



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y
TURÍSTICAS**

CARRERA: HOTELERÍA

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS HOTELERAS

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS
ECOLÓGICAS EN EL BALNEARIO LA LUCHA UBICADO EN EL BIO-CORREDOR
TURÍSTICO SANTA ANA – POZA HONDA, 2021”**

AUTORA:

ARTEAGA ALCIVAR DANIELA GUADALUPE

TUTOR:

ING. LIZANDRO ANTONIO MOLINA SABANDO

MANTA - MANABÍ – ECUADOR

2020

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con mucho cariño a mis padres Dixon Arteaga y Fanny Alcívar, dos ejemplos a seguir que siempre me han inculcado valores que me engrandecen como persona. En especial lo dedico a mi esposo Christian Ormaza, compañero incondicional que ha sido mi mayor apoyo en este proceso, quien ha demostrado ser un grandioso esposo y padre; a mi hija Paulette Ormaza, ella que es mi gran orgullo y fortaleza, quien me inspira para ser mejor madre, persona y profesional, por quien quiero alcanzar todas mis metas para ser su ejemplo para seguir.

Daniela Arteaga Alcívar

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme seguir con vida junto a mi familia, por ser mi mayor fortaleza y guía, por bendecir mi camino, mismo que me ha llevado a cumplir mis metas.

Agradezco a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a la Facultad de Hotelería y Turismo, en especial a los docentes y directivos que comparten sus conocimientos para formar nuevos profesionales. A mi tutor de trabajo de titulación el Ingeniero Lizandro Molina quien ha sabido guiarme en este transcurso del proyecto con su experiencia, ayuda y consejos que fueron determinantes para mi proyecto de investigación.

Agradezco a mi familia en especial a mi esposo quien estuvo a mi lado en todo momento brindándome su apoyo incondicional, siendo el padre dedicado y amoroso que mi hija necesitaba en mis momentos de ausencia ocasionados por el tiempo dedicado a la realización de mi proyecto de titulación.

Daniela Arteaga Alcívar

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
Resumen	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
Planteamiento del Problema	13
Justificación	15
Objetivos.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos	16
Misión, Visión y Valores.....	17
CAPITULO I	18
Marco Referencial	18
CAPÍTULO II.....	24
Modelo de Negocios	24
Segmentación de clientes.....	25
Demanda	26
Análisis de la Oferta	26
Canales.....	27
Relación con los clientes.....	28
Propuesta de valor.....	29
Dominio web	31
Proveedores.....	32
Actividades Claves	32
CAPITULO III.....	34
Metodología de la Investigación.....	34
Tipo de Investigación.....	34
Investigación de Campo.....	34

Recursos.....	35
Estudio técnico.....	37
Análisis FODA	38
Descripción del producto/servicio	40
CAPITULO IV	45
Estudio Económico Financiero.....	45
Costo Unitario de Producción.....	45
Estructura de Costos Y Gastos.....	46
Sueldos y salarios	47
Proyección de Ventas.....	50
Plan de Inversión	53
Líneas de Financiamiento	55
Balance de estado de situación inicial	56
Flujo de Caja Proyectado (5 Años).....	57
Estado de Resultados Proyectados (5 Años).....	58
Estado de Situación Financiera Proyectado (5 Años).....	59
Evaluación Financiera.....	60
VAN.....	60
TIR.....	61
Relación Beneficio/Costo (Rbc)	61
Razones Financiera	62
Liquidez	62
Endeudamiento	62
Rentabilidad.....	62
Impacto ambiental	63
Conclusiones.....	64
Recomendaciones	65
BIBLIOGRAFÍAS	65
Anexos	68

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: MODELO DE NEGOCIOS CANVAS	35
TABLA 2: CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA.....	36
TABLA 3: ANALISIS FODA.....	38
TABLA 4: ANÁLISIS FODA.....	38
TABLA 5: TIPOS DE CABAÑAS	41
TABLA 6: DESCRIPCIÓN DE LAS CABAÑAS DOBLES	41
TABLA 7: DESCRIPCION DE LA CABAÑA MATRIMONIAL.....	42
TABLA 8: DESCRIPCIÓN DE LA CABAÑA FAMILIAR.....	43
TABLA 9 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS ADMINISTRATIVAS	44
TABLA 10 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS ADMINISTRATIVAS	45
TABLA 11: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	45
TABLA 12: MATERIA PRIMA.....	47
TABLA 13: COSTO DE MANTENIMIENTO	47
TABLA 14: MATERIALES DE LIMPIEZA.....	47
TABLA 15: SUELDOS Y SALARIOS DEL PRIMER AÑO	48
TABLA 16: SUELDOS Y SALARIOS	48
TABLA 17: GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN.....	48
TABLA 18: MATERIALES DE OFICINA	49
TABLA 19: MATERIALES DE COMPUTACIÓN.....	49
TABLA 20: GASTOS DE MANTENIMIENTO.....	49
TABLA 21: SERVICIOS PRESTADOS	50
TABLA 22: SEGUROS	50
TABLA 23: GASTOS DE MARKETING	50
TABLA 24: MERCADO META	51
TABLA 25: PROYECCIÓN DE CONSUMO MENSUAL.....	52
TABLA 26: PROYECCIÓN DE INGRESOS DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS	52
TABLA 27: PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUAL DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS.....	52
TABLA 28: INCREMENTO DE VOLUMEN Y PRECIOS POR CABAÑA ECOLÓGICA.....	53
TABLA 29: PLAN DE INVERSIÓN	54
TABLA 30: ESTRUCTURAS DE LA INVERSIÓN.....	54
TABLA 31: ORIGEN DE FONDOS	55
TABLA 32: ESTRUCTURA ACCIONARIA	55
TABLA 33: PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS.....	56
TABLA 35: FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	57
TABLA 36: ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	58
TABLA 37: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO.....	59
TABLA 38: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO.....	60
TABLA 39: CALCULO DE LA MUESTRA FINITA	76
TABLA 40: EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS.....	77
TABLA 41: GENERO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS.....	78
TABLA 42: INFORMACIÓN SOBRE LA OFERTA	79
TABLA 43: PREFERENCIA DE HOSPEDAJE	80
TABLA 44: CONOCIMIENTO DE LUGAR DE HOSPEDAJE.....	81
TABLA 45: CONOCE EL BALNEARIO LA LUCHA	82
TABLA 46: LE GUSTARÍA HOSPEDARSE EN CABAÑAS ECOLÓGICAS.....	83
TABLA 47: FRECUENCIA DE HOSPEDAJE	84
TABLA 48: TIPO DE CABAÑA QUE ALQUILARÍA.....	85
TABLA 49: SERVICIO QUE LE GUSTARÍA QUE EXISTIERAN EN LAS CABAÑAS.....	86
TABLA 50: CON QUIEN VISITARÍA LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS	87

TABLA 51: ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR EN LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS	88
TABLA 52: CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA CABAÑA ECOLÓGICA.....	89
TABLA 53: FORMA DE PAGO	90
TABLA 54: MEDIO DE INFORMACIÓN.....	91
TABLA 55: CAPACIDAD DE LA COMPETENCIA	93
TABLA 56: ACTIVIDADES DE FIDELIZACIÓN	93
TABLA 57: PERFIL DEL ADMINISTRADOR	94
TABLA 58: PERFIL DEL ENCARGADO DE RECEPCIÓN	94
TABLA 59: PERFIL DEL OBRERO.....	94
TABLA 60: GASTOS DE CONSTRUCCIÓN DE LA CABAÑA MATRIMONIAL.....	95
TABLA 61: EQUIPAMIENTO DE LA CABAÑA MATRIMONIAL.....	96
TABLA 62: GASTOS DE CONSTRUCCIÓN DE LAS CABAÑAS DOBLES	97
TABLA 63: GASTOS DE EQUIPAMIENTO DE LAS CABAÑAS DOBLES.....	97
TABLA 64: GASTOS DE CONSTRUCCIÓN DE LAS CABAÑAS MATRIMONIALES	98
TABLA 65: GASTOS DE EQUIPAMIENTO DE LAS CABAÑAS FAMILIARES	98
TABLA 66: GASTOS DE ACTIVOS FIJOS PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA.....	99
TABLA 67: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA.....	99
TABLA 68: INVERSIONES DIFERIDAS	99
TABLA 69: GASTOS DE ADECUACIÓN	100
TABLA 70: GASTOS DE REGISTRO DE LA MARCA SENADI.....	100
TABLA 71: GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS.....	100
TABLA 72: GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS.....	100
TABLA 73: GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS.....	101
TABLA 74: GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS.....	101
TABLA 75: INVERSIÓN EQUIPOS DE OFICINA	102
TABLA 76: INVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	102
TABLA 77: INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES.....	102
TABLA 78: INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	102
TABLA 79: DEPRECIACIÓN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	103
TABLA 80: FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	103
TABLA 81: BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	104
TABLA 82: TASA WACC.....	104
TABLA 83: CALCULO WACC.....	104
TABLA 84: FLUJOS DE FONDO DE PROYECTO.....	105
TABLA 85: TIR/VAN	106
TABLA 86: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	106
TABLA 87: VALOR POR RECUPERAR	106
TABLA 88: PUNTO DE EQUILIBRIO CANTIDAD.....	106
TABLA 89: PUNTO DE EQUILIBRIO \$	107
TABLA 90: PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	107
TABLA 91: DESCRIPCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	108

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1: LOCALIZACION DEL PROYECTO.....	37
GRÁFICO 2: LOGO DE LA EMPRESA	39
GRÁFICO 3: DISEÑO DEL INTERIOR DE LA CABA DOBLE	42
GRÁFICO 4: DISEÑO DEL EXTERIOR DE LA CABAÑA DOBLE.....	42
GRÁFICO 5: DISEÑO DEL INTERIOR DE LA CABAÑA MATRIMONIAL	43
GRÁFICO 6: DISEÑO DE INTERIOR DE CABAÑA MATRIMONIAL.....	43
GRÁFICO 7 DISEÑO DEL INTERIOR DE LA CABAÑA FAMILIAR	44
GRÁFICO 8 DISEÑO DEL EXTERIOR DE LA CABAÑA FAMILIAR	44
GRÁFICO 9: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.....	54
GRÁFICO 10: EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS.....	77
GRÁFICO 11: GENERO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	78
GRÁFICO 12: INFORMACIÓN SOBRE LA OFERTA.....	79
GRÁFICO 13: PREFERENCIA DE HOSPEDAJE	80
GRÁFICO 14: CONOCIMIENTO DE LUGAR DE HOSPEDAJE.....	81
GRÁFICO 15: CONOCE EL BALNEARIO LA LUCHA.....	82
GRÁFICO 16: LE GUSTARÍA HOSPEDARSE EN CABAÑAS ECOLÓGICAS	83
GRÁFICO 17: FRECUENCIA DE HOSPEDAJE.....	84
GRÁFICO 18: TIPO DE CABAÑA QUE ALQUILARÍA	85
GRÁFICO 19: SERVICIO QUE LE GUSTARÍA QUE CONTARAN LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS	86
GRÁFICO 20: CON QUIEN VISITARÍA LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS.....	87
GRÁFICO 21: ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR EN LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS	88
GRÁFICO 22: CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL ALQUILER DE UNA CABAÑA ECOLÓGICA	89
GRÁFICO 23: FORMA DE PAGO.....	90
GRÁFICO 24: MEDIO DE INFORMACIÓN	91

Resumen

El ser humano por naturaleza está inmerso en el turismo, busca beneficiarse de las bondades de lugares distintos a su entorno, para obtener el descanso y disfrute deseado, en un ambiente agradable donde pueda relajarse y disfrutar. El turismo también se destaca como una actividad lucrativa e importante fuente generadora de empleo y producción.

Durante la pandemia mundial se ha visto un gran cambio con los procesos de descanso, recreación y hospedaje principalmente en ubicaciones con espacios encerrados, por no ser contagiados del COVID-19 y evitar la expansión de este. Hay que resaltar que hoy en día los turistas optan por hospedarse en lugares que estén al aire libre, en espacios naturales y alejados de la contaminación y estrés de la ciudad, pero también existen empresas que aun así brindan servicios que no cumplen con las medidas de seguridad y exigencias de los turistas. Mi propuesta de creación de este proyecto pretende satisfacer las necesidades de cada cliente y sobre todo cumplir con las medidas de bioseguridad, brindando un servicio de calidad y un ambiente seguro basado en un conjunto de cabañas ecológicas ubicadas en uno de los balnearios más reconocidos del cantón Santa Ana el cual se encuentra ubicado en la comunidad la Lucha, el mismo que brindara los servicios de hospedaje y distracción rodeados de un ambiente natural, de culturas y tradiciones folklóricas montubias.

Palabras claves: turismo rural, cabañas ecológicas, balneario la Lucha, estudio de factibilidad, bio corredor turístico Santa Ana – Poza Honda.

Abstract

The human being by naturalness is immersed in tourism, seeks to benefit from the benefits of places other than their environment, to obtain the desired rest and enjoyment, in a pleasant environment where you can relax and enjoy. Tourism also stands out as a lucrative activity and important source of employment and production.

During the global pandemic, a great change has been seen with the processes of rest, recreation and lodging mainly in locations with enclosed spaces, for not being infected with COVID-19 and avoiding the expansion of this. It should be noted that today tourists choose to stay in places that are outdoors, in natural spaces and away from the pollution and stress of the city, but there are also companies that still provide services that do not meet the safety measures and demands of tourists. My proposal to create this project aims to meet the needs of each client and above all comply with biosecurity measures, providing a quality service and a safe environment based on a set of ecological cabins in one of the most recognized spas of the Santa Ana canton which is located in the community of La Lucha, the same one that will provide the services of lodging and distraction surrounded by a natural environment, cultures and folkloric traditions montubias.

Introducción

En los últimos cuarenta años el medio rural ha tenido diversas transformaciones, modificando el entorno paisajístico que va estrictamente relacionado con las actividades del lugar (Rubio, 2015).

En América Latina existen muchas comunidades que practican el turismo rural y su economía suele basarse en las actividades que estas realizan mediante el aprovechamiento de sus recursos ya sean naturales o culturales (Pérez, 2010).

En la actualidad el Turismo es una de las actividades más necesarias dentro de la economía a nivel mundial, siendo uno de los sectores con recreación ecológica y lugares atractivos donde el ser humano se beneficia de aquello creando un ambiente agradable, pero también se destaca actividades con la capacidad de generar más empleo y producción, de manera directa e indirecta.

En el Ecuador se evidencia la progresividad de actividades turísticas de tal modo que se convierte en un elemento sustancial y de desarrollo sostenible, ya que el Turismo sirve para activar, dignificar, y reconocer el valor del medio ambiente, mediante la ejecución de programas eco y agroturísticos en las zonas rurales, como motivación de concientizar a la humanidad a equiparar ambas partes para crear un desarrollo sostenible.

Por otra parte, los diversos tipos de productos o servicios turísticos dependen del estado de conservación de los recursos naturales y culturales, a partir de ellos se puede ofrecer ambientes acogedores muy seguros que permitan a los turistas nacionales, internacionales disfrutar al aire libre, de un descanso más acogedor, con una diversidad de paisajes, vistas panorámicas que permitan el deleite de quienes visitan estos sitios.

Santa Ana predomina por ser una tierra plenamente rica en recursos naturales, tiene bosques y paisajes encantadores para el desarrollo del ecoturismo, balnearios naturales de agua dulce bastante concurridos a lo largo de los objetivos de semana y la represa Poza Honda para la práctica de deportes acuáticos, establos con ganados caballar y bovino, su fauna y flora resultan atractivos de mucho costo para el turista, su gente alegre y trabajadora se caracteriza por sus creencias religiosas.

En el caso particular del balneario rural la Lucha ubicado en Santa Ana es un sitio muy privilegiado por sus aguas cristalinas de su río, su vegetación, su fauna, su entorno natural y complementariamente se puede degustar de una gastronomía típica agradable, preparada con insumos y materias primas propias de la zona.

Las localidades rurales son el punto clave para el desarrollo de esta modalidad turística, esto es porque son áreas con mayor riqueza natural y cultural, lo que conlleva el uso correcto de sus recursos implementando actividades, servicios, infraestructura como elementos complementarios; sin embargo, es necesario tener en cuenta la preservación ambiental, evitando en todo momento los problemas de contaminación como resultado de la presencia de los turistas en la zona, es por esto que toda actividad debe visualizarse con parámetros de sostenibilidad (Valle, 2017).

El estudio de factibilidad que se pretende ejecutar para la implementación de Cabañas Ecológicas, pretende convertir al Balneario “La Lucha” en Santa Ana, como uno de los sectores turísticos exóticos y recreativos para los turistas nacionales y extranjeros, con la finalidad de crear un vínculo con la naturaleza despojándose de tensiones, del estrés, y de esta manera contribuir a la conservación sostenible del medio ambiente.

Planteamiento del Problema

A nivel mundial el turismo pertenece a los componentes que han contribuido de forma notable en el desarrollo social, económico, cultural y ambiental, no obstante, las primordiales preocupaciones sobre la actividad se centran en la utilización ilógica de los recursos naturales, y su contribución a la culturización de varios pueblos ancestrales. Por otro lado, la contaminación y saturación de los destinos turísticos de todo el mundo han afectado de manera negativa en el desequilibrio ecológico de interrelación y libertad entre las personas y la naturaleza, lo que ha conllevado a una crisis mundial.

Estudiando las expectativas de los intereses de los turistas nacionales y extranjeros en visión a los gustos que van variando a través del tiempo, siendo uno de los acontecimientos más frecuentes es buscar otros lugares recreativos que cumplen con las necesidades de estos, donde se dan a conocer compartiendo así culturas diversas con los visitantes. Por otra parte, la contaminación y saturación de los destinos turísticos de todo el mundo, ha afectado de manera negativa en el desequilibrio ecológico de interrelación y libertad entre la gente y la naturaleza, lo que ha conllevado a una crisis universal.

En Ecuador, así como en otros territorios de todo el mundo, el turismo de aventura, naturaleza, ecoturismo, agroturismo y sobre todo el turismo rural se perfilan como las maneras con más demandas a causa de los visitantes.

Para la comunidad La Lucha, direccionar un turismo rural que fomente el interés de sus habitantes por la naturaleza y que establezca un modelo de auto desarrollo sostenible, significa crear un brazo ejecutor de fortalezas por el orgullo de lo que son y lo que pueden hacer, para contribuir a su cantón. Esto podría ayudar a que el proceso de pérdida de valores naturales sea frenado, cuando la comunidad los fomenta y progresa debido al turismo. Como fenómeno social, el turismo permite la generación de nuevas fuentes de trabajo y competencias técnicas para el recurso

humano, pero también irrumpe en los modos de vida, y relaciones sociales originales de las poblaciones anfitrionas (Bosh, Suárez y Olivarez, 2019).

El principal motivo por el que las personas visitan Santa Ana es por turismo (73,08%), el segundo motivo o razón de llegar a esta ciudad es por negocios (14,74%), mientras que la tercera causa porque se visita este cantón es por visitar amigo y familiares (12,18%). Santa Ana es un cantón privilegiado de Manabí. Su extenso patrimonio natural adornado por montañas colosales y ríos ha permitido que sus pobladores desarrollen una conexión especial con la naturaleza, de ahí, su exquisita oferta gastronómica y calidez humana (Bosh, Suárez y Olivarez, 2019).

Desde este punto de vista, para la comunidad La Lucha el turismo rural sería una herramienta productiva, permitiendo fortalecer la economía de las personas que están involucrados en la población, ya que sin alejarlos de sus actividades tradicionales podrían generar propuestas alternativas que incrementarían sus ingresos con el progreso del turismo, lo que significaría la generación de ingresos económicos igualitarios en donde los beneficiarios directos son todos los habitantes de la comunidad, gracias al manejo sostenible de sus recursos (Blanco y Rivero, 2011).

Sin embargo, pese a todas estas potencialidades turísticas no se puede aprovechar toda su fortaleza ya que en el balneario la Lucha no se dispone de lugares de alojamiento para los turistas amantes de la naturaleza lo cual no permite un desarrollo sostenible del turismo en este balneario.

Formulación del problema

¿Cómo el estudio de factibilidad de un proyecto de emprendimiento de Cabañas Ecológicas en el Balneario “La Lucha” ubicado en el Bio-corredor Turístico de Santa Ana – Poza Honda puede convertirse en una posibilidad de desarrollo sostenible del turismo rural?

Justificación

Según datos del Ministerio de Turismo en el 2019 la llegada de extranjeros a Ecuador fue de 1.381.726 cantidad que equivale al 4% de crecimiento (Ministerio de Turismo, 2020).

La provincia de Manabí posee un atractivo turístico único en la costa ecuatoriana. La diversidad de paisajes, balnearios, cultura y hasta su gastronomía hacen a Manabí uno de los lugares preferidos por turistas nacionales y extranjeros (Gobierno de la República del Ecuador, 2021).

Santa Ana es uno de los cantones con mayor proyección turística, tanto que la ciudadanía de las poblaciones asentadas a los costados del afluente construyó, espacios de diversión, amigables al ambiente. Los balnearios de agua dulce como el Badén de La Poza o la Cascada de la Finca y el balneario la Lucha, son lugares únicos para el disfrute de los visitantes. (parafrasee)

La creación del proyecto de las cabañas ecológicas en la comunidad la Lucha con servicio de hospedaje y actividades turísticas en la zona es un plan de inversión y rentabilidad que van acorde a las necesidades de la comunidad y de los visitantes. El negocio se enfoca en satisfacer las necesidades insatisfechas de los clientes, ante la ausencia de establecimientos de alojamiento, con una atención adecuada y oportuna en hospedaje y acompañamiento a los visitantes en los recorridos por los sitios cercanos. La ciudadanía en general pugna por satisfacer muchas necesidades que no han sido aprovechadas por parte de aquellas personas que tienen ese espíritu emprendedor.

Es necesario señalar que con la implementación de este complejo de cabañas se estará fortaleciendo la planta turística del cantón Santa Ana.

Objetivos

Objetivo General

· Realizar el estudio de factibilidad sobre la implementación de cabañas ecológicas en el balneario la Lucha ubicado en el bio corredor turístico Santa Ana – Poza Honda.

Objetivos Específicos

· Establecer los fundamentos teóricos y legales relacionados al emprendimiento de un establecimiento de alojamiento en el balneario la Lucha en el cantón Santa Ana Manabí.

· Identificar el segmento de clientes a quienes va dirigida la propuesta, a través del estudio de mercado.

· Establecer la propuesta de valor en función a la oferta de los servicios de alojamiento en el balneario la Lucha del cantón Santa Ana a través del plan de negocios.

· Identificar los recursos, actividades claves y los posibles socios para el establecimiento de alojamiento.

· Realizar el análisis financiero para determinar la rentabilidad del proyecto a través del estado de pérdidas y ganancias.

- Generar fuentes de trabajo.

Misión, Visión y Valores

Misión

Brindar servicios de alojamiento con calidad, eficiencia, responsabilidad y honestidad para lo cual contara con un personal profesionalmente capacitado para mejorar los servicios de la empresa y lograr la fidelización de los clientes.

Visión

El complejo de cabañas ecológicas “ECO PARADISE” en el año 2025 se convertirá en una de las instalaciones de hospedaje más reconocidas y posesionadas en el servicio del turismo rural.

Valores y otros aspectos

- ✓ **Responsabilidad:** es responsabilidad de los propietarios y trabajadores que el huésped reciba a plenitud los servicios ofrecidos.
- ✓ **Respeto:** garantizamos justicia y equidad a todos los clientes internos y externos.
- ✓ **Disciplina:** es un factor primordial en el cumplimiento de nuestros objetivos.
- ✓ **Integridad:** debemos mantener nuestra integridad en todos nuestros actos.
- ✓ **Confiabilidad:** generar confianza y certeza en todo momento.
- ✓ **Honestidad:** Trabajamos de manera respetuosa y honrada.

CAPITULO I

Marco Referencial

La provincia de Manabí en los últimos años provee de varios atractivos turísticos, generando credibilidad en los visitantes (locales o extranjeras) donde se sienten satisfechos por la variedad de actividades turísticas, como en visión a la gastronomía local. Por lo cual, se visibiliza la flora y la fauna, tanto en la zona centro norte como centro sur. Entre los aspectos culturales, destacan los festivales gastronómicos, fiestas religiosas y civiles, eventos deportivos, entre otros. Todas estas potencialidades que promueve el turismo no solo abarcan los cantones que se ubican en la zona costa las cuales han sido beneficiadas, por lo cual algunos cantones han aumentado la productividad, mediante el desarrollo de bondades naturales y culturales; como por ejemplo lo es el Cantón Portoviejo y el Bio-corredor del Cantón Santa Ana – Poza Honda.

Uno de los cantones que mayor incidencia en planificación territorial ha realizado, es el cantón Portoviejo, ya la gestión se ha enfocado principalmente en el aprovechamiento de áreas que se encontraban totalmente abandonadas por el sector pública, transformándolas en obras que benefician no solo a los ciudadanos portovejenses, sino también al resto de la población provincial (Cuenca, 2017).

El Cantón Santa Ana, se ubica en la zona centro sur de la provincia de Manabí, está constituido por dos zonas: una de valle (que comprende la cuenca del río Portoviejo); y otra de montaña (estribaciones occidentales de la cordillera de la costa). Su ubicación geográfica en este particular territorio de la provincia de Manabí, le han dotado de diversos recursos naturales y culturales. Uno de los productos turísticos consolidados en el cantón como referente de turismo rural, es el Bio-corredor Santa Ana, con un potencial de desarrollo significativo, donde se pueden realizar varias actividades en los distintos balnearios, cascadas, entre otras de carácter cultural como las de tradición oral, fiestas populares y su gastronomía. El Bio-corredor del cantón Santa Ana se

distribuye a lo largo de la cuenca media del río Portoviejo entre la parroquia urbana de Santa Ana, hasta la parroquia rural de Honorato Vázquez, que se encuentra próxima ya al embalse de Poza Honda.

El Bio-corredor Santa Ana, es un nicho de cultura con un enorme potencial de desarrollo turístico. Debido a que no ha sido valorizada, sus costumbres están perdiendo, ocasionada por la aculturización global.

Ubicación geográfica y división político-territorial de cantón Santa Ana.

El cantón Santa Ana está ubicado geográficamente en el centro este de la provincia de Manabí, a 1° 12' de latitud Sur y 80° 22' de longitud Oeste. Su altitud es de 50 m.s.n.m. y su zona alta más elevada alcanza una altura de 400 m.

Según el Gobierno Provincial de Manabí (2019) los límites del cantón Santa Ana están establecidos de la siguiente manera:

- **Al Norte:** con el cantón Portoviejo.
- **Al Sur:** cantones 24 de mayo y Olmedo
- **Al Este:** el cantón Pichincha y con el cantón Balzar
- **Al Oeste:** cantones Jipijapa, 24 de mayo y Portoviejo.

Emprendimiento

Para que la actividad emprendedora de un territorio se dinamice, no basta con que las personas tengan valores y competencias para comenzar nuevos negocios; es importante que el ámbito macroeconómico y empresarial aporte con un conveniente ecosistema que haga una cultura de apoyo, idóneas redes de contacto e instituciones eficientes.

Michael E., empresario estadounidense, autor de varios libros de negocios y calificado como el “Gurú de las pequeñas empresas”, según la Revista Inc. Magazine, profundiza y amplía esta definición en su libro *“El mito del emprendedor”*:

El emprendedor es el individuo capaz de aceptar el peligro de llevar una iniciativa al establecimiento de un fin, en la mayoría de los casos son negocios, organizaciones y las ponen en marcha por medio de motivaciones y ocupaciones que potencian dicha iniciativa y la transforman en realidad.

Balneario “La Lucha”

El Balneario “La Lucha” ubicado en el Cantón Santa Ana viene siendo un factor de gran valor en cuanto a la economía, ya que provee de una ventaja competitiva por su potencialidad en el mercado turístico, manteniendo la credibilidad y expectativas de los visitantes que se encuentran en el desarrollo íntegro y ecoturístico. Se encuentra ubicado en el kilómetro 7 en la vía Santa Ana- Poza Honda, por primera vez abrió sus puertas en el año 1990, hoy en día es uno de los principales balnearios pertenecientes al cantón Santa Ana.

Corredor turístico Santa Ana- Poza Honda

El corredor turístico de Santa Ana, cuenta con una extensión de 41 km desde la Parroquia Lodana hasta la Parroquia Honorato Vásquez, culminando en varios sitios rurales como Poza Honda, sitio El Moral y los Cuyeyes. Gracias a su extensa vegetación y su exuberante belleza natural, el corredor turístico es un importante dinamizador y distribuidor de la economía del cantón y en especial de 4 de las 6 parroquias directamente involucradas (GAD, Marzo 23 del 2013).

Huésped

Persona que se aloja en un establecimiento de alojamiento y hospedaje, mediante contrato de hospedaje el cual puede ser por días o semanas, siempre y cuando sea menos de un mes.

Turismo

En la actualidad el turismo procura la máxima participación de la población local, entonces se entiende que la importancia de considerar la participación de las poblaciones radica, además, en la relación directa con la biodiversidad, debido a que existen muchas maneras con las cuáles los seres humanos, únicos poseedores de la cultura, interactuamos con el resto del planeta y procuramos sostenerlo a lo largo del tiempo (Sancho, 2008, p.8).

Turismo rural

La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), define al turismo rural o eco- turismo como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbios con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres), de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Macías, 2012).

Factibilidad

Se define factibilidad como una de las grandes decisiones que puede alguien afrontar alguna vez, es la de emprender un nuevo negocio, lanzar un nuevo producto o fortalecerlo (Catañeda & Macías, 2016).

Estudio de Factibilidad

Es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para tomar decisiones que sea exitosa (Varela, 2010).

Plan de Negocios

El plan puede ser presentado a través de un documento de planificación, pero el plan de negocios en sí debe ser un conjunto de decisiones de gestión sobre lo que una empresa va a hacer para asegurar el éxito en el futuro. El alcance y la complejidad del proceso de planificación de negocios y el plan resultante deben reflejar el tamaño y la complejidad de la empresa y su negocio (Romero, Sánchez & Correa, 2018).

Estudio de Mercado

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeará a la empresa: consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social (Miranda, 2016).

Plan Financiero

La planeación permite establecer lo que se desea hacer a través de la selección de los cursos futuros de acción que la empresa ha de realizar, la planeación presupone la existencia de alternativas y hay pocas decisiones para las cuales no exista algún tipo de ellas, aun cuando se trate de cumplir con los requisitos legales o de otra índole, tales como impuestos por fuerzas que están más allá del administrador (Koontz & O'Donnel, 2010)

Fuente de financiamiento

Las características enunciadas coinciden con las establecidas por el autor Luis Torres, quien también precisa que el conocimiento del proceso productivo es elemental para la creación y desarrollo de las entidades económicas aludidas, además identifica una inversión de capital baja como consecuencia de sus peculiaridades, y señala una estructura organizativa informal como consecuencia de ser los mismos propietarios quienes controlan personal y directamente las funciones básicas de la empresa, circunstancia trascendental si somos conscientes de que la mayoría de las microempresas son carentes de asesoría en los diversos ámbitos que la integran (Díaz, Guzmán, Martín, & Rubio, 2013).

Uno de los requisitos más importantes para la puesta en marcha de un negocio es contar con las adecuadas fuentes de financiación. Se trata, en resumen, de disponer de los recursos necesarios para poder mantener la actividad. Estos se pueden obtener básicamente por dos vías:

Recursos propios.

Son las aportaciones de los socios y los recursos generados por la propia actividad. Los beneficios pueden ser distribuidos entre los socios o permanecer en la sociedad. Son recursos que podemos considerar a largo plazo y no exigibles.

Modelo de Negocios CANVAS

Osterwalder et al explica la diferencia de conceptos sosteniendo que la estrategia incluye la implementación y la ejecución de la idea, pero el “modelo de negocio” tan solo se refiere a la lógica interna de cómo se crea y se entrega valor. La implementación del modelo de negocio y su gestión, incluye la conversión del modelo en un Plan con elementos concretos, tales como la estructura necesaria y los procesos. La infraestructura y los sistemas, no se incluyen como objeto de estudio (OSTERWALDER, 2015).

CAPÍTULO II

Modelo de Negocios

Tabla número 1: Lienzo CANVAS

<p style="text-align: center;">Aliados Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes internos (empleados) • Piscina Don Agustín. • Proveedores de insumos y materias primas. • Propietarios de balneario cercanos. 	<p style="text-align: center;">Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener la fidelidad de los clientes. • Conocer sobre nuevas necesidades, gustos o preferencias de los clientes. • Actualización de página web • Capacitación continua del personal. • Controles contables 	<p style="text-align: center;">Propuestas de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medidas y protocolos de bio seguridad. • Servicios de alta calidad y calidez • Insumos y materias primas reconocidos. • Promociones 	<p style="text-align: center;">Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada • Supervisión continua de estándares de calidad y procedimientos • Información actualizada • 	<p style="text-align: center;">Segmento de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Clientes de un nivel socio económico medio alto) • Profesores de la ULEAM y UTM. • Turistas nacionales y extranjeros • Grupos familiares • Grupos estudiantiles
<p style="text-align: center;">Recursos Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos. • Recursos económicos • Recursos tecnológicos • Recursos turísticos 		<p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página Web • Mailing • Aplicación móvil • Contacto Telefónico • Redes Sociales • Tik tok 		
<p style="text-align: center;">Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costo de venta • Sueldos y salarios • Servicios básicos • Depreciaciones 			<p style="text-align: center;">Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso por alojamiento 	

Fuente: Propia

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 1: Modelo de negocios CANVAS

Segmentación de clientes

Como referencia en cuanto a la segmentación de mercado e identificación de las necesidades e intereses del público objetivo o posibles consumidores, se optó por dirigir nuestro mercado a personas de clase media y media alta, entre 18 a los 55 años, de sexo indefinido. Se dirigieron las encuestas a los profesores de universidades (ULEAM, UTM) y turistas que ingresan al cantón Santa Ana por lo cual, el cálculo de muestra correspondiente será ejecutado por el Sistema de Gestión Académica (S.G.A) de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

La manera más apropiada para calcular la muestra, es decir, la cantidad de encuestas a realizar es mediante la aplicación de la fórmula de población finita (Anexo 3, tabla 37). Lo cual dio como resultado un total de 236,71 personas a encuestar, para después realizar las correspondientes tabulaciones y análisis de cada una. (Anexo4)

Cabe recalcar que en base a las respuestas de las encuestas la segmentación de clientes permite conocer a quienes serán los posibles consumidores del servicio o producto, permite conocerlos de manera geográfica, demográfica, además de gustos y preferencias.

¿Quiénes son tus clientes?

Profesores de universidades de la provincia de Manabí (ULEAM, UTM) y turistas que visitan el cantón Santa Ana, que provienen de otros cantones no aledaños y provincias del país que buscan un lugar para hospedarse en la zona rural alejados del estrés y contaminación de la ciudad.

Se obtuvo información relevante en relación con la segmentación de clientes, por ejemplo: el 74,8 % está de acuerdo con la implementación del proyecto y el 25,2% no está de acuerdo, el 50,5% está entre los 18 a 30 años, el 31,4% está entre 30 a 45 años y el 15,2% está entre los 45 a 60 años, el 81,3% le gustaría hospedarse en familia, el 35,5% le gustaría hospedarse en pareja, el 32,7 le gustaría hospedarse con amigos, y el 4,7% le

gustaría hospedarse solo. El 61,7% de los encuestados están dispuestos a pagar 20 a 30 dólares por hospedarse mientras que el 31,8% estaría dispuesto a pagar 30 a 40 dólares por el hospedaje. El 54,1% prefieren cabañas tradicionales, el 30,3% prefieren cabañas rústicas y el 15,6% prefieren modernas, entre otros aspectos. (Anexos1).

Demanda

Según la información obtenida en las encuestas realizadas el 73,6% no conoce una hostería ecológica ubicada en el cantón Santa Ana y el 26,4% si conoce, por lo cual podemos analizar que existe una gran demanda insatisfecha de este servicio de hospedaje considerando que el 80,9% si le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas ubicadas en el balneario la Lucha en el cantón Santa Ana. (Anexo 2).

Análisis de la Oferta

Partiendo de que ofrecemos cabañas ecológicas ubicadas en el bio corredor turístico Santa Ana – Poza Honda, tomamos como referencia 2 establecimientos que ofertan el servicio (San Valentín ubicado en la comunidad la Laguna de parroquia de Honorato Vasque y Cabañas Nevis ubicado en el sitio las Guaijas de la parroquia Santa Ana). De los cuales la hostería Nevis se asemeja al servicio que se pretende ofrecer (cabañas ecológicas), cuenta con un 30% de ocupación al momento, considerando que el actual administrador alquiló las cabañas para ponerlas a funcionar hace un año atrás.

La cabaña Nevis cuenta con 5 cabañas familiares con capacidad máxima de 6 personas por cabaña, el precio esta desde\$ 25, 00 por pareja y para grupos familiares de 3 o 4 personas el costo es de \$30,00. Las cabañas cuentan con áreas de restaurante, canchas múltiples, karaoke, y salón. Entre los servicios que incluyen se encuentran el servicio de parqueadero e internet. (Anexo 4- tabla 53). No incluyen desayuno.

El ingeniero Mario Segovia mencionó que alquila la propiedad hace aproximadamente dos años, la cual no contaba con la acogida turística que el esperaba ya que no era administrada por personal profesional el área de servicio hotelero y turístico.

Canales

Cuando se habla de canales para los clientes, lo que el modelo pretende establecer es la forma en cómo estos podrán tener acceso a la propuesta de valor. Para ello se establecieron los siguientes canales de difusión:

- **Página Web:** Busca facilitarle al cliente toda la gestión de servicios de manera online, como: plataforma de reservas, de pagos, inquietudes, contactos, en sí, información completa de los servicios.
- **Mailing:** Será la publicidad directa que se le enviará a los contactos que se tendrá en una base de datos. Estos correos contienen información sobre novedades de la empresa, promociones y descuentos con el fin de estimular la relación con los clientes, fidelizarlos y así aumentar las ventas. Seminarios y ferias: Participar de actividades de estas características, sobre todo en universidades para darse a conocer entre los alumnos y profesores quienes son posibles clientes, brindando información a través de brochares con la debida y completa información.
- **Contacto Telefónico:** El establecimiento carecerá de un Centro De Atención Telefónica, sin embargo, se le dará mucha importancia a este canal con opciones similares como medio de comunicación con el cliente, ya que es importante que el usuario cuente con múltiples opciones de acceder y contactar con el personal del establecimiento.
- **Redes Sociales:** Este canal no está pensado para gestionar servicios, sin embargo, se considera importante tenerlo disponible, dado que su uso está enfocado en informar constantemente al cliente en cuanto a noticias, novedades o información relevante para

los clientes, además de que es la principal fuente de información del público al cual nos estamos dirigiendo. A pesar de que se contará con todos estos medios, se considera como canal de venta principalmente el de manera física, ya que todos los servicios que ofrece, independientemente si se realiza reserva online o no, son servicios entregados, consumidos y pagados en el mismo lugar.

Relación con los clientes

En este punto el modelo de negocios adquiere relevancia, puesto que todo el trabajo debe tornar a la relación y la forma como el establecimiento tendrá interacción con los clientes, para ello el modelo de negocio establece que el cliente sienta que a través de los canales puedan acceder y mantener un contacto permanente, que se sienta representado y en una relación constante. Se buscará fidelizar al cliente a través de tres grandes iniciativas:

En primer lugar, atención personalizada y profesional hacia los clientes. Algunas de las actividades serán: charlas e información que solicite el cliente, celebraciones de cumpleaños del cliente y aniversarios, entre otras. En segundo lugar, Supervisión continua de estándares de calidad y procedimientos e información actualizada. Para dar cumplimiento se mantendrá abiertos los distintos canales de comunicación entre el cliente y la administración (actividades grupales de feedback, encuestas, correo electrónico, disponibilidad para agendar reuniones, conversaciones informales, etc.) de manera que los huéspedes sientan apoyo y confianza en el equipo que representa al establecimiento. Además, esta manera de desarrollar la relación con los clientes permitirá estar al tanto de las necesidades de los consumidores y tendencias que pueden tomar lugar, así es posible incorporar esa información en la mejora constante de los procesos y servicios. Según estas iniciativas, se buscará lograr una alta satisfacción del cliente y que siga utilizando los servicios ofrecidos, de la misma manera se espera que los clientes den buenas

referencias y recomendaciones de las cabañas ecológicas y se logre llegar a más demanda por este medio de comunicación.

Propuesta de valor

Las propuestas de valor constituyen el pilar del modelo de negocio, es por esto por lo que las propuestas que surgen para este punto son las piezas bajo las cuales se mueve todo el modelo de negocio. Para el caso puntual de las Cabañas ecológicas, las propuestas de valor estarán enfocadas hacia todo el proceso que rodea la prestación del servicio como tal.

- Servicios de alta calidad y calidez
- Medidas y protocolos de bio seguridad.
- Insumos y materias primas reconocidos.
- Promociones

Permiso de funcionamiento (Departamento de turismo del GAD de Santa Ana)

Estos permisos se obtienen para mantener la competencia de establecimientos y su localización. A esta entidad se le deberá pagar anualmente según el capital social de la empresa. Para obtener este permiso se necesita de:

- Copia del RUC/RICE
- Copia de la patente
- Copia del PAF. (Permiso Anual de Funcionamiento)

Patente Municipal (Municipio de Santa Ana)

Este documento se lo realiza en el Municipio, para lo cual se debe inscribir en la Jefatura de Rentas, cada año hay que renovar dicho documento en función del crecimiento o no de los activos del establecimiento. Sus requisitos son:

- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal

- Copia de escritura de constitución de la empresa
- Copia de la resolución de compañías

Cuerpo de Bomberos – Permiso de Funcionamiento

Para obtener dicho permiso se debe enviar una solicitud al primer jefe de Bomberos del cantón de Manta con el fin de realizar una inspección al establecimiento; para lo cual la empresa deberá contar con extintores, una toma de agua en el exterior del local, mangueras, entre otras prevenciones para los incendios, después de este proceso el Cuerpo de Bomberos emitirá un informe donde se especifique que el establecimiento puede funcionar con normalidad y, finalmente se entregará un certificado que indique que la inspección ha sido realizada y que se ha cumplido con los pagos anuales según la categoría de la empresa. Los requisitos que se necesitan son:

- Copia de cédula (si es por primera vez)
- Solicitud
- Copia de la patente

Licencia Única de Funcionamiento (Dirección Provincial de Turismo)

Este es un documento que todos los establecimientos de alimentación deben tener. El MINTUR es el encargado de regular la lista de precios y categorizar al establecimiento tomando en cuenta sus características físicas; esto por medio de un inspector de la entidad. Los requisitos para obtener el registro son:

- Copia del título de propiedad registrado en el juzgado del inquilinato
- Permiso de uso de suelo
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad

- Lista de precios del interesado
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.

Servicio de Rentas Internas – RUC

Este registro se lo obtiene en el Ministerio de Finanzas, el cual permite identificar al establecimiento para su pago del Impuesto a la Renta y el Impuesto al Valor Agregado.

Sus requisitos son:

- Copia de la carta de agua, luz, teléfono
- Copia de la cédula
- Ubicación del establecimiento
- Teléfono
- Carta de agua potable
- Cobranza del impuesto predial de acuerdo al sitio y la construcción.

Dominio web

Sera el nombre único que identificará nuestra página web en Internet, el cual se lo hará a través de GoDaddy (empresa registradora de dominios de Internet y de alojamiento web)

Recurso Humano

Todo nuestro personal recibirá capacitaciones constantes para optimizar las relaciones con los clientes y la operatividad del establecimiento.

Socios Claves

En manejo al estudio de mercado, los socios vienen siendo una parte fundamental para el crecimiento y desarrollo económico garantizando o intercambiando conocimientos con

las cuales los servicios ofertados y las propuestas de valores puedan sobrellevar una oferta para el cliente.

Cientes contratantes

- Balnearios pertenecientes al corredor turístico Santa Ana – Poza Honda
- Quinta recreación Maribel
- Piscina Don Agustín.
- Servicio de Internet Mas Net

Proveedores

- Agua Purísima: vital recurso para el consumo de los turistas o visitantes al Balneario La Lucha.
- Helado Pingüino: producto estratégico, innovador y consumido por el público a precios económicos.
- Confecciones Solange: Proveedor de productos textiles.

El público objetivo tendrá acceso a consumir los productos o servicios ofertados mediante su credencial entregado dentro del proceso de reservaciones de la hostelería en el tiempo determinado de hospedaje.

Actividades Claves

- Gestión del cliente: base fundamental para cumplir las necesidades e intereses de los públicos objetivos (visitantes turísticos)
- Feedback: actividad que proveerá de reducir los problemas visibles en las relaciones humanas y mejoras internas que resolver sea de modo directo o por medio de los estudiantes.

- Facturación: clave directa para una buena gestión de servicios al cliente, garantizando recursos necesarios aumentando credibilidad en el buen funcionamiento manteniendo las cuentas claras.
- Actualización de página web: Mantener la información de actividades y los servicios en general ayudará a que los clientes o posibles clientes tengan datos 100% confiables en tiempo real.
- Velar por la calidad: la calidad es uno de los recursos vitales para mantener la fidelización de los clientes antes, durante y después de los servicios o productos ofertados en el periodo de hospedaje de visitantes turísticos, manejando una calidad no solo en el precio sino en la atención al cliente.
- Mantenimiento y limpieza: Se consideran mantenciones sujetas a una planificación anual para no depreciar el inmueble y mantener su buena presentación y calidad.

CAPITULO III

Metodología de la Investigación

En desarrollo a la presente investigación de emprendimiento, se abordará contenidos en un enfoque cualitativo, donde permitirá conocer las variables dependientes e independientes sobre el estudio de factibilidad para implementar cabañas ecológicas, enfocándose en aplicar el modelo de negocios Canvas como punto clave en aumentar el desarrollo turístico en el Cantón de Santa Ana – Poza Honda provincia de Manabí. Así mismo, en un enfoque cuantitativo donde se procederá a recolectar datos estadísticos sobre la importancia de la creación de cabañas ecológicas en la zona rural, como objetivo para percibir las necesidades de las comunidades o visitantes a este lugar.

Tipo de Investigación

Se utilizo investigación de método inductivo y deductivo por medio de entrevistas y encuestas.

Investigación de Campo

Esta investigación se realizó a los profesores de la ULEAM y UTM y visitantes que ingresen al Cantón Santa Ana – Poza Honda provincia de Manabí, se logrará así analizar la problemática de la investigación, en dirección a las personas encuestadas partiendo de las necesidades de los visitantes.

Diseño de Investigación

En base al emprendimiento de estudio de factibilidad en la presente investigación, el diseño de investigación se realizó a nivel exploratorio y descriptiva.

Recursos

Recursos Humanos:

- Docentes
- Investigadores
- Turistas

Materiales:

- Cuestionarios
- Internet
- Página: Google Drive

Técnica de la investigación

Encuesta

Se plantearon preguntas cerradas en un instrumento de cuestionario con un número de 15 interrogantes, mediante la descripción de la población y muestra.

Población: Profesores de la ULEAM y UTM y visitantes turísticos que ingresan al Cantón Santa Ana – Poza Honda provincia de Manabí, y entre un rango de edad entre 18 a 55 años.

Muestra: La muestra se centró en la siguiente fórmula:

Tabla número 9: Calculo de tamaño de muestra finita

Cálculo de tamaño de muestra finita	
N= Población	
n= Muestra	N 1883
p= Probabilidades a favor	Z 1,645
q= Probabilidades en contra	p 50%
z= Nivel de confianza	q 50%
e= Error de muestra	e 5%
Numerador	1273,861
Denominador	5,381
= 236,71	
Numero de encuestas	
$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$	

Fuente: Estudio financiero.

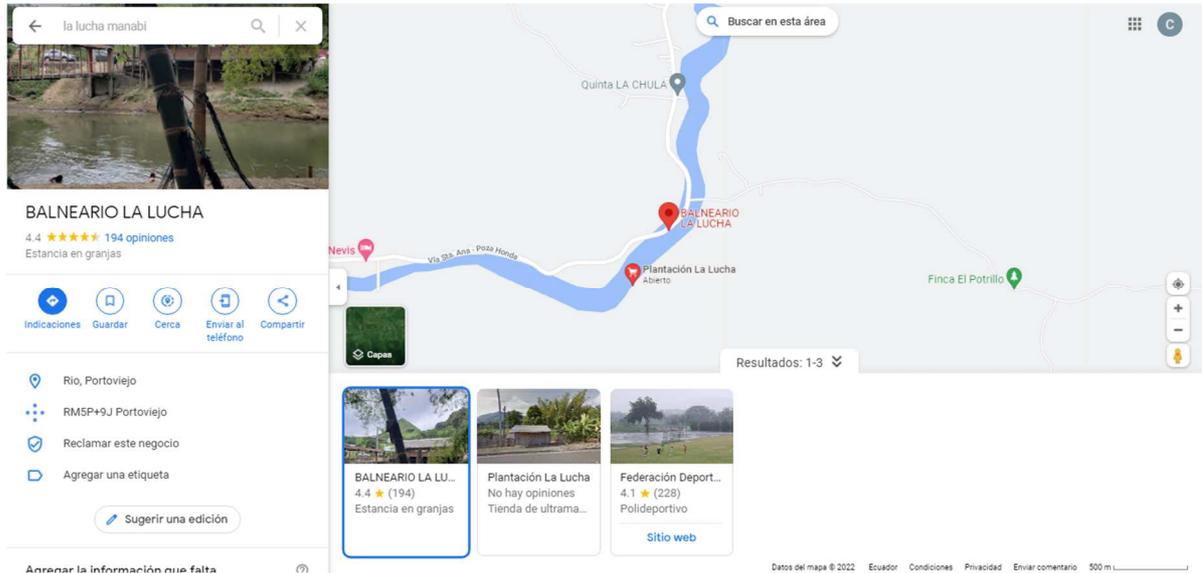
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 2: Calculo tamaño de muestra

Estudio técnico

Localización

Gráfico numero 8: Localización del proyecto



Fuente: Google maps

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 1: Localización del proyecto

Macro Localización

República del Ecuador

Región: Costa

Provincia: Manabí

Cantón: Santa Ana

Micro Localización

Cantón: Santa Ana

Parroquia: Santa Ana

Comunidad: Balneario la Lucha

Análisis FODA

Tabla 3: ANALISIS FODA

	INTERNOS DEBILIDADES	EXTERNOS AMENAZAS
Negativos	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de establecimientos hotelero. • Carencia de cobertura telefónica • Poco interés del GAD cantonal por impulsar el turismo rural. • Falta de señaléticas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Delincuencia organizada • Competencia • Pandemias COVID 19 • Crisis económica • Fenómenos naturales
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Positivos	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica • Atractivos naturales y culturales • Diferenciación con la competencia. • Hospitalidad de la población • Servicios básicos (agua, energía eléctrica) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de demanda • Alianzas estratégicas con universidades • Fortalecer los planes de desarrollo del Gad cantonal en turismo rural. • Oportunidades para nuevos proyectos.

Fuente: Propia

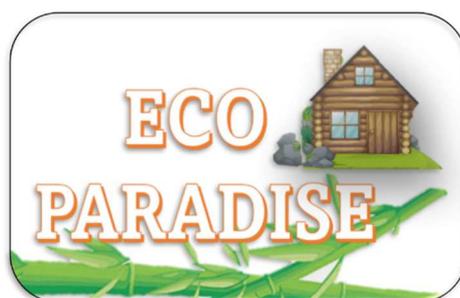
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 4: Análisis FODA

Cabañas ecológicas

Como una nueva opción de alojamiento bajo los conceptos de calidad, bioseguridad y buena ubicación, llega Cabañas ecológicas “ECO PARADISE” un lugar en donde las experiencias como turistas serán diferentes e inolvidables. Su nombre hace referencia a la diversidad que existe en la comunidad La Lucha, la cual permite observar diversas clases de aves y animales silvestres, gran variedad de productos agrícolas y sin dejar atrás el sector ganadero, además de contar con excelentes paisajes, todo en un ambiente de culturas y tradiciones montubias.

Gráfico número 1: Logo de las cabañas



Fuente: Propia

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 2: Logo de la empresa

Las cabañas ecológicas ofrecerán cómodas y tradicionales cabañas construidas con los recursos que produce la comunidad la Lucha, serán adecuados a las necesidades y exigencias de los clientes, todo ubicado de la mejor manera aprovechando los espacios, con la mejor combinación de materiales ecológicos para crear un ambiente de armonía, además de la disposición de áreas comunes de uso compartido y servicios complementarios para el esparcimiento y satisfacción de los días de estadía.

El servicio de calidad no solo estará presente en lo material sino también en lo intangible, mostrando la atención necesaria hacia los clientes y sienta su pertenencia hacia el establecimiento. Es importante recordar que los clientes buscan alejarse del estrés de la

ciudad, ruido y contaminación por lo cual trabajaremos para crear experiencias inolvidables.

La seguridad estará presente a través de mecanismos de control para el ingreso y salida de todos los huéspedes. Además, la existencia del área de recepción y administración para despejar dudas y brindar la información necesaria sobre los servicios y el establecimiento en general.

Descripción del producto/servicio

Cabañas Ecológicas

En el Ecuador, existen establecimientos hoteleros donde gestionan la calidad y la calidez de satisfacer las necesidades de los turistas como pobladores de cada cantón o provincia sobre hospedarse en cabañas ecológicas para tener un contacto con la naturaleza, evidenciando la gama de variedades de biodiversidad que el Ecuador posee actualmente, donde dichas cabañas se consideran como pequeños establecimientos en los cuales están destinados para el descanso y cumplimiento de las expectativas de los que adquieren estos servicios como producto de aumentar la productividad turística como económica del país, donde varios hoteles cumplen este tipo de requisitos en las zonas rurales. Son construidas de caña guadua o madera, material que va acorde con el lugar y brinda comodidad ya que estos materiales permiten mantener fresca la cabaña.

Tipos de Cabañas

Tabla número 3: Tipos de cabañas

CABAÑAS	Nº de habitaciones	Precios
2 dobles	2	\$60,00
2 suites/Matrimoniales	1	\$50,00
2 Cabañas familiares/ triples	3	\$80,00
1 cabaña para resección	1	-

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 5: Tipos de cabañas

Cabañas dobles

De diseño clásico, con medidas de 45 M² cuenta de una habitación con dos camas de dos plazas diseñadas para máximo 4 personas, la cual cuenta con un balcón con vistas al paisaje de cañaveral y al balneario, un baño completo con todos los servicios básicos, una mini nevera, y tv y el precio establecido es de \$60,00.

Tabla número 4: Descripción de la cabaña doble

Áreas/divisiones	Muebles/Artículos	Servicios Básicos
Dormitorios	Juegos de sábanas	Agua
Mini sala	Mini closet	Luz
Baño	Mini refrigerador	Teléfono
Balcón visto al mar	Ventilador	Wifi/Internet
	Cortinas	
	Camas de dos plazas	

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 6: Descripción de las cabañas dobles

Gráfico numero 3: Interior de cabaña doble



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: blogspot

Gráfico numero 4: Exterior de cabaña doble



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: blogspot

Gráfico 3: Diseño del interior de la cabaña doble

Gráfico 4: Diseño del exterior de la cabaña doble

Cabañas suites/ matrimoniales

De diseño clásico, con medias de 35 M², cuenta con una habitación, con cama de 3 plazas diseñadas para una sola persona o pareja, la cual cuenta con una sala amoblada, balcón con vistas al paisaje de cañaveral y al balneario, un baño completo con todos los servicios básicos, una mini nevera, y tv y el precio establecido es de \$50,00 cada cabaña.

Tabla número 7: Descripción de la cabaña suites/ matrimonial

Áreas/divisiones	Muebles/Artículos	Servicios Básicos
Dormitorio	Juegos de sábanas	Agua
Sala	Mini closet	Luz
Baño	Mini refrigerador	Teléfono
Balcón visto al mar	Ventilador	
	Cortinas	
	Televisión	
	Internet	
	Colchones	
	Toallas de baño	
	Almohadas	
	Muebles	
	Cama de 3 plazas	

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 7: Descripción de la cabaña matrimonial

Gráfico numero 5: Interior de cabaña matrimonial



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: blogspot

Gráfico numero 6: exterior de cabaña matrimonial



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: blogspot

Gráfico 5: Diseño del interior de la cabaña matrimonial

Gráfico 6: Diseño de interior de cabaña matrimonial

Cabañas familiares

De diseño clásico, cuentan con medidas de 60 M², cuenta con una habitación con tres camas de dos plazas para familias de hasta 6 personas, la cual cuenta con una sala amoblada, balcón con vistas al paisaje de cañaveral y al balneario, un baño completo con todos los servicios básicos, una mini nevera, y tv y el precio establecido es de \$80,00 cada cabaña.

Tabla numero 8: Descripción de la cabaña familiar

Áreas/divisiones	Muebles/Artículos	Servicios Básicos
	Juegos de sábanas	
	Mini closet	
	Mini refrigerador	
Dormitorio	Ventilador	Agua
Baño	Cortinas	Luz
Balcón visto al mar	Televisión	Teléfono
Literas	Internet	
	Colchones	
	Toallas de baño	
	Almohadas	

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 8: Descripción de la cabaña familiar

Gráfico numero 7: Interior de cabaña triple/familiar



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: blogspot

Gráfico numero 8: Interior de cabaña triple/familiar



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: blogspot

Gráfico 7 Diseño del interior de la cabaña familiar

Gráfico 8 Diseño del exterior de la cabaña familiar

Tamaño:

En un área de 250 M² se encontrarán distribuidas las 6 cabañas destinadas para el servicio de hospedaje y una cabaña para recepción.

Otras Áreas

Área Administrativa

Tabla número 9: Descripción de áreas administrativas

Áreas/divisiones	Descripción
Recepción	Área donde se reservará los servicios que ofrecerá y ofertarán para los consumidores, donde se despejará dudas o inquietudes por parte de ellos, brindando la calidad de atención al cliente.
Administración	Área de procesos contables y administrativos como el consumo de las habitaciones, facturaciones, entre otros.

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 9 Descripción de las áreas administrativas

Áreas de servicios complementarios

Tabla número 10: Descripción de las áreas complementarias.

Áreas/divisiones	Descripción
Internet en el área de recepción	Tendrá un costo totalmente gratis para todo público
Restaurante	Precio incluye desayunos
Bar/karaoke	Costos adicionales

Actividades recreativas/ deportivas	Gratis
--	--------

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 10 Descripción de las áreas administrativas

CAPITULO IV

Estudio Económico Financiero

Costo Unitario de Producción

El costo unitario son todos los valores que se requieren para poder alquilar las Cabañas Ecológicas ya sea Matrimonial, Doble o Familiar, En la siguiente tabla se visualiza los valores necesarios para el presente proyecto.

Costo Unitario de Producción

Tabla numero 11: Costo unitario de producción.

COSTO UNITARIO	
	Marketing \$ 960,00
	Mantenimiento \$ 2.185,16
	Materiales de limpieza \$ 310,00
	Gastos Generales \$ 2.146,51
COSTOS FIJOS	Materiales de Oficina \$ 32,71
	Materiales de Computación \$ 43,20
	Servicios prestados \$ 2.400,00
	Seguros \$ 3.600,00
	Sueldos y Salarios \$ 14.575,15
	TOTAL \$ 27.722,67
	Materia Prima (Mercadería) \$ 39.922,00
	COSTOS VARIABLES Mano de Obra Directa \$ 6.731,15
TOTAL \$ 46.653,15	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN \$ 74.375,82	
N° DE PRODUCTOS VENDIDOS AL AÑO 1.872	
COSTO TOTAL UNITARIO \$ 39,73	

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 11: Costo unitario de producción

Es necesario explicar que en el presente proyecto de emprendimiento se determinó que se alquilara 1872 veces las Cabañas Ecológicas para el primer año, lo que generara un costo total de \$ 74.375,82, en el cual se considera en primer lugar los costos fijos y luego los costos variables. También se determinó que el costo unitario promedio es de \$ 39,73

mediante la división de la cantidad de productos a vender en este caso a Alquilar con el costo total. Lo que podemos interpretar como cada alquiler de Cabaña Ecológica ya sea Matrimonial, Doble o Familiar compone un costo en términos monetarios de \$ 39,73.

Estructura de Costos Y Gastos

En el presente proyecto se da a consideración como costos y gastos a los valores generados por las actividades que se realizan durante el proceso de alquiler de las Cabañas Ecológicas ya sea Matrimonial, Doble o Familiar. Valores son de gran importancia dentro de la proyección de egresos del estudio financiero de este proyecto.

Costos. En el presente proyecto se toman como costos a los valores que tienen relación con que se utilizaron para la creación de las cabañas ecológicas, las cuales se pueden reutilizar de manera ilimitada, a partir de esto el costo antes mencionado se lo divide por los meses que se va a utilizar. Además, en este apartado también se toma en cuenta a los valores monetarios que se utilizan de las actividades operacionales.

Materia Prima (Cabañas para alquiler)

Tabla 12: Materia prima

Materia prima (Cabañas)					
Detalle	Cantidad	Costo	Unidad de Medida	Costo Mensual	Costo Anual
Cabañas					
Cabaña Matrimonial	2	\$ 5.198,00	Unidad	\$ 866,33	\$ 10.396,00
Cabaña Doble	2	\$ 6.273,00	Unidad	\$ 1.045,50	\$ 12.546,00
Cabaña Familiar	2	\$ 8.490,00	Unidad	\$ 1.415,00	\$ 16.980,00
Total	6			\$ 3.326,83	\$ 39.922,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 12: Materia prima

Costos de Mantenimiento

Tabla numero 13: Costo de mantenimiento

COSTOS DE MANTENIMIENTO				
Detalle	Valor	%	Costo Mensual	Costo Anual
Mantenimiento de Edificio	\$ 1.500,00	5%	\$ 6,25	\$ 75,00
Mantenimiento de las Cabañas ecológicas	\$ 39.922,00	5%	\$ 166,34	\$ 1.996,10
TOTAL			\$ 172,59	\$ 2.071,10

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 13: Costo de mantenimiento

Materiales de Limpieza

Tabla numero 14: Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total	
Escobas	10	\$ 2,25	\$ 22,50	
Trapeador	10	\$ 2,25	\$ 22,50	
Recogedor de basura	10	\$ 2,50	\$ 25,00	
Desinfectante	30	\$ 4,00	\$ 120,00	
Detergente	30	\$ 3,00	\$ 90,00	
Cloro	30	\$ 1,00	\$ 30,00	
TOTAL			\$ 310,00	

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 14: Materiales de limpieza

Gastos. En el presente proyecto se toman como gastos, a todos los valores generados por el área se toman en consideración a todos los valores que se generan únicamente en el área administrativa de la empresa, los cuales se detallan a continuación.

Sueldos y salarios

Sueldos y salarios del primer año

Tabla numero 15: Sueldos y salarios del primer año

SUELDOS EMPLEADOS PRIMER AÑO							
CARGO PERSONAL	Remuneración \$			Beneficios \$			Total anual
	Mensual	T. Anual	13er S.	14to S.	Vacac.	A. Patronal	
Gerente general	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 425,00	\$ 250,00	\$ 669,00	\$ 7.844,00
Secretaria	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 568,65	\$ 6.731,15
Obrero	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 568,65	\$ 6.731,15
Total	\$1.350,00	\$ 16.200,00	\$1.350,00	\$1.275,00	\$ 675,00	\$ 1.806,30	\$ 21.306,30

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 15: Sueldos y salarios del primer año

Sueldos y salarios del segundo año

Tabla numero 16: Sueldos y salarios del segundo año

SUELDOS EMPLEADOS A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO								
CARGO PERSONAL	Remuneración \$			Beneficios \$			Total anual	
	Mensual	T. Anual	13er S	14to S	Vaca.	F. reserva		A. Patronal
Gerente general	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 425,00	\$ 250,00	\$ 499,8	\$ 669,00	\$ 8.343,80
Secretaria	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 424,8	\$ 568,65	\$ 7.155,98
Obrero	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 424,8	\$ 568,65	\$ 7.155,98
Total	\$1.350,00	\$ 16.200,00	\$1.350,00	\$1.275,00	\$ 675,00	\$ 1.349,46	\$ 1.806,30	\$ 22.655,76

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 16: Sueldos y salarios

Cabe mencionar por qué se presenta dos roles de pago en este apartado, esto se debe al pago de fondos de reservas ya que ese beneficio se cancela desde el segundo año.

Gastos generales administrativos

Tabla numero 17: Gastos generales administrativos

GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS				
Detalle	Consumo	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Energía Eléctrica (Kilovoltio)	137,91	\$ 0,79	\$ 108,48	\$ 1.301,71
Agua (metros cúbicos)	40	\$ 0,66	\$ 26,40	\$ 316,80
Telefonía	0	\$ -	\$ 0,00	\$ 0,00
Internet	1	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 528,00
Arriendo	0	\$ -	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL			\$ 178,88	\$ 2.146,51

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 17: Gastos generales de administración.

Materiales de Oficina

Tabla numero 18: Materiales de oficina

MATERIALES DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Grapadoras	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Perforadoras	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Cajas de clips	2	\$ 1,12	\$ 2,24
Cajas de grapas	2	\$ 0,85	\$ 1,70
Notas adhesivas (paquetes)	2	\$ 2,80	\$ 5,60
Folders	2	\$ 1,60	\$ 3,20
Imprevistos	10%	\$ 2,97	\$ 2,97
TOTAL			\$ 32,71

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 18: Materiales de oficina

Materiales de Computación

Tabla numero 19: Materiales de computación

MATERIALES DE COMPUTACIÓN			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Resmas de papel A4	4	\$ 2,80	\$ 11,20
Toner para imprimir (kit)	2	\$ 16,00	\$ 32,00
TOTAL			\$ 43,20

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 19: Materiales de computación

Gastos de mantenimiento

Tabla numero 20: Gastos de mantenimiento

GASTOS DE MANTENIMIENTO				
Detalle	Valor	%	Costo Mensual	Costo Anual
Mantenimiento de Equipos de Oficina	\$ 730,00	5%	\$ 3,04	\$ 36,50
Mantenimiento de Equipos de Computación	\$ 1.220,66	5%	\$ 5,09	\$ 61,03
Mantenimiento de Muebles y Enseres	\$ 330,60	5%	\$ 1,38	\$ 16,53
TOTAL			\$ 9,51	\$ 114,06

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 20: Gastos de mantenimiento

Servicios prestados

Tabla número 21: Servicios prestados

SERVICIOS PRESTADOS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Total
Servicio de limpieza	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL			\$ 2.400,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 21: Servicios prestados

Seguros

Tabla número 22: Seguros

SEGUROS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Total
Seguro contra riesgos y siniestros	12	\$ 300,00	\$ 3.600,00
TOTAL			\$ 3.600,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 22: Seguros

Gastos de marketing

Tabla número 23: Gastos de marketing

GASTOS DE MARKETING			
Detalle	Costo Mensual	Cantidad	Costo Total
Publicidad y promoción de ventas	\$ 80,00	12	\$ 960,00
TOTAL			\$ 960,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 23: Gastos de marketing

Proyección de Ventas

La proyección de ventas son todos los valores monetarios que se obtienen mediante el alquiler de las Cabañas ecológicas, Esta operación es de suma importancia ya que sin ella no se podría proyectar el volumen de ingresos que se obtienen de las cabañas.

Es necesario explicar que, para poder establecer estos ingresos, Es necesario la determinación del mercado meta, que nos permite conocer la cantidad de personas a las cuales podremos ofertarle mensualmente.

Mercado Meta

Tabla numero 24: Mercado meta

MERCADO META		
Mercado	Porcentaje	Personas
Mercado Total	100,00%	47.385
Población Económicamente Activa	58,83%	27.877
Personas que consumen el servicio	57,10%	15.918
Personas Interesadas	80,00%	12.734
Personas que están de acuerdo con el precio	34,50%	4.393
Capacidad de atención	1,50%	66

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 24: Mercado meta

El mercado meta del presente proyecto se estableció en base a la población total del Cantón Santa Ana que es de 47.385 personas, luego se cogió de referencia al PEA (Población Económicamente Activa) el cual es de 27.877 en este cantón, después de este valor se aplicó las variables de consumo, interés y precio las cuales se obtuvieron mediante la investigación de mercado que se realizó, además se especifica que la capacidad de atención que tiene el Balneario “La Lucha” es de 1,50% del mercado o 66 personas.

Seguido de esto se realizó el cálculo que define la proyección de demanda mensual de Santa Ana, con base en la recopilación de información que se obtuvo en la investigación de mercado, donde se determinó cual es la demanda y la frecuencia de consumo de las Cabañas ecológicas además del mercado meta antes definido.

En la siguiente tabla se puede divisar la proyección de consumo mensual del proyecto:

Proyección de Consumo mensual

Tabla numero 25: Proyección de consumo mensual

PROYECCION CONSUMO MENSUAL DE SANTA ANA													156
M. META	66	F.	22	4,2	2	1	0,5	0,33	0,25	0,17	0,083	Total	
Producto	%	Uso	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Bimen	Trim	Cuatrim	Semest	Anual		
Cabaña Matrimonial	43%	1	0%	29%	57%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	67	
Cabaña Doble	29%	1	0%	29%	57%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	45	
Cabaña Familiar	28%	1	0%	29%	57%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	44	

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 25: Proyección de consumo mensual

A partir de esto, podemos establecer que el proyecto podría alcanzar una demanda mensual de 156 veces de alquiler de sus Cabañas Ecológicas.

Una vez definida la demanda mensual, se proyectó todos los ingresos, ya sea mensuales como anuales por cada Cabaña ecológica. Ingresos que serán detallados a continuación:

Proyección de ingreso mensual de las Cabañas ecológicas

Tabla número 26: Proyección de ingreso mensual de las Cabañas ecológicas

CABAÑAS			
Nombres	Cantidad	Precio	Ingreso Mensual
Cabaña Matrimonial	67	\$ 50,00	\$ 3.350,00
Cabaña Doble	45	\$ 60,00	\$ 2.700,00
Cabaña Familiar	44	\$ 80,00	\$ 3.520,00
Total	156		\$ 9.570,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 26: Proyección de ingresos de las cabañas ecológicas

Proyección de ingreso Anual de las Cabañas Ecológicas

Tabla número 27: Proyección de ingreso Anual de las Cabañas Ecológicas

PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUALES					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cabaña Matrimonial	\$ 40.200,00	\$ 45.546,60	\$ 51.177,39	\$ 57.103,68	\$ 63.345,68
Cabaña Doble	\$ 32.400,00	\$ 36.150,22	\$ 40.101,80	\$ 44.258,15	\$ 48.619,64
Cabaña Familiar	\$ 42.240,00	\$ 46.226,40	\$ 50.412,85	\$ 54.812,28	\$ 59.429,09
Total de ingresos	\$ 114.840,00	\$ 127.923,22	\$ 141.692,04	\$ 156.174,11	\$ 171.394,41

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 27: Proyección de ingresos anual de las cabañas ecológicas

En base a la tabla anterior podemos decir que los ingresos del año uno de las cabañas ecológicas en el Balneario “La Lucha” será de \$ 114.840,00, además se definió un crecimiento de volumen de venta anual y un incremento de precios anual por cada Cabaña ecológica, el cual se detalla en la siguiente tabla:

Incremento de Volumen y Precios anual por Cabaña ecológica

Tabla numero 28: Incremento de Volumen y Precios anual por Cabaña ecológica

Incremento de Volumen y Precio	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Incremento Volumen Cabaña Matrimonial	3%	3%	3%	3%
Incremento Volumen Cabaña Doble	3%	3%	3%	3%
Incremento Volumen Cabaña Familiar	3%	3%	3%	3%
Incremento Precios Cabaña Matrimonial	10%	9%	8%	8%
Incremento Precios Cabaña Doble	8%	8%	7%	7%
Incremento Precios Cabaña Familiar	6%	6%	6%	5%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 28: Incremento de volumen y precios por cabaña ecológica

Plan de Inversión

El presente proyecto poseerá una inversión total de \$ 31.280,15 la cual se desprende en un 17% capital de trabajo, en un 76% activo fijo y en un 7% en activo diferido. Generando así la manera óptima de financiamiento para la actividad operacional.

Plan de Inversión

Tabla número 29: Plan de Inversión

PLAN DE INVERSIÓN		
INVERSION	VALOR	PARTICIPACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO		
Activo Corriente	\$ 42.793,15	88%
ACTIVO FIJO		
Equipos de Oficina	\$ 730,00	
Equipos de Computación	\$ 1.220,66	8%
Muebles y Enseres	\$ 330,60	
Edificio	\$ 1.500,00	
ACTIVO DIFERIDO		
Inversión diferida	\$ 2.129,00	4%
TOTAL	\$ 48.703,41	100%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 29: Plan de inversión

Estructura de la inversión

Tabla numero 30: Estructura de la inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN		
APLICACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$ 3.781,26	8%
Inversión Diferida	\$ 2.129,00	4%
Capital de operación	\$ 42.793,15	88%
TOTAL	\$ 48.703,41	100%

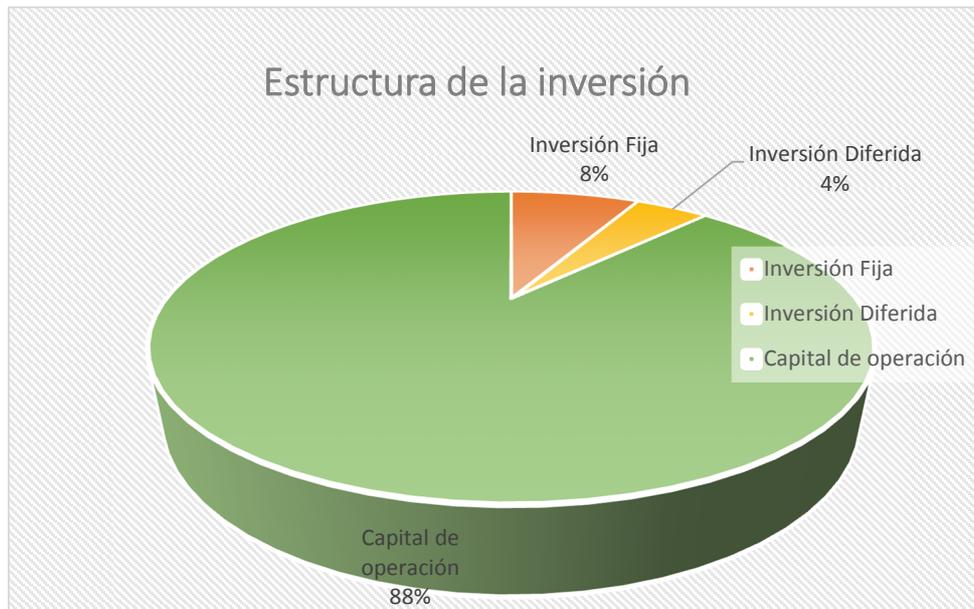
Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 30: Estructuras de la inversión

Estructura de la inversión

Gráfico numero 9: Estructura de la inversión



Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 9: Estructura de la inversión

Líneas de Financiamiento

Las líneas de financiamiento permiten identificar el origen del dinero que se invertirá, siendo de esta manera muy importante para los proyectos de investigación, el presente proyecto tendrá solo una línea de financiamiento, la cual se plantea que el 100% de la inversión sea cubierta mediante capital propio. Lo cual lo podemos divisar en la siguiente tabla:

Origen de Fondos

Tabla numero 31: Origen de Fondos

ORIGEN DE FONDOS		
DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	\$ 48.703,41	100%
TOTAL	\$ 48.703,41	100%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 31: Origen de fondos

Estructura Accionaria

Tabla numero 32: Estructura Accionaria

ESTRUCTURA ACCIONARIA		
DETALLE	MONTO	%
Accionista 1	\$ 48.703,41	100%
TOTAL	\$ 48.703,41	100%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 32: Estructura accionaria

En la siguiente tabla, se explica en detalle el plan de inversión y el origen de fondos del presente proyecto, el cual detalla los valores correspondientes a cada elemento requerido para que arranque actividades la empresa.

Plan de inversión y origen de fondos

Tabla numero 33: Plan de inversión y origen de fondos

PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS			
INVERSIÓN FIJA	APORTE	CRÉDITO	TOTAL
Equipos de Oficina	\$ 730,00	\$ -	\$ 730,00
Equipos de Computación	\$ 1.220,66	\$ -	\$ 1.220,66
Muebles y Enseres	\$ 330,60	\$ -	\$ 330,60
Edificio	\$ 1.500,00	\$ -	\$ 1.500,00
Inversión diferida	\$ 2.129,00	\$ -	\$ 2.129,00
TOTAL	\$ 5.910,26	\$ -	\$ 5.910,26
CAPITAL DE TRABAJO	APORTE	CRÉDITO	TOTAL
Materia prima (Cabañas)	\$ 39.922,00	\$ -	\$ 39.922,00
Mano de obra	\$ 560,93	\$ -	\$ 560,93
Mantenimiento	\$ 172,59	\$ -	\$ 172,59
Materiales de limpieza	\$ 25,83	\$ -	\$ 25,83
Servicios básicos	\$ 122,49	\$ -	\$ 122,49
Sueldos y salarios	\$ 1.214,60	\$ -	\$ 1.214,60
Gastos administrativos y generales	\$ 694,71	\$ -	\$ 694,71
Gastos de venta	\$ 80,00	\$ -	\$ 80,00
TOTAL	\$ 42.793,15	\$ -	\$ 42.793,15

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 33: Plan de inversión y origen de fondos

Balance de estado de situación inicial

En esta cuenta de balance de situación inicial se conoce el patrimonio con el que cuenta la empresa. También es llamado balance general.

Tabla numero 33: Balance de estado de situación inicial

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 42.793,15	PASIVO DIFERIDO	\$ -
Efectivo	\$ 42.793,15	Prestamo a largo plazo	\$ -
ACTIVOS FLJOS	\$ 3.781,26	TOTAL DE PASIVOS	\$ -
<i>Depreciables</i>	<i>\$ 3.781,26</i>		
Equipos de Oficina	\$ 730,00	PATRIMONIO	
Equipos de Computacion	\$ 1.220,66	Capital	\$ 48.703,41
Muebles y Enseres	\$ 330,60	TOTAL PATRIMONIO	\$ 48.703,41
Edificio	\$ 1.500,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.129,00		
Gastos Legales	\$ 2.129,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 48.703,41	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 48.703,41

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Flujo de Caja Proyectado (5 Años)

El flujo de caja es un documento que permite visualizar la capacidad y liquidez que posee la empresa para cancelar sus financiero obligaciones en largo, mediano y corto plazo, porque en este documento se detalla los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha tenido la empresa durante un tiempo determinado. El flujo de caja del presente trabajo se detalla en la siguiente tabla.

Flujo de caja proyectado

Tabla numero 34: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	PERIODOS (en años)					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operativos						
Ventas netas		\$ 114.840,00	\$ 127.923,22	\$ 141.692,04	\$ 156.174,11	\$ 171.394,41
Total Ingresos Operativos		\$ 114.840,00	\$ 127.923,22	\$ 141.692,04	\$ 156.174,11	\$ 171.394,41
Egresos Operativos						
Costos de fabricación (-Dep)		\$ 39.922,00	\$ 40.520,83	\$ 41.128,64	\$ 41.745,57	\$ 42.371,76
Gastos de venta		\$ 960,00	\$ 974,40	\$ 989,02	\$ 1.003,85	\$ 1.018,91
Gastos Adm y Gener (-A D)		\$ 33.183,82	\$ 35.051,28	\$ 35.577,05	\$ 36.110,71	\$ 36.652,37
Total egresos operativos		\$ 74.065,82	\$ 76.546,51	\$ 77.694,71	\$ 78.860,13	\$ 80.043,03
Superavit o (D) Operat./Año		\$ 40.774,18	\$ 51.376,71	\$ 63.997,33	\$ 77.313,97	\$ 91.351,37
Superavit o (D) Opert./Acum		\$ 40.774,18	\$ 92.150,88	\$ 156.148,21	\$ 233.462,18	\$ 324.813,55
Ingresos no Operativos						
Crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte propio	\$ 48.703,41	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Tptal Ingreso no operat.	\$ 48.703,41	\$ -				
Egreso no Operat						
Inv. Fija	\$ 3.781,26	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inv. Diferida	\$ 2.129,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización principal		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos financieros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago Imp Renta y Part. Empl		\$ -	\$ 14.467,53	\$ 18.310,94	\$ 22.885,92	\$ 27.811,53
Total egreso no operat.	\$ 5.910,26	\$ -	\$ 14.467,53	\$ 18.310,94	\$ 22.885,92	\$ 27.811,53
Superavit o (D) no Opert/Año	\$ 42.793,15	\$ -	\$ -14.467,53	\$ -18.310,94	\$ -22.885,92	\$ -27.811,53
Superavit o (D) no Opert/Acum	\$ 42.793,15	\$ 42.793,15	\$ 28.325,63	\$ 10.014,68	\$ -12.871,23	\$ -40.682,77
Superavit o (D) Total/Año	\$ 42.793,15	\$ 40.774,18	\$ 36.909,18	\$ 45.686,38	\$ 54.428,06	\$ 63.539,84
Superavit o (D) Total/Acum	\$ 42.793,15	\$ 83.567,33	\$ 120.476,51	\$ 166.162,89	\$ 220.590,95	\$ 284.130,79

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 34: Flujo de caja proyectado

El flujo de caja demuestra superávit en cada uno de los periodos en los cuales se ha proyectado, debido a esto se interpreta que el proyecto que el proyecto alcanzara liquidez dentro del tiempo que se ha definido

Estado de Resultados Projectados (5 Años)

El estado de resultados es un documento que permite visualizar las ganancias y la evolución que tendrá la empresa en los años establecidos, ya que esta inspecciona las ganancias netas que ha obtenido la empresa, pudiendo definir si la empresa ha tenido un superávit (ganancias) o un déficit (perdida) en cada periodo en el que se ha proyectado.

El Estado de resultados del presente trabajo se detalla en la siguiente tabla.

Estado de resultado proyectado

Tabla número 35: Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 114.840,00	\$ 127.923,22	\$ 141.692,04	\$ 156.174,11	\$ 171.394,41
Ingresos por ventas	\$ 114.840,00	\$ 127.923,22	\$ 141.692,04	\$ 156.174,11	\$ 171.394,41
Costo de Producción	\$ 39.922,00	\$ 40.520,83	\$ 41.128,64	\$ 41.745,57	\$ 42.371,76
Margen Bruto	\$ 74.918,00	\$ 87.402,39	\$ 100.563,39	\$ 114.428,53	\$ 129.022,65
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios	\$ 21.306,30	\$ 22.995,60	\$ 23.340,53	\$ 23.690,64	\$ 24.046,00
Depreciacion de Equipo de Oficina	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70
Depreciacion de Equipo de Computaciór	\$ 271,26	\$ 271,26	\$ 271,26	\$ -	\$ -
Depreciacion de Muebles y enseres	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75
Depreciacion de Adecuación	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25
Amortizacion	\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80
Materiales de Oficina	\$ 32,71	\$ 33,20	\$ 33,70	\$ 34,21	\$ 34,72
Materiales de Computacion	\$ 43,20	\$ 43,85	\$ 44,51	\$ 45,17	\$ 45,85
Gastos Básicos	\$ 3.616,45	\$ 3.670,69	\$ 3.725,75	\$ 3.781,64	\$ 3.838,37
Gastos de Mantenimiento	\$ 2.185,16	\$ 2.217,94	\$ 2.251,21	\$ 2.284,98	\$ 2.319,25
Servicios prestados	\$ 2.400,00	\$ 2.436,00	\$ 2.472,54	\$ 2.509,63	\$ 2.547,27
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 960,00	\$ 974,40	\$ 989,02	\$ 1.003,85	\$ 1.018,91
Seguros	\$ 3.600,00	\$ 3.654,00	\$ 3.708,81	\$ 3.764,44	\$ 3.820,91
Total Gastos operativos	\$ 35.007,59	\$ 36.889,45	\$ 37.429,83	\$ 37.707,06	\$ 38.263,78
Utilidad Operacional	\$ 39.910,41	\$ 50.512,94	\$ 63.133,56	\$ 76.721,47	\$ 90.758,87
Gastos Financieros					
Intereses sobre prestamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Participe e Impto.	\$ 39.910,41	\$ 50.512,94	\$ 63.133,56	\$ 76.721,47	\$ 90.758,87
15% Participacion de Empleados	\$ 5.986,56	\$ 7.576,94	\$ 9.470,03	\$ 11.508,22	\$ 13.613,83
Utilidad antes del Impuesto	\$ 33.923,85	\$ 42.936,00	\$ 53.663,53	\$ 65.213,25	\$ 77.145,04
25% Impuesto a la renta	\$ 8.480,96	\$ 10.734,00	\$ 13.415,88	\$ 16.303,31	\$ 19.286,26
UTILIDAD NETA	\$ 25.442,89	\$ 32.202,00	\$ 40.247,65	\$ 48.909,94	\$ 57.858,78

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 35: Estado de resultado proyectado

Es necesario explicar que se considera un incremento del 1,5% en la estimación de los costos y gastos a partir del segundo año en el estado de resultados debido a la inflación que posee el entorno donde realiza la empresa sus actividades. Además, podemos determinar que el presente proyecto genera rentabilidad en cada uno de los periodos en el que fue proyectado.

Estado de Situación Financiera Proyectado (5 Años)

Estado de situación financiera proyectado

Tabla número 36: Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
PERIODOS (en años)						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja	\$ 42.793,15	\$ 83.567,33	\$ 120.476,51	\$ 166.162,89	\$ 220.590,95	\$ 284.130,79
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACT. CTE.	\$ 42.793,15	\$ 83.567,33	\$ 120.476,51	\$ 166.162,89	\$ 220.590,95	\$ 284.130,79
ACTIVOS FIJOS						
Inversión fija	\$ 3.781,26	\$ 3.781,26	\$ 3.781,26	\$ 3.781,26	\$ 3.781,26	\$ 3.781,26
Depreciación acumulada (-)	\$ -	\$ -437,96	\$ -875,92	\$ -1.313,89	\$ -1.480,59	\$ -1.647,29
TOTAL ACT. FIJO NETO	\$ 3.781,26	\$ 3.343,30	\$ 2.905,34	\$ 2.467,37	\$ 2.300,67	\$ 2.133,97
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos preoperativos	\$ 2.129,00	\$ 2.129,00	\$ 2.129,00	\$ 2.129,00	\$ 2.129,00	\$ 2.129,00
Amortización acumuladas (-)	\$ -	\$ -425,80	\$ -851,60	\$ -1.277,40	\$ -1.703,20	\$ -2.129,00
TOTAL ACT. DIF. NETO	\$ 2.129,00	\$ 1.703,20	\$ 1.277,40	\$ 851,60	\$ 425,80	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 48.703,41	\$ 88.613,83	\$ 124.659,24	\$ 169.481,87	\$ 223.317,42	\$ 286.264,76
PASIVO CORRIENTE						
Part. Empl. Por pagar	\$ -	\$ 5.986,56	\$ 7.576,94	\$ 9.470,03	\$ 11.508,22	\$ 13.613,83
Impuestos por pagar a la renta	\$ -	\$ 8.480,96	\$ 10.734,00	\$ 13.415,88	\$ 16.303,31	\$ 19.286,26
TOTAL PAS. CTE.	\$ -	\$ 14.467,53	\$ 18.310,94	\$ 22.885,92	\$ 27.811,53	\$ 32.900,09
PASIVO LARGO PLAZO						
Crédito bancario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PAS. LARGO PLAZO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ -	\$ 14.467,53	\$ 18.310,94	\$ 22.885,92	\$ 27.811,53	\$ 32.900,09
PATRIMONIO						
Capital	\$ 48.703,41	\$ 48.703,41	\$ 48.703,41	\$ 48.703,41	\$ 48.703,41	\$ 48.703,41
Utilidad ejercicio anterior	\$ -	\$ -	\$ 25.442,89	\$ 57.644,89	\$ 97.892,54	\$ 146.802,47
Utilidad presente ejercicio	\$ -	\$ 25.442,89	\$ 32.202,00	\$ 40.247,65	\$ 48.909,94	\$ 57.858,78
TOTAL PATRIMONIO	\$ 48.703,41	\$ 74.146,30	\$ 106.348,30	\$ 146.595,95	\$ 195.505,89	\$ 253.364,67
TOTAL PAS. Y PATR.	\$ 48.703,41	\$ 88.613,83	\$ 124.659,24	\$ 169.481,87	\$ 223.317,42	\$ 286.264,76

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 36: Estado de situación financiera proyectado

Evaluación Financiera

La evaluación financiera es donde se decide si un proyecto es factible o no ya que en esta se conoce el retorno monetario que tendrán los inversionistas en el tiempo determinado.

Para iniciar con la evaluación financiera de este proyecto es necesario conocer el flujo de fondos, ya que este nos permite visualizar los principales indicadores de retorno y liquidez, indicadores claves a la hora de invertir.

Estado de situación financiera proyectado

Tabla numero 37: Estado de situación financiera proyectado

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		\$25.442,89	\$32.202,00	\$40.247,65	\$ 48.909,94	\$57.858,78
(+)Depreciación		\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 166,70	\$ 166,70
(+)Amort. de activos diferidos		\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80
(-)Costo de inversión fija	\$ 5.910,26	-	-	-	-	-
(-)Capital de trabajo	\$ 42.793,15	-	-	-	-	-
(+)Recup. de capital de trabajo		-	-	-	-	-
(+)Crédito recibido		-	-	-	-	-
(-)Pago del capital (amortización)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamo						
Flujo de fondos Netos	-\$ 48.703,41	\$26.306,65	\$33.065,76	\$41.111,41	\$ 49.502,44	\$58.025,48
VAN	\$ 95.672,21					
Tasa de descuento	11,78%					
TIR	64,94%					
ROI (retorno de la inversión)	1,96					

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 37: Estado de situación financiera proyectado

VAN

El Valor Actual Neto es un indicador financiero que nos permite visualizar la liquidez que generará la empresa en los siguientes años, generando una perspectiva del retorno económico que tendrá la inversión. La ecuación para determinar el van es la siguiente.

$$VAN = \frac{FF1}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} + \frac{FF2}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^2} + \frac{FF3}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^3} + \frac{FF4}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^4} + \frac{FF5}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^5} - Inversión$$

$$VAN = \frac{\$ 26.306,65}{(1 + 11,78)^1} + \frac{\$33.065,76}{(1 + 11,78)^2} + \frac{\$41.111,41}{(1 + 11,78)^3} + \frac{\$49.502,44}{(1 + 11,78)^4} + \frac{\$58.025,48}{(1 + 11,78)^5} - \$48.703,41$$

$$VAN = (\$23.533,47 + \$26.461,79 + \$29.461,79 + \$31.703,56 + \$33.244,56) - \$48.703,41$$

$$VAN = \$95.672,21$$

El VAN del presente proyecto es de \$95.672,21 por lo tanto podemos establecer que el proyecto en término de liquidez es atractivo y factible para la inversión

TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR es un indicador que permite establecer si es factible y no el invertir en el proyecto ya que este nos permite visualizar la medida en que la inversión será rentable en un periodo determinado. El presente proyecto alcanza una TIR del 64,94%. Por lo que podemos aconsejar la inversión en el proyecto.

Relación Beneficio/Costo (Rbc)

La Relación Beneficio/Costo es un indicador porcentual que permite hacer una relación entre el monto invertido y la liquidez generada por las actividades del negocio, dicho de otro modo, es una métrica que ayuda a determinar cuánto han ganado los inversionistas por los montos aportados.

Para su cálculo se es preciso dividir el Valor Actual Neto para el total de la inversión, tal como se muestra a continuación:

$$B/C = \frac{\text{Valor Actual Neto}}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{\$ 95.672,21}{\$48.703,41}$$

$$B/C = 1,96$$

Habiendo realizado dicho calculo, en esta evaluación financiera se obtiene una relación beneficio/costo 1,96 lo que da a conocer que las actividades operacionales y estratégicas permiten alcanzar importantes retornos dentro del presente proyecto.

Razones Financiera

Liquidez

La razón financiera de liquidez es un indicador que permite evaluar la capacidad que tiene el proyecto para cancelar sus deudas en el corto plazo. En este indicador se divide el activo corriente contra el pasivo corriente.

El presente proyecto de emprendimiento no posee de deuda, por lo que tiene una liquidez optima lo que nos permite establecer que este proyecto cumple con la capacidad a corto plazo.

Endeudamiento

El ratio o índice de endeudamiento nos permite identificar el nivel de deuda que el proyecto posee para llevar a cabo el desarrollo de su operación. En este indicador se divide el pasivo a largo plazo contra el patrimonio neto.

Es necesario explicar que el presente proyecto de emprendimiento no posee endeudamiento lo que nos permite establecer que este proyecto en términos de endeudamiento es optimo

Rentabilidad

El índice de rentabilidad nos permite obtener el porcentaje de utilidad que tendrá el proyecto. En este indicador se hace una relación entre los ingresos y la ganancia neta, la cual podemos visualizar a continuación:

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} = \frac{\$22.442,89}{\$114.840,00} = 22,16\%$$

El presente proyecto de emprendimiento posee un margen de utilidad neta del 22,16%, lo que nos permite establecer que este proyecto tiene una rentabilidad aceptable.

Impacto ambiental

En cuanto al proceso de preparación del terreno para la construcción del complejo de cabañas el mayor impacto dado al movimiento de tierra será controlado por el responsable de la obra civil y de esta manera evitar el levantamiento de polvo que genere algún inconveniente a la población circundante.

En lo referente a los residuos sólidos, se clasificará la basura en recipientes especiales para papel y cartón, para vidrios, para latas; en lo que tiene que ver con los residuos líquidos se instalarán las debidas instalaciones de desagües y de esa manera evitar cualquier tipo de contaminación ambiental.

Se utilizarán luminarias con un nivel de energía adecuado en las habitaciones para evitar la contaminación visual.

Conclusiones

Una vez presentada la iniciativa de negocios paso a paso para su idónea comprensión y cumpliendo con los límites requeridos, se concluye en lo próximo:

- Se realizó el estudio de factibilidad sobre la implementación de cabañas ecológicas en el balneario la Lucha ubicado en el bio corredor turístico Santa Ana – Poza Honda, obteniendo como resultado que es rentable invertir en la ejecución del proyecto.
- Se han planteado los fundamentos teóricos y legales involucrados al emprendimiento de un establecimiento de alojamiento en Santa Ana, por medio de una revisión sistematizada del marco legal del GAD, Ministerio de Turismo y Cuerpo humano de Bomberos, para un respaldado y legal manejo de este establecimiento.
- Se estableció la utilización de lienzos Canvas como el modelo de comercio propicio para la preparación de esta iniciativa, planteando la utilización de este modelo de negocios para futuros proyectos de emprendimiento de la facultad.
- Se identificó que el segmento de clientes claves de la propuesta de creación de cabañas ecológicas son los profesores de las universidades visitantes turísticas, así mismo, se establecieron canales de ventas para la visibilidad y reconocimiento de los servicios ofertados en la creación de alojamientos de cabañas ecológicas en la página web, redes sociales, e-mail y vía WhatsApp.
- De consenso al análisis financiero y a los resultados a favor de la viabilidad y productividad de los indicadores establecidos, se puede asegurar que es adecuado invertir en esta iniciativa, debido a que generará beneficios como para quien la ejecute como para quien adquiera de sus servicios.

Recomendaciones

- Recomiendo que dado los estudios realizados para implementar el complejo de cabañas ecológicas en el balneario la Lucha del Cantón Santa Ana, este se debe ejecutar tomando en consideración los resultados obtenidos en la etapa del estudio financiero.
- Ejecutar continuamente programas de capacitación para el personal del complejo de cabañas, que permita elevar el nivel de calidad de los servicios brindado a los huéspedes y de esta manera lograr su fidelidad.
- Implementar las medidas y protocolos de bio seguridad para garantizar la atención de los huéspedes y de esta manera lograr la confianza de los mismos.

BIBLIOGRAFÍAS

- Blanco y Rivero. (2011). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. 17(49), 119. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/es/revista/estudios-agrarios/articulo/el-agroturismo-como-diversificacion-de-la-actividad-agropecuaria-y-agroindustrial>
- Bosh, Suárez y Olivarez. (2019). *La importancia de la generación de empleo como dinamizadora del desarrollo local en un centro turístico*. Obtenido de Aportes y transferencias , 30: <http://www.redalyc.org/pdf/276/27680203.pdf>
- Catañeda & Macías. (2016). *Guía metodológica para la elaboración de un estudio de factibilidad. Estudio de caso: fabricación y venta de barras de cereal*. Obtenido de Universidad distrital Francisco José de Caldas. Recuperado el 28 de julio del 2019. : <https://pdfs.semanticscholar.org/128d/bd6c07e60184499805b6a1f0e5435df3fcee.pdf%20pag%2019>
- Cuenca. (2017). *La Participación Ciudadana en el GAD Portoviejo y su incidencia en el desarrollo local*. . Obtenido de Tesis de pregrado. Portoviejo, Manabí, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.: <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1074/1/TTMT16.pdf>
- Díaz, Guzmán, Martín, & Rubio. (2013). *Las fuentes de financiamiento y la administración como herramienta para afrontar los problemas y dificultades que enfrentan las microempresas en México*. Obtenido de Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad.: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551859777003>

- GAD, C. S. (Marzo 23 del 2013). El corredor turístico del cantón Santa Ana. *La gente de Manabí*.
- Gobierno de la República del Ecuador. (2021). *Patrimonio Cultural*.
- Gobierno Provincial de Manabí. (2019). *Cantón Santa Ana*. . Obtenido de Obtenido de Manabi.gob.ec.: <http://www.manabi.gob.ec/cantones/santa-ana>
- Koontz & O'Donnel. (2010). *Curso de administración moderna*. México, McGraw-Hill, 1984, p.141. ISBN ebook: 978-607-438-845-9. Obtenido de <https://editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074382167.pdf>
- Macías. (2012). *El Ecoturismo como base para el desarrollo regional sustentable: Caso Barranca Oblatos Huentitlan*. Obtenido de <http://sincronia.cucsh.udg.mx/ecotur.htm>
- Medrano. (2014). *Ficus*. Obtenido de <http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/turismo.html>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Ministerio de Turismo del Ecuador y Manabí*.
- Miranda. (2016). *Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera Económica Social Ambiental*. Colombia - Bogotá: Quinta Edición. .
- Osterwalder & Pigneur. (2010). *Generación de modelos de negocio*. España: Ed. Grupo Planeta. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13267/rojas_tb.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- OSTERWALDER. (2015). *Clarifying Business Models: origins, present and future of the concept*. *Communications of AIS*, 15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/549/54928232009.pdf>
- Pacheco. (2013). *Eco cabañas*. Universidad Estatal de Milagro. . Obtenido de Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales. Puebla, Mexico. : <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2537/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20ECOCABA%20PARA%20CONTRIBUIR%20AL%20DESARROLLO%20DEL%20TURISMO%20SOSTENIBLE%20EN%20EL%20SECTOR%20DE.pdf>
- Peiró. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/propuesta-de-valor.html>
- Pérez. (2010). *El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural*. Obtenido de *Agronomía Colombiana*, 28 (3), 507 - 513. : Obtenido de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688/37532>
- Romero, Sánchez & Correa. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*. Universidad Técnica de Guayaquil. ISBN: 978-9942-24-109-2. . Machala - Ecuador: Editorial UTMACH, 2018.
- Rubio. (2015). *El Medio Ambiente como Factor de Desarrollo en el Medio Rural: Una Comparación de Estrategias Territoriales*. Obtenido de *Desarrollo Local Sostenible*, 8 (22): Obtenido de: <http://www.eumed.net/rev/delos/22/medio-rural.html>

- Sancho. (2008, p.8). *Prodeci. (2008) Plan de Marketing y Programa de Intervención para desarrollar turismo en la zona de Intag. Ayuda en acción. Imbabura-Ecuador*. Obtenido de <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/928>
- SENPLADES. (2009). *Plan Nacional Para el Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>
- Valdez. (2012). *El turismo rural en españa. España*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23290/1/TESIS-ANDREA%20NAVAS.pdf>
- Valle. (2017). *La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible*. Obtenido de Caso de estudio Timotes, Venezuela. Scielo, 3(2), 164-183: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2017000200164
- Varela. (2010). *Estudio de Factibilidad y Proyectos*. Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Zambrano. (2021). *Relación con los clientes. Modelo Canvas*. . Obtenido de <https://modelocanvas.net/relacion-con-los-clientes/>

Anexos

Anexo numero 1: Validación de encuesta.

Manta, enero 04 de 2022

Sra: Ing. Bella Mera

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de Generar una propuesta de Implementación de cabañas ecológicas en el balneario la Lucha ubicado en el bio-corredor turístico Santa Ana – Poza Honda.

Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en Administración de empresas hoteleras en relación con Cabañas ecológicas, objeto de estudio de este emprendimiento.

Ud. ha sido seleccionado como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,



Daniela Guadalupe Arteaga ALCIVAR

C.I: 131582336-7

Autor Académica

Tema de investigación:

PROPUESTA: “IMPLEMENTACION DE CABAÑAS ECOLOGICAS EN EL BALNEARIO LA LUCHA UBICADO EN EL BIO CORREDOR TURISTICO SANTA ANA – POZA HONDA”

Objetivos**Objetivo General**

- Realizar el estudio de factibilidad sobre la implementación de cabañas ecológicas en el balneario la Lucha ubicado en el bio corredor turístico Santa Ana – Poza Honda.

Objetivos Específicos

- Establecer los fundamentos teóricos y legales relacionados al emprendimiento de un establecimiento de alojamiento en el balneario la Lucha en el cantón Santa Ana Manabí.

- Identificar el segmento de clientes a quienes va dirigida la propuesta, a través del estudio de mercado.

- Establecer la propuesta de valor en función a la oferta de los servicios de alojamiento en el balneario la Lucha del cantón Santa Ana a través del plan de negocios.

- Identificar los recursos, actividades claves y los posibles socios para el establecimiento de alojamiento.

CUESTIONARIO ENCUESTA

	<p>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</p> <p>Facultad de hotelería y turismo</p> <p>Carrera de hotelería</p>
---	--

La siguiente encuesta tiene como propósito recolectar información que será considerada de manera esencial en el estudio para la realización un proyecto de emprendimiento basado en la implementación de Cabañas ecológicas en el balneario la Lucha ubicado en el bio corredor turístico Santa Ana- Poza Honda, la misma que será aplicada los profesores de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la Universidad Técnica de Manabí.

Para el desarrollo de la encuesta debe leer detenidamente cada una de las preguntas y responder de manera apropiada.

<p>1. Su edad</p> <ul style="list-style-type: none">- 18 a 30 años- 30 a 45 años- 45 a 60 años- 60 a 75 años
<p>1. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de este proyecto?</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No
<p>2. Que tipo de hospedaje es de su preferencia dentro del alojamiento ecológico.</p> <ul style="list-style-type: none">- Moderno- Tradicional- Rustico
<p>3. ¿Conoce usted algún tipo de hotel que brinde servicios ecológicos en el cantón Santa Ana?</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No
<p>4. ¿Conoce usted el balneario la Lucha del cantón Santa Ana?</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No
<p>5. ¿Le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas ubicadas en el balneario la Lucha el cual se encuentra en la zona rural del cantón Santa Ana? (BIO CORREDOR TURISTICO SANTA ANA - POZA HONDA).</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No- Tal vez
<p>6. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico?</p> <ul style="list-style-type: none">- Restaurante- Bar/karaoke- Servicio de internet- Servicio a la habitación- Otros
<p>7. ¿Con quién le gustaría visitar el alojamiento ecológico?</p> <ul style="list-style-type: none">- Solo

<ul style="list-style-type: none"> - En pareja - Con amigos - Con familia
<p>8. De las siguientes actividades turísticas, ¿Cual o cuales le gustaría realizar?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Camping - Caminatas - Cabalgatas - Pesca deportiva
<p>9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una cabaña ecológica ubicada en el Balneario la Lucha del cantón Santa Ana?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entre 20 y 30 USD - Entre 30 y 40 USD - Entre 40 y 50 USD - Mas de 60 USD
<p>10. ¿Cómo acostumbra a hacer sus pagos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Efectivo - Tarjeta de crédito - Traslferencia bancaria
<p>11. ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agencias de viaje - Prensa - Redes sociales - Radio/Tv - Amigos/turistas

Datos Personales del Experto:

Apellidos: Mera Gutiérrez Nombre: Bella Cecilia

Organización donde Trabaja: Jubilada

Título de Pregrado: Ing, Comercial

Título de Postgrado: Especialista en diseño curricular por competencia

C. I.: 1302450935

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que Ud. Considere conveniente.

1. ¿Considera Usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Si X No _____

Observaciones: _____



Firma:

Fecha: Jipijapa, 6 de Enero 2022

Anexo numero 2: Modelo de encuesta

	<p>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</p> <p>Facultad de hotelería y turismo</p> <p>Carrera de hotelería</p>
<p>La siguiente encuesta tiene como propósito recolectar información que será considerada de manera esencial en el estudio para la realización un proyecto de emprendimiento basado en la implementación de Cabañas ecológicas en el balneario la Lucha ubicado en el bio corredor turístico Santa Ana- Poza Honda, la misma que será aplicada los profesores de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la Universidad Técnica de Manabí.</p> <p>Para el desarrollo de la encuesta debe leer detenidamente cada una de las preguntas y responder de manera apropiada.</p>	
<p>2. Su edad</p> <ul style="list-style-type: none">- 18 a 30 años- 30 a 45 años- 45 a 60 años- 60 a 75 años	
<p>3. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de este proyecto?</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No	
<p>4. Usted alguna vez a alquilado una cabaña habitacional de manera ecológica.</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No	
<p>5. Que tipo cabaña ecológica es de su preferencia.</p> <ul style="list-style-type: none">- Moderno- Tradicional- Rustico	
<p>6. ¿Conoce usted algún tipo de hotel que brinde servicios ecológicos en el cantón Santa Ana?</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No	
<p>7. ¿Conoce usted el balneario la Lucha del cantón Santa Ana?</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No	
<p>8. ¿Le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas ubicadas en el balneario la Lucha el cual se encuentra en la zona rural del cantón Santa Ana? (BIO CORREDOR TURISTICO SANTA ANA - POZA HONDA).</p> <ul style="list-style-type: none">- Si- No- Tal vez	

<p>9. ¿Con que frecuencia se hospedaría en las cabañas ecológicas ubicadas en el balneario la Lucha?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semanalmente - Mensualmente - Anualmente
<p>10. ¿En cuál modelo de cabaña le gustaría alquilar para hospedarse?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moderna - Tradicional - Rustica
<p>11. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restaurante - Bar/karaoke - Servicio de internet - Servicio a la habitación - Otros
<p>12. ¿Con quién le gustaría visitar el alojamiento ecológico?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solo - En pareja - Con amigos - Con familia
<p>13. De las siguientes actividades turísticas, ¿Cual o cuales le gustaría realizar?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Camping - Caminatas - Cabalgatas - Pesca deportiva
<p>14. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una cabaña ecológica ubicada en el Balneario la Lucha del cantón Santa Ana?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entre 20 y 30 USD - Entre 30 y 40 USD - Entre 40 y 50 USD - Mas de 60 USD
<p>15. ¿Cómo acostumbra a hacer sus pagos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Efectivo - Tarjeta de crédito - Traslado bancario
<p>16. ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agencias de viaje - Redes sociales - Radio/Tv - Amigos/turistas

Anexo número 3: Calculo de la muestra

Tabla 38 Calculo de la muestra finita

Tabla numero 38: Calculo de la muestra

Cálculo de la muestra			
<p>La población con la cual se realizó la encuesta está representada en 1.883 personas (datos Obtenidos de la página oficial de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la Universidad Técnica de Manabí), que simbolizan el número de profesores de este establecimiento educativo. Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula de población finita que considera una distribución normal con un nivel de confianza de 90% para obtener una muestra a partir de la población.</p>			
Fórmula para calcular la muestra finita			
$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$			
N= Población	q= Probabilidades en contra		
n= Muestra	z= Nivel de confianza		
p= Probabilidades a favor	e= Error de muestra		
<p>La población sobre la cual se desea aplicar el muestreo es de 1.883 personas (N), los porcentajes de ocurrencia se tomarán de 50% (P y Q) cada uno, teniendo presente que se desea evaluar con un nivel de confianza del 90%, para el cual el valor estadístico de Z asignado es de 1,645%. Se acepta un 5% como porcentaje de error (e) y una proporción verdadera del 0.5 (P), para obtener lo siguiente:</p>			
CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA			
Parámetro	Insertar Valor		Tamaño de muestra
N	1.883		"n" =
Z	1,645		236,71
P	50,00%		
Q	50,00%		
E	5,00%		
	1273,861269		
	5,38150625		
<p>Con el dato encontrado mediante la aplicación de la fórmula, se determina que el número de encuestas requeridas es de 237,71</p>			

Fuente: Página oficial de la ULEAM y UTM

Elaborado por: Daniela Arteaga

Anexo número 4: Tabulaciones

Resultados y análisis de la encuesta

1. Su edad

Tabla número 39: Edad de las personas encuestadas.

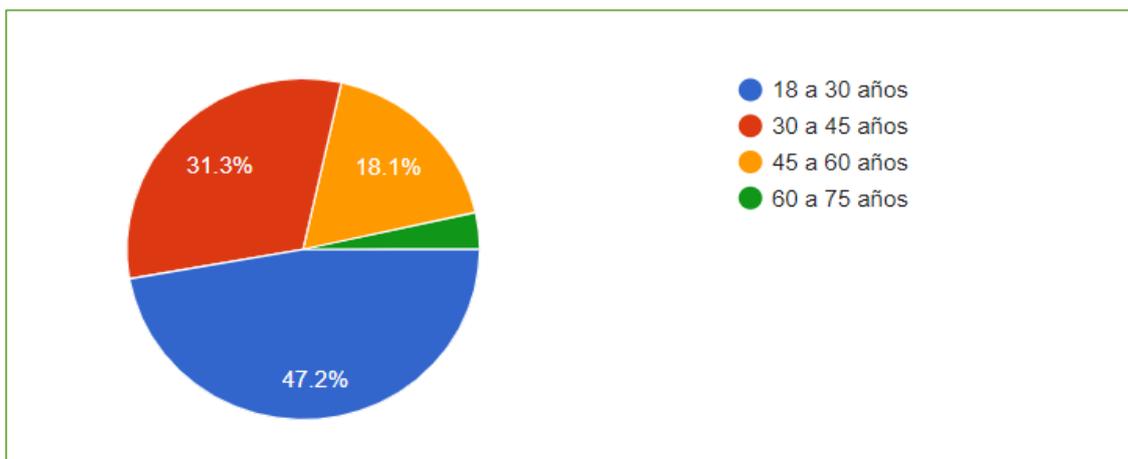
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
18 a 30 años	47,2%
30 a 45 años	31,3%
45 a 60 años	18,1%
60 a 75 años	3,5%
Total	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 39 Edad de las personas encuestadas

Figura número 10: edad de los encuestados



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 10 Edad de las personas encuestadas

Análisis:

Según los resultados de la primera pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados está formada por un 42% en un rango de edad entre los 18 a 30

años, seguido por el 31,3% entre edades de 30 a 45% y 18,1% las edades entre 45 a 60 años y 3,5% se encuentran los encuestados de 60 a 75 años.

2. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de este proyecto?

Tabla número 40: Está de acuerdo con la implementación de este proyecto.

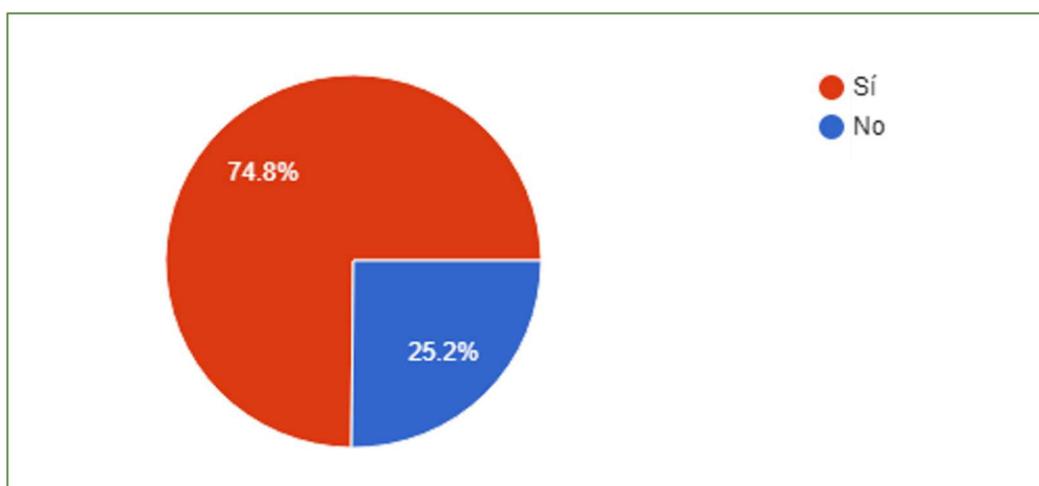
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>SÍ</i>	74,8%
<i>NO</i>	25,2%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 40 Genero de las personas encuestadas

Gráfico número 11: género de encuestados



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 11 Genero de las personas encuestadas

Análisis:

Según los resultados de la segunda pregunta de la encuesta aplicada, a la muestra de 237 encuestados el 74,8 % está de acuerdo con la implementación del proyecto y el 25,2% no está de acuerdo.

3. Usted alguna vez a alquilado una cabaña habitacional de manera ecológica.

Tabla número 41: Información sobre la oferta

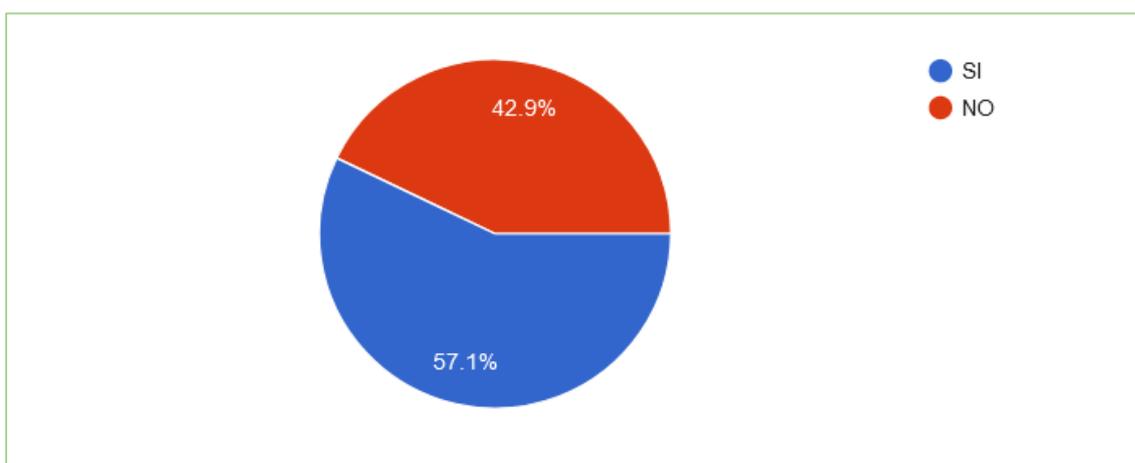
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>SI</i>	57,1%
<i>NO</i>	42,9%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 41 Información sobre la oferta

Gráfico número 12: información sobre oferta



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 12 Información sobre la oferta

Análisis:

Según los resultados de la tercera pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 57,1% si se han hospedado en establecimientos ecológicos de manera ecológica y 42,9% no se han hospedaje en estos establecimientos.

4. ¿Qué tipo de cabañas ecológica es de su preferencia?

Tabla número 42: Preferencia de hospedaje de las personas encuestadas.

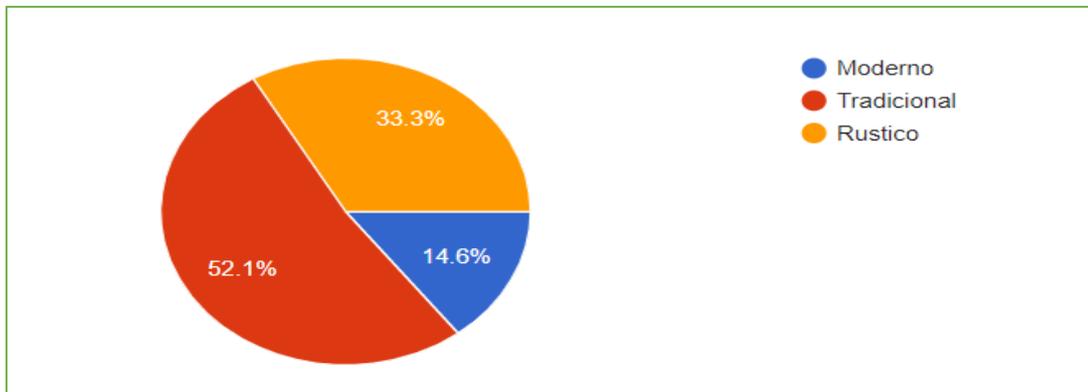
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Moderno</i>	14,6%
<i>Tradicional</i>	52,1%
<i>Rustico</i>	33,3%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 42 Preferencia de hospedaje

Gráfico número 13: preferencias de hospedaje de las personas encuestadas



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 13 Preferencia de hospedaje

Análisis:

Según los resultados de la tercera pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 52,1% prefieren hospedarse en cabañas de estructura tradicional, el 33,3% prefieren cabañas rusticas y un 14,6% prefieren cabañas modernas, por lo cual se considera la creación de cabañas tradicionales.

5. ¿Conoce usted algún tipo de hotel que brinde servicios ecológicos en el cantón Santa Ana?

Tabla número 43: Conocimiento de lugares de hospedaje

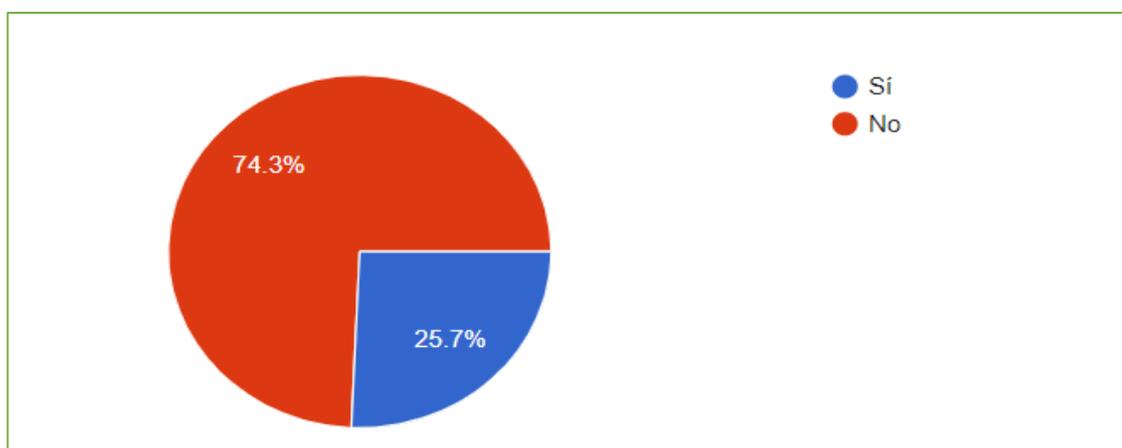
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>SI</i>	25,7%
<i>NO</i>	74,3%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 43 Conocimiento de lugar de hospedaje

Gráfico número 14: Conocen lugar de hospedaje en Santa Ana



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 14 Conocimiento de lugar de hospedaje

Análisis:

Según los resultados de la cuarta pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 25,7% conoce lugares de hospedaje en el cantón Santa Ana y el 74,3% no conoce lugar de hospedaje cabañas ecológicas, lo cual determina que existe una gran demanda insatisfecha referente al servicio de hospedaje en cabañas ecológicas.

6. ¿Conoce usted el balneario la Lucha del cantón Santa Ana?

Tabla número 44: Conoce el balneario la Lucha.

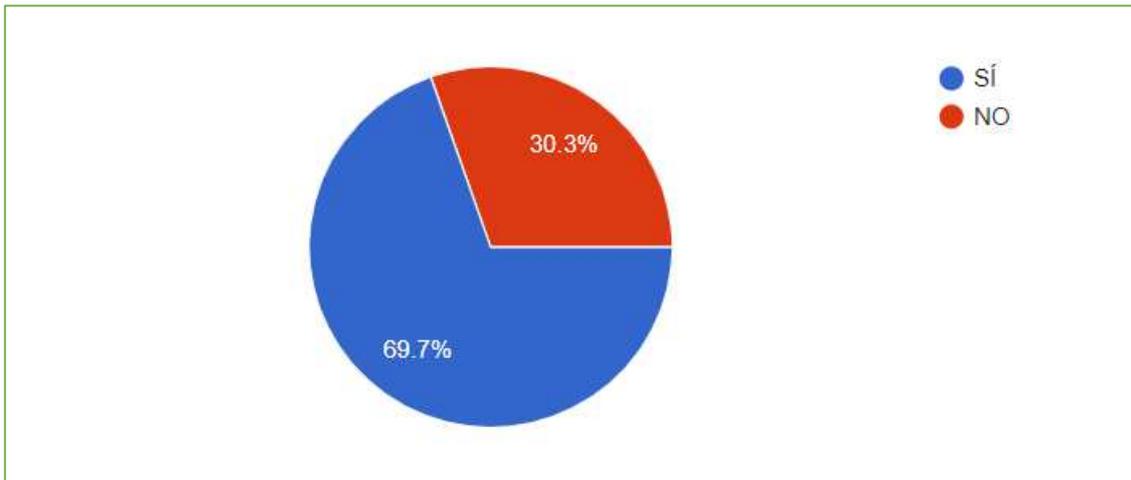
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>SI</i>	25,7%
<i>NO</i>	74,3%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 44 Conoce el balneario la Lucha

Gráfico número 15: Conocen el balneario la Lucha en Santa Ana



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 15 Conoce el balneario la Lucha

Análisis:

Según los resultados de la quinta pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 69,7% si conoce el balneario la Lucha ubicado en bio corredor turístico Santa Ana – Poza Honda y el 30,3% no conoce el balneario.

7. ¿Le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas ubicadas en el balneario la Lucha el cual se encuentra en la zona rural del cantón Santa Ana? (BIO CORREDOR TURISTICO SANTA ANA - POZA HONDA).

Tabla número 45: Le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas.

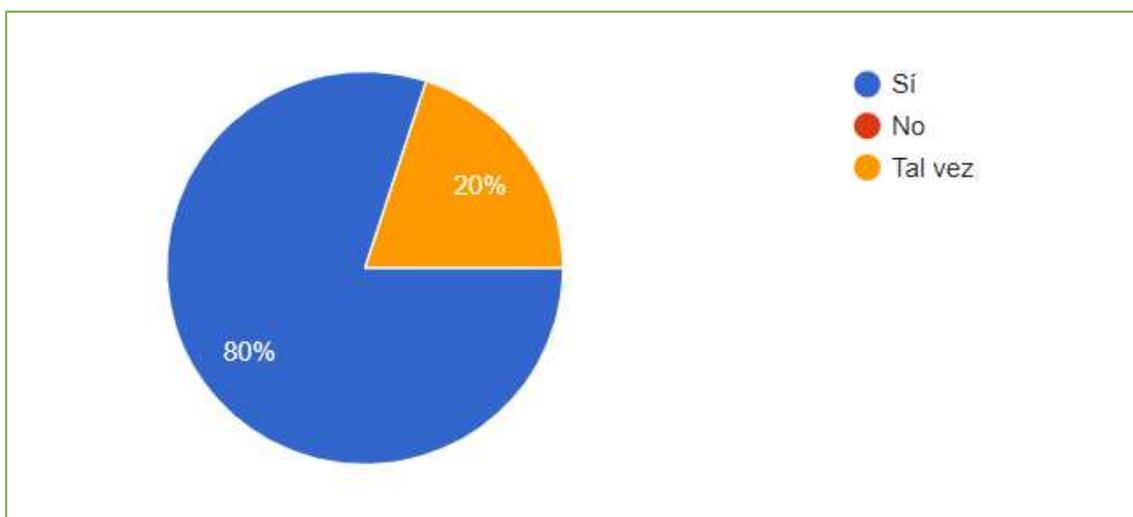
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>SI</i>	80%
<i>NO</i>	0%
<i>Talvez</i>	20%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 45 Le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas

Gráfico número 16: Le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 16 Le gustaría hospedarse en cabañas ecológicas

Análisis:

Según los resultados de la sexta pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 80% si se hospedaría en cabañas ecológicas ubicadas en el balneario la Lucha del cantón Santa Ana, y el 20% restante corresponde al tal vez, dejando en 0% a un no como respuesta.

8. ¿Con que frecuencia se hospedaría en las cabañas ecológicas ubicadas en el balneario la Lucha?

Tabla número 46: Frecuencia de hospedaje

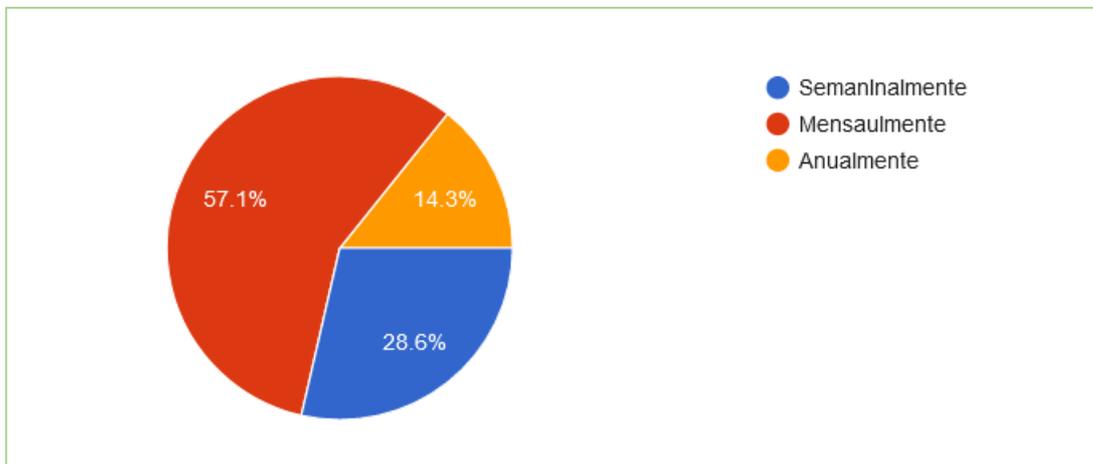
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Semanalmente</i>	28,6%
<i>Mensualmente</i>	57,1%
<i>Anualmente</i>	14,3%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 46 Frecuencia de hospedaje

Gráfico número 17: Frecuencia de consumo



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 17 Frecuencia de hospedaje

Análisis:

Según los resultados de la séptima pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 57,1% se hospedarían mensualmente, el 28,6% se hospedarían semanalmente y el 14,3 se hospedarían anualmente.

9. ¿En cuál modelo de cabaña le gustaría alquilar para hospedarse?

Tabla número 47: Tipo de cabaña que alquilaría.

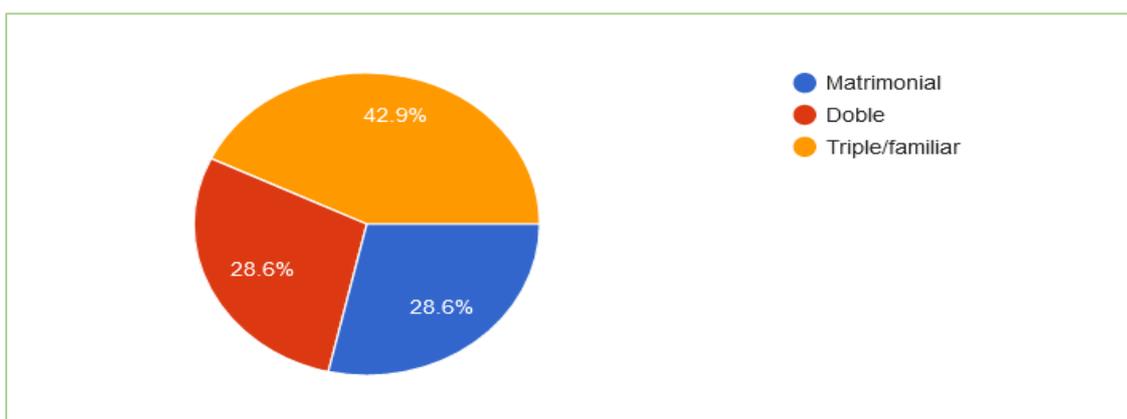
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Matrimonial</i>	42,9%
<i>Doble</i>	28,6%
<i>Triple/familiar</i>	28,6%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 47 Tipo de cabaña que alquilaría

Gráfico número 18: Tipo de cabaña que alquilaría



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 18 Tipo de cabaña que alquilaría

Análisis:

Según los resultados de la novena pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 42,9% de encuestados prefieren alquilar cabañas triples/familiares, el 28,6% alquilarían las cabañas matrimoniales y el 28,6% alquilarían las cabañas dobles.

10. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico?

Tabla número 48: Servicios que le gustaría existieran en las cabañas.

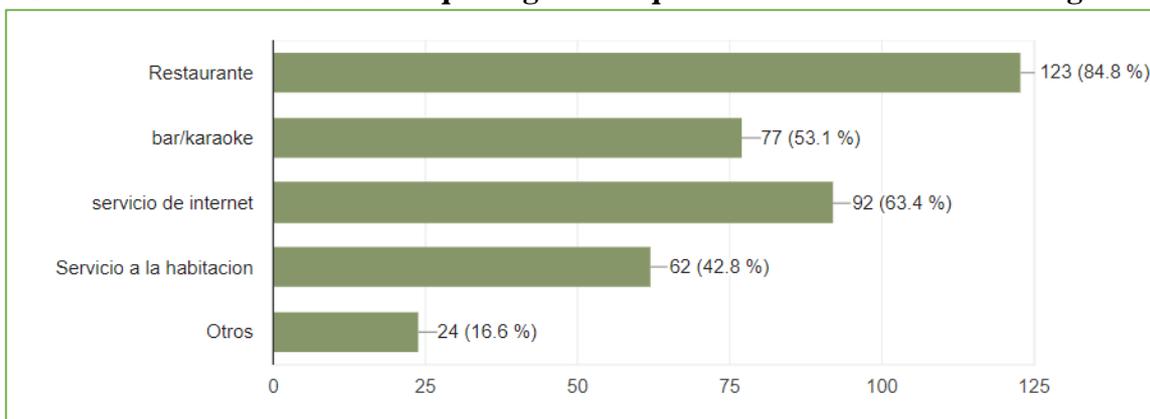
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Restaurante</i>	84,8%
<i>Bar/karaoke</i>	53,1%
<i>Servicio de Internet</i>	63,4%
<i>Servicio a la habitación</i>	42,8%
<i>Otros</i>	16,6%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 48 Servicio que le gustaría que existieran en las cabañas

Gráfico número 19: Servicios que le gustaría que contaran las cabañas ecológicas



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 19 Servicio que le gustaría que contaran las cabañas ecológicas

Análisis:

Según los resultados de la séptima pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados en la variable restaurante el 84% de los encuestados lo prefieren como servicio, siguiendo servicio de internet con 63,4%, el bar/karaoke con 53,1%, servicio a la habitación con 42,8% y en la variable de otros servicios encontramos 16,6%.

11. ¿Con quién le gustaría visitar el alojamiento ecológico?

Tabla número 49: Con quien visitaría las cabañas ecológicas

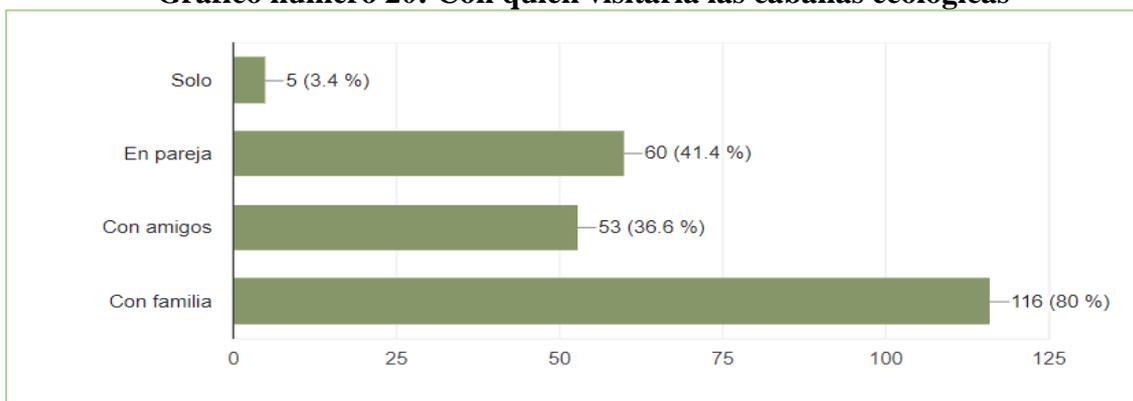
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Solo</i>	3,4%
<i>Con pareja</i>	41,4%
<i>Con amigos</i>	36,6%
<i>Con familia</i>	80%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 49 Con quien visitaría las cabañas ecológicas

Gráfico número 20: Con quien visitaría las cabañas ecológicas



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 20 Con quien visitaría las cabañas ecológicas

Análisis:

Según los resultados de la octava pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados en la variable con familia el 80% de los encuestados lo prefieren, en pareja el 41,4%, con amigos el 36,3%, la variable solo es la opción más baja con el 3,4%.

12. De las siguientes actividades turísticas, ¿Cual o cuales le gustaría realizar?

Tabla número 50: Actividades que le gustaría realizar en las cabañas ecológicas

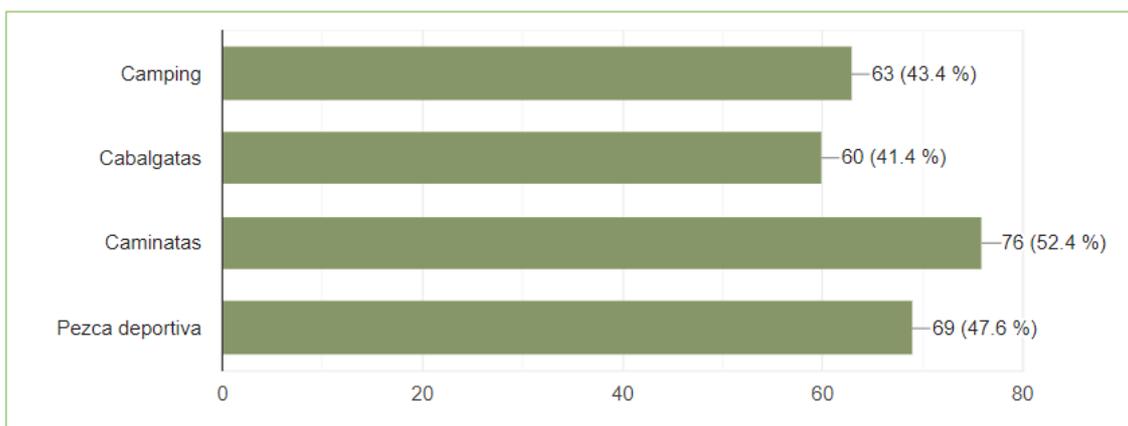
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Camping</i>	43,4%
<i>Cabalgatas</i>	41,4%
<i>Caminatas</i>	52,4%
<i>Pesca deportiva</i>	47,6%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 50 Actividades que le gustaría realizar en las cabañas ecológicas

Gráfico número 21: Actividades que le gustaría encontrar en las cabañas ecológicas



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 21 Actividades que le gustaría realizar en las cabañas ecológicas

Análisis:

Según los resultados de la novena pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados la actividad que prefieren es caminata con un 52,4%, seguido por pesca deportiva con 47,6%, camping 43,4 y cabalgatas 41,4%.

13. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una cabaña ecológica ubicada en el Balneario la Lucha del cantón Santa Ana?

Tabla número 51: Cuanto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una cabaña ecológica

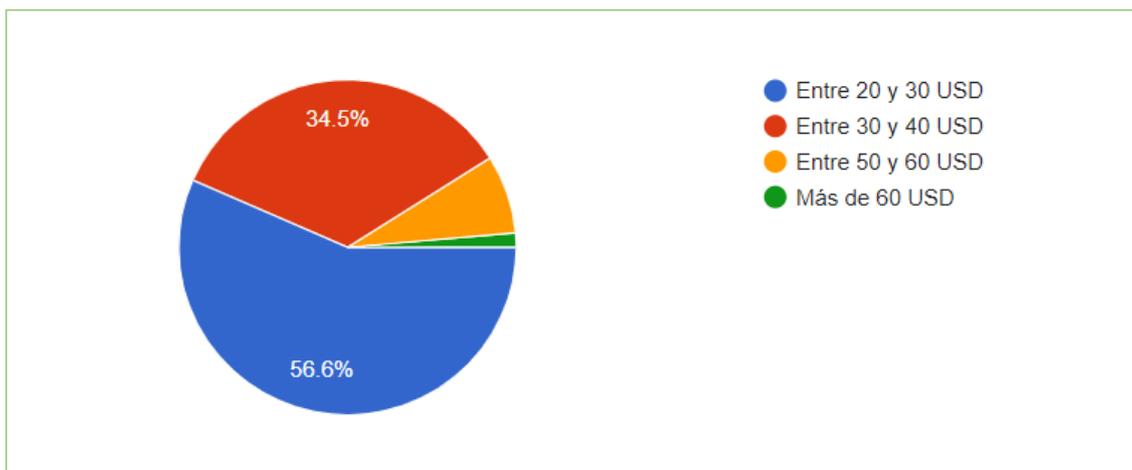
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Entre 20 y 30 USD</i>	56,6%
<i>Entre 30 y 40 USD</i>	34,5%
<i>Entre 50 y 60 USD</i>	7,6%
<i>Mas de 60</i>	1,4%
<i>Total</i>	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 51 Cuanto estaría dispuesto a pagar por una cabaña ecológica

Gráfico número 22: Cuanto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una cabaña ecológica



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 22 Cuanto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una cabaña ecológica

Análisis:

Según los resultados de la décima pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 encuestados el 56,6% está dispuesto a pagar entre 20 y 30 USD por el alquiler de cabañas, el 34,5% pagaría entre 30 y 40 USD, el 7,6% de las personas encuestadas pagarían entre 50 y 60 USD y más de 60 solo está dispuesto a pagar el 1,4%.

14. ¿Cómo acostumbra a hacer sus pagos?

Tabla número 52: Forma de pago

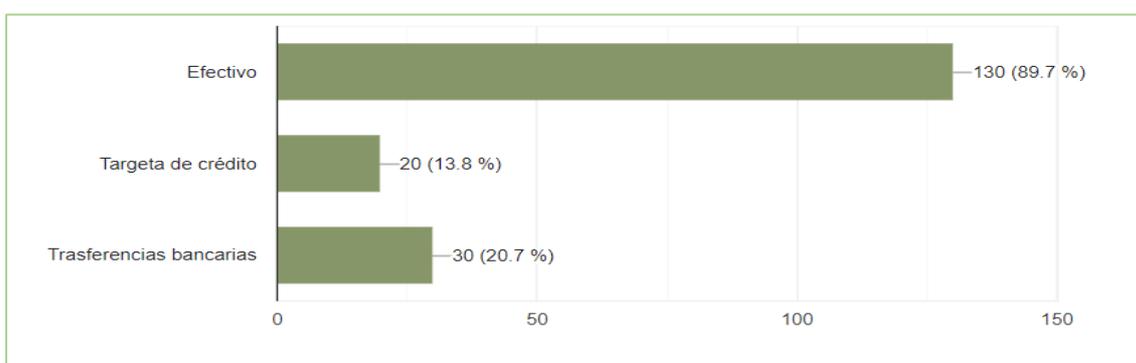
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Efectivo</i>	56,6%
<i>Tarjeta de crédito</i>	34,5%
<i>Trasferencia bancaria</i>	7.6%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 52 Forma de pago

Gráfico número 23: Forma de pago de preferencia



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 23 Forma de pago

Análisis:

Según los resultados de la onceava pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 la forma de pago en efectivo es seleccionada por el 89,7% convirtiéndose en la forma de pago de preferencia, seguida por transferencia bancaria por un porcentaje de 20,7 % y tarjeta de crédito con 13,8%.

15. ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?

Tabla número 53: Medio de información

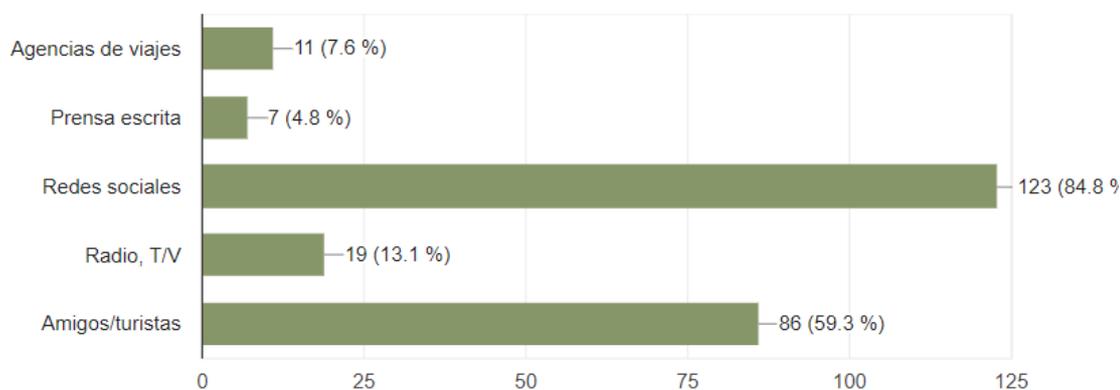
<i>Variables</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Agencias de viaje</i>	7,6%
<i>Prensa</i>	4,8%
<i>Redes sociales</i>	84,8%
<i>Radio/tv</i>	13,1%
<i>Amigos/turistas</i>	59,3%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 53 Medio de información

Gráfico número 24: Medio de información sobre lugares y hospedaje turístico



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Gráfico 24 Medio de información

Análisis:

Según los resultados de la doceava pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 237 la principal forma de información de lugares turísticos y de hospedaje son las redes sociales con un 84,8% de preferencia, seguida de la variable amigos/turistas con un 59,3%, radio/tv con 13,1%, agencias de viaje con 7,6% y prensa con 4,8%, siendo la opción de menos preferencia.

Anexo 4. Preguntas de entrevista

Entrevista a: Ing. Mario Segovia Administrador de Cabañas Nevis.

1. ¿Porque decidió emprender en este tipo de servicio?

Porque es un mercado que se esta desarrollando en el cantón y a raíz de la pandemia hay que buscar alternativas que generen fuentes de ingresos y el hospedaje es uno de ellos.

2. ¿Qué tipo de personas suelen consumir este tipo de servicio?

Mis clientes son electivos, mis clientes son profesores, y toda clase de profesionales que les gusta relajarse los fines de semana lejos de la ciudad.

3. ¿Cuántas y que clase de cabañas tiene?

Cuento con 5 cabañas, todas son familiares y con un máximo de 5 personas.

4. ¿Cuánto es su ingreso mensual y anual en las cabañas?

Mensualmente 500 a 700 dólares.

5. ¿Desde qué tiempo comenzó a ser rentable las cabañas?

Yo alquile las cabañas hace un año y comenzaron a generarme ganancia desde el mes de febrero del 2021.

6. ¿Cuáles son los meses de temporada alta y baja?

Febrero, junio hasta diciembre

7. ¿Qué servicios incluye en el precio y cuales son adicionales?

En el precio incluye el servicio de internet, acceso libre al área de karaoke y rio, y adicionales es la alimentación.

8. ¿Cuántos empleados tiene al momento de ofrecer su servicio?

Cuento con tres empleados dependiendo la temporada.

9. ¿Es rentable su negocio a pesar de los bajos ingresos económicos que conlleva la pandemia?

No podría decir si es rentable a largo plazo porque recién empecé hace un año.

10. Como considera el sector hotelero en el cantón Santa Ana.

Considero que falta trabajar en el cantón para embellecerlo y de esa manera atraer inversionistas que inviertan en mejores lugares de hospedaje.

Anexo 5. Competencias

Tabla número 54: Capacidad de competencias

<i>Nombre del establecimiento</i>	<i>Cabañas Nevis</i>
<i>Ubicación</i>	Cantón Santa Ana vía Ayacucho
<i>Tipo de cabañas</i>	Cabañas familiares
<i>Numero de cabañas</i>	5
<i>Mobiliario que conforma las cabañas</i>	Camas literas, mini neveras, tv
<i>Capacidad máxima</i>	6 personas
<i>Precio de alquiler</i>	\$25 por pareja y \$30 grupos de 4 a 6 personas
<i>Servicios incluidos</i>	Internet
<i>Servicios pagados</i>	Alimentación
<i>Meses de mayor demanda</i>	Febrero, Julio a Diciembre

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 54 Capacidad de la competencia

Anexo 6. Actividades de fidelización

Tabla número 55: Actividades de fidelización

<i>Fidelización</i>	
<i>Encuesta de satisfacción semestral:</i>	Se realizará para detectar necesidades no cubiertas y mejorar los servicios ofrecidos para lograr fidelizar al cliente.
<i>Charlas relacionadas a las costumbres y tradiciones de la comunidad y el cantón.</i>	Se invitará a personajes importantes en el tema que oriundos de Santa Ana para realizar las charlas relacionadas a las costumbres y tradiciones del cantón. Se realizará con una fogata.
<i>Merchandising:</i>	Entrega de artículos como llaveros, lapiceros, gorras u otros. Cada uno llevara plasmado el logo y nombre de las cabañas ecológicas.
<i>Red de beneficios para clientes frecuentes</i>	Promociones y descuentos del 10% en el restaurante clientes que frecuenten dos o más veces al mes.

Fuente: Modelo canvas

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 55 Actividades de fidelización

Anexo número 7: Perfil de trabajadores

Tabla 56 Perfil del administrador

Tabla número 56: Perfil del administrador

Cargo	Administrador / Recepcionista (1 persona)
Requisitos obligatorios	Título profesional (Ingeniero en administración de empresas hoteleras y gastronómicas)
	2 a 3 años de experiencia
	Manejo de CRM
	Manejo en servicio al cliente y relaciones interpersonales
Requisitos deseados	Manejo de redes sociales
	Manejo de segundo idioma
Responsabilidades	Experiencia en hotelería
	Administración del hotel
	Captar nuevos clientes y lograr fidelización
Remuneración	Pago de sueldos
	Cobro de hospedajes
	Buscar socios claves
	\$500.00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autora

Tabla 57 Perfil del encargado de recepción

Tabla 58 Perfil del obrero

Tabla número 57: Perfil del encargado de recepción

Cargo	Encargado aseo y mantención (1 persona)
Requisitos obligatorios	Educación media completa
	1-3 años de experiencia previa
Requisitos deseados	Experiencia en hotelería
Responsabilidades	Realizar actividades de limpieza, mantenimiento, conservación y vigilancia de las instalaciones, equipo y mobiliario propiedad de las cabañas, contribuyendo al mejoramiento del ambiente relacionado al aseo y limpieza.
Remuneración	\$425.000

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autora

Tabla número 58: Perfil de obrero

Cargo	Mesero (1 persona)
Requisitos obligatorios	Educación media completa
	1 año de experiencia
Requisitos deseados	Manejo en servicio al cliente y relaciones interpersonales
Responsabilidades	Mantener limpia las cabañas
	Limpieza en general
Remuneración	\$425.00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Anexo número 8: Materiales y materias primas (descripción del producto)

Tabla número 59: Gastos de construcción de la cabaña matrimonial

Construcción de la Cabaña Matrimonial

Cabaña	Materiales/Insumo	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Matrimonial	Regularización urbana	M ²	35	0,90	\$ 31,50
	Planos arquitectónicos	M ²	35	8,00	\$ 280,00
	Estudios de Suelos y geotécnicos	M ²	35	1,00	\$ 35,00
	Geoposicionamiento global	M ²	35	0,20	\$ 7,00
	Actas de responsabilidad profesional	M ²	35	0,60	\$ 21,00
	Costo de cimentación	M ²	35	10,00	\$ 350,00
	Armado Ecológico Estructural	M ²	35	20,00	\$ 700,00
	Acabados Arquitectónicos	M ²	35	2,10	\$ 73,50
	Adecuaciones (Puertas, ventanas, barandales)	Global	1	300,00	\$ 300,00
	Instalaciones Eléctricas y climatización	Global	1	33,00	\$ 33,00
	Instalaciones hidrosanitarias	Global	2	109,00	\$ 218,00
	Maquinaria	Global	1	300,00	\$ 300,00
	Personal (obreros)	Personas	3	200,00	\$ 600,00
TOTAL				4800,00	\$ 2.949,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 59 Gastos de construcción de la cabaña matrimonial

Tabla número 60: Gastos de equipamiento de la cabaña matrimonial
EQUIPAMIENTO DE LA CABAÑA MATRIMONIAL

CABAÑA	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
MATRIMONIAL	Juegos de sábanas	2	\$ 10,00	\$ 20,00
	Mini closet	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	Mini refrigerador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Ventilador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Cortinas	1	\$ 4,00	\$ 4,00
	Televisión	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Router	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	Colchones	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Toallas de baño	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Almohadas	3	\$ 5,00	\$ 15,00
	Muebles	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Cama de 3 plazas	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	TOTAL			

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 60 Equipamiento de la cabaña matrimonial

Construcción de la Cabaña Doble

Tabla número 61: Gastos de construcción de cabañas dobles

CABAÑA	Materiales/Insumo	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
DOBLE	Regularización urbana	M ²	45	0,90	\$ 40,50
	Planos arquitectónicos	M ²	45	8,00	\$ 360,00
	Estudios de Suelos y geotécnicos	M ²	45	1,00	\$ 45,00
	Geoposicionamiento global	M ²	45	0,20	\$ 9,00
	Actas de responsabilidad profesional	M ²	45	0,60	\$ 27,00
	Costo de cimentación	M ²	45	10,00	\$ 450,00
	Armado Ecologico Estructural	M ²	45	20,00	\$ 900,00
	Acabados Arquitectónicos	M ²	45	2,10	\$ 94,50
	Adecuaciones (Puertas, ventanas, barandales)	Global	1	300,00	\$ 300,00
	Instalaciones Eléctricas y climatización	Global	1	33,00	\$ 33,00
	Instalaciones hidrosanitarias	Global	3	109,00	\$ 327,00
	Maquinaria	Global	1	300,00	\$ 300,00
	Personal (obreros)	Personas	3	200,00	\$ 600,00
	TOTAL				4800,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 61 Gastos de construcción de las cabañas dobles

Tabla número 62: Gastos de equipamiento de cabañas dobles

EQUIPAMIENTO DE LA CABAÑA DOBLE

CABAÑA	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
DOBLE	Juegos de sábanas	2	\$ 10,00	\$ 20,00
	Mini closet	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	Mini refrigerador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Ventilador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Cortinas	1	\$ 4,00	\$ 4,00
	Televisión	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Router	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	Colchones	2	\$ 150,00	\$ 300,00
	Toallas de baño	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Almohadas	3	\$ 5,00	\$ 15,00
	Muebles	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Cama de 2 plazas	2	\$ 200,00	\$ 400,00
	TOTAL			

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 62 Gastos de equipamiento de las cabañas dobles

Construcción de la Cabaña triple/familiar

Tabla número 63: Gastos de construcción de cabañas familiares

CONSTRUCCIÓN DE LA CABAÑA FAMILIAR

CABAÑA	Materiales/Insumo	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
FAMILIAR	Regularización urbana	M ²	60	0,90	\$ 54,00
	Planos arquitectónicos	M ²	60	8,00	\$ 480,00
	Estudios de Suelos y geotécnicos	M ²	60	1,00	\$ 60,00
	Geoposicionamiento global	M ²	60	0,20	\$ 12,00
	Actas de responsabilidad profesional	M ²	60	0,60	\$ 36,00
	Costo de cimentación	M ²	60	10,00	\$ 600,00
	Armado Ecologico Estructural	M ²	60	20,00	\$ 1.200,00
	Acabados Arquitectónicos	M ²	60	2,10	\$ 126,00
	Adecuaciones (Puertas, ventanas, barandales)	Global	1	300,00	\$ 300,00
	Instalaciones Eléctricas y climatización	Global	2	33,00	\$ 66,00
	Instalaciones hidrosanitarias	Global	3	109,00	\$ 327,00
	Maquinaria	Global	1	300,00	\$ 300,00
	Personal (obreros)	Personas	4	200,00	\$ 800,00

TOTAL

4800,00 \$ 4.361,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 63 Gastos de construcción de las cabañas matrimoniales

Tabla número 64: Gastos de equipamiento de cabañas familiares

EQUIPAMIENTO DE LA CABAÑA FAMILIAR

CABAÑA	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
FAMILIAR	Juegos de sábanas	3	\$ 10,00	\$ 30,00
	Mini closet	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	Mini refrigerador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Ventilador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Cortinas	1	\$ 4,00	\$ 4,00
	Televisión	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Router	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	Colchones	3	\$ 200,00	\$ 600,00
	Toallas de baño	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Almohadas	8	\$ 5,00	\$ 40,00
	Muebles	2	\$ 40,00	\$ 80,00
	Cama de 3 plazas	3	\$ 300,00	\$ 900,00
TOTAL				\$ 2.101,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 64 Gastos de equipamiento de las cabañas familiares

Anexo numero 9: activos fijos para áreas administrativas

Tabla número 65: Gastos de activos fijos para el área administrativa

ACTIVOS FIJOS PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS	Administración	Recepción	TOTAL, REQUERIDO
EQUIPOS DE OFICINA			
Acondicionador de Aire	1	1	2
Teléfono	0	0	0
Dispensador de agua	1	1	2
Total, Equipos y tecnología por área	2	2	4
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadora	1	1	2
Impresora	1	1	2
Total, Equipos de cómputo por área	2	2	4
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	1	2
Silla	3	3	6
Bote de basura	1	1	2
Papeleras	1	1	2
Total, muebles y enseres por área	6	6	12

TOTAL, DE ACTIVOS FIJOS POR ÁREA	10	10	20
---	-----------	-----------	-----------

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 65 Gastos de activos fijos para el área administrativa

Anexo numero 10: Depreciaciones.

Tabla número 66: Depreciación de activos fijos para el área administrativa

Activo	Valor Contable	Valor Residual	% Anual	Vida Contable Años	Deprec. Año 1	Deprec. Año 2	Deprec. Año 3	Deprec. Año 4	Deprec. Año 5	Valor Desecho
Equipos de Oficina	\$ 730,00	\$ 73,00	10%	10	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 401,50
Equipos de Computación	\$ 1.220,66	\$ 406,89	33,33%	3	\$ 271,26	\$ 271,26	\$ 271,26			\$ 406,89
Muebles y Enseres	\$ 330,60	\$ 33,06	10%	10	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 181,83
Edificio	\$ 1.500,00	\$ 75,00	5%	20	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 1.143,75
DEPRECIACIÓN ANUAL					\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 166,70	\$ 166,70	\$ 2.133,97

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 66 Depreciación de activos fijos para el área administrativa

Anexo numero 11: Inversiones en activos diferidos intangibles.

Tabla número 67: Inversiones diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS	
Gastos Legales y de Constitución	VALOR
Servicios notariales	\$ 135,00
Capital de constitución	\$ 800,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$ 40,00
Permiso de funcionamiento Municipal	\$ 40,00
Patente Municipal	\$ 30,00
Publicación en prensa	\$ 30,00
Gastos de adecuación	\$ 620,00
Registro de marca SENADI	\$ 434,00
TOTAL	\$ 2.129,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 67 Inversiones diferidas

Tabla numero 69: Gastos de adecuación

GASTOS DE ADECUACIÓN	
Detalle	Valor
Línea telefónica	\$ -
Instalación de Servicio de Agua Potable	\$ 200,00
Instalación de energía eléctrica	\$ 300,00
Instalación De Servicio de Internet	\$ 120,00
TOTAL	\$ 620,00

Tabla 68 Gastos de adecuación

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla numero 70: Gastos de registro de marca SENADI

REGISTRO DE MARCA SENADI	
Detalle	Valor
Búsqueda general de signo distintivo	\$ 16,00
Informe de búsqueda especial	\$ 2,00
Registro de marca	\$ 208,00
Registro de lema comercial	\$ 208,00
TOTAL	\$ 434,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 69 Gastos de registro de la marca SENADI

Anexo numero 12: Costos indirectos de fabricación

Tabla numero 71: Gastos de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS DE LAS CABAÑAS			
Detalle	Costo Total Mensual	Costo Total Anual	
Energía Eléctrica	\$ 62,49	\$ 749,94	
Agua	\$ 60,00	\$ 720,00	
TOTAL	\$ 122,49	\$ 1.469,94	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 70 Gastos de servicios básicos

Tabla numero 71: Gastos de servicios básicos

Tabla 71 Gastos de servicios básicos

COSTOS DE MANTENIMIENTO				
Detalle	Valor	%	Costo Mensual	Costo Anual

Mantenimiento de Edificio	\$ 1.500,00	5%	\$ 6,25	\$ 75,00
Mantenimiento de las Cabañas ecológicas	\$ 30.458,00	5%	\$ 126,91	\$ 1.522,90
TOTAL			\$ 133,16	\$ 1.597,90

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla numero 72: Gastos de servicios básicos

MATERIALES DE LIMPIEZA			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Escobas	10	\$ 2,25	\$ 22,50
Trapeador	10	\$ 2,25	\$ 22,50
Recogedor de basura	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Desinfectante	30	\$ 4,00	\$ 120,00
Detergente	30	\$ 3,00	\$ 90,00
Cloro	30	\$ 1,00	\$ 30,00
TOTAL			\$ 310,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 72 Gastos de servicios básicos

Anexo numero 13: Calculo de energía eléctrica

Tabla numero 73: Gastos de servicios básicos

CÁLCULO DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA DE PRODUCCIÓN (CABAÑAS)					
Voltaje de Mobiliario	Hora de uso	Voltios utilizados	KWh hora	Mobiliario	Total Kwh Usados
265,98	1	265,98	0,26598	12	3,19176
CÁLCULO DE VALOR DE ENERGÍA A PAGAR					
Horas de Uso	Días de Uso	Horas de mobiliario Utilizadas	Kwh al Mes	Precio Kwh	Total a Pagar
10	22	220	702,1872	\$ 0,0890	\$ 62,5

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 73 Gastos de servicios básicos

Anexo numero 14: Inversiones

Tabla numero 74: Inversión equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Acondicionador de Aire	2	\$ 350,00	\$ 700,00

Teléfono	0	\$	20,00	\$	-
Dispensador de agua	2	\$	15,00	\$	30,00
TOTAL		\$	385,00	\$	730,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 74 Inversión equipos de oficina

Tabla numero 75: Inversión equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					
Detalle	Cantidad		Valor Unitario		Valor Total
Computadora	2	\$	427,50	\$	855,00
Impresora	2	\$	182,83	\$	365,66
TOTAL		\$	610,33	\$	1.220,66

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 75 Inversión equipos de computación

Tabla numero 76: Inversión muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES					
Detalle	Cantidad		Valor Unitario		Valor Total
Escritorio	2	\$	60,00	\$	120,00
Silla	6	\$	30,00	\$	180,00
Bote de basura	2	\$	8,50	\$	17,00
Papeleras	2	\$	6,80	\$	13,60
TOTAL		\$	105,30	\$	330,60

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 76 Inversión muebles y enseres

Tabla numero 77: Inversión de activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Equipos de Oficina	\$ 730,00
Equipos de Computación	\$ 1.220,66
Muebles y Enseres	\$ 330,60
Edificio	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 3.781,26

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 77 Inversión de activos fijos

Tabla numero 78: depreciación de inversión de activos fijos

Activo	Valor Contable	Valor Residual	% Anual	Vida Contable Años	Deprec. Año 1	Deprec. Año 2	Deprec. Año 3	Deprec. Año 4	Deprec. Año 5	Valor Desecho
Equipos de Oficina	\$ 730,00	\$ 73,00	10%	10	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 65,70	\$ 401,50
Equipos de Computación	\$ 1.220,66	\$ 406,89	33,33%	3	\$ 271,26	\$ 271,26	\$ 271,26			\$ 406,89
Muebles y Enseres	\$ 330,60	\$ 33,06	10%	10	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 181,83
Edificio	\$ 1.500,00	\$ 75,00	5%	20	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 71,25	\$ 1.143,75
DEPRECIACIÓN ANUAL					\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 166,70	\$ 166,70	\$ 2.133,97

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 78 Depreciación de inversión de activos fijos

Tabla numero 79: financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	
Porcentaje de Apalancamiento	
Capital Propio	Préstamo
100%	0%
\$ 48.703,41	\$ -

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 79 Financiamiento del proyecto

Anexo numero 16: Balase de situación inicial

Tabla numero 80: Balase de situación inicial

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 42.793,15	PASIVO DIFERIDO	\$ -
Efectivo	\$ 42.793,15	Prestamo a largo plazo	\$ -
ACTIVOS FIJOS	\$ 3.781,26	TOTAL DE PASIVOS	\$ -
<i>Depreciables</i>	<i>\$ 3.781,26</i>		
Equipos de Oficina	\$ 730,00	PATRIMONIO	
Equipos de Computacion	\$ 1.220,66	Capital	\$ 48.703,41
Muebles y Enseres	\$ 330,60	TOTAL PATRIMONIO	\$ 48.703,41
Edificio	\$ 1.500,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.129,00		
Gastos Legales	\$ 2.129,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 48.703,41	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 48.703,41

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Anexo numero 17: WACC

Tabla numero 81: Tasa WACC

TASAS CÁLCULO WACC	
TMAR	11,78%
We	100%
Wd	0%
I	0%
T	11,78%

*Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga*

Tabla 81 Tasa WACC

Tabla numero 82: Calculo del WACC

CÁLCULO DEL WACC	
ko=	$(11,78\% * 100\%) + [0\% * (1 - 0\%) * 0\%]$
ko=	11,78%

*Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga*

Tabla 82 Calculo WACC

Anexo numero 18: Flujo de fondos

Tabla numero 83: Flujo de fondos del proyecto

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 114.840,00	\$ 127.923,22	\$ 141.692,04	\$ 156.174,11	\$ 171.394,41
Ingresos por ventas		\$ 114.840,00	\$ 127.923,22	\$ 141.692,04	\$ 156.174,11	\$ 171.394,41
(-)Costo de Producción		\$ 39.922,00	\$ 40.520,83	\$ 41.128,64	\$ 41.745,57	\$ 42.371,76
Margen Bruto		\$ 74.918,00	\$ 87.402,39	\$ 100.563,39	\$ 114.428,53	\$ 129.022,65
Gastos Operacionales						
Sueldos y Salarios		\$ 21.306,30	\$ 22.995,60	\$ 23.340,53	\$ 23.690,64	\$ 24.046,00
Gastos de Marketing y Ventas		\$ 960,00	\$ 974,40	\$ 989,02	\$ 1.003,85	\$ 1.018,91
Gastos Generales		\$ 3.616,45	\$ 3.670,69	\$ 3.725,75	\$ 3.781,64	\$ 3.838,37
Materiales de Oficina		\$ 32,71	\$ 33,20	\$ 33,70	\$ 34,21	\$ 34,72
Materiales de Computacion		\$ 43,20	\$ 43,85	\$ 44,51	\$ 45,17	\$ 45,85
Gastos de Mantenimiento		\$ 2.185,16	\$ 2.217,94	\$ 2.251,21	\$ 2.284,98	\$ 2.319,25
Gastos de Mantenimiento y limpieza		\$ 2.400,00	\$ 2.436,00	\$ 2.472,54	\$ 2.509,63	\$ 2.547,27
Seguros		\$ 3.600,00	\$ 3.654,00	\$ 3.708,81	\$ 3.764,44	\$ 3.820,91
(-)Depreciacion		\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 166,70	\$ 166,70
Amortizacion		\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80	\$ 425,80
Total Gastos operativos		\$ 35.007,59	\$ 36.889,45	\$ 37.429,83	\$ 37.707,06	\$ 38.263,78
Utilidad Operacional		\$ 39.910,41	\$ 50.512,94	\$ 63.133,56	\$ 76.721,47	\$ 90.758,87
Gastos Financieros						
Intereses sobre prestamo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Particip. e Impto.		\$ 39.910,41	\$ 50.512,94	\$ 63.133,56	\$ 76.721,47	\$ 90.758,87
15% Participacion de Empleados		\$ 5.986,56	\$ 7.576,94	\$ 9.470,03	\$ 11.508,22	\$ 13.613,83
Utilidad antes del Impuesto		\$ 33.923,85	\$ 42.936,00	\$ 53.663,53	\$ 65.213,25	\$ 77.145,04
25% Impuesto a la renta		\$ 8.480,96	\$ 10.734,00	\$ 13.415,88	\$ 16.303,31	\$ 19.286,26
UTILIDAD NETA		\$ 25.442,89	\$ 32.202,00	\$ 40.247,65	\$ 48.909,94	\$ 57.858,78
(+)Depreciación		\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 437,96	\$ 166,70	\$ 166,70
(-) Capital de la deuda		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja		\$ 25.880,85	\$ 32.639,96	\$ 40.685,61	\$ 49.076,64	\$ 58.025,48
Valor de Desecho						\$ 2.133,97
Aporte del accionista		-\$ 48.703,41				
Aporte del Banco		\$ 0,00				
Flujo de caja del accionista		-\$ 48.703,41	\$ 25.880,85	\$ 32.639,96	\$ 40.685,61	\$ 49.076,64
						\$ 60.159,45

*Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga*

Tabla 83 Flujos de fondo de proyecto

Anexo numero 19: TIR/ VAN

Tabla numero 84: TIR / VAN

TIR/VAN	
Tasa de descuento	11,78%
VAN	\$ 95.595,62
TIR	64,40%
ROI (Retorno de la inversión)	196%

*Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga*

Tabla numero 85: Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
Años	Inversión	FFN	VP FFN	VP Acum.	Recup.
0	-\$ 48.703,41				-\$ 48.703,41
1		\$ 26.306,65	\$ 23.533,47	\$ 23.533,47	-\$ 25.169,95
2		\$ 33.065,76	\$ 26.461,79	\$ 49.995,26	\$ 1.291,85
3		\$ 41.111,41	\$ 29.432,25	\$ 79.427,51	\$ 30.724,09
4		\$ 49.502,44	\$ 31.703,56	\$ 111.131,07	\$ 62.427,65
5		\$ 58.025,48	\$ 33.244,56	\$ 144.375,62	\$ 95.672,21

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 85 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla numero 86: Valor por recuperar

VALOR POR RECUPERAR	
Inversión	\$ 48.703,41
(-) FFN año 1 – 2	\$ 49.995,26
(=) Valor por Recuperar	-\$ 1.291,85

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 86 Valor por recuperar

Anexo numero 21: Punto de equilibrio

Tabla numero 87: Punto de equilibrio cantidad

Punto de Equilibrio Cantidad	
Descripción	Anual
Costo Fijo	\$ 27.722,67
Costo Variable	\$ 24,92
Precio	\$ 61,35
P.E.Q	761

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 87 Punto de equilibrio cantidad

Tabla numero 88: Punto de equilibrio \$

Punto de Equilibrio \$	
Descripción	Anual
Costo Fijo	\$ 27.249,47
Costo Variable	\$ 19,87

Precio	\$	44,90
P.E	\$	46.690,41

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 88 Punto de equilibrio \$

Tabla numero 89: Punto de equilibrio mensual

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	
Indicador	Valor
Costos Fijos	\$ 2.310
Unidades Para Vender	156
Precio de venta u.	\$ 61,35
Costo variable u.	\$ 24,92
P. E. en unidades	63
P. E. en en US\$	\$ 3.890,87
Total Costos Variables	\$ 3.888
Total Costos Fijos	\$ 6.198
Total	\$ 10.086
Unitario	\$ 65

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Daniela Arteaga

Tabla 89 Punto de equilibrio mensual

Tabla numero 90: Descripción del Punto de equilibrio

Unidades	T. Costos Fijos	C. V. U	T.C.V	T. Costos	PVP Prom.	Ingresos.	Rentab.
6	2.310	24,92	158	2.468	61,3	389	-2.079
13	2.310	24,92	316	2.626	61,3	778	-1.848
19	2.310	24,92	474	2.784	61,3	1.167	-1.617
25	2.310	24,92	632	2.942	61,3	1.556	-1.386
32	2.310	24,92	790	3.101	61,3	1.945	-1.155
38	2.310	24,92	948	3.259	61,3	2.335	-924
44	2.310	24,92	1.106	3.417	61,3	2.724	-693
51	2.310	24,92	1.265	3.575	61,3	3.113	-462
57	2.310	24,92	1.423	3.733	61,3	3.502	-231
63	2.310	24,92	1.581	3.891	61,3	3.891	0
70	2.310	24,92	1.739	4.049	61,3	4.280	231
76	2.310	24,92	1.897	4.207	61,3	4.669	462
82	2.310	24,92	2.055	4.365	61,3	5.058	693
89	2.310	24,92	2.213	4.523	61,3	5.447	924
95	2.310	24,92	2.371	4.681	61,3	5.836	1.155
101	2.310	24,92	2.529	4.839	61,3	6.225	1.386
108	2.310	24,92	2.687	4.997	61,3	6.614	1.617
114	2.310	24,92	2.845	5.155	61,3	7.004	1.848

121	2.310	24,92	3.003	5.313	61,3	7.393	2.079
127	2.310	24,92	3.161	5.472	61,3	7.782	2.310

Tabla 90 Descripción del punto de equilibrio