las playas de la comuna Ayangue, a sus servidores turísticos y directivos. En la temporada alta ingresan desde 6,200 al mes consiguiendo un promedio de 5,600 personas y servidores turísticos de 119, teniendo como promedio a 110 personas.

### 2.6.2. Muestra

Es la parte representativa de la población. La fórmula para calcular el tamaño de muestra es la siguiente:

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

#### DONDE

n = Muestra	=?
N = Población	= 6.422
Z = Valor estadístico Z	= 1.96
p = Posibilidad de que se cumpla	= 50% = 0.50
q = Posibilidad de que no se cumpla	= 50% = 0.50
e = Margen de error	= 5% = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 6.422}{0.05^2(6.422 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{6167,6888}{17,0129}$$

$$n = \mathbf{363}$$

**Tabla 7 MUESTRA**

<b>MUESTRA</b>		
Turistas	350	96.5
Servidores Turísticos	12	3.3
Especialistas turísticos-Directivos	1	0.2
Total	363	100%

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

## **2.7. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **2.7.1. Procedimiento**

El 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, entre ellos están:

- Búsqueda de la información.
- Elaboración del problema.
- Formulación del problema.
- Planteamiento de la justificación
- Elaboración del marco teórico.
- Formulación de la metodología.
- Elaboración de instrumentos de investigación.
- Gestión y apoyo institucional.
- Aplicación de instrumentos.
- Recolección de datos.

### **2.7.2. Procesamiento**

El proceso se define como el conjunto de actividades, debidamente reglamentadas, en virtud de las cuales los órganos jurisdiccionales, previamente citados para su actuación, resuelven sobre una relación jurídica que se les plantea:

- Ordenamiento de los datos.
- Organización y tabulación de datos.
- Elaboración de tablas y gráficos estadísticos.
- Análisis e interpretación de datos.
- Establecimiento de las conclusiones.
- Establecimiento de las recomendaciones.
- Construcción de la propuesta.
- Revisión de la propuesta.
- Entrega del informe final.
- Sustentación final del proyecto.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA**

Se interpretan los resultados de las entrevistas realizadas a las personas involucradas en el turismo y directivos de la comuna Ayangue para la obtención de datos para el estudio.

##### **1.- ¿Para usted, que ventajas traería un nuevo hostel dentro de la comuna?**

Las ventajas sobre la creación de un nuevo hostel en la mayor parte de los entrevistados es la fuente de empleos, la minoría de los entrevistados considera que se incrementaría el turismo.

##### **2.- ¿Desde su punto de vista un hostel aportaría al desarrollo económico y social en la comunidad?**

La totalidad de los entrevistados contestaron que si, por que el nuevo hostel tendría que dar un aporte económico a la comuna para obras que beneficien a toda la localidad.

##### **3.- ¿Con la creación de un nuevo hostel, se mejoraría la oferta turística en la comunidad?**

Los entrevistados coincidieron que sí, ya que los establecimientos de hospedaje existentes no son suficientes para la gran demanda de turistas que visitan la comunidad, un nuevo hostel haría que más turistas pernocten y esto significa ingresos para los comuneros.

##### **4.- ¿Usted cree que con la creación de un hostel en la comuna Ayangue, se reduciría el índice de desempleo?**

La mayoría de los entrevistados contestó que sí, ya que desde la construcción del hostel a la parte administrativa y operativa se tendría que contratar a personal de

la comuna para cada uno de los puestos de trabajo, un mínimo porcentaje contestó que no ya que como es un hostel no habrá suficientes plazas de trabajo.

**5.- ¿Ayudaría usted a la promoción de un nuevo hostel en la comuna?**

La mayor parte de los entrevistados están de acuerdo en promocionar un nuevo hostel sin importar que sean de la competencia ya que los establecimientos de hospedaje no son suficientes para abarcar a todos los turistas, la minoría de los servidores no lo está ya que considera que no ayudaría a la competencia.

**6.- ¿Qué recomendaciones daría usted para la construcción del nuevo hostel?**

La totalidad de los entrevistados consideró que la mejor recomendación para el nuevo hostel es que brinde un buen servicio para que los turistas estén contentos y se vayan con una buena imagen de la comuna.

### 3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Las encuestas se realizaron a turistas que visitan las playas de la comuna Ayangue para poder obtener una información real y concreta que aporte al estudio de factibilidad, además permitió conocer las opiniones directas de los consumidores acerca del producto que se desea lanzar al mercado.

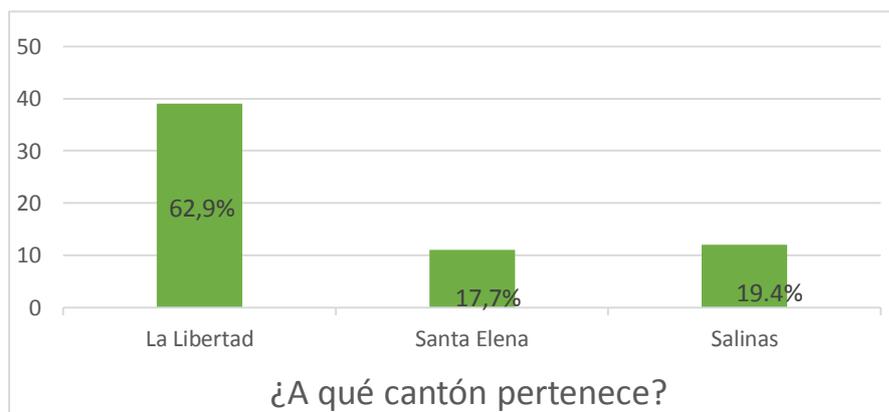
#### PREGUNTA 1 ¿A qué cantón pertenece?

Tabla 8 CANTÓN

	CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	La Libertad	39	62.9
	Santa Elena	11	17.7
	Salinas	12	19.4
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 2 CANTÓN



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Según estudios realizados, se han obtenido los siguientes resultados con respecto al lugar de procedencia de los encuestados donde el 62.9% reside en el cantón La Libertad siendo este el porcentaje mayor, seguido por el 19.4% correspondiente al cantón Salinas, y como porcentaje mínimo se muestra el 17.7% perteneciente al cantón Santa Elena.

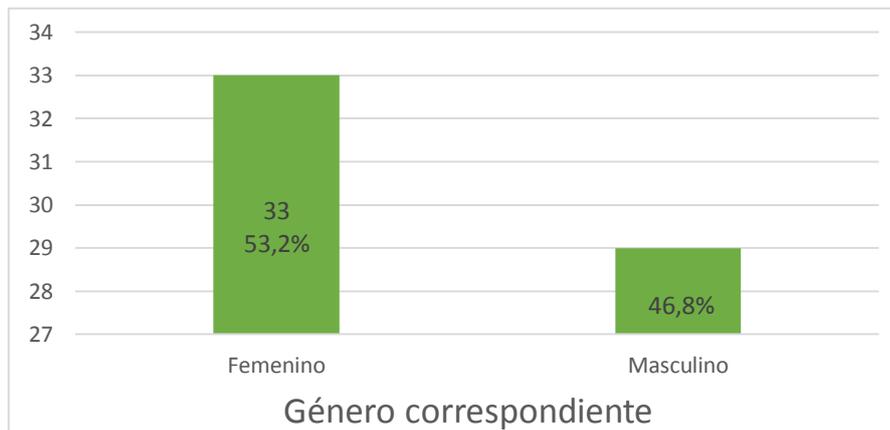
## PREGUNTA 2 ¿A qué género pertenece?

Tabla 9 GÉNERO

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Femenino	33	53.2
	Masculino	29	46.8
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 3 GÉNERO



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

La presente ilustración basada en el género de los encuestados demuestra que el 53.2% son del género femenino, en donde el 46.8% concierne al género masculino.

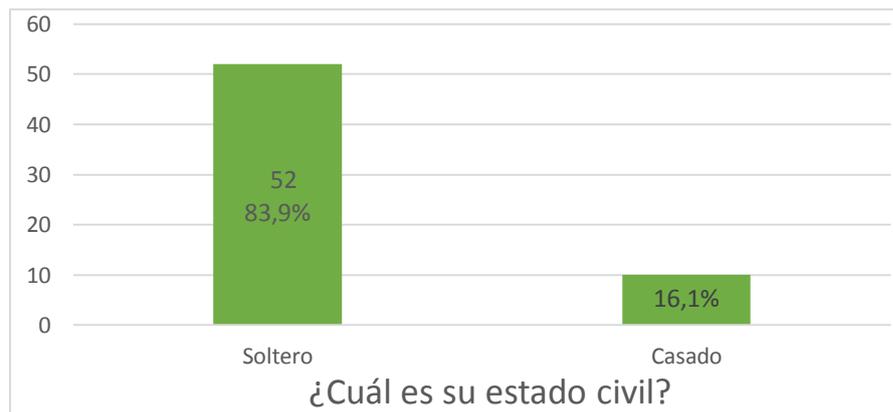
### PREGUNTA 3 ¿Cuál es su estado civil?

Tabla 10 ESTADO CIVIL

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Soltero	52	83.9
	Casado	10	16.1
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 4 ESTADO CIVIL



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Según datos obtenidos en cuanto al estado civil se ha estimado que el 83.9% son solteros, finalizando con el 16.1% de la población encuestada que son casados, obteniendo como resultado que el mayor porcentaje de los encuestados son solteros.

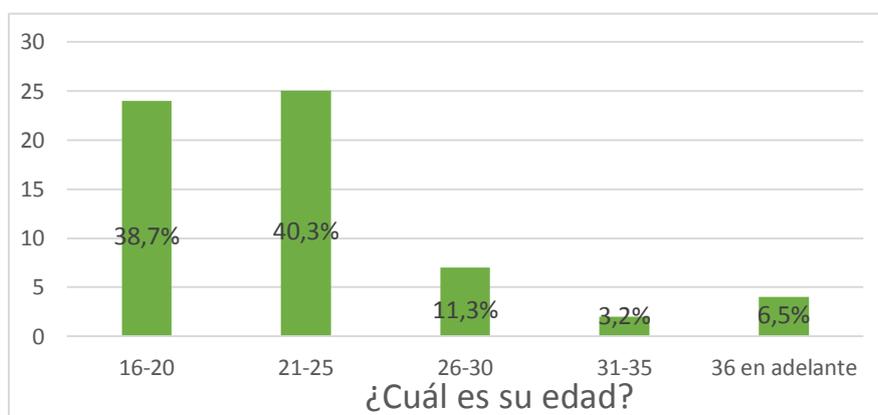
#### PREGUNTA 4 ¿Cuál es su edad?

Tabla 11 EDAD

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	16-20	24	38.7
	21-25	25	40.3
	26-30	7	11.3
	31-35	2	3.2
	36 en Adelante	4	6.5
	Total	62	100

Fuente Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 5 EDAD



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Con respecto a la variable edad, se deduce que el 40.3% se encuentran entre 21-25 años, el 38.7% entre 16-20 años, el 11.3% en un rango de 26-30 años, seguido del 3.2% que corresponde a la edad de 31-35, finalizando con las edades de 36 años en adelante perteneciente al 6.5%.

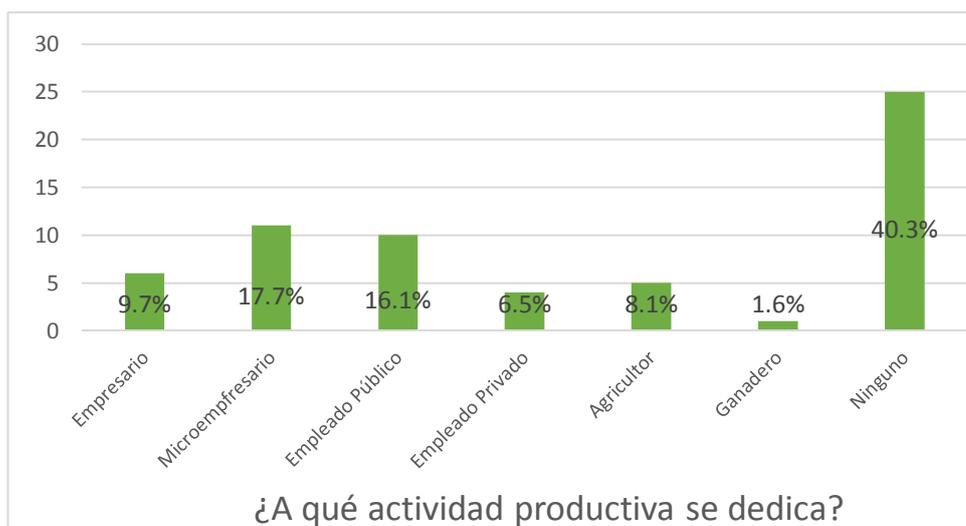
## PREGUNTA 5 ¿A qué actividad productiva se dedica?

Tabla 12 ACTIVIDAD PRODUCTIVA

	CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Empresario	6	9.7
	Microempresario	11	17.7
	Empleado Público	10	16.1
	Empleado Privado	4	6.5
	Agricultor	5	8.1
	Ganadero	1	1.6
	Ninguno	25	40.3
	<b>Total</b>		<b>62</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangué  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 6 ACTIVIDAD PRODUCTIVA



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangué  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

En cuanto a la actividad productiva que se dedica la población encuestada se establece que el 40.3% no se dedica a ninguna actividad productiva, el 17.7% son microempresarios, el 16.1% son empleados públicos, el 9.7% son empresarios, el 8.1% se dedica a la actividad agrícola, el 6.5% son empleados de empresas privadas, mientras que el 1.6% labora en la ganadería.

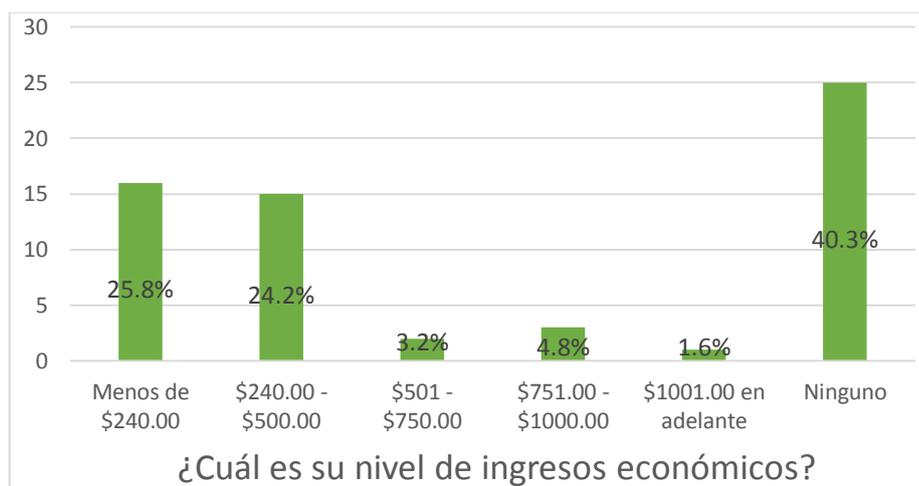
## PREGUNTA 6 ¿Cuál es su nivel de ingresos económicos?

Tabla 13 NIVEL DE INGRESOS

	CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Menos de \$240	16	25.8
	\$240-\$500	15	24.2
	\$501-\$750	2	3.2
	\$751-\$1000	3	4.8
	\$1001 en adelante	1	1.6
	Ninguno	25	40.3
	<b>Total</b>		<b>62</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 7 NIVEL DE INGRESOS



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

El presente gráfico muestra que el 40.3% no genera ingresos económicos puesto que no se dedican a ninguna actividad productiva, mientras que el 25.8% ganan menos de \$240, el 24.2% ganan entre \$240-\$500, el 4.8% \$751-\$1,000, el 3.2% \$501-\$750, finalizando con el 1.6% que ganan \$1,001 en adelante.

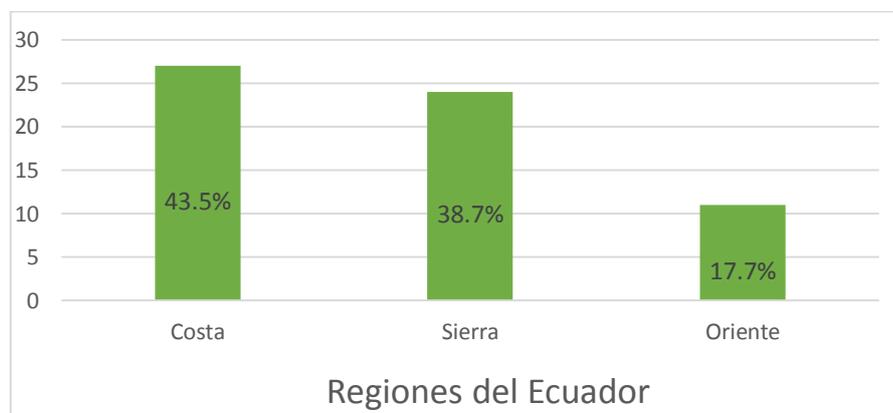
**PREGUNTA 7 ¿Seleccione una de las regiones del Ecuador de mayor preferencia al momento de visitar un lugar turístico?**

**Tabla 14 REGIONES DE MAYOR PREFERENCIA**

Criterio		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Costa	27	43.5
	Sierra	24	38.7
	Oriente	11	17.7
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 8 REGIONES DE MAYOR PREFERENCIA**



Fuente Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Con respecto a la región que prefieren visitar los encuestados tenemos que el 43.5% visitan la Región Costa, el 38.7% la Región Sierra y el 17.7% el Oriente, por lo tanto se concluye que la Región del Ecuador de mayor preferencia es la Costa.

## PREGUNTA 8 ¿A qué sitio turístico acude con frecuencia?

Tabla 15 SITIO TURÍSTICO CON FRECUENCIA

Criterio		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Playa	51	82.3
	Campo	11	17.7
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 9 SITIO TURÍSTICO CON FRECUENCIA



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

La presente ilustración demuestra que el sitio turístico de mayor concurrencia entre la población encuestada es la playa con el 82.3%, mientras que el 17.7% pertenece al campo. Por lo tanto los encuestados al momento de visitar un sitio turístico acuden a la playa.

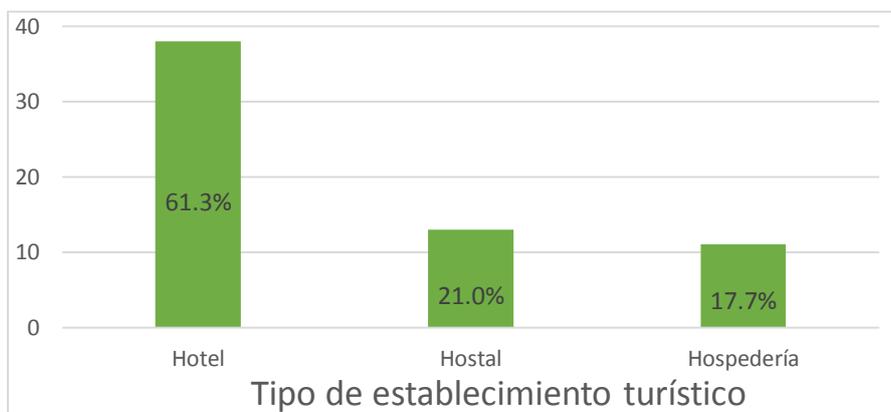
**PREGUNTA 9 ¿Seleccione el tipo de establecimiento turístico donde preferiría hospedarse?**

**Tabla 16 TIPO DE ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Hotel	38	61.3
	Hostal	13	21.0
	Hospedería	11	17.7
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 10 TIPO DE ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

En relación al establecimiento que los turistas prefieren al momento de alojarse, se puede deducir que del total de encuestados el 61.3% prefieren alojarse en un hotel, el 21.0% optan por un hostal y solo una diferencia del 17.7% buscan una hospedería al momento de buscar un sitio de descanso.

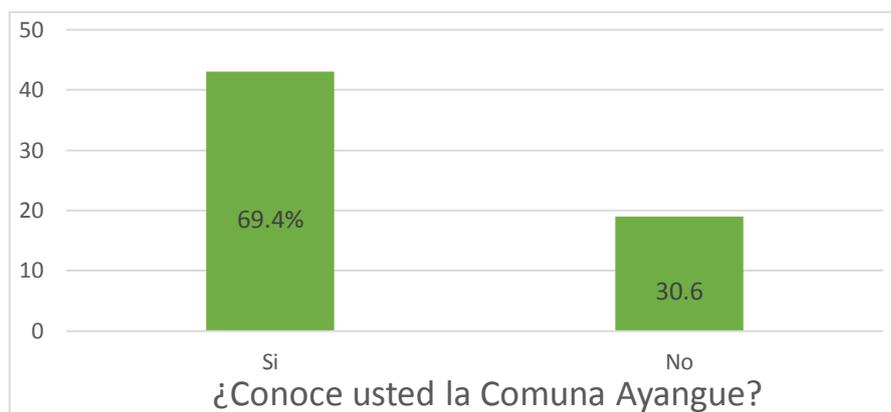
## PREGUNTA 10 ¿Conoce usted la Comuna Ayangue?

Tabla 17 CONOCIMIENTO DE LA COMUNA AYANGUE

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Si	43	69.4
	No	19	30.6
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 11 CONOCIMIENTO DE LA COMUNA AYANGUE



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Según los resultados se ha deducido que un 69.4% de los encuestados si conocen la comuna Ayangue y solo el 30.6% no conocen esta localidad, lo que crea una ventaja relativa del porcentaje mayoritaria para el establecimiento de un Hostal en esta comunidad

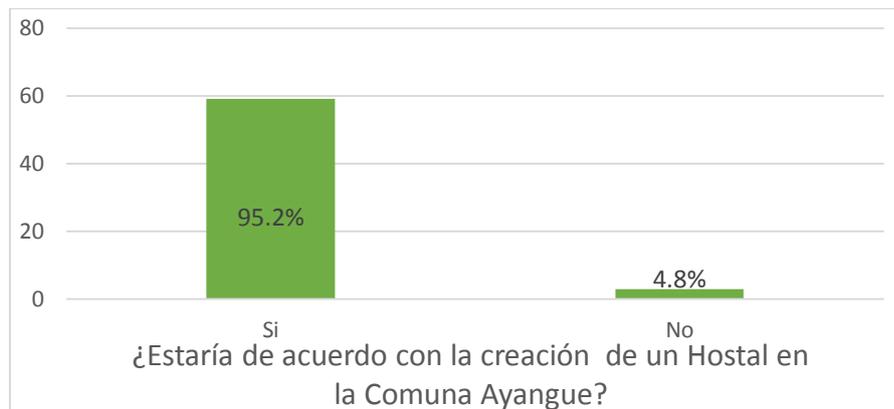
**PREGUNTA 11 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un hostel en la comuna Ayangue?**

**Tabla 18 CREACIÓN DE HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Si	59	95.2
	No	3	4.8
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 12 CREACIÓN DE HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Según datos obtenidos, del 100% de los encuestados, el 95.2% está de acuerdo con la creación de un Hostel en la comuna Ayangue, mientras que la diferencia que corresponde al 4.8%, no está de acuerdo con dicha propuesta.

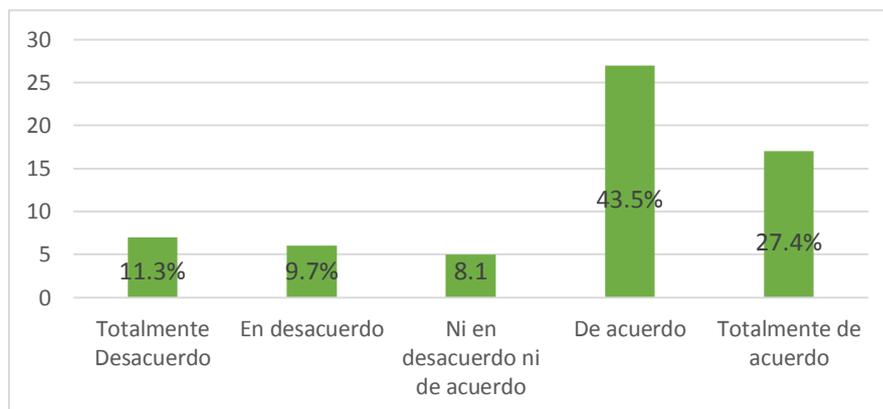
**PREGUNTA 12 ¿Con la Creación de un Hostal en la Comuna Ayangue, se obtendrá mayor reconocimiento de los lugares turísticos que posee la Parroquia Colonche?**

**Tabla 19 RECONOCIMIENTO**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Totalmente Desacuerdo	7	11.3
	En Desacuerdo	6	9.7
	Ni en Desacuerdo Ni De acuerdo	5	8.1
	De Acuerdo	27	43.5
	Totalmente De acuerdo	17	27.4
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 13 RECONOCIMIENTO**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De acuerdo a los datos obtenidos, del total de encuestados el 43.5% está de acuerdo con la afirmación planteada, siendo este el de mayor porcentaje, mientras que el 8.1% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con esta afirmación.

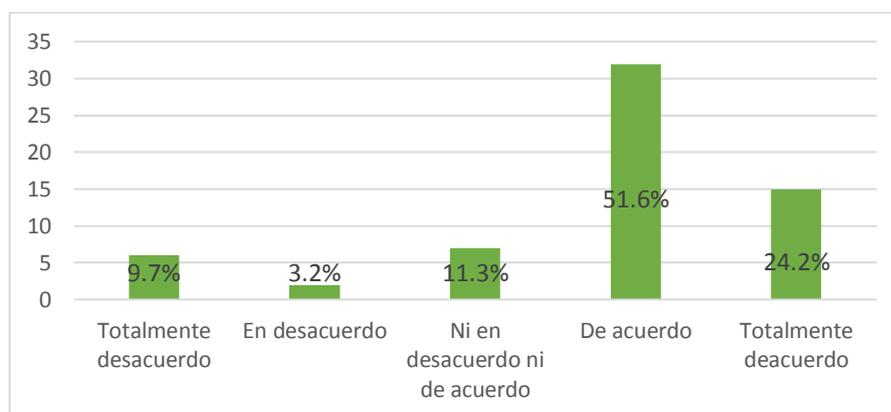
**PREGUNTA 13 ¿Los turistas podrán tener nuevas alternativas de relajación en la comuna Ayangue, gracias a los servicios que ofrece la creación de un Hostal?**

**Tabla 20 NUEVAS ALTERNATIVAS DE RELAJACIÓN**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Totalmente Desacuerdo	6	9.7
	En Desacuerdo	2	3.2
	Ni en Desacuerdo Ni De acuerdo	7	11.3
	De Acuerdo	32	51.6
	Totalmente De Acuerdo	15	24.2
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 14 NUEVAS ALTERNATIVAS DE RELAJACIÓN**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Según la afirmación “Los turistas podrán tener nuevas alternativas de relajación en la comuna Ayangue gracias a los servicios que ofrece la Creación de un Hostal”, el 24.2% de los encuestados está totalmente de acuerdo con el planteamiento, 51.6% está de acuerdo, siendo este el mayor porcentaje mientras que el 3.2% está en desacuerdo con la misma.

**PREGUNTA 14 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alojamiento?**

**Tabla 21 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALOJAMIENTO**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	\$15.00	25	40.3
	\$20.00	30	48.4
	\$25.00	7	11.3
	Total	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 15 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALOJAMIENTO**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De acuerdo a la disposición a pagar por el servicio de alojamiento, el 48.4% del total de encuestados pagaría \$20.00 por este servicio, el 40.3% pagaría \$15.00, mientras que la diferencia del 11.3% estaría dispuesto a pagar \$25.00 por el servicio de alojamiento.

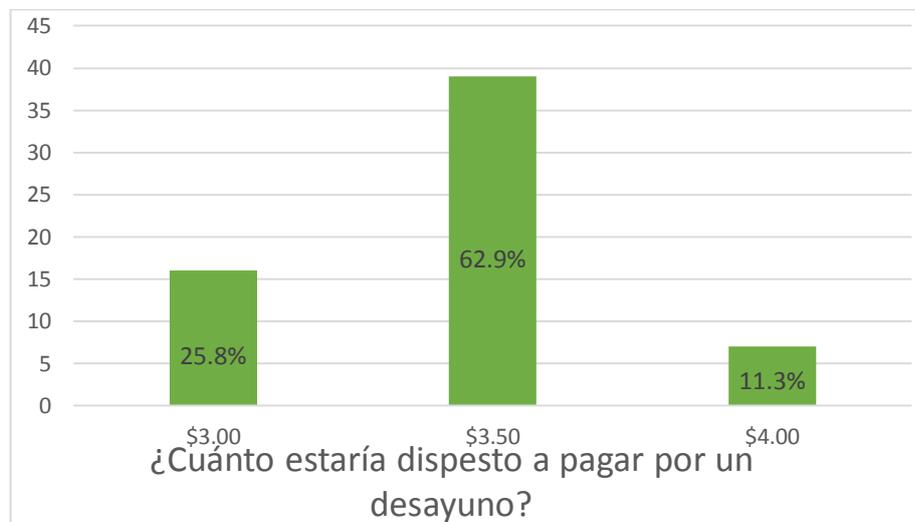
## PREGUNTA 15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un desayuno?

Tabla 22 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR DESAYUNO

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	\$3,00	16	25.8
	\$3,50	39	62.9
	\$4,00	7	11.3
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 16 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR DESAYUNO



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Con respecto a la disposición a pagar por un desayuno, el 62.9% de los encuestados pagaría \$3.50, el 25.81% pagaría \$3.00, mientras que el 11.29% estaría dispuesto a pagar \$4.00 por este servicio.

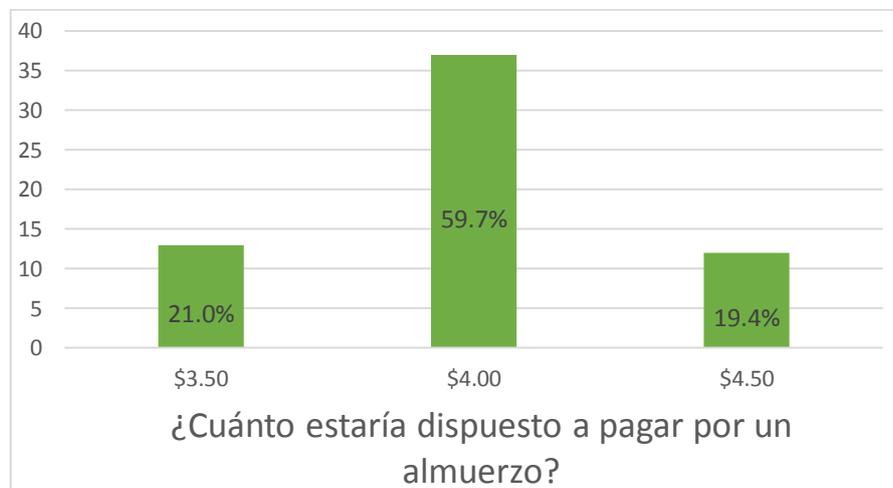
## PREGUNTA 16 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo?

Tabla 23 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALMUERZO

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	\$3,50	13	21.0
	\$4,00	37	59.7
	\$4,50	12	19.4
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 17 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ALMUERZO



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Según la disposición a pagar por un almuerzo, el 59.7% pagaría por este servicio el valor de \$4.00, el 20.97% pagaría \$3.50, y la diferencia del 19.4% estaría dispuesto a pagar \$4.50 por este servicio.

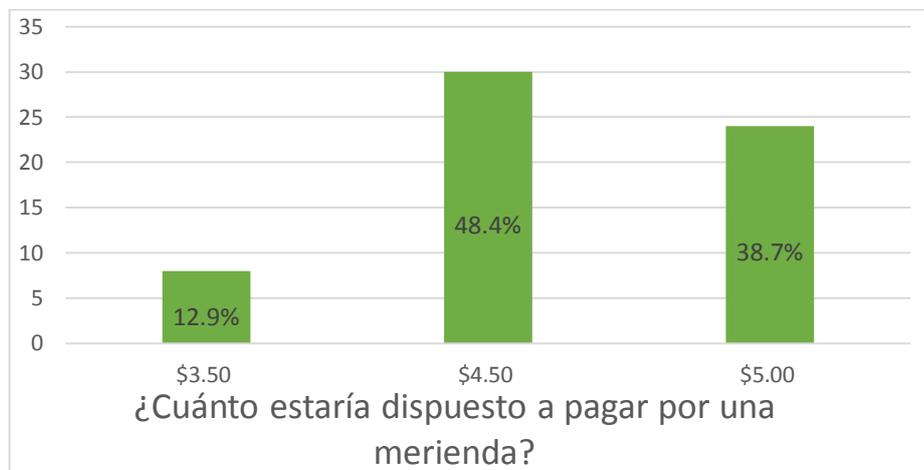
## PREGUNTA 17 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una merienda?

Tabla 24 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR MERIENDA

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	\$3,50	8	12.9
	\$4,50	30	48.4
	\$5,00	24	38.7
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 18 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR MERIENDA



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Del 100% de los encuestados, el 48.4% estaría dispuesto a pagar \$4.5 por una merienda, el 38.7% pagaría \$5.00 mientras que el 12.9% solo pagaría un \$3.50 por una merienda.

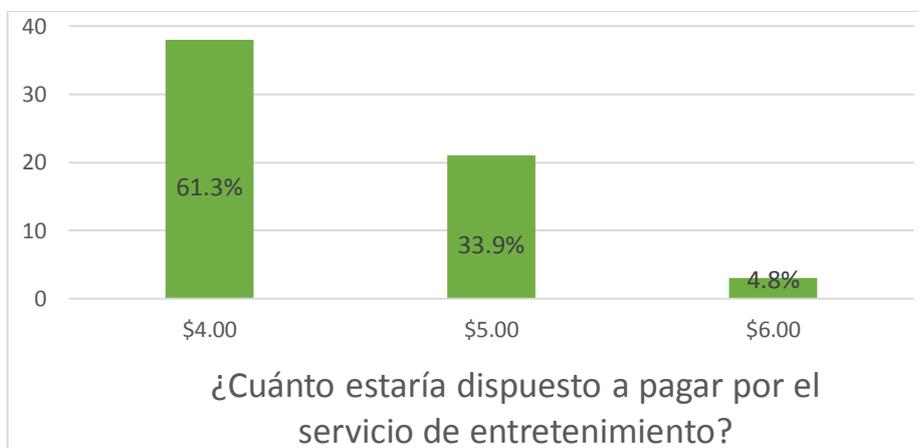
**PREGUNTA 18 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de entretenimiento?**

**Tabla 25 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ENTRETENIMIENTO**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	\$4,00	38	61.3
	\$5,00	21	33.9
	\$6,00	3	4.8
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100</b>

Fuente: Levantamiento de información realizado en la Comuna Ayangue, Junio 2015  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 19 DISPONIBILIDAD A PAGAR POR ENTRETENIMIENTO**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De acuerdo a la disposición a pagar, el 61.3% de los encuestados pagaría \$4.00, el 33.9% opta por cancelar \$5.00, mientras que el 4.8% estaría dispuesto a pagar \$6.00 por este servicio.

## PREGUNTA 19 ¿Qué tipo de desayuno le agradaría degustar en un Hostal?

Tabla 26 TIPOS DE DESAYUNOS

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Desayuno Continental	26	41.9
	Humitas	25	40.3
	Tortillas de Maíz	11	17.7
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 20 TIPOS DE DESAYUNOS



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Con relación a gustos y preferencias de desayunos, el 41.9% opta por un desayuno continental, el 40.3% prefiere humitas, y la diferencia del 17.8% prefiere desayunar tortillas de maíz.

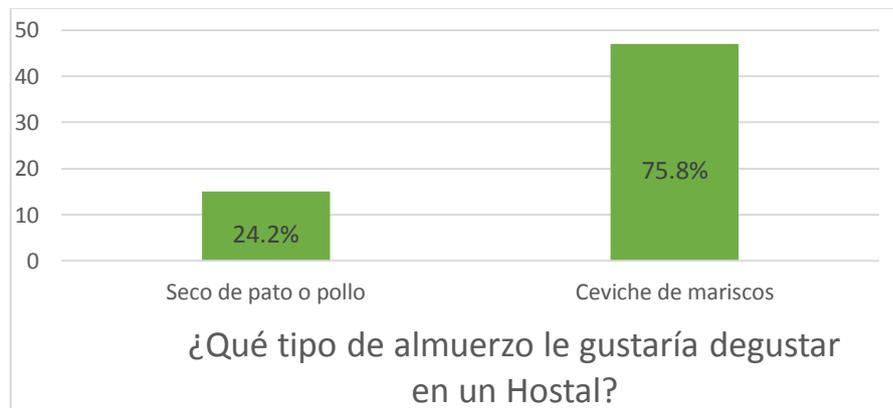
## PREGUNTA 20 ¿Qué tipo de almuerzos le agradaría degustar en un Hostal?

Tabla 27 TIPOS DE ALMUERZOS

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Seco de pollo o pato	15	24.2
	Ceviche de mariscos	47	75.8
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 21 TIPOS DE ALMUERZOS



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

En cuanto a preferencias de almuerzos, el 75.8% respondió que desean degustar ceviches de mariscos, mientras que el 24.2% prefiere almorzar seco de pollo o pato.

## PREGUNTA 21 ¿Qué tipo de meriendas le agradaría degustar en un Hostal?

Tabla 28 TIPOS DE MERIENDAS

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Arroz con menestra y chuleta	50	80.6
	Postres y bocadillos	12	19.4
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 22 TIPOS DE MERIENDAS



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Del 100% de los encuestados el 80.6% prefiere merendar arroz con menestra y chuleta, y por lo consiguiente el 19.4% opta por degustar postres y bocadillos en la merienda.

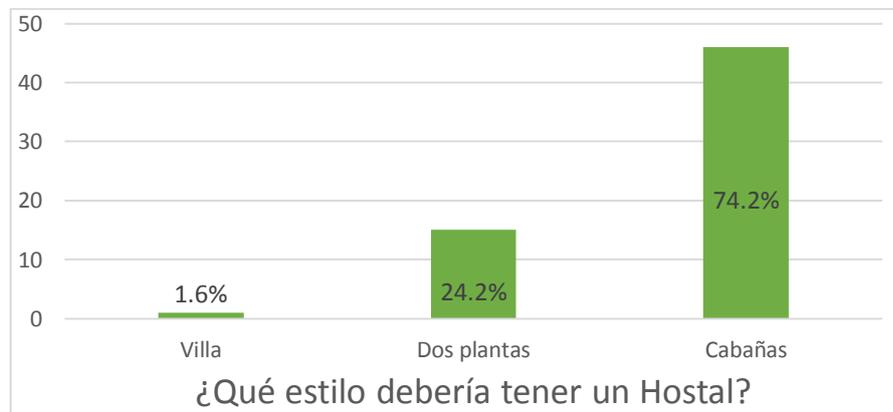
## PREGUNTA 22 Según su apreciación ¿Qué estilo debería tener un hostel?

Tabla 29 ESTILO DEL HOSTAL

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Villa	1	1.6
	Dos Plantas	15	24.2
	Cabañas	46	74.2
	Total	62	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 23 ESTILO DEL HOSTAL



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

La representación gráfica indica que el 74.2% prefiere un estilo cabaña para la hostel, el 24.2% opta por un establecimiento de dos plantas, y la pequeña diferencia del 1.6% prefiere un estilo villa para la construcción del hospedaje.

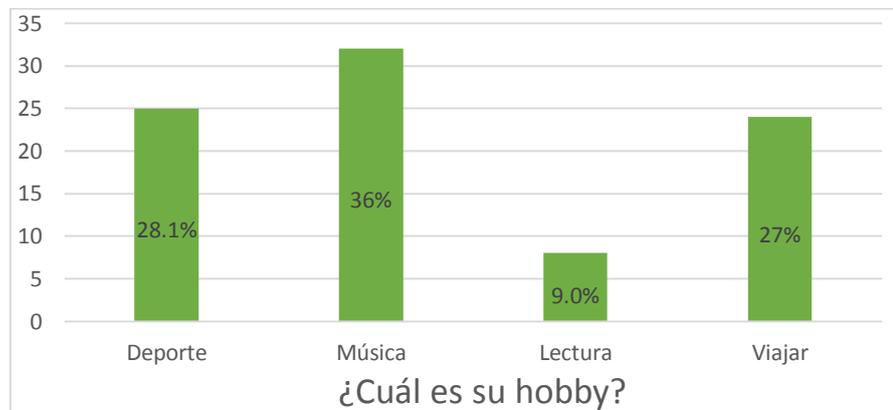
### PREGUNTA 23 ¿Cuál es su hobby?

Tabla 30 HOBBY

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Deporte	25	28.1
	Música	32	36.0
	Lectura	8	9.0
	Viajar	24	27.0
Total		89	100

Fuente Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Gráfico 24 HOBBY



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

En cuanto al hobby favorito se obtuvo 89 respuestas de las cuales 32 el hobby de los encuestados es escuchar música con un 35%, seguido de 25 respuestas donde el hobby preferido es realizar deportes con el 28.1%, 24 respuestas prefieren viajar con un 27% y solo 8 respuestas prefieren leer, con un 9%.

**PREGUNTA 24 ¿Qué actividad realiza con mayor frecuencia en sus tiempos libres?**

**Tabla 31\_ACTIVIDAD CON MAYOR FRECUENCIA**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Viajar	15	21.4
	Quedarse en Casa	30	42.9
	Realizar Deportes	17	24.3
	Cursos Vacacionales	7	10.0
	Otro	1	1.4
<b>Total</b>		<b>70</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 25 ACTIVIDAD CON MAYOR FRECUENCIA**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De las 70 respuestas, 30 de las mismas tienen como resultado que los encuestados prefieren quedarse en casa en sus tiempos libres con un 42.9%, mientras que 15 respuestas de los encuestados prefieren viajar con un 21.4%

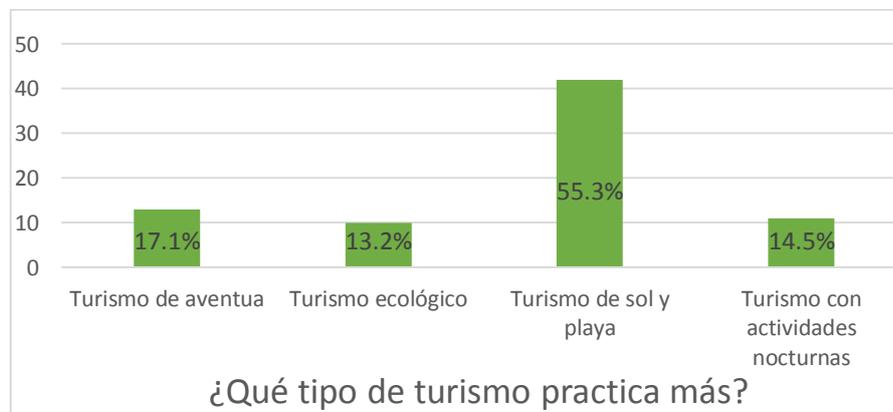
**PREGUNTA 25 ¿Qué tipo de turismo practica más?**

**Tabla 32 TURISMO**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Turismo Aventura	13	17.1
	Turismo Ecológico	10	13.2
	Turismo Sol y Playa	42	55.3
	Turismo con Actividades Nocturnas	11	14.5
<b>Total</b>		<b>76</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 26 TURISMO**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De las 76 respuestas se define que 42 personas prefieren el turismo sol y playa con el 55.3%, 13 prefieren turismo de aventura con el 17.1%, 11 prefieren turismo con actividades nocturnas con el 14.5%, mientras que 10 respuesta prefieren el turismo ecológico con el 13.2%.

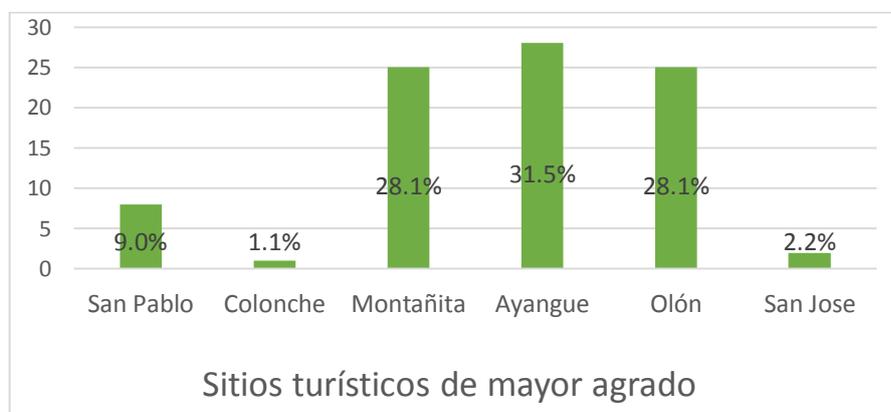
**PREGUNTA 26 ¿Cuáles de los siguientes sitios turísticos de la Ruta del Spondylus sería de su mayor agrado visitar?**

**Tabla 33 SITIOS TURÍSTICOS DE MAYOR AGRADO**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	San Pablo	8	9.0
	Colonche	1	1.1
	Montañita	25	28.1
	Ayangue	28	31.5
	Olón	25	28.1
	San José	2	2.2
<b>Total</b>		<b>89</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 27 SITIOS TURÍSTICOS DE MAYOR AGRADO**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De las 89 respuestas se deduce que 28 de los encuestados responden que el lugar que le agradaría visitar es Ayangue con el 31,5%, 25 respuestas le agradaría visitar Montañita y Olón con el 28,1% y solo 2,2% le agradaría visitar San José.

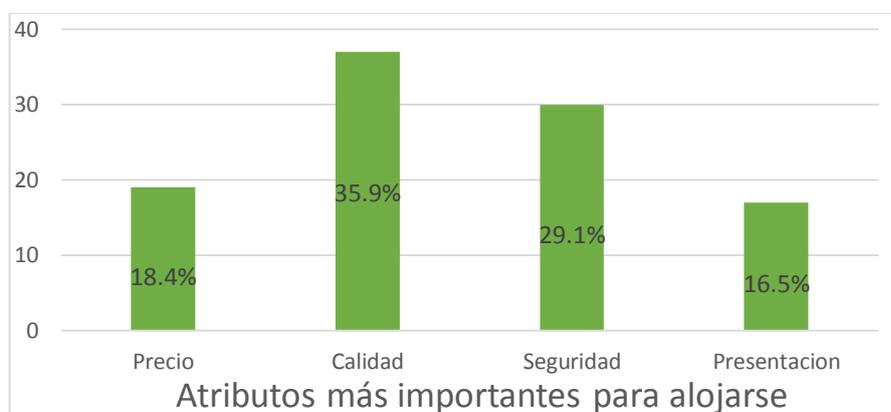
**PREGUNTA 27 ¿Qué atributo considera más importante al momento de alojarse en un establecimiento turístico?**

**Tabla 34 ATRIBUTO MÁS IMPORTANTE PARA ALOJARSE**

CRITERIO		Nº	PORCENTAJE
Válidos	Precio	19	18.4
	Calidad	37	35.9
	Seguridad	30	29.1
	Presentación	17	16.5
Total		103	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 28 ATRIBUTO MÁS IMPORTANTE PARA ALOJARSE**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De las 103 respuestas, 37 de las mismas piensan que el atributo más importante es la calidad del servicio con un 35.9%, 30 opinan que es la seguridad con un 29.1%, 19 consideran que es importante el precio con un 18.4% y finalizando con 17 respuestas donde el atributo más importante es la presentación con un 16.5%

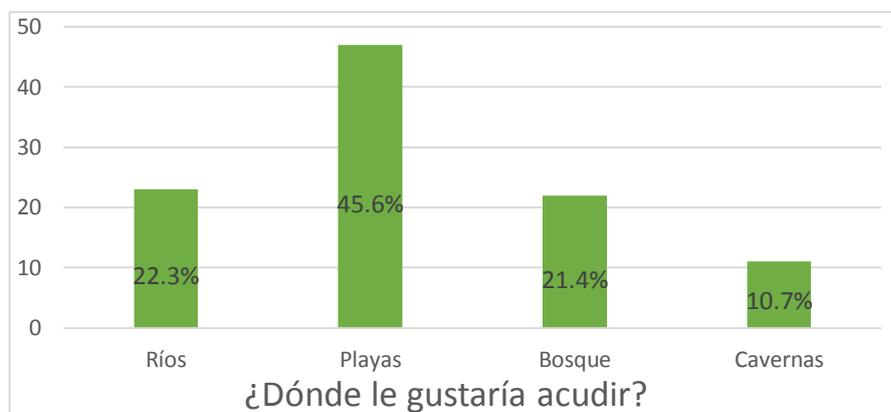
**PREGUNTA 28 De los siguientes sitios ¿dónde le gustaría acudir?**

**Tabla 35 SITIOS A ACUDIR**

CRITERIO		Nº	PORCENTAJE
Válidos	Ríos	23	22.3
	Playas	47	45.6
	Bosque	22	21.4
	Cavernas	11	10.7
Total		103	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 29 SITIOS A ACUDIR**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De las 103 respuestas se deriva que 47 respuestas deducen que le gustaría ir a las playas con el 45.6%, 23 le gustaría ir a ríos con el 22.3%, 22 le gustaría ir al bosque y solo 11 respuestas le gustaría ir a las cavernas con el 10.7%

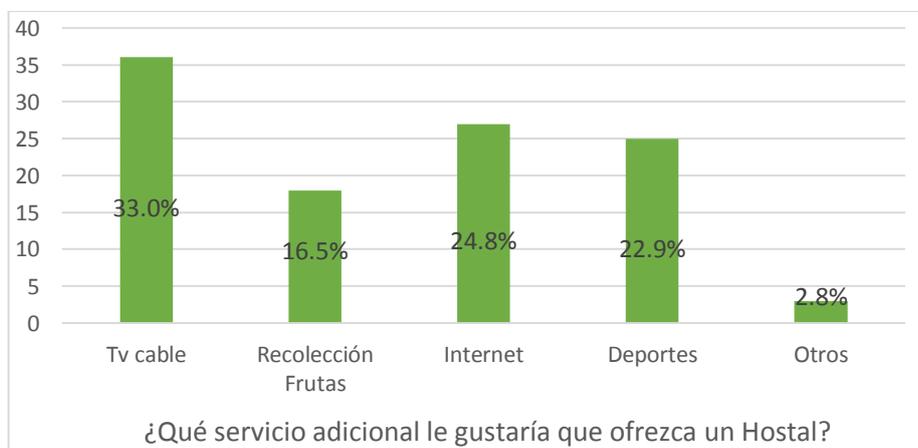
**PREGUNTA 29 ¿Qué servicio adicional, le gustaría que ofrezca un hostel?**

**Tabla 36 SERVICIO ADICIONAL**

CRITERIO		Nº	PORCENTAJE
Válidos	Tv Cable	36	33.0
	Recolección Frutas	18	16.5
	Internet	27	24.8
	Deportes	25	22.9
	Otros	3	2.8
<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 30 SERVICIO ADICIONAL**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

De las 109 respuestas se obtiene que 36 de las mismas sugieren que el servicio adicional sería el tv cable con el 33%, 27 mencionan el servicio de internet con el 24.8%, 25 el servicio adicional sería realizar deportes y solo 18 respuestas señalan el servicio adicional de recolección de frutas con el 16.5%

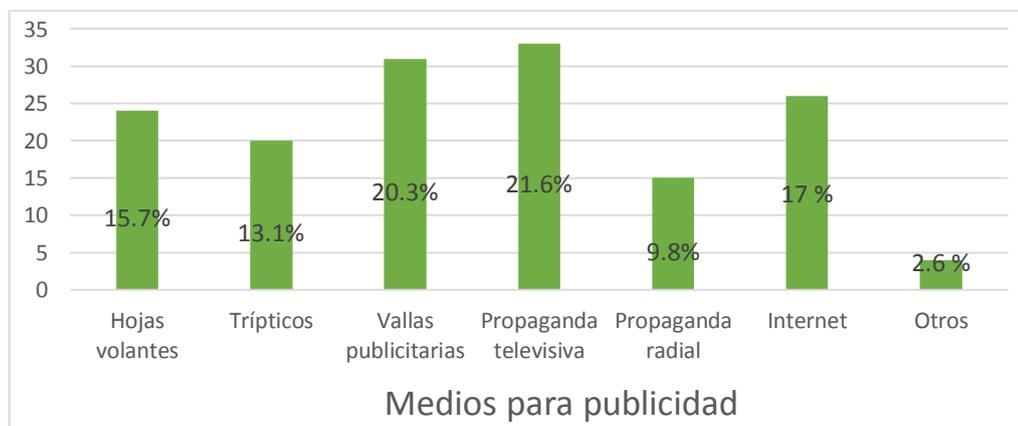
**PREGUNTA 30** Para el reconocimiento del hostel en la Comuna Ayangue  
 ¿Cuál sería el medio más elemental para publicar su creación y los servicios que ofrece?

**Tabla 37 MEDIO PARA PUBLICIDAD**

CRITERIO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Hojas Volantes	24	15.7
	Trípticos	20	13.1
	Vallas Publicitarias	31	20.3
	Propaganda Televisiva	33	21.6
	Propaganda Radial	15	9.8
	Internet	26	17.0
	Otros	4	2.6
Total		153	100

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Gráfico 31 MEDIO PARA PUBLICIDAD**



Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangue  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Para el reconocimiento de la hospedería, según el 21.6% de los encuestados, el medio publicitario indicado es la propaganda televisiva, para el 20.3% el medio idóneo son las vallas publicitarias, el 17% prefiere el internet, el 15.7% opta por las hojas volantes, mientras que el 26.9% prefieren trípticos, propaganda radial y otros tipos de medios publicitarios.

### 3.3. INTERPRETACIONES GENERALES

- ✓ El nivel de interés que demuestran los encuestados, además del estudio de la demanda, merece la atención de los inversionistas, puesto que, con la creación del hostel en Ayangue sería la solución al problema.
- ✓ La creación del hostel será la solución a la demanda insatisfecha de los diversos demandantes de este servicio en la comuna Ayangue.
- ✓ Se debe recurrir a créditos financieros para ejecutar el proyecto, además se deben hacer convenios con empresas e instituciones de la provincia para asegurar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.
- ✓ En base a los resultados obtenidos en las encuestas, se identificó que hacen falta establecimientos hoteleros por la gran demanda de turistas que llegan a la comuna, especialmente en días feriados y temporada de playa.
- ✓ Así mismo de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, se observó que los visitantes que llegan al balneario de Ayangue están satisfechos con los servicios de equipamiento con los que cuenta. A excepción de un alto índice de encuestados que contestaron que el destino carece de información turística. El perfil del visitante determina que la mayor parte de los visitantes son grupos de jóvenes, estudiantes y trabajadores con una edad entre 27 a 46 años.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA COMUNA AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016**

#### **4.1. PRESENTACIÓN**

El aspecto más relevante que tienen los lugares de la provincia de Santa Elena en este caso la comuna Ayangue, es que sin duda es visitado muy frecuentemente por turistas nacionales y extranjeros que llegan a disfrutar de sus playas en busca de un lugar tranquilo para descansar, siendo esta razón la parte fundamental para proponer este proyecto turístico que contribuya con el desarrollo y potencialidades de este lugar.

Está comprobado que este lugar reúne cada una de las características ecológicas, geográficas, demográficas y culturales para implementar cualquier tipo de actividades que por iniciativa de emprendimiento pueda generar algún ingreso y el reconocimiento turístico de la zona.

Dada estas referencias, se considera que el turismo es una actividad muy rentable en las comunidades de la Provincia de Santa Elena y para la comunidad de Ayangue podría ser una gran oportunidad de negocio ya que cuenta con los recursos naturales diversos y apropiados. Por tal razón en este capítulo se presenta la propuesta del estudio de factibilidad financiera de la creación de un hostal.

Este estudio de factibilidad financiera servirá para obtener los datos relevantes sobre el desarrollo e implementación del proyecto a través del estudio de mercado, técnico y financiero, para así tomar la mejor decisión.

#### **4.2 BASE FILOSÓFICA DE LA ORGANIZACIÓN**

##### **4.2.1 Misión**

Brindar alojamiento a personas que busquen comodidad y buen servicio, tanto a empresas como particulares, mostrando la presentación de nuestra imagen en el

mercado, para lo que se tendrá en cuenta las nuevas tecnologías y nuevos sistemas.

#### **4.2.2 Visión**

Posicionarnos en el sector turístico nacional, y ser los pioneros en el lanzamiento de nuevos productos y servicios y estar preparada para los cambios, preferencias y tendencias de los turistas nacionales y extranjeros que recorren la zona norte de la provincia de Santa Elena.

#### **4.2.3 Objetivos**

##### **4.2.3.1 Objetivo general**

Ofrecer a los clientes un servicio de calidad, generando una alternativa de alojamiento que brinde una estadía placentera con platos típicos de la zona, convirtiendo al lugar en un sitio visitado por los turistas nacionales y extranjeros.

##### **4.2.3.2 Objetivos específicos**

- ❖ Satisfacer permanentemente los requerimientos de nuestros clientes: huéspedes y visitantes.
- ❖ Ofrecer un servicio de hospedaje de calidad, con el fin de fidelizar al cliente y posicionarnos en el mercado.
- ❖ Especificar las estrategias y tácticas que deben implementarse para comunicar el servicio que presta el hostel.
- ❖ Mantener y conservar las instalaciones y los equipos en condiciones impecables de funcionamiento y apariencia.

### **4.3 NATURALEZA DEL PROYECTO**

#### **4.3.1 Descripción de la empresa**

El nombre comercial de la empresa es Hostal Ayangue, está ubicada en la comuna Ayangue por el gran potencial turístico existente ya que es una zona concurrida por turistas nacionales y extranjeros que la visitan por varios motivos.

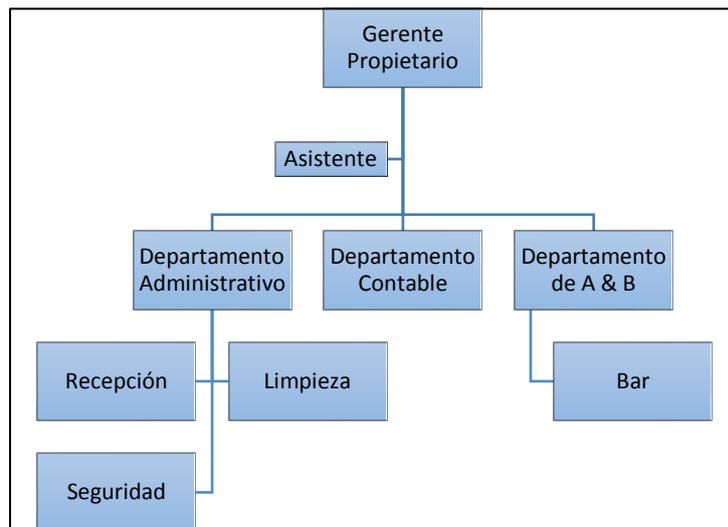
El Hostal se integra al mercado de servicio de alojamiento ofreciendo comodidad y confort a los turistas que lo visitan mediante un personal de trabajo capacitado para atender a los turistas de una manera eficiente.

Se conforma esta empresa con la figura de compañía unipersonal de responsabilidad limitada, ya que la empresa unipersonal inicia sus actividades hasta la finalización de su plazo legal con una sola persona, única y exclusivamente.

#### 4.4 ORGANIZACIÓN

##### 4.4.1 Organigrama

Gráfico 32 ORGANIGRAMA PROPUESTO



Fuente: Análisis Administrativo Financiero del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

## 4.4.2 Funciones y perfiles de los puestos

**Tabla 38 GERENTE**

CARGO	EXPERIENCIA	FUNCIONES
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en Liderazgo</li> <li>Experiencia mínima 2 años</li> </ul>	Delegado de la administración general del Hostal, tendrá que tomar las medidas más importantes del establecimiento, liderando e interviniendo en el funcionamiento cada día. Debido a que es la única persona que realiza las funciones administrativas y comerciales, será también jefe/a de recepción y de operaciones.

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 39 ASISTENTE**

CARGO	EXPERIENCIA	FUNCIONES
Asistente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en Liderazgo</li> <li>Experiencia en Administración mínimo 2 años</li> </ul>	Encargada de revisar las relaciones financieras, trabajando mano a mano con el contador, llevará las cuentas de los Estados financieros y formará parte de todas las decisiones estratégicas del Hostal. Deberá encargarse de la asignación eficiente de los fondos dentro de la organización y de la obtención de fondos en los términos más favorables posibles. Al asignar los fondos, proyectará los flujos de caja y determinará el efecto más probable sobre la situación financiera de la empresa con el objeto de tener una liquidez adecuada

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 40 RECEPCIONISTA**

CARGO	EXPERIENCIA	FUNCIONES
Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en Liderazgo</li> <li>Experiencia en atención al público mínimo 2 años</li> </ul>	Encargados de la atención de clientes en la mesa de recepción, por lo que serán el “perfil” del hostal a ojos de los clientes. Tramitarán las reservas, formalizarán las entradas y salidas de los huéspedes, atenderán a los clientes durante su estancia y tratarán los reclamos y quejas de estos para solucionar los problemas que pudiesen tener.

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 41 CONTADOR**

CARGO	EXPERIENCIA	FUNCIONES
Contador	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en cargos similares mínimo 2 años</li> <li>Título de 3 nivel</li> </ul>	Es el encargado del control administrativo de la contabilidad, como los libros de ventas, pago de salarios y aconsejar en aspectos fiscales como el pago de impuestos.

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 42 GUARDIA DE SEGURIDAD**

CARGO	EXPERIENCIA	FUNCIONES
Guardia de Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia en trabajos similares de 2 años.</li> <li>Bachillerato concluido</li> </ul>	<p>Rondar el negocio con compromiso, ofreciendo seguridad a los clientes y al personal.</p> <p>Proteger la integridad física de las personas y los bienes materiales del Hostal</p>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 43 MESEROS**

CARGO	EXPERIENCIA	FUNCIONES
Meseros	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mínimo 1 año en cargos similares.</li> <li>Bachillerato concluido</li> </ul>	<p>Atender a los clientes con cordialidad.</p> <p>Estar pendiente de que todos los clientes estén satisfechos con el servicio ofrecido.</p>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 44 PERSONAL DE LIMPIEZA**

CARGO	EXPERIENCIA	FUNCIONES
Personal de Limpieza	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bachillerato concluido</li> </ul>	<p>Serán los encargados del aseo frecuente del hostal, las tareas corresponden a la limpieza de la cocina, comedor, pasillos, baños, etc. y la limpieza de las habitaciones, primero de las habitaciones libres y luego de las ocupadas. Deberán cambiar las sábanas sucias y asegurarse de que vayan a lavandería.</p>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

## 4.5 MERCADO

### 4.5.1 Descripción de los productos a ofrecer

En base al estudio de mercado, se determinó que el hostal va a brindar el siguiente servicio y producto.

**Tabla 45 PRODUCTOS/SERVICIOS A OFRECER**

SERVICIO	CARACTERÍSTICAS
Hospedaje	El hostel contará con el servicio de alojamiento con habitaciones, haciendo que el cliente se sienta en un ambiente relajado y de comodidad, ofreciendo habitaciones amplias y confortables con baño privado, tv cable, donde el cliente se encontrará satisfecho con el servicio brindado.
Bar – Karaoke	Para que los visitantes tengan momentos de esparcimiento y placenteros se tendrá a disposición el servicio de bar – karaoke, en el cual se ofrecerá todo tipo de bebidas, acompañadas con excelente música.
Piscina	La piscina tendrá el acondicionamiento necesario para que sirva de relajación y práctica de natación, a los costados tendrá techos para que la puedan disfrutar en cualquier clima, siendo además un lugar atractivo para niños y personas adultas.
Área infantil	Considerando que los principales beneficiarios son los niños, para lo cual el hostel cuenta con los atractivos de un parque infantil, adecuado al medio que nos rodea.
Internet	Este servicio es muy importante para nuestros clientes, ya que lograrán comunicarse con sus familiares o amigos en el momento que ellos los requieran.
Seguridad	La finalidad del departamento de seguridad será garantizar la protección de las personas, los bienes, valores, negocios del hostel y el normal funcionamiento de los servicios las 24 horas del día.
Sala de eventos	Lugar perfecto para celebrar un almuerzo, una fiesta de cumpleaños o incluso una boda, convirtiéndolo en el lugar ideal para celebrar cualquier tipo de eventos y su fantástica ubicación harán por si solos que su evento sea simplemente inolvidable.
Limpieza	Las zonas comunes del hotel son objeto de una limpieza diaria por parte de este personal y así ofrecer un servicio de calidad a los turistas.

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostel Ayangué

Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Tabla 46 PRODUCTO

Producto	Características
 <p data-bbox="411 741 746 775">CEVICHE DE CAMARÓN</p>	<p data-bbox="932 602 1294 636">Camarones, porción de chifles</p>
<p data-bbox="336 853 826 887">PESCADO APANADO CON ARROZ Y</p>  <p data-bbox="491 1223 671 1256">PATACONES</p>	<p data-bbox="903 981 1326 1088">Realizado con productos de la zona con patacones, porción de arroz, ensalada.</p>
 <p data-bbox="403 1487 759 1520">PESCADO ENTERO FRITO</p> <p data-bbox="448 1554 715 1588">ARROZ MARINERO</p>	<p data-bbox="895 1420 1334 1453">Corvina, camotillo, porción de arroz.</p>
	<p data-bbox="919 1619 1302 1693">Realizado con camarón, concha, cangrejo, pulpo.</p>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.5.2 Publicidad

Se ha considerado un rubro específicamente para cubrir los gastos de publicidad, en esta parte se va a hacer énfasis en las estrategias de marketing para dar a conocer el servicio. Los medios a los que se va a recurrir serán la publicidad a través de la página web en internet, las propagandas radiales, la colocación de banner y gigantografías para visibilidad de la dirección, teléfono y servicios.

#### 4.5.3 Marca, slogan y logotipo

Gráfico 33 LOGO



Fuente y elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.5.4 Clientes

Los potenciales clientes del Hostal Ayangue son personas jóvenes, estudiantes y trabajadores, que visitan la provincia en su mayoría por turismo.

#### 4.5.5 Ventaja competitiva

La creación del hostel, se destacará por brindar un servicio de calidad y calidez. Las instalaciones llegarán más allá de las expectativas del cliente, bajo su comodidad, relajamiento y servicio.

Se construirán las cabañas con material de la zona, servicio de internet en todas las cabañas y se buscará alianzas con las personas que brindan servicio de paseos en lanchas para que así conozcan las playas de Ayangue.

## 4.6 ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

### 4.6.1 Ubicación del proyecto

Gráfico 34 LOCALIZACIÓN



Fuente: [www.google.com.ec/maps/place/Ayangue](http://www.google.com.ec/maps/place/Ayangue)  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.6.1.1 Macro localización

El hostel se encuentra ubicado en la Comuna Ayangue, Provincia de Santa Elena, está orientado hacia el mercado turístico nacional e internacional.

### Gráfico 35 UBICACIÓN



Fuente: [www.google.com.ec/maps/place/Ayangue](http://www.google.com.ec/maps/place/Ayangue)  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.6.1.2 Micro localización

El hostel está ubicado en el barrio Virgen de Fátima, calle principal entrando al malecón. Considerando los factores determinantes para la micro localización como de tener un clima agradable, infraestructura de servicios básicos, cercanía a las playas, y personas capacitadas para ofrecer servicios de calidad.

**Tabla 47 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS**

FACTORES	PESO	SAN PEDRO		VALDIVIA		AYANGUE	
		Calif	Ponderación	Calif	Ponderación	Calif	Ponderación
Clima agradable	0.3	8	2.4	8	2.4	9	2.7
Cercanía a la playa	0.3	6	1.2	6	1.2	9	0.9
Mano de obra disponible	0.05	6	0.3	6	0.3	6	0.3
Vías de acceso en buen estado	0.3	9	0.9	9	0.9	8	0.8
Servicios básicos	0.05	4	0.2	6	0.3	9	0.45
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>33</b>	<b>5</b>	<b>35</b>	<b>5.1</b>	<b>41</b>	<b>5.15</b>

Fuente: Datos obtenidos del estudio de factibilidad del Hostal Ayangue

#### **4.6.2 Infraestructura, equipo y maquinaria**

Para la puesta en marcha del proyecto, se realiza el cálculo del balance de maquinaria en donde se determina el requerimiento de la inversión fija.

En lo que se refiera a equipos, se requerirá de tv, congeladores, paneles solares, cocinas, dispensadores y cilindros de gas, necesarios para la adecuación del lugar y que son fundamentales en la actividad operacional. Adicional a los detalles de equipos, el balance también estima los costos de los enseres y mobiliarios, equipos de oficinas y computación. El costo de la inversión fija asciende a USD \$ 32,758.00

**Tabla 48 MAQUINARIAS Y EQUIPO**

<b>EQUIPOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>
TV 32 PULGADAS	10	450	\$4.500,00	10
Congelador pequeño	7	450,00	\$3.150,00	10
Nevera o Refrigeradora	4	950,00	\$3.800,00	10
Dispensador de agua	10	87,00	\$870,00	10
Ollas industriales	5	30,00	\$150,00	10
Equipamiento para restaurante	1	3450,00	\$3.450,00	10
<b>ENSERES Y MOBILIARIO</b>				
Vajilla (12 piezas)	10	25,00	\$250,00	3
Juego de vasos	100	3,20	\$320,00	3
Juego de 20 piezas de Cubiertos y cucharas	50	12,00	\$600,00	3
Sillas plásticas	200	12,00	\$2.400,00	3
Poma de agua grande para dispensador	10	5,00	\$50,00	3
Licadoras industriales	4	156,00	\$624,00	3
Tostadora	2	56,00	\$112,00	3
Sartenes	10	45,00	\$450,00	3
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>				
Anaqueles	4	100	\$400,00	5
Otros insumos de oficina	1	1000	\$1.000,00	5
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
Teléfono convencional	12	86	\$1.032,00	3
Laptop	12	\$ 800,00	\$9.600,00	3
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 7.717,20</b>	<b>\$ 32.758,00</b>	

Fuente: Estimaciones del proyecto  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Dentro del proyecto también se determina el monto de reinversión, este valor debe ser cubierto durante el ciclo del proyecto, el mismo que parte a raíz que los equipos y maquinarias cumplen con su vida útil. Estas herramientas serán depreciadas al año 3, 5, 6, 9 y 10, por lo tanto se deberá asumir la compra de nuevas maquinarias para garantizar la actividad del proyecto.

En el siguiente cuadro se presentan los valores de reinversión de los equipos, enseres y mobiliario.

**Tabla 49 REINVERSIONES DE EQUIPOS, ENSERES Y MOBILIARIOS**

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
EQUIPOS DE COCINA										
ENSERES Y MOBILIARIO			\$ 4,806.00			\$ 4,806.00			\$ 4,806.00	
EQUIPOS DE OFICINA					1,400.00					1,400.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN					10,632.00					10,632.00
<b>TOTAL REINVERSIÓN</b>	-	-	<b>4,806.00</b>	-	<b>12,032.00</b>	<b>4,806.00</b>	-	-	<b>4,806.00</b>	<b>12,032.00</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

### 4.6.3 Insumos generales

Para el funcionamiento y operacionalidad es importante considerar dentro del estudio financiero los gastos de ventas y servicios básicos, por lo tanto a continuación se detalla el cuadro conformado por los gastos de ventas que representan un valor anual de USD \$ 720.00 y los servicios básicos cuyo monto es de USD \$7.980

**Tabla 50 INSUMOS DE VENTAS**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>VALOR TOTAL (mensual)</b>	<b>VALOR TOTAL (anual)</b>
Banner/gigantografías	\$180,00	\$180,00
Publicidad radio	\$35,00	\$420,00
Web (dominio anual)	\$120,00	\$120,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		<b>\$720,00</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 51 GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS**

<b>GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>VALOR TOTAL (mensual)</b>	<b>VALOR TOTAL (anual)</b>
Agua	\$340	\$4080
Luz	\$245	\$2940
Teléfono	\$80	4960
<b>TOTAL GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS</b>		<b>\$7980</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.6.4 Gastos administrativos

Los gastos administrativos estarán constituidos por los valores de sueldos que se van a cubrir como pago de las actividades laborales. El personal que se va a contratar será de 1 administrador, 3 asistentes, 1 guardia de seguridad, 6 personas para limpieza y 6 meseros.

**Tabla 52 GASTOS ADMINISTRATIVOS**

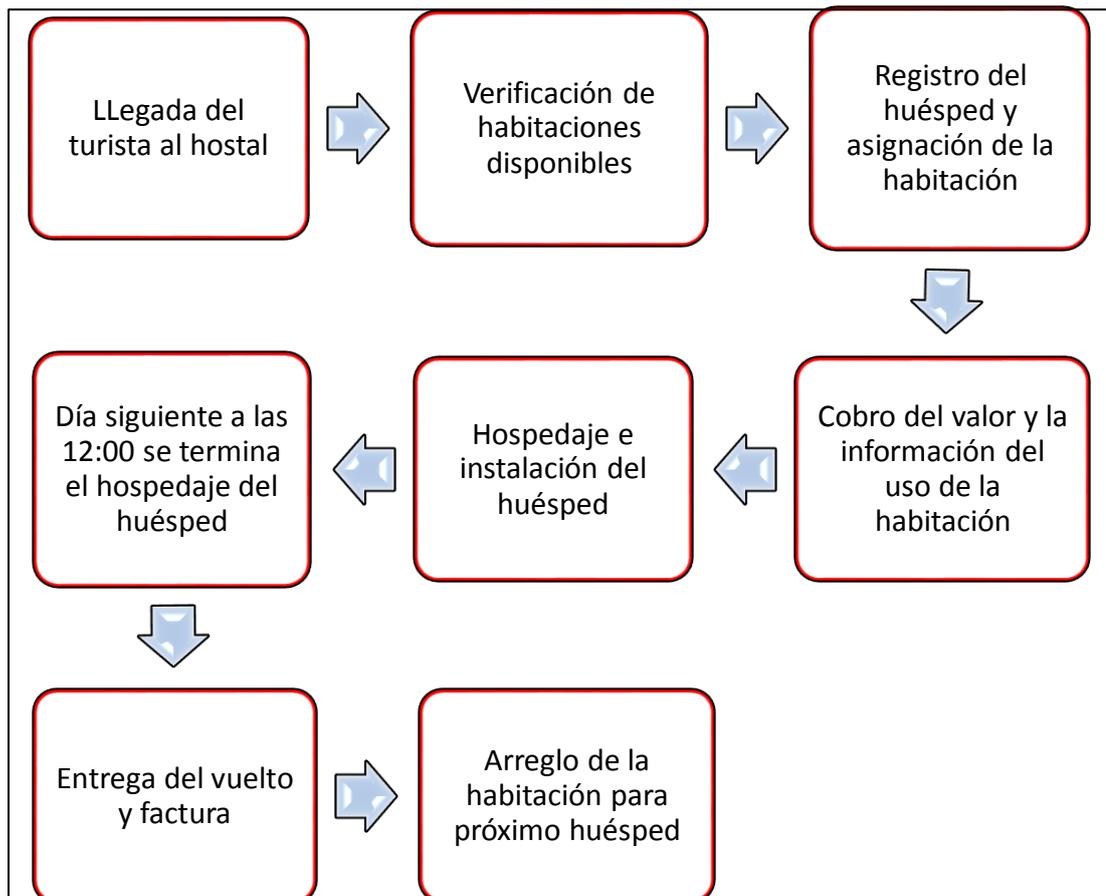
<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUELDO TOTAL</b>
Administrador	1	1,200	1,200
Asistente	3	700	2,100
Personal Seguridad	1	450	450
Personal Limpieza	6	450	2,700
Meseros	6	354	2,124
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 8,574</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.6.5 Diagrama de flujo de proceso

El servicio a ofrecer en la creación del hostel, se refleja en el siguiente diagrama:

Gráfico 36 **DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO**



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.7 SUPUESTOS

Dentro del análisis de factibilidad para la creación del hostel, se han considerado los siguientes supuestos:

#### 4.7.1 Crecimiento en las ventas:

Se considera que durante el horizonte de vida del proyecto va a tener un crecimiento en las ventas anuales del 5%, tomando en consideración la tasa de crecimiento de la población y de la tasa de crecimiento de turistas.

#### 4.7.2 Tasa de crecimiento del precio

En relación al precio para este proyecto se va a tomar en cuenta la tasa de inflación del 4%, considerando que en el 2015 terminó en 3,38 %.

#### 4.7.3 Tasa de descuento del van

Para el cálculo del VAN, se propone una tasa mínima atractiva de retorno del 12%

### 4.8 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

La estimación de la demanda se lo hace en base al servicio que se va a ofertar, en este caso se plantea poner a la venta platos de comidas especiales, y se considera que en las temporadas altas habrá un incremento en la demanda, dando como resultado que durante un año la demanda será de 3,103 productos. Los datos se presentarán en la siguiente tabla:

**Tabla 53 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE VENTA DE CEVICHESES/  
PLATOS**

PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	DEMANDA/ANUAL
CEVICHE MIXTO	180	160	175	60	45	40	65	60	15	20	20	20	860
FILETE DE PESCADO APANADO	165	145	145	60	45	40	75	80	10	10	15	35	825
CAMARONES EN SALSA BLANCA	95	95	100	60	45	40	65	75	20	15	25	40	675
ARROZ MARINERO	98	120	165	60	45	40	60	80	15	10	20	30	743
													3103

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

### 4.9 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos van a estar representados de acuerdo al servicio de hospedaje considerando las temporadas altas y bajas. Para el proyecto se plantea que el

precio para las cabañas matrimoniales es de \$ 15.00 en el día por persona; el hospedaje en la cabaña familiar es de \$ 10.00; considerando las temporadas altas en el día se tendrá un ingreso de USD \$ 1,444.00.

**Tabla 54 INGRESOS POR HOSPEDAJE**

INGRESOS POR HOSPEDAJE	No personas	No de habitaciones	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	PRECIO TOTAL
			PRECIO POR DÍA X PERSONA	PRECIO TOTAL	PRECIO POR DÍA	
CABAÑA MATRIMONIAL	2	4	15	\$ 120.00	\$ 32.00	\$ 256.00
CABAÑA FAMILIAR	6	9	10	\$ 540.00	\$ 22.00	\$1188.00
<b>TOTAL DÍA</b>				<b>\$ 660.00</b>		<b>\$1444.00</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Dada las proyecciones en relación a los ingresos, se considera que los 6 meses de temporada alta que serán en enero, febrero, marzo, julio, agosto y diciembre reportarían un ingreso de USD \$ 31.768 por mes, en las temporadas bajas el ingreso es de USD \$13.200 El total de ingreso anual será de USD \$ 269.808

**Tabla 55 INGRESO ANUAL**

MESES	VALOR
ENERO	\$ 31.768
FEBRERO	\$31.768
MARZO	\$ 31.768
ABRIL	\$ 13.200
MAYO	\$ 13.200
JUNIO	\$ 13.200
JULIO	\$ 31.768
AGOSTO	\$ 31.768
SEPTIEMBRE	\$ 13.200
OCTUBRE	\$ 13.200
NOVIEMBRE	\$ 13.200
DICIEMBRE	\$ 31.768
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 269.808</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.10 PRESUPUESTO DE VENTAS

El cálculo del presupuesto de venta, está conformado por los rubros mensuales de las ventas de los platos de comida que se tiene previsto para este proyecto. Para este ingreso también se va a considerar la temporada alta que serán en enero, febrero y marzo.

El ingreso anual que se va a obtener es de USD \$ 18.536,00 el mismo que se representa en la siguiente tabla:

**Tabla 56\_PRESUPUESTO DE VENTA CEVICHE PLATOS**

INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CEVICHE MIXTO	\$ 1.080,00	\$ 960,00	\$ 1.050,00	\$ 360,00	\$ 270,00	\$ 240,00	\$ 390,00	\$ 360,00	\$ 90,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 5.160,00
FILETE DE PESCADO APANADO	\$ 825,00	\$ 725,00	\$ 725,00	\$ 300,00	\$ 225,00	\$ 200,00	\$ 375,00	\$ 400,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 75,00	\$ 175,00	\$ 4.125,00
CAMARONES EN SALSA BLANCA	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 600,00	\$ 360,00	\$ 270,00	\$ 240,00	\$ 390,00	\$ 450,00	\$ 120,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 240,00	\$ 4.050,00
ARROZ MARINERO	\$ 686,00	\$ 840,00	\$ 1.155,00	\$ 420,00	\$ 315,00	\$ 280,00	\$ 420,00	\$ 560,00	\$ 105,00	\$ 70,00	\$ 140,00	\$ 210,00	\$ 5.201,00
													TOTAL ANUAL \$ 18.536,00

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.11 COSTO DE PRODUCCIÓN

Antes de determinar el precio por el cual se pondrá a la disposición la venta de los platos de comida, se identifica el costo de producción que va en relación de la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Este cálculo permitirá estimar un rubro para la obtención de la materia prima e insumos que se necesitan en la preparación de los platos de comida. En la siguiente tabla se muestran los costos de producción por cada uno de los 4 platos a prepararse.

**Tabla 57 COSTO DE PRODUCCIÓN**

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	
CEVICHE MIXTO	<b>\$ 4.00</b>
FILETE DE PESCADO APANADO	<b>\$ 2.50</b>
CAMARONES EN SALSA BLANCA	<b>\$ 3.25</b>
ARROZ MARINERO	<b>\$ 5.00</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

A continuación se detallará de manera específica los costos de producción de cada uno de los platos de comida:

**Tabla 58 COSTO DE UNA PORCIÓN CEVICHE MIXTO**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRECIO</b>
CEBOLLA	0.05
PIMIENTO	0.05
SAL	0.02
LIMÓN	0.05
ACEITE	0.02
SALSA TOMATE	0.02
PESCADO	0.38
CAMARÓN	0.50
CONCHA	1.00
PULPO	0.35
CHIFLE	0.35
AGUA	0.05
MOSTAZA	0.02
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.86</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 59 CAMARONES EN SALSA BLANCA**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRECIO</b>
CAMARONES	\$ 1.00
CREMA DE LECHE	\$ 0.75
COMINO	\$ 0.02
SAL	\$ 0.02
MANTEQUILLA	\$ 0.10
ARROZ	\$ 0.15
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.04</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 60\_COSTO DE PORCIÓN DE FILETE APANADO**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRECIO</b>
PESCADO	\$ 0.75
HARINA	\$ 0.10
ACEITE	\$ 0.25
SAL	\$ 0.02
COMINO	\$ 0.03
TOMATE	\$ 0.05
CEBOLLA	\$ 0.05
PIMIENTO	\$ 0.05
LIMÓN	\$ 0.05
PORCIÓN ARROZ	\$ 0.15
PATACONES	\$ 0.15
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.65</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

**Tabla 61 COSTO DE PORCIÓN DE ARROZ MARINERO**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRECIO</b>
CAMARÓN	\$ 1.00
CONCHA	\$ 1.00
PULPO	\$ 0.35
CANGREJO	\$ 0.90
SALSA CHINA	\$ .03
ACHIOTE	\$ 0.03
CEBOLLA PERLA	\$ 0.15
TOMATE	\$ 0.05
ACEITE	\$ 0.02
SAL	\$ 0.02
ARROZ	\$ 0.15
PIMIENTO	\$ 0.05
YERBITA	\$ 0.01
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.76</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### **4.12 CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo que se ha proyectado para la implementación del hostel será de USD \$ 151,769.49; este valor está conformado por cada uno de los rubros que van a permitir la puesta en marcha en el área administrativa y operacional.

Los montos están representados por los costos de servicios básicos, gastos administrativos, costos de producción y gastos de ventas, y se tomó como referencia el capital de trabajo de los 3 primeros meses tal como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 62 CAPITAL DE TRABAJO PROYECCIÓN 3 MESES**

<b>GASTOS DE 3 MESES</b>		
	<b>Anual</b>	
SERVICIOS BÁSICOS	\$7.980,00	\$665,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$138.583,89	\$11.548,66
COSTOS DE ALIMENTOS	\$4.485,60	\$373,80
GASTOS DE VENTAS	\$720,00	\$60,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$12.647,46
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO X 3 MESES		\$12.647,46

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### **4.13 VALOR DE DESECHO**

El valor de desecho indicará el remanente de lo invertido en el negocio por los activos fijos depreciados, en este caso, el cálculo se lo realizó bajo un horizonte de proyección de 5 años de acuerdo al método contable.

Este valor será incluido en la estimación del flujo de caja al final del período, el mismo que reflejará como un ingreso más. El valor de salvamento corresponde a USD \$ 70,830.00.

Tabla 63 VALOR DE DESECHO

ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPREC. ANUAL	AÑOS DEPREC.	AÑOS POR DEPRECIARSE	DEPREC. ACUMUL.	VALOR EN LIBRO
<b>EQUIPOS</b>							
Tv 29	4,500.00	10	450.00		0		0.00
Congelador 2	3,150.00	10	315.00		0		0.00
Nevera	3,800.00	10	380.00		0		0.00
-	-	0			0		0.00
Dispensador de agua	870.00	10	87.00		0		0.00
-	-	0			0		0.00
Ollas industriales	150.00	10	15.00		0		0.00
Equipamiento para restaurante	3,450.00	10			0		0.00
<b>ENSERES Y MOBILIARIO</b>							
Vajilla (12 piezas)	250.00	3	83.33		2		166.67
Juego de vasos	320.00	3	106.67		2		213.33
Juego de 20 piezas de Cubiertos y cucharas	600.00	3	200.00		2		400.00
Poma de agua grande para dispensador		3					0.00
Licadoras industriales	624.00	3	208.00		0		0.00
Tostadora	112.00	3	37.33		0		0.00
Sartenes	450.00	3	150.00		0		0.00
		0					0.00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>							
Anaqueles	400.00	5	80.00		0		0.00
							0.00
<b>Obras físicas</b>	<b>140,100.00</b>	20	<b>7,005.00</b>		10		<b>70,050.00</b>
<b>Terreno</b>							
	<b>Depreciación Anual</b>		\$9,117.33	<b>Valor de Salvamento</b>			\$70,830.00

Fuente: Estimaciones del proyecto  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### 4.14 FINANCIAMIENTO.

De acuerdo al estudio financiero, este proyecto ha hecho una proyección en donde determina que el monto de la inversión total es de USD \$ 185,905. Este será el valor total que se necesita para la puesta en marcha de la creación del Hostal.

La inversión inicial está representada de acuerdo a los montos de obras físicas, gastos de constitución y capital de trabajo.

**Tabla 64 INVERSIONES**

<b>INVERSIONES</b>	
Propiedad planta y equipo	\$ 172,858
Gastos de constitución	\$ 400
Capital de trabajo/ capital de operación	\$ 12,647
<b>Total Inversión inicial</b>	<b>\$ 185,905</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Esta es la parte en donde los inversionistas asumen condiciones para el financiamiento del proyecto, bajo las referencias de que el 20% podrá ser el aporte de ellos con un capital propio de USD \$ 37,181; y el 80% será financiado por un préstamo bancario por la cantidad de USD \$ 148,724.

Este crédito estará bajo las condiciones de pagos a 5 años plazo, con una tasa de interés del 11%, con cuotas anuales de USD \$ 40,240.40.

**Tabla 65 CONDICIONES DEL PRÉSTAMO**

Capital propio	\$37.181
Préstamo Bancario	\$148.724
Tasa de interés(anual)	11%
Período (años)	5
<b>PAGO</b>	<b>\$40.240,40</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

Se presenta la tabla de amortización detallando la estructura de pago durante el período de los 5 años:

**Tabla 66 TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERÍODO</b>	<b>PAGO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>CAPITAL VIVO</b>
0				\$148.724,37
1	\$40.240,40	\$16.359,68	\$23.880,72	\$124.843,65
2	\$40.240,40	\$13732,80	\$26507,60	\$98336,05
3	\$40.240,40	\$10816,97	\$29423,43	\$68912,62
4	\$40.240,40	\$7580,39	\$32660,01	\$36252,61
5	\$40.240,40	\$3987,79	\$36252,61	0,00

Fuente: Estimaciones del proyecto  
Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

#### **4.15 FLUJO DE CAJA**

La rentabilidad del proyecto se va a ver reflejada en este flujo de caja, el mismo que permite que el inversionista tome decisiones de acuerdo a los resultados.

En este balance se destacarán los ingresos por el servicio de hospedaje y ventas de comida, los gastos y costos que se van a generar por la producción, los costos que se deben asumir por tributos legales y la responsabilidad de la deuda para el financiamiento.

Los flujos de caja están proyectados para un horizonte de vida de 5 años, dando como resultado flujos positivos indicando que si se podrá cubrir la deuda y obtener ganancias.

**Tabla 67 FLUJO DE EFECTIVO INVERSIONISTA**

<b>FLUJO DE CAJA CON DEUDA</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
INGRESOS POR HOSPEDAJE		269.808,00	283.298,40	283.298,40	283.298,40	283.298,40
INGRESOS POR ALIMENTACIÓN		18.536,00	19.277,44	20.048,54	20.850,48	21.684,50
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>288.344,00</b>	<b>302.575,84</b>	<b>303.346,94</b>	<b>304.148,88</b>	<b>304.982,90</b>
GASTOS DE VTA		(720,00)	(748,80)	(778,75)	(809,90)	(842,30)
GASTOS ADMINISTRATIVOS		(138.583,89)	(144.127,25)	(149.892,34)	(155.888,03)	(162.123,55)
GASTOS SERVICIOS		(7.980,00)	(8.299,20)	(8.631,17)	(8.976,41)	(9.335,47)
COSTOS DE ALIMENTOS		(19.661,25)	(20.447,70)	(21.265,61)	(22.116,23)	(23.000,88)
MENAJE		(58.560,00)	(56.000,00)	(56.000,00)	(56.000,00)	(56.000,00)
GASTOS FINANCIEROS		(16.359,68)	(13.732,80)	(10.816,97)	(7.580,39)	(3.987,79)
DEPRECIACIÓN		(9.117,33)	(9.117,33)	(9.117,33)	(9.117,33)	(9.117,33)
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>(250.982,16)</b>	<b>(252.473,08)</b>	<b>(256.502,16)</b>	<b>(260.488,30)</b>	<b>(264.407,32)</b>
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>37.361,84</b>	<b>50.102,76</b>	<b>46.844,77</b>	<b>43.660,58</b>	<b>40.575,57</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta		(8.219,61)	(11.022,61)	(10.305,85)	(9.605,33)	(8.926,63)
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>29.142,24</b>	<b>41.883,15</b>	<b>38.625,17</b>	<b>35.440,97</b>	<b>32.355,97</b>
<b>(+) Depreciación (de activos fijos)</b>		<b>9.117,33</b>	<b>9.117,33</b>	<b>9.117,33</b>	<b>9.117,33</b>	<b>9.117,33</b>
(-) Inversión	\$ (173.258,00)	-	-	(4.806,00)	-	(12.032,00)
<b>(+) préstamo</b>	\$ 148.724,37					
(-) Capital de trabajo	\$ (12.647)					
<b>(-)Amortización de deuda</b>		<b>(23.880,72)</b>	<b>(26.507,60)</b>	<b>(29.423,43)</b>	<b>(32.660,01)</b>	<b>(36.252,61)</b>
(+) Recuperación capital de trabajo						12647,45767
(+) Valor de desecho						70.830,00
<b>(=)FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ (37.181,09)</b>	<b>14.378,85</b>	<b>24.492,89</b>	<b>13.513,07</b>	<b>11.898,30</b>	<b>76.666,15</b>

Fuente: Estimaciones del proyecto  
 Elaboración: Maira Baquerizo Ortega

## 4.16 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 4.16.1 VAN

Después del cálculo del flujo de caja, se realiza la evaluación del proyecto con la referencia de los flujos netos y con la tasa de descuento del 12%. En esta estimación es posible notar que el proyecto presenta un VAN mayor a cero, con un valor de \$ 62,015.56; reflejando que el proyecto si recupera la inversión.

(=)FLUJO NETO DE EFCTIVO	\$(37.181,09)	\$14.378,85	\$24.492,89	\$13.513,07	\$11.898,30	\$76.666,15
<b>VAN</b>	<b>\$62.015,56</b>					

### 4.16.2 TIR

Dado el resultado del VAN, se obtuvo que la TIR exigida en este proyecto genera una riqueza adicional de 50%. Por lo tanto, es posible concluir que es recomendable realizar el proyecto.

(=)FLUJO NETO DE EFCTIVO	\$(37.181,09)	\$14.378,85	\$24.492,89	\$13.513,07	\$11.898,30	\$76.666,15
<b>TIR</b>	<b>50 %</b>					

## CONCLUSIONES

- ✓ Ayangue es una comuna muy conocida y muy concurrida por turistas, que a diario visitan sus playas y localidades para disfrutar de sus paisajes y su rica gastronomía.
- ✓ Se evidencia la necesidad de la creación de sitios de hospedaje en la comuna de Ayangue, tal como es el caso del Hostal Ayangue, la misma que permitirá potencializar el desarrollo turístico de la zona.
- ✓ Brindar un alojamiento rústico y con material de la zona permite a los visitantes un contacto más cercano con la naturaleza.
- ✓ La propuesta incluye además platos típicos de la zona que dará a los visitantes una oportunidad de conocer más de los aspectos culinarios de la provincia de Santa Elena.
- ✓ El estudio de factibilidad contempla la creación de este tipo de emprendimiento, se pudo determinar mediante el VAN y TIR que la propuesta es factible siempre y cuando se cumpla con todo lo establecido.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Se debe implementar este tipo de proyecto en la comunidad de Ayangue, ya que de esta manera se podrá mejorar considerablemente la demanda de turismo en la zona y por ende dinamizar la economía de la comuna y de sus habitantes.
- ✓ Aprovechar al máximo las potencialidades de la comuna de Ayangue, sitio que es muy conocido, razón por la cual se debe buscar las estrategias para que los turistas visiten la comuna aún más y puedan hospedarse cómodamente en el hostel.
- ✓ Es importante buscar alianzas con las personas que trabajan dando el servicio de paseos en lanchas para poder otorgar otros servicios a los huéspedes, de la misma forma buscar alternativas de paseos para que conozcan mucho más de la comuna Ayangue.
- ✓ Trabajar de manera conjunta con las autoridades relacionadas al turismo a fin de que puedan contribuir en el desarrollo de la comuna y del hostel, siempre pensando en el bienestar colectivo, donde se vean beneficiados todos los actores inmersos en el proyecto.
- ✓ Desarrollar la propuesta de creación del Hostel Ayangue en la comuna del mismo nombre, siguiendo todos los lineamientos y parámetros establecidos, para que pueda funcionar correctamente sin contratiempos y así recuperar la inversión en el tiempo establecido.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (1991). *Administración del turismo: conceptualización y organización* (Vol. 4ta Edición). Trillas.
- Acevedo, K. (2010). *Estudio de Factibilidad*. Universidad de Atlántico.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos* (Vol. 4ta Edición). México: Mc. Graw Hill.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson-Prentice Hall.
- Duplan, S. (2006). *Factibilidad Hotelera: Análisis y Evaluación*. México: Trillas.
- Jácome, W. (2005). *Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos de la inversión*. Ecuador: Universitaria.
- Litardo Zarsoza, V. J. (2012). *Plan de promoción del Cristo de las Aguas de Ayangue*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Paredes, W., & Paredes, N. (2011). *Investigación Acción*. Rijabal.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Mc. Graw Hill.
- Urbina, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Mc. Graw Hill.

## INSTITUCIONES CONSULTADAS

- Cabildo Comuna Ayangue. (2012). Actividades tradicionales de la Comuna. (M. Baquerizo, Entrevistador)

- ESPOL. (2013). *Análisis de vulnerabilidad del cantón Santa Elena*. Guayaquil: Centro del Agua y Desarrollo Sustentable.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*.
- Santa Elena EP. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado de Colonche*. Santa Elena.
- Santiago de Guayaquil. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Santa Elena*. Santa Elena

#### **LEYES - CÓDIGOS**

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de la producción, Comercio e Inversiones*. Quito.
- Asamblea Nacional. (2012). *Ley Orgánica de Turismo*. Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Quito: Editora Nacional.
- Senplades. (2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2013 - 2017*. Quito

#### **OTRAS FUENTES**

- Agencia de Noticias Andes. (Enero de 2016). *Visitas de Turistas a Ecuador*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/visitas-turistas-ecuador-subieron-64-primer-trimestre-2015.html>
- Ecuador. *Mapa Provincia de Santa Elena*. Obtenido de [viajandox.com/santa\\_elena/santa-elena-canton.htm](http://viajandox.com/santa_elena/santa-elena-canton.htm)
- Salinas Tomalá, P. (2012). Antecedentes Comuna Ayangue. (M. B. Ortega, Entrevistador)

## ANEXOS

### ANEXO 1 FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFÍA 1



FOTOGRAFÍA 2



Visita a la Casa Comunal de Ayangue y entrevista a los directivos

**FOTOGRAFÍA 3**



**FOTOGRAFÍA 4**



**Encuesta realizada a comuneros de Ayangue**

**FOTOGRAFÍA 5**



**FOTOGRAFÍA 6**



**Encuestas realizadas a turistas en la comuna Ayangue**



## ANEXO 2 FORMATO DE ENTREVISTA

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

### ENTREVISTA PARA LOS SERVIDORES TURÍSTICOS

**Objetivo:** Obtener información relevante que contribuya a la investigación para elaborar un Estudio de Factibilidad para la creación de un Hostal en la Comuna Ayangue, Provincia de Santa Elena.

**1.- ¿Para usted, que ventajas traería un nuevo hostal dentro de la comuna?**

---

---

**2.- ¿Desde su punto de vista un Hostal aportaría al desarrollo económico y Social en la comunidad?**

---

---

**3.- ¿Con la creación de un nuevo hostal, se mejoraría la oferta turística en la Comunidad?**

---

---

**4.- ¿Usted cree que con la creación de un hostal en la comuna Ayangue, se reduciría el índice de desempleo?**

---

---

**5.- ¿Ayudaría usted a la promoción de un nuevo Hostal en la Comuna?**

---

---

**6.- ¿Qué recomendaciones daría usted para la construcción del nuevo hostal?**

---

---



**ANEXO 3 FORMATO DE ENCUESTA**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**ENCUESTAS A TURISTAS**

**Objetivo:** Recaudar información que aporte al estudio de Factibilidad para la creación de un Hostal en la Comuna Ayangue, Provincia de Santa Elena.

<b>1.- ¿A qué cantón pertenece?</b> a) La Libertad <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) Santa Elena <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) Salinas <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>3.- ¿Cuál es su estado civil?</b> a) Soltero <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) Casado <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>5.- ¿A qué actividad productiva se dedica?</b> a) Empresario <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) Microempresario <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) Empleado Publico <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> d) Empleado Privado <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> e) Agricultor <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> f) Ganadero <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> g) Ninguno <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>7.- Al momento de seleccionar un lugar turístico. ¿Qué region del Ecuador prefiere?</b> a) Costa <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) Sierra <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) Oriente <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> d) Insular <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>9.- ¿Qué tipo de establecimiento turístico preferiría hospedarse?</b> a) Hotel <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) Hostal <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) Hospederia <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>11.- ¿Estaría de acuerdo con la creacion de un Hostal en la Comuna Ayangue?</b> a) Si <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) No <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>13.- ¿Los turistas podrán tener nuevas alternativas de relajacion en la comuna Ayangue, gracias a los servicios que ofrece la creacion de un Hostal?</b> a) Totalmente desacuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) Ni en desacuerdo, ni de acuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> d) De acuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> e) Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>

<b>2.- ¿A qué genero pertenece?</b> a) Femenino <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) Masculino <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>4.- ¿Cuál es su edad?</b> a) 16 – 20 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) 21 – 25 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) 26 – 30 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> d) 31 – 35 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> e) 36 en adelante <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>6.- ¿Cuál es su nivel de ingresos económicos?</b> a) Menos de \$240.00 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) \$240.00 - \$500.00 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) \$501.00 - \$750.00 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> d) 751.00 - \$1000.00 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> e) \$1000.00 en adelante <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> f) Ninguno <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>8.- ¿A qué sitio turístico acude con frecuencia?</b> a) Playa <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) Campo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>10.- ¿Conoce usted la Comuna Ayangue?</b> a) Si <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) No <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>12.- ¿Con la creación de un Hostal en la comuna Ayangue, se obtendra mayor reconocimiento de los lugares turísticos que posee la Parroquia Colonche?</b> a) Totalmente desacuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) En desacuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) Ni en desacuerdo, ni de acuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> d) De acuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> e) Totalmente de acuerdo <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>
<b>14.- Cuánto esta dispuesto a pagar por un servicio de alojamiento?</b> a) \$15.00 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> b) \$20.00 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/> c) \$25.00 <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>

<p><b>15.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un desayuno?</b></p> <p>a) \$3.00 <input type="text"/></p> <p>b) \$3.50 <input type="text"/></p> <p>c) \$4.00 <input type="text"/></p>
<p><b>17.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una merienda?</b></p> <p>a) \$3.50 <input type="text"/></p> <p>b) \$4.50 <input type="text"/></p> <p>c) \$5.00 <input type="text"/></p>
<p><b>19.- ¿Qué tipo de desayuno le agradaría degustar en un Hostal?</b></p> <p>a) Desayuno continental <input type="text"/></p> <p>b) Humitas <input type="text"/></p> <p>c) Tortillas de maíz <input type="text"/></p>
<p><b>21.- ¿Qué tipo de merienda le agradaría degustar en un Hostal?</b></p> <p>a) Arroz con menestra y chuleta <input type="text"/></p> <p>b) Postres y bocadillos <input type="text"/></p>
<p><b>23.- ¿Cuál es su hobby?</b></p> <p>a) Deporte <input type="text"/></p> <p>b) Musica <input type="text"/></p> <p>c) Lectura <input type="text"/></p> <p>d) Viajar <input type="text"/></p>
<p><b>25.- Que tipo de turismo practica más?</b></p> <p>a) Turismo de aventura <input type="text"/></p> <p>b) Turismo ecológico <input type="text"/></p> <p>c) Turismo de sol y playa <input type="text"/></p> <p>d) Turismo con actividades nocturna <input type="text"/></p>
<p><b>27.- ¿Qué atributo considera mas importante al momento de alojarse en un establecimiento turístico?</b></p> <p>a) Precio <input type="text"/></p> <p>b) Calidad <input type="text"/></p> <p>c) Seguridad <input type="text"/></p> <p>d) Presentación <input type="text"/></p>
<p><b>29.- ¿Qué servicio adicional le gustaria que ofrezca un Hostal?</b></p> <p>a) Tv cable <input type="text"/></p> <p>b) Recoleccion fruta <input type="text"/></p> <p>c) Internet <input type="text"/></p> <p>d) Deportes <input type="text"/></p> <p>e) Otros <input type="text"/></p>

<p><b>16.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un almuerzo?</b></p> <p>a) \$3.50 <input type="text"/></p> <p>b) \$4.00 <input type="text"/></p> <p>c) \$4.50 <input type="text"/></p>
<p><b>18.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el servicio de entretenimiento?</b></p> <p>a) \$4.00 <input type="text"/></p> <p>b) \$5.00 <input type="text"/></p> <p>c) \$6.00 <input type="text"/></p>
<p><b>20.- ¿Qué tipo de almuerzo le agradaría degustar en un Hostal?</b></p> <p>a) Seco de pollo o pato <input type="text"/></p> <p>b) Ceviche de mariscos <input type="text"/></p>
<p><b>22.- Según su apreciación ¿Qué estilo debería tener un Hostal?</b></p> <p>a) Villa <input type="text"/></p> <p>b) Dos plantas <input type="text"/></p> <p>c) Cabañas <input type="text"/></p>
<p><b>24.- ¿Qué actividad realiza con mayor frecuencia en sus tiempos libres?</b></p> <p>a) Viajar <input type="text"/></p> <p>b) Quedarse en casa <input type="text"/></p> <p>c) Realizar deportes <input type="text"/></p> <p>d) Cursos vacacionales <input type="text"/></p> <p>e) Otros <input type="text"/></p>
<p><b>26.- ¿Cuáles de los siguientes sitios turísticos de la Ruta del Spondylus seria de su mayor agrado visitar?</b></p> <p>a) San Pablo <input type="text"/></p> <p>b) Colonche <input type="text"/></p> <p>c) Montañita <input type="text"/></p> <p>d) Ayangué <input type="text"/></p> <p>e) Olón <input type="text"/></p> <p>f) San José <input type="text"/></p>
<p><b>28.- De los siguientes sitios. ¿Dónde le gustaría acudir?</b></p> <p>a) Rios <input type="text"/></p> <p>b) Playas <input type="text"/></p> <p>c) Bosque <input type="text"/></p> <p>d) Cavernas <input type="text"/></p>
<p><b>30.- Para el reconocimiento del Hostal. ¿Cuál sería el medio mas elemental para publicar su creación y los servicios que ofrece?</b></p> <p>a) Hojas volante <input type="text"/></p> <p>b) Trípticos <input type="text"/></p> <p>c) Vallas publicitarias <input type="text"/></p> <p>d) Propaganda televisiva <input type="text"/></p> <p>e) Propaganda radial <input type="text"/></p> <p>f) Internet <input type="text"/></p> <p>g) Otros <input type="text"/></p>

