

INTRODUCCIÓN

Las maravillas turísticas que posee la provincia de Esmeraldas en todo su contexto geográfico complementan con las bondades de su gente y la tradición histórica que encierra en los años de existencia, lo que permite que la humanidad entera se emocione visitando sus playas y los rincones turísticos más insólitos del planeta.

La provincia de Esmeraldas cuenta con ocho cantones y cada uno de ellos con un gran potencial turístico y en especial el cantón Ríoverde que se encuentra ubicado en la zona norte central de la provincia con una superficie: 1.480,00 Km² a una altitud: de 0 a 495 m.s.n.m, una precipitación fluvial de 900 - 2500 mm y una población de 31780 habitantes. Sus límites son al norte: Océano Pacífico, al sur: Cantón Quinindé, al este: Cantón Esmeraldas y oeste: Cantón Eloy Alfaro . Dentro de esta alfombra verde se encuentra el recinto CABUYAL que está a siete minutos de la vía que conduce a Ríoverde y a 45 minutos de la capital provincial, cuenta con una gran extensión de playa virgen y grandes extensiones de tierras, cuenta con infraestructura de servicios básicos, agua y energía eléctrica, próximamente contará con servicio telefónico.

Por estar ubicado en la vía principal de unión entre la zona norte y sur de la provincia hay una gran circulación de turistas que visitan las playas de las Peñas, Ríoverde y otros sitios turísticos; por esto nace la idea de instalar un sitio de "relax" en este sector con unas "Cabañas Antiestrés" que serán construidas con los materiales de la zona (madera, toquilla), de una manera típica, que contraste con las construcciones tradicionales de las ciudades (hierro- cemento).

El proyecto estará ubicado en las playas de Cabuyal, en una extensión de una hectárea de terreno, a la orilla del mar, para aprovechar las cualidades naturales que las aguas salobres poseen con un alto nivel de minerales curativos para las afecciones pulmonares.

Cabe señalar que el tiempo de recorrido desde el control de San Mateo para las personas que vienen de la sierra sur es de treinta minutos y la gran oportunidad que se presenta para la gente de Esmeraldas es que con la construcción del puente sobre el río Esmeraldas la distancia será mucho más corta con un tiempo aproximado de veinte minutos, lo que permitirá promocionar el proyecto de una manera más eficaz, tanto en la provincia como en el país en general y plenamente en la sierra norte.

En el capítulo uno, se realiza una conceptualización y contextualización de forma general de los puntos más relevantes considerados en el proyecto, se justifica desde el punto académico y personal la ejecución del tema, con el planteamiento de los objetivos y la metodología para su aplicación en el proceso investigativo, con los esquemas básicos aplicados y sus herramientas e instrumentos. Se presenta una redacción lógica en los temas concernientes a la temática de estudio, describiendo conceptualmente las categorías utilizadas en este proyecto y exaltando los beneficios de este en el campo del turismo ecológico y el análisis del estrés provocado en las ciudades modernas.

En el segundo capítulo, se presenta el análisis de mercado con una propuesta del servicio desde el punto de vista cualitativo, para luego hacer un análisis de la demanda, con una segmentación del mercado, analizando el

comportamiento de los clientes con la utilización de herramientas y fuentes de información primaria y secundaria; también se hace una proyección de la demanda, analizando cualitativamente y cuantitativamente la oferta de este servicio para proyectar la oferta en el tiempo estimado.

Se concluye este análisis con un análisis comparativo de la oferta y la demanda, con el estudio de campo realizado en el sector hotelero y su área de influencia, los mismos que se presentan en cuadros y barras analíticas.

El tercer capítulo; se plantea el estudio técnico y la ingeniería del proyecto, determinando el tamaño óptimo, localización, propuesta administrativa, formulando los objetivos, políticas, misión y visión aplicables en la empresa, complementando con el diseño de los procesos, los requerimientos del proyecto con la distribución física de las instalaciones finalmente se propone la infraestructura orgánica de la empresa.

El cuarto capítulo; se inicia con la formulación de objetivos del capítulo, determinando los costos totales, la inversión total inicial, el presupuesto, cronograma de inversiones, determinación del capital de trabajo, y los estados financieros proyectados.

El quinto capítulo de este proyecto se fundamenta en la evaluación financiera del proyecto, construcción del flujo de fondos, criterios de evaluación índices financieros a través del uso y análisis de herramientas como la TIR, el VAN, recuperación de capital y la rentabilidad costo beneficio, para complementar con un criterio de factibilidad de este proyecto.

El capítulo sexto, abarca el análisis de impactos que genera este proyecto en su ejecución desde el punto de vista socio- cultural, económico, educativo y ambiental, con el criterio de cada uno de estos desde el punto de vista del investigador, para concluir y recomendar en forma global sus resultados.

Finalmente se presenta un compendio con anexos fotográficos, estadísticos, leyes, normativas y cuadros explicativos de cada evento expresado en el proyecto.

JUSTIFICACIÓN

La administración de empresas en la actualidad exige que se lo haga de una manera objetiva, por lo que la mejor manera de realizar una actividad empresarial y ejecutar una idea de negocios es con el análisis de proyectos.

En este caso como estudiante de administración de empresas y aprovechando los conocimientos y experiencias de los docente de la PUCESE, me propongo

analizar la instalación de unas cabañas Antiestrés en Cabuyal, lo cual me permitirá plasmar mis aptitudes y habilidades desarrolladas en la universidad.

Por otro lado es importante pensar en la creación de empresas que generen puestos de trabajo y rentabilidad para los actores directos y para los indirectos, considerando siempre la sustentabilidad de las ideas que se ejecutan en un proyecto, ya que toda actividad productiva genera impactos sociales y ambientales.

El sector Norte de nuestra provincia ha tenido una evolución acelerada en el aspecto económico, social y cultural desde la época de las camaroneras, las cuales causaron impactos medioambientales negativos, con consecuencias económicas negativas también, por lo que este tipo de proyectos turísticos, como el que se propone, son una nueva fuente de ingresos para recuperar la generación de ingresos en nuestro cantón.

Las experiencias que como persona y estudiante me conllevan este proyecto serán las habilidades que mañana como profesional pueda emplear de mejor manera en la ejecución de mis actividades empresariales, como ejecutiva y emprendedora.

OBJETIVO GENERAL:

“Realizar un estudio de Factibilidad para la instalación de Cabañas Anti-estrés en el recinto Cabuyal, vía Cantón Río Verde de la provincia de Esmeraldas”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Recopilar la información básica requerida para fundamentar y conceptualizar el proyecto a analizarse en la construcción de las Cabañas Antiestrés en el recinto Cabuyal del Cantón Río Verde.
2. Realizar un estudio de mercado para definir las cualidades de la oferta y la demanda en el sector turístico de la zona norte de la provincia de Esmeraldas.
3. Proponer el proceso de estructuración administrativa e infraestructura física del proyecto.
4. Realizar el análisis financiero para la implementación de las Cabañas Antiestrés en el recinto Cabuyal del Cantón Río Verde.
5. Analizar el nivel de impacto socio-cultural, económico, educativo y ambiental.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

1.1. PROVINCIA DE ESMERALDAS

La ciudad de Esmeraldas, ubicada en noreste del Ecuador, es una de las cinco principales provincias que integran la región de la Costa y posee importantes atractivos turísticos que traen sinnúmero de visitantes. Tiene una superficie de

15954 km², y su población es de 450000 habitantes. Limita al norte con Colombia, al sur con Manabí y Pichincha, al este con Carchi e Imbabura y al oeste con el Océano Pacífico. Se trata de parte de la llanura costera y drenada por una serie de ríos que llevan las abundantes aguas de precipitaciones, incrementadas por las provenientes de los nevados andinos. La costa septentrional de la provincia está franqueada por archipiélago formada fundamentalmente por aportes fluviales (islas de Tola, Tolita). Entre los ríos, el más importante es el Guayabamba, navegables en su tramo bajo, y en cuya desembocadura se asienta la ciudad de Esmeraldas, centro portuario y refinero.

En las zonas más áridas de la costa suroeste, los indígenas viven de los salares y de la pesca. Las plantaciones de cacao, café, banana, tabaco y los arrozales son las prácticas agrícolas dominantes; la selva es base de una explotación maderera, recursos tradicionales de Esmeraldas, que alcanza la costa a través de los diferentes accesos fluviales. Las industrias que generan la actividad portuaria y refinera de Esmeraldas, la explotación maderera y un considerable atractivo turístico son importante recursos económicos de la provincia.

El verdor de su selva, de sus ríos y de su mar, aumentó a justificar este nombre, tierra verde de encantadoras playas y exuberante vegetación, donde el denominador común es su gente cálida y trabajadora, su clima tropical lleva a turistas a disfrutar de su riqueza y lealtad cultural.

1.2. CANTÓN RÍOVERDE

Se ha considerado el cantón de Ríoverde para la realización del proyecto, debido a que reúne todas las características necesarias para elevar la afluencia turística no sólo del mismo sector, sino de la provincia toda.

- **Cantón:** Ríoverde
- **Provincia:** Esmeraldas
- **Superficie:** 1.480,00 Km²
- **Altitud:** De 0 metros a 495 m.s.n.m
- **Precipitación:** 900 - 2500 mm.
- **Población:** 31.780 habitantes



Ríoverde es un Cantón del territorio ecuatoriano ubicado al noreste del Ecuador y de la provincia de Esmeraldas.

A map of Esmeraldas province in Ecuador. The word "ESMERALDAS" is written in large green letters at the top left. The map shows the province's location relative to Colombia to the north and Carchi to the south. The Pacific Ocean is labeled "PACIFICO" on the left. The Esmeraldas River is shown flowing into the Pacific. The city of Esmeraldas is marked at the river's mouth. Other locations shown include Nataje, Lorenzo, Valdez, and Canton. The word "ESMERALDAS" is also written in black at the bottom left, near the river's mouth.

Norte: Océano Pacífico

Sur: Cantón Quinindé

Este: Cantón Eloy Alfaro

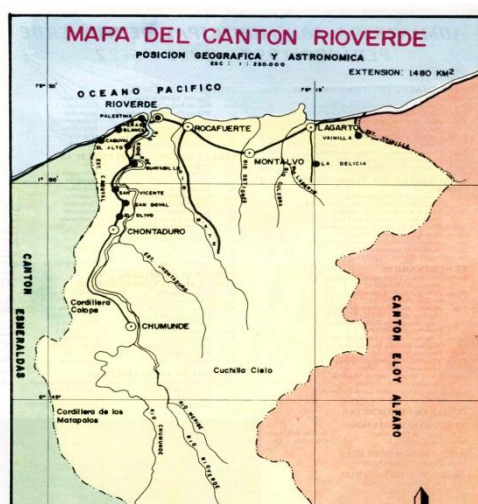
Oeste: Cantón Esmeraldas

1.2.4. Análisis Físico Ambiental

1.2.4.1. Clima: Cálido – húmedo, con temperaturas alrededor de 25° C.

1.2.4.2. Relieve: Terreno bastante irregular con elevaciones que no pasan de los 500 metros de altura, de colinas medias y altas, fuertemente disertadas, formadas por rocas resistentes en la base pero fracturadas exteriormente cubiertas por vegetación y con pendientes medias (40%) y altas (70%); en los alrededores de Chumundé se levanta cerros altos y macizos con pendientes hasta el (70%) que son las cordilleras de Matapalo y Guáramo.

1.2.5. Hidrografía: El cantón Ríoverde su principal río es el Ríoverde con sus afluentes: Río Chumundé, Río Meribe, Río Mate, Río Ostiones, Río Lagarto que tiene como afluente el río Culebra las cuales tienen origen pluvial, consistiendo un recurso de vital importancia para nuestro cantón.



1.2.6. Flora: Debemos mencionar una gran biodiversidad especies existentes en este cantón entre las que podemos mencionar las orquídeas, especies

forestales-maderables de gran importancia económica como la Teca, Amarillo, Cedro, Dormilón, Guayacán, Moral, Especies de mangle.

1.2.7. Fauna: Crustáceos, Moluscos, Conchas, Almejas, Mejillones, Ostiones.

1.2.8. Aves: Fragata magna, gaviotas reidoras, pelicano pardo, piquero enmascarado y el gallinazo. **Reptiles:** Lagarto, iguana. Algunos felinos y variedad de roedores salvajes además, de una gran variedad de peces de río, estuario y del mar como la Pichagua, Corvinas, Róbalo, Chernas, Meros, Pámpanos, Pargos.

1.3. RECINTO CABUYAL

Es un asentamiento poblacional ubicado en la vía que conduce de Esmeraldas a Ríoverde por la que circulan todos los turistas que vienen del norte de la provincia hacia la capital de esta, y además los turistas que vienen de las provincias del Carchi e Imbabura con destino a las playas del sur como la de Atacames, Súa, Muisne, etc. Y viceversa, cuenta con 275 habitantes entre ellos 137 hombres y 138 mujeres todos ellos en un 80% mayores de edad, una directiva que trabaja en el mejoramiento permanente de este recinto, su gente es amable y respetuosa, por ser una comunidad pequeña todos se conocen y colaboran en las actividades del pueblo. Limita al norte con Peñas Blancas, al sur con Colope, al este con El Alto y Guayabillo y al oeste con el Océano Pacífico. Además cuenta con una escuela fiscal, una iglesia y canchas deportivas multiusos, la infraestructura está en marcha en lo que respecta a los servicios básicos, su principal fuente de ingresos es la pesca y la agricultura, con otras como la extracción de madera y el comercio.

La flora y la fauna son exuberantes y cuenta con una playa extensa y un bosque tropical que cubre toda la parte occidental. Por estar tan cerca de la cabecera cantonal es uno de los recintos que tiene una buena proyección de mejoramiento.

Su gastronomía abarca: encocado de pescado, preparado con jugo de coco, es muy popular entre los moradores y viajeros; el tapao, a base de pescado y plátano, patacones, empanadas; arroz con menestra y pescado frito o a la plancha. Otros platos típicos son elaborados con la carne de animales silvestres como la guanta, el armadillo, la guatusa y cerdo y otros platos dulces como las cocadas, la chucula entre otros.

1.3.1. Bondades Naturales del Recinto Cabuyal

Considerado como el paso obligatorio de los turistas y comerciantes que van de Sur a Norte y viceversa, en su trajinar expone su maravilla natural como un paisaje que ilusiona a quien lo conoce y con su estero y su playa invita a parase y observar las cualidades naturales de una vista hermosa.

Adentrándose en su bosque encontramos sitios naturales de esparcimiento con aire purificado por la naturaleza y la combinación del aire salobre del mar con la fragancia de las plantas nos da una brisa que cura los males espirituales y físicos.

1.3.2. Infraestructura del Recinto

- La formación de unos grupos de vecinos interesados en el progreso de Cabuyal que han logrado crear un núcleo deportivo-cultural-comercial de crecimiento constante.

- La fundación de escuelas públicas y privadas dentro de sus límites ha permitido que la gente se prepare y se cultive conscientes de los poderes de la naturaleza cuidan de ella con el apoyo de estas instituciones.
- La inauguración de guarderías infantiles calificadas da garantías para que sus habitantes no emigren y eduquen a sus herederos en el recinto.
- La serenidad y el sosiego propios de la zona, garantizados por la legislación en vigencia permiten que la gente se respete y conviva con calidad.
- La actividad social creciente es un atractivo para los transeúntes, Ya no es el lugar solitario que era antes pues está permanentemente visitado por nuevos empresarios, estudiosos y turistas que buscan nuevas formas de vacacionar. Sí conserva su tranquilidad dentro del marco legal y también es un recinto alegre y folklórico por naturaleza.

1.4. EL ESTRÉS

El estrés es la respuesta del cuerpo a condiciones externas que perturban el equilibrio emocional de la persona. El resultado fisiológico de este proceso es un deseo de huir de la situación que lo provoca o confrontarla violentamente. En esta reacción participan casi todos los órganos y funciones del cuerpo, incluidos cerebro, los nervios, el corazón, el flujo de sangre, el nivel hormonal, la digestión y la función muscular.

El estrés (stress) es un fenómeno que se presenta cuando las demandas de la vida se perciben demasiado difíciles. La persona se siente ansiosa y tensa y se percibe mayor rapidez en los latidos del corazón.

"El estrés es lo que uno nota cuando reacciona a la presión, sea del mundo exterior sea del interior de uno mismo. El estrés es una reacción normal de la vida de las personas de cualquier edad. Está producido por el instinto del organismo de protegerse de las presiones físicas o emocionales o, en situaciones extremas, del peligro".

El estrés es un estímulo que nos agrede emocional o físicamente. Si el peligro es real o percibido como tal, el resultado es el mismo. Usualmente provoca tensión, ansiedad, y distintas reacciones fisiológicas.

Es la respuesta fisiológica, psicológica y de comportamiento de un sujeto que busca adaptarse y reajustarse a presiones tanto internas como externas.

1.4.1. Tipos de Estrés

El tratamiento del estrés puede ser complicado y difícil porque existen diferentes tipos de estrés:

- Estrés agudo.
- Estrés agudo episódico y
- Estrés crónico.

Cada uno con sus propias características, síntomas, duración y distinto tratamiento. Veamos cada uno de ellos.

1.4.1.1. Estrés Agudo

El estrés agudo es la forma de estrés más común. Proviene de las demandas y las presiones del pasado inmediato y se anticipa a las demandas y presiones del próximo futuro. El estrés agudo es estimulante y excitante a pequeñas dosis, pero demasiado es agotador. Por ejemplo, un descenso rápido por una

pista de esquí de alta dificultad por la mañana temprano puede ser muy estimulante; por la tarde puede añadir tensión a la acumulada durante el día; esquiar por encima de las posibilidades puede conducir a accidentes, caídas y sus lesiones. De la misma forma un elevado nivel de estrés agudo puede producir molestias psicológicas, cefaleas de tensión, dolor de estómago y otros muchos síntomas.

Puesto que es breve, el estrés agudo no tiene tiempo suficiente para producir las grandes lesiones asociadas con el estrés crónico. Los síntomas más comunes son:

- Desequilibrio emocional: una combinación de ira o irritabilidad, ansiedad y depresión, las tres emociones del estrés.
- Problemas musculares entre los que se encuentra el dolor de cabeza tensional, el dolor de espalda, el dolor en la mandíbula y las tensiones musculares que producen contracturas y lesiones en tendones y ligamento.
- Problemas digestivos con molestias en el estómago o en el intestino, como acidez, flatulencia, diarrea, estreñimiento y síndrome del intestino irritable.
- Manifestaciones generales transitorias como elevación de la presión arterial, taquicardia, sudoración de las palmas de las manos, palpitaciones cardíacas, mareos, migrañas, manos o pies fríos, dificultad respiratoria y dolor torácico.

El estrés agudo puede aparecer en cualquier momento de la vida de todo el mundo, es fácilmente tratable y tiene una buena respuesta al tratamiento.

1.4.1.2. Estrés Agudo Episódico

Existen individuos que padecen de estrés agudo con frecuencia, cuyas vidas están tan desordenadas que siempre parecen estar inmersas en la crisis y en el caos. Van siempre corriendo, pero siempre llegan tarde. Si algo puede ir mal, va mal. No parecen ser capaces de organizar sus vidas y hacer frente a las demandas y a las presiones que ellos mismo se infringen y que reclaman toda su atención. Parecen estar permanentemente en la cresta del estrés agudo.

Con frecuencia, los que padecen estrés agudo reaccionan de forma descontrolada, muy emocional, están irritables, ansiosos y tensos. A menudo se describen a sí mismos como personas que tienen "mucha energía nerviosa". Siempre tienen prisa, tienden a ser bruscos y a veces su irritabilidad se convierte en hostilidad. Las relaciones interpersonales se deterioran rápidamente cuando los demás reaccionan con hostilidad real. El lugar de trabajo se convierte en un lugar muy estresante para ellos.

1.4.2. Causas del Estrés

Cualquier suceso que genere una respuesta emocional, puede causar estrés.

Esto incluye tanto situaciones positivas (el nacimiento de un hijo, matrimonio) como negativas (pérdida del empleo, muerte de un familiar). El estrés también surge por irritaciones menores, como esperar demasiado en una cola o en tráfico. Situaciones que provocan estrés en una persona pueden ser insignificantes para otra.

1.4.3. Consecuencias del Estrés

El estrés produce cambios químicos en el cuerpo. En una situación de estrés, el cerebro envía señales químicas que activan la secreción de hormonas

(catecolaminas y entre ellas, la adrenalina) en la glándula suprarrenal. Las hormonas inician una reacción en cadena en el organismo: el corazón late más rápido y la presión arterial sube; la sangre es desviada de los intestinos a los músculos para huir del peligro; y el nivel de insulina aumenta para permitir que el cuerpo metabolice más energía.

Estas reacciones permiten evitar el peligro. A corto plazo, no son dañinas. Pero si la situación persiste, la fatiga resultante será nociva para la salud general del individuo. El estrés puede estimular un exceso de ácido estomacal, lo cual dará origen una úlcera. O puede contraer arterias ya dañadas, aumentando la presión y precipitando una angina o un paro cardíaco. Asimismo, el estrés puede provocar una pérdida o un aumento del apetito con la consecuente variación de peso en la persona.

Periodos prolongados de estrés pueden ser la causa de enfermedades cardiovasculares, **artritis reumatoide**, **migrañas**, calvicie, asma, tics nerviosos, sarpullidos, **impotencia**, irregularidades en la menstruación, **colitis**, **diabetes** y dolores de espalda.

1.4.4. Formas de Combatir el Estrés

1.4.4.1. ¿Qué puede hacerse para reducir el estrés?

El primer paso es aprender a reconocer cuando usted se siente con estrés. Las primeras señales de estrés incluyen tensión en los hombros y cuello, o haciendo puños con sus manos.

El siguiente paso es escoger una forma de enfrentarse al estrés. Una manera es evitar el suceso o la cosa que lo causa el estrés pero esto frecuentemente es imposible.

La segunda forma es cambiando cómo reacciona al estrés. Ésa frecuentemente es la mejor forma.

1.4.4.2. Algunas Estrategias para Disminuir el Estrés

Todos en algún momento de nuestras vidas hemos experimentado estrés. Para algunos, el estrés hace parte de la vida diaria. Para otros, el sentirse estresados es una situación rara y ocasional dichos ellos. Algunas personas manifiestan dolor en el cuello y espalda, opresión en el pecho, tensión en mandíbulas; para otras personas el final de un día estresante resulta en fatiga, deseos exagerados de comer y desmotivación para hacer ejercicio.

Con las demandas diarias de la vida de hoy, un nivel leve de estrés puede ser inevitable y en ocasiones hasta necesario, sin embargo cuando el estrés interfiere con la calidad de vida se debe actuar. Existen varios factores concernientes al estrés que entraremos a discutir.

1.4.4.3. ¿Por qué es Provechoso el Ejercicio?

El ejercicio es una buena forma de afrontar el estrés porque es una forma saludable de relevar la energía contenida y la tensión. También lo ayuda a estar en mejor forma, lo cual lo ayuda a sentirse mejor en todo sentido.

1.4.4.4. ¿Qué es la Meditación?

La meditación es una forma de pensamiento guiado. Éste puede tomar muchas formas. Usted puede hacerlo con algún ejercicio que repite los mismos

movimientos una y otra vez, como caminar o nadar. Usted puede hacerlo practicando las técnicas de relajación, con el estiramiento o respirando profundamente.

El entrenamiento de relajamiento es fácil. Empiece con un músculo.

Manténgalo tirante por unos cuantos segundos. Relaje el músculo después de unos cuantos segundos. Haga lo mismo con todos sus músculos. El estiramiento también puede ayudarlo a relevar la tensión. Haga rodar la cabeza en un círculo ligero. Trate de alcanzar el techo y dóblese de lado a lado lentamente. Haga rodar los hombros.

Respiración profunda, relajada (vea la última lista al final de este panfleto) por si misma puede reducir el estrés.

1.4.4.5. Pasos para la Respiración Profunda

Recuéstese en una superficie plana.

- Coloque una mano en el estómago, justamente encima del ombligo.
Coloque la otra mano en su pecho.
- Inhale lentamente y trate de hacer que su estómago se alce.
- Exhale lentamente y deje que su estómago baje.

1.4.4.6. Consejos para Afrontar el Estrés

- No se preocupe acerca de las cosas que usted no puede controlar, como el clima.
- Haga algo acerca de las cosas que si puede controlar.
- Prepárese lo mejor que pueda para sucesos que usted sabe que pueden ocasionarle estrés.

- Esfuércese por resolver los conflictos con otras personas.
- Pídale ayuda a sus amistades, familiares o profesionales.
- Fíjese metas realistas en su casa y en el trabajo.
- Haga ejercicios.
- Medite.
- Abandone las actividades diarias que le causan estrés con deportes en grupo, eventos sociales y pasatiempos.
- Trate de ver un cambio como un desafío positivo, no una amenaza.

1.4.4.7. 20 Consejos para Evitar el Estrés

- 1. Hábitúate a:** dormir las siete u ocho horas recomendadas para un buen funcionamiento de tu organismo a lo largo del día. Levántate con el tiempo suficiente para acudir al trabajo puntualmente. Si notas que las horas de sueño son escasas, duerme una siesta no superior a 15 minutos.
- 2. Basa tus Comidas en la Dieta Mediterránea:** no deben faltar el aceite de oliva, cereales, pescado, ave, verduras, legumbres y frutas. Evita las comidas copiosas con exceso de azúcar refinada, grasas, frituras o huevos.
- 3. Reduce si eres Consumidor:** exagerado tus cantidades de sal, café, té, mate tabaco y alcohol.
- 4. Analízate:** focaliza tus objetivos a corto y medio plazo tanto en tu casa como en la faceta profesional.

5. **No permitas que ninguna circunstancia ni Persona rebaje tu Dignidad:** una autoestima alta minimiza y relativiza el impacto de cualquier estrés.
6. **Respetar tus Motivaciones y hacer las cosas que realmente te gustan:** trata de realizar las tareas que te resulten más interesantes y placenteras. Si una actividad te resulta desagradable, trata de no realizarla, o de encontrarle alguna utilidad o justificación ante ti mismo.
7. **En el Trabajo:** adapta tu entorno de trabajo para un mayor aprovechamiento de tus tareas: Fotografías, música favorita, amuleto de la suerte, trofeos.
8. **Trata de Ver:** las tareas y los contratiempos como desafíos que te permitirán crecer, y no como situaciones amenazadoras.
9. **Aprende y Hábituate:** a medir tus capacidades, y no te violentes intentando hacer algo más allá de tus posibilidades. Evita "exprimirte" hasta el agotamiento. A veces se pierde, intenta extraer lo positivo de los sucesos negativos.
10. **Cuando una Tarea:** no avanza, realice otra tarea o haz una pausa, y si puedes sal del lugar donde te encontrabas.
11. **A veces lo Trágico:** no son tanto las situaciones como el modo de interpretarlas. Es posible que cambiando la forma de ver los conflictos, se reduzca tu malestar y puedas elaborar otras soluciones.
12. **Tiempo Libre y Ocio:** dedica una parte del día a alguna actividad de ocio sin remordimientos: Leer, ir al cine, deporte, escuchar música.

- 13. Si tienes:** familia y amistades dedícales un tiempo, desconectando de las obligaciones.
- 14.** Durante la semana dedica un día entero a descansar y realizar actividades que te gustan y no tengan ninguna relación con tus obligaciones habituales.
- 15. Acostúmbrate:** en tus vacaciones a revisar y profundizar en tu escala de valores si no lo has hecho con anterioridad.
- 16. Deporte:** practicar deporte beneficia tu salud cardiovascular y te ayuda a quemar calorías. Sirve como relajante y elimina tensiones. Si te gusta caminar, aprovecha para hacerlo en los desplazamientos al trabajo, a la compra. Acostúmbrate a dejar el coche aparcado siempre que no sea indispensable. Si prefieres más intensidad y/o regularidad en tus ejercicios puedes acudir a un gimnasio en donde también podrás encontrar saunas y salas de masaje. Si te gustan y practicas los juegos de equipo, juega si lo disfrutas con pretensiones competitivas, pero evita que deriven en enfrentamientos personales con los oponentes.
- 17. Tu relación con los Demás:** Acostúmbrate a admitir y a demandar la crítica, así como a expresar honestamente tus puntos de vista. Pide ayuda a las personas de tu entorno. Pedir ayuda es una muestra de reconocimiento a la otra persona. El desahogo con terceros mitiga frustraciones.
- 18. Es sano Ser algo Egoísta:** A veces hay que decir, no. Resulta imposible complacer a todo el mundo. Al mismo tiempo, no permitas

que los demás te presionen, te manipulen, ni te impongan unos criterios en contra de los tuyos.

19. Intenta: hacer el amor periódicamente, sin apresuramientos y sin rutina.

20. El Odio y el Rencor no te ayudan a Avanzar: El perdón, la comprensión, la tolerancia resulta la mejor opción para resolver algunos conflictos.

1.4.5. Cómo puedes Conseguirlo

Acostúmbrate a utilizar una agenda actualizada, donde apuntes todas las actividades, indicando el tiempo que te ocuparán. No apuntes más cosas de las que podrás hacer. Planifícate el día antes de comenzar.

1.5. EL ESTRÉS Y EL TURISMO

En las últimas décadas, el sector turismo se ha convertido en uno de los grandes generadores de ingresos y empleo en el mundo. Actualmente unos 250 millones de personas trabajan de manera tanto directa como indirecta en esta actividad, al punto que hacia fines de la década pasada se estimó que representó el 11.7% del Producto Interno Bruto mundial, 200 millones de puestos de trabajo; y 8% del total de puestos de trabajo en el ámbito mundial, el impacto del turismo sobre la economía mundial superó los cuatro trillones en el año 2000, tanto en servicios directos como indirectos.

Según cifras de la Organización Mundial del Turismo, durante 1998 se desplazaron por el mundo 625 millones de viajeros, los que gastaron 445 millones de dólares americanos.

Según la misma fuente, se espera que este número llegue a 1.6 billones para el año 2020, con ingresos directos por el orden de los \$2 trillones en el mismo año. Las proyecciones del crecimiento del turismo han capturado la atención de los gobiernos y el interés de otros sectores productivos normalmente no asociados con turismo, buscando diversificar sus economías y ampliar sus áreas de negocios.

El turismo en la actualidad ha emergido como un verdadero motor para el desarrollo económico, a pesar de las incertidumbres que generan las devaluaciones monetarias en muchos de nuestros países. La exigencia de diversificación en la oferta turística es producto de la existencia de consumidores más exigentes y mejor informados, así como la necesidad de abrir nuevas oportunidades de negocios para economías en vías de desarrollos. Esto implica una intensa competencia entre las principales regiones receptoras de turismo en el mundo para acaparar gran parte del mercado, lo cual impone presiones adicionales en los países en desarrollo para lograr altos niveles de competitividad a la vez que cumplen con los criterios de desarrollo sostenible de las comunidades.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) diferencia el turismo internacional con términos como visitante, turista y excursionista, a fin de poder comprender de mejor forma el concepto básico de:

Visitante: es una persona que visita por no más de un año un país diferente de aquél en el cual tiene de ordinario su residencia y cuyo motivo principal para la visita es distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país que visita.

Turista: es un visitante que permanece al menos 24 horas pero no más de un año en el país que visitan y cuyos motivos de viaje pueden clasificarse del modo siguiente:

- a) Placer, distracción, vacaciones, deportes;
- b) Negocios, visita a amigos o parientes, misiones, reuniones, conferencias, salud, estudios, religión.

Excursionista: es un visitante, permanecen menos de 24 horas en el país que visitan (incluidos los pasajeros en crucero).

A su vez, también debe contemplarse el turismo que se realiza dentro del mismo país, por ello es necesario definir en término visitante nacional:

Un visitante **nacional** denota una persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que resida en un país y que viaje a un lugar situado en ese mismo país para permanecer en él no más de un año y cuyo motivo principal para la visita sea distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo lugar visitado.

1.6. RELACIÓN DEL TURISMO Y TERAPIA

El turismo en si mismo se ha convertido en una terapia anti estrés combinado con un sistema de guianza turística y un hospedaje rustico y al mismo tiempo acogedor, seria la receta perfecta para combatir las dolencias de las presiones y enfermedades ocasionadas por el estrés, pero se puede mejorar aun mas con un servicio como los que se detallan:

Servicios Adicionales (antiestrés)

- Terapia corporal con arcilla natural
- Mascarilla de Arcilla Natural
- Masajes relajantes Anti-Stress
- Depilación con cera virgen.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. PROYECTO

El término proyecto es fundamentalmente polisémico, porque no torno a él se conjugan usos, significados y aplicaciones diferentes. Es una de las palabras comodines que se utilizan como sinónimo de muchas cosas, ya que si bien en la práctica todos entendemos lo que es un proyecto, la multiplicidad de significados diferentes con los cuales lo asociamos, lo convierte en un término ambiguo e impreciso.

Una de las definiciones más aceptadas del término proyecto es la del ILPES: Proyecto es una unidad de actividad de cualquier naturaleza que requiere para su realización del uso o consumo inmediato.

Para la metodología de la investigación, un proyecto no es más que una propuesta de estudio o de investigación científica dentro de un campo más o menos definido, con unos métodos y técnicas determinada, que es posible o viable.

2.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

2.2.1 Objetivo de un Estudio de Factibilidad.

1.- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.

2.- Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas.

Los tipos de factibilidades básicamente son:

* **Factibilidad técnica:** si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.

***Factibilidad económica:** relación beneficio costo.

* **Factibilidad operacional u organizacional:** si el sistema puede funcionar en la organización.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

2.3. MERCADO

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con

características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

2.3.1. Clases de Mercado

Según el monto de la mercancía

2.3.1.1. Mercado Total.- conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

2.3.1.2. Mercado Potencial.- conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.

2.3.1.3. Mercado Meta.- está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

2.3.3.4. Mercado Real.- representa el cercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

2.4. ESTUDIO DE MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener

como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1. Demanda Turística

Las tendencias actuales de la demanda turística se orientan hacia un turismo basado en la naturaleza y como tal, el turismo puede contribuir de manera importante a la conservación del patrimonio natural, de los recursos históricos-culturales y de otros elementos que conforman el medio ambiente. Es decir, que existe un estrecho vínculo entre la gestión del turismo y la del medio ambiente.

Es cierto que cuando la naturaleza es la base de la actividad turística, existe un fuerte incentivo económico para conservarla los ingresos generados por la actividad turística pueden servir para mejorar los medios de conservación y protección. Pero no son solamente los aspectos económicos los que importan; también es valioso el aporte que el turismo de naturaleza puede hacer para incrementar la educación y la conciencia ecológica de los consumidores, en particular, sobre los valores de la biodiversidad y la necesidad de su conservación.

El análisis de la demanda tiene por objetivo demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficas definidas, de individuos que son consumidores del servicio de las cabañas anti-estrés al que se refiere el estudio de factibilidad.

2.5.2. Identificación de la Población y Muestra

Para obtener la muestra a la que se aplicará el cuestionario, debemos tener presente que el universo o población es de 35.000 turistas, dato proporcionado por el Ministerio de Turismo de la afluencia que tuvo la provincia en el último feriado; por lo tanto se le aplicará la presente:

Fórmula

$$n = \frac{No^2 Z^2}{(N-1)E^2 + o^2 Z^2}$$

Donde:

- N** Población
- O** Varianza de la Población (0.5)
- Z** Nivel de confianza (1.98)
- E** Límite aceptable de Error (0.09)

$$n = \frac{(35000) (0.50)^2 (1.98)^2}{(35000-1) (0.09)^2 + (0.50)^2 (1.98)^2} = 120.58$$

n= 120.58  **121** turistas

La selección se realizará por el método de muestreo probabilístico y específicamente el método aleatorio simple que significa que utiliza probabilidades o procesos al azar y que consiste en seleccionar bajo un

mecanismo simple las unidades de análisis o sujetos que conformarán la muestra, para lo cual puede utilizar procedimientos similares al bingo, lotería, monedas, o lo más propio empleando la tabla de números aleatorios.

2.5.3. Determinación de la Muestra

Para mantener la confiabilidad de la información, se ha considerado a todos los turistas de la provincia de Esmeraldas que ingresaron el feriado de carnaval del presente año y a los habitantes del recinto Cabuyal donde serán instaladas las cabañas anti-estrés. Esta información será analizada de acuerdo al uso de las técnicas estadísticas para poder interpretar los resultados.

Detalle	Turistas/Moradores	Muestra
Incidencia Turística	35000	121
Población Cabuyal	275	84
TOTAL	35275	205

Fuente: Ministerio de Turismo
Investigadora

3. LA EMPRESA

Una **empresa** es el ejercicio profesional de una actividad económica planificada, con la finalidad o el objetivo de obtener beneficios (ánimo de lucro) intermediando en el mercado de bienes o servicios mediante la utilización de factores productivos (trabajo, tierra y capital) y con una unidad económica organizada en la cual ejerce su actividad profesional el empresario por sí mismo o por medio de sus representantes.

La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

En economía, la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto, de la organización de los factores de producción, capital y trabajo.

Se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas. Para cumplir con este objetivo la empresa combina naturaleza y capital.

3.1. CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS

Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas.

3.1.1. Según la Actividad Económica que Desarrolla:

Del sector primario, es decir, que crea la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícolas, ganaderas, pesqueras, mineras, etc.). Del sector secundario, que centra su actividad productiva al transformar

físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción. Del sector terciario (servicios y comercio), con actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, etc.

3.1.2. Según la forma Jurídica, es decir, atendiendo a la titularidad de

la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios. Podemos distinguir:

3.1.2.1. Empresas Individuales: Si solo pertenece a una persona. Esta responde frente a terceros con todos sus bienes, tiene responsabilidad ilimitada. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

3.1.2.2. Empresas Societarias o Sociedades: Generalmente constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria y la sociedad de responsabilidad limitada y las sociedades de economía social, como la cooperativa.

3.1.3. Según su Dimensión. No hay unanimidad entre los economistas

a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas de esta forma:

Microempresa si posee menos de 10 trabajadores. Pequeña empresa: si tiene menos de 50 trabajadores.

3.1.3.1. Mediana Empresa: si tiene un número entre 50 y 250trabajadores.

3.1.3.2. Gran Empresa: si posee más de 250 trabajadores.

3.1.4. Según su Ámbito de Actuación. En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

3.1.4.1. Empresas locales

3.1.4.2. Regionales

3.1.4.3. Nacionales

3.1.4.4. Multinacionales

3.1.5. Según la titularidad del Capital, pueden ser:

3.1.5.1. Empresa Privada: si el capital está en manos de particulares.

3.1.5.2. Empresa Pública: si el capital y el control está en manos del Estado.

3.1.5.3. Empresa Mixta: si la propiedad es compartida

3.1.5.4. Empresa de Autogestión: si el capital está en manos de los trabajadores.

3.1.6. Empresas Turísticas

Son aquellas relacionadas básicamente con el turismo.

Hay 2 grandes bloques: las que producen bienes (**productoras**) y servicios, y quienes los distribuyen (**distribuidoras**).

Dentro de las primeras tenemos:

3.1.6.1. Empresas de Alojamiento.- Son aquellas que se dedican de manera profesional y habitual, mediante una contraprestación económica, a ofrecer servicio de hospedaje de forma temporal con/sin pensión alimenticia.

3.1.6.2. Hoteles.- Son aquellos establecimientos que ofreciendo alojamiento con/sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos) constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría.

3.1.6.3. Pensiones.- Son aquellos establecimientos que ofreciendo alojamiento con/sin comedor y otros servicios complementarios, tengan una estructura y características que les impida alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles.

3.1.6.4. Establecimientos de Turismo Rural.- Son aquellas edificaciones ubicadas en el medio rural que, reuniendo características rurales de construcción, antigüedad y tipicidad y desarrollando o no actividades agropecuarias, prestan servicios de alojamiento turístico mediante contraprestación económica.

Según la singularidad edificativa y arquitectónica se clasifican en:

3.1.6.4.1. Quintas, casas grandes.

3.1.6.4.2. Casas de aldea (ubicadas en el medio rural que, por su antigüedad y características de construcción, responden a la tipicidad propia de las casas rústicas).

3.1.6.4.3. Casas de labranza (ubicadas en el medio rural, en las que necesariamente se desarrollan actividades agropecuarias en las que pueden participar los clientes alojados). A esta forma de turismo también se le llama agroturismo.

3.1.7. Empresas de Restauración.- Son establecimientos de restauración aquellas cuya actividad principal es la suministrar habitualmente y mediante precio, comidas y bebidas para su consumición dentro o fuera del local. Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública podrán sus propietarios establecer normas o consideraciones sobre el curso de sus servicios e instalaciones.

3.1.8 Empresas de Transporte.- Son todas las que destinan su función principal a la transportación de pasajeros de un punto de origen a otro de destino.

Se clasifican en:

3.1.8.1Transporte terrestre (vehículos, trenes, etc.)

3.1.8.2Transporte aéreo (líneas regulares o chárter)

3.1.8.3Transporte marítimo (línea regular y cruceros)

3.1.9 Otras Empresas Relacionadas con el Turismo.- Las que indirectamente están relacionadas con el turismo, tales como: cines, discotecas, espectáculos empresas de equipamiento de hostelería lavanderías entre otras.

3.2 CABAÑAS

Es un sinónimo de "choza", o sea es una construcción tosca de características rústicas, y los materiales usados para su construcción son palos y ramas. También se usa el término para referirnos a una casa de descanso en la playa

o en el campo, la que puede tener comodidades similares a una casa en la ciudad, con la salvedad de ser más pequeña.

Es una casa pequeña pero echa de madera, aunque los niños pequeños por ejemplo, cuando están jugando hacen cabañas con palos, mantas, etc. y también les llaman cabañas. Lo que pasa que hay cabañas donde vive gente pero están bien hechas con madera y tienen de todo y también están las que he dicho que se hacen para jugar con palé, palos, mantas etc.

3.3 CABAÑAS Vs. HOTELES

A diferencia de un hotel, donde las habitaciones son contiguas, en una cabaña no tienes que lidiar con un vecino, al menos no lo tienes pegado. Por lo general, las cabañas se encuentran en un complejo al aire libre, con un amplio espacio donde podrás encontrarte con la naturaleza.

La distancia entre una cabaña y otra puede variar, pero la idea es que estén lo suficientemente alejadas como para no molestarse mutuamente.

Este tipo de alojamiento es ideal para ir en grupo. Suele contar con una o más habitaciones, un espacio común como podría ser un living, una pequeña cocina y un baño. El precio incluye servicio de limpieza pero muy rara vez alguna comida diaria, aunque por lo general poseen un restaurante o comedor donde uno puede encargarse un almuerzo con un precio coherente. El concepto de un hotel es muy diferente al de una cabaña. Mientras que el primero está planteado como un lugar de paso, el segundo supone que el huésped utilice más las instalaciones y permanezca más tiempo dentro del complejo. Esto hace que la mayoría de las cabañas ofrezcan piscina, televisión

por cable y un amplio espacio común con hogar. Pero, a diferencia de los hoteles, que suelen ubicarse en sitios céntricos o de fácil acceso, las cabañas se encuentran más alejadas, en lugares tranquilos y de poco movimiento por lo que a veces se hace imprescindible o al menos necesario contar con un vehículo propio.

3.4 MODELO DE CABAÑAS-TIPOS DE CONSTRUCCIÓN

Las cabañas son rústicas en estilo, e incluyen: Cocinas, sala, dormitorios, baños privados, una vista de la naturaleza local, y un área de bar. Los bohíos son hechos en el estilo usado por los Indios de Esmeraldas, tienen un área de dormir, con colchoneta y mantas, capaces de acomodar a cuatro personas.

Con áreas de baño y ducha común, un área de cocina, y una vista de la naturaleza con mirada hacia el horizonte de la tarde.

3.5 ATRACTIVOS DEL BAMBÚ

3.5.1 Ventajas Ecológicas

Reemplaza a muchas maderas tropicales. Contribuye a la protección de los bosques. Convierte mucho más CO₂ que cualquier otra planta. Es la planta con mayor crecimiento de nuestro planeta, llegando a crecer más de un metro por día. Proliferación por el sistema de raíces (rizomas), crece por sí solo inmediatamente después de la tala, sin una costosa reforestación, con 4 años alcanza la plena madurez y su mayor resistencia. Material natural aplicable al 100% sin transformación industrial, sin residuos, sin quitar corteza alguna y además sirven las hojas para el forraje. Facilísimo para su desmontaje o reciclaje. Reemplazando solo en un cuarto la producción anual de la madera de contrachapado, el Bambú salvaría la destrucción de 400.000 m³ de troncos, es decir 11.000 Hectáreas de bosque autóctono. Su aplicación natural evita el costoso y dañino proceso de industrialización moderna, con su gasto brutal de

energías y carga medioambiental, que contribuye principalmente al desequilibrio climatológico y de nuestro ecosistema planetario.

3.5.2 Ventajas Técnicas

Material natural High-Tech hasta en la aplicación de la industria Aeroespacial. Equivalencia entre peso resistencia, mejor que en la mayoría de los materiales High-Tech modernos como el Titanio o el Aluminio. Resistencia duradera con elasticidad de por vida. El Bambú en la aplicación de la construcción está muy recomendado y es utilizado en zonas rojas afectadas por los terremotos y vientos tropicales.

3.5.3 Ventajas Económicas

En comparación con otras maderas preciadas, al no recibir transformación alguna, por su sencillo montaje y por su relación peso volumen óptimo para el transporte, el bambú es el material más barato.

3.6 EL BAMBÚ Y SU UTILIDAD

Planta originaria de la India, el bambú ha tenido una multitud de usos a través de la historia, entre ellos: muebles, instrumentos, armas, papel e incluso...alimento. Se le admira por su rápido crecimiento y su expansión prodigiosa, su resistencia y versatilidad. Pero quizá el uso más común para sus tallos ligeros ha sido en la construcción de viviendas por todo el mundo, desde Asia hasta América.

Los constructores y diseñadores modernos siguen aprendiendo de los expertos tradicionales en un esfuerzo por encontrar cada vez más aplicaciones para este material, admirando sus cualidades como una gran alternativa a los materiales más convencionales y menos ecológicos. Miles de especies existen por todo el mundo y hasta el EEUU un nutrido grupo lo planta y cosecha en bosques gestionados adecuadamente con las últimas tecnologías verdes. Al bambú se le agrupa en dos categorías, el de corredera y la mata. Ambos brotan en

ramales, pero las raíces de la variedad corredera común doblan su tamaño cada año, mientras que la variedad de mata sigue procreando raíces de la planta original. Las plantas forman un denso sistema de raíces que actúa como una barrera natural contra la erosión. Estas características lo convierten en un recurso natural muy resistente y fácilmente renovable. Casi todas las variedades pueden ser cosechadas en ciclos años, comparado con el ciclo normal de 30 - 60 años que tienen las variedades de madera tradicionalmente usadas para la construcción. Alcanzan una altura de casi 50 metros y producen una fibra cuya densidad es comparable a la madera más dura, y una resistencia y tensión comparable al acero.

Los chinos lo usaban para elaborar "flechas de fuego" rellenas de pólvora, para obtener más distancia en el disparo. Estas flechas se convirtieron en los cohetes que todos conocemos. Hasta Thomas Edison utilizó bambú carbonizado para crear los primeros filamentos en sus bombillas eléctricas. Se ha usado para elaborar papel, tejidos y hasta rayón. En EEUU su uso principal hasta ahora ha sido para la construcción de vallas inspirado por técnicas japonesas y es comparable al cedro. Existen empresas que ofrecen secciones prefabricadas y/o al pedido por especificaciones. El segundo mercado por orden de importancia es el de mobiliarios y utensilios para el hogar, desde vajillas hasta muebles como sillas y mesas. Las tarimas fabricadas con bambú también son comparables a los parques típicos en términos de su instalación y acabado.

3.7 VENTAJAS DE LAS CABAÑAS ANTE LOS HOTELES.

En la actualidad las grandes ciudades como Quito y Guayaquil y otras menos densas, por el dinamismo económico e industrial en que se encuentran inmersas, provocan en sus habitantes un modo de vida acelerado lo cual trae como consecuencia la enfermedad del milenio como es El Estrés en el 90% de las personas que habitan en ellas.

Es por esta razón que estas personas buscan sitios especiales donde puedan pasar unos momentos de relax para recuperar las energías de su cuerpo, por lo que diferencian las instalaciones de la ciudad o de un hotel tradicional (cemento y hierro), con una cabaña de madera, bambú, u otro elemento natural, como la toquilla y la estera. Estas son entre otras las causas por las que los turistas actuales, locales, nacionales y extranjeros buscan una nueva forma de hacer turismo. Y otras como:

- Bajos costos de terrenos, en comparación con los de un hotel porque la construcción está estructurada en grandes edificios sólidos y peligrosos.
- La ubicación en una zona muy tranquila, lejos de ruidos molestos, contaminación y relativamente cerca de la ciudad, privilegios buscados en los últimos tiempos.
- La arboleda añosa existente en la zona forma una "pared de bambú" que protege, lo que se construya, de los vientos naturales que soplan en la región.
- La estabilidad en su entorno paisajístico, al ser una Reserva Forestal, el mantenimiento y prohibición de la tala de sus árboles permitirá una acogida natural y sostenida para las nuevas generaciones.
- Sus límites claros definen a Cabuyal como una zona característica para un tipo de edificación acorde con sus necesidades y disponibilidad de recursos naturales para la implementación de las cabañas.

- La seguridad para las familias con hijos pequeños, en la circulación por las vías y juegos en las playas y lugares adecuados para dicho fin ya que cuenta con una gran extensión de playa “virgen”.

3.8 CABAÑAS ANTI-ESTRÉS

El diseño de estas cabañas está fundamentado en los cambios evolutivos de la sociedad del “frío cemento”, que busca lo natural, rustico y atractivo, por lo que, tendrán formas muy peculiares de acuerdo a los requerimientos establecidos en los estudios de mercado que se haga en el sector hotelero.

Si consideramos que el estrés es provocado por la contaminación del ambiente, por los diferentes agentes como la bulla, el smok, el apuro y las frías edificaciones de la ciudad, pues por eso se construirán cabañas con entorno natural y materiales nativos de la región, bambú, toquilla, madera local, entre otros; tratando de minimizar el uso de materiales modernos.

3.8 CÓMO COMBATIR EL ESTRÉS CON INSTALACIONES Y ENTORNOS NATURALES.

La geografía del recinto Cabuyal es de una estructura privilegiada, pues cuenta con una inmensa extensión de playa, bosques y paisajes que solo con pasar por su entorno hace que los turistas sientan la necesidad de volver y recorrer sus campos pues el aire que respira tiene componentes curativos por el vapor que emana la playa cuando hay sol y los vientos que nacen en sus campos en cabio humedecen los pulmones de los visitantes cuando hay lluvia.

Las construcciones de estas cabañas serán solo con material extraído de la región y aprovechado al máximo sus beneficios naturales, por citar un ejemplo las camas serán hechas de caña guadua en su estructura y no se usara colchón artificial o tradicional, sino, la famosa estera de nuestros abuelos, que cura los malestares de la lumbalgia, y problemas de la columna vertebral. Para proyectar esta idea en la ejecución de las cabañas anti estrés se explica mejor en el siguiente capítulo relacionado con el tema y de acuerdo a cada caso de estrés se tomaran formas y medidas para la construcción de estas, incluyendo un servicio de alimentación con los platos más tradicionales y nutritivos de la zona norte; pues en Cabuyal contamos con una gran variedad de mariscos en especial las almejas que se cosecha durante todo el año. Esto será complementado con otros servicios terapéuticos con el uso de los productos nativos.

4. ANÁLISIS FINANCIERO

- **Inversiones Fijas.-** Son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.
- **Capital de Trabajo.-** Corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.

- **Costo.-** Lo que el empresario le vale monetariamente colocar un producto en el mercado. Incluye valores, tales como la materia prima, las erogaciones financieras, productivas, administrativas y de comercialización.
- **Costos Fijos.-** Aquellos costos que son constantes, independientemente del volumen de producción.
- **Costos Variables.-** Aquellos costos que varían, más o menos proporcionalmente con el volumen de producción.
- **Costo Total.-** La suma de los costos fijos y los costos variables.
- **Ganancia.-** Es la diferencia entre el precio de venta y el costo de producto, que representa lo que el empresario recibe para sí, como efecto de su acción organizacional.
- **Precio.-** Valor que el empresario está dispuesto a ceder su producto, considerando la absorción de los costos y reservándose para sí una utilidad.
- **Punto de Equilibrio.-** Situación que describe un volumen de ventas para el cual los ingresos igualan a los costos, o sea, no existen ni utilidades ni pérdidas.
- **Valor Presente Neto.-** Corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR).-** Es la tasa de interés que permite obtener un $VPN=0$.
- **Indicador de Eficiencia.-** Es un criterio de Impacto, que resulta de la comparación porcentual entre el Valor Presente Neto antes (teniendo en

cuentas los flujos que aparecen en el estudio de factibilidad), y el Valor Presente Neto después (con base a los flujos realmente contabilizados).

- **Indicador de Eficacia.-** Permiten la valoración de los cambios en las variables económicas y sociales propiciadas por el proyecto.
- **Elasticidad.-** Es la relación de cambio entre cantidades demandadas ante cambios en el precio o los ingresos.

5. ANÁLISIS DE IMPACTOS

5.1. IMPACTO SOCIAL

Establece en qué manera el proyecto incidirá en el desarrollo de la sociedad y en qué sentido influirán los resultados del trabajo en determinados sectores sociales.

5.2. IMPACTO ECOLÓGICO

Indica si el proyecto tiene riesgos ecológicos y cómo se pretende evitarlo; o en caso contrario, si la investigación está orientada a atenuar un riesgo ecológico o a mejorar y controlar aspectos ambientales negativos.

5.3. IMPACTO ÉTICO

Establece las repercusiones que el proyecto pueda tener sobre valores cruciales de la sociedad y sus miembros.

5.4. IMPACTO ECONÓMICO

Indica las repercusiones (beneficio y/o problemas) de carácter económico que tendrá el proyecto en el ámbito local, regional o nacional; se pueden también señalar los aspectos económicos positivos que provocará el proyecto en los individuos, grupos o sociedad.

METODOLOGÍA

MÉTODO CIENTÍFICO

Sigue el camino de la duda sistemática y aprovecha el análisis, la síntesis, la deducción y la inducción (métodos generales). Es una planeación o estrategia que se sigue para descubrir o determinar las propiedades del objeto de estudio.

Se efectúa al recorrer el trayecto de cada investigación, encontrándose un conjunto de formas que se utilizan en la adquisición y elaboración de nuevos conocimientos. Opera con conceptos, definiciones, hipótesis, variables e indicadores que son elementos básicos que proporcionan los recursos e instrumentos intelectuales con los que se ha de trabajar.

MÉTODO INDUCTIVO

Parte de hechos particulares para llegar a la formulación de leyes generales relativas a los hechos observados.

Será utilizado para realizar el estudio de las variables como son la oferta y la demanda turística y los demás agentes que intervengan, de tal forma que se pueda llegar a conceptos e interpretaciones que sean válidas para toda la

población y universo investigado, en este caso moradores del cantón Río verde y turistas, y así interpretar los resultados mediante la respectiva tabulación de los datos obtenidos.

MÉTODO DEDUCTIVO

Emplea los contenidos de las teorías demostradas como científicas en la explicación del objeto o fenómeno que se investiga. En términos más simples, la deducción consiste en partir de una teoría general para explicar hechos o fenómenos particulares.

Se aplicará en todo momento y circunstancia del desarrollo de la investigación; porque se iniciará de teorías, leyes y técnicas de carácter general establecidas en textos especializados en materia turística, sobre todo en cabañas anti-estrés; para llegar a la aplicación práctica de establecer el impacto económico y social que tendrán las cabañas sobre los moradores del recinto Cabuyal y el cantón Río verde; lo que fundamentará la investigación bibliográfica, así como también en la creación o propuesta que se realice en la investigación.

MÉTODO DESCRIPTIVO

Se encuentra orientado fundamentalmente a describir, de una manera fotográfica, un determinado objeto o fenómeno de la realidad.

La investigación está referida a este método debido a que se enmarca en opiniones de situaciones reales que se han experimentado, información que será la parte principal del desarrollo de este estudio.

MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO

Tiene la finalidad fundamental de examinar en profundidad las características internas del objeto o fenómeno que se estudia e integrar los componentes dispersos de objeto de estudio para estudiarlo en su totalidad. Rehaciendo, recomponiendo, diciendo o representando mucho en poco, de manera fiel, justa y clara.

Analizaremos detalladamente la incidencia turística en el cantón Río verde, los servicios que ofrecerán las cabañas anti-estrés y los impactos positivos y negativos sobre el recinto Cabuyal.

La aplicación de éste método será imprescindible en ésta investigación; ya que por un lado el pilar de la misma será documental, a través de síntesis que permitan operativizar y entender la oferta y la demanda turística; a través de redacción, gráficos, cuadros sinópticos y esquemas. Además de realizar análisis de la información captada en los lugares indagados, textos e internet.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN

Es un procedimiento utilizado para adquirir conocimientos de manera más directa y abierta. Se utilizará fundamentalmente para obtener información primaria acerca de los fenómenos que se investigan y para comprobar los hechos más próximos a los investigadores, se aplicará durante todo el proceso investigativo, recolectando sus resultados en fichas y otros instrumentos de almacenamiento de datos, como grabadoras, videocámaras, entre otros.

.ENTREVISTA

Es una técnica de investigación dedicada a obtener información mediante un sistema de preguntas a través de la interrelación verbal entre dos o más personas.

Esta técnica será aplicada en el proceso de investigación para conocer con claridad y profundidad los problemas y los objetivos definiendo en ella los aspectos más relevantes aplicados de una manera directa a los Administradores de hoteles, empresarios hoteleros, autoridades del sector turístico, con el fin de recabar la información directa y precisa.

ENCUESTAS

Técnica aplicada en la investigación científica para la recolección masiva de información de hechos y fenómenos que puedan aportar en el ámbito socio-cultural, económico y político. Representa una de las maneras más económicas de recolectar información con los conocidos cuestionarios. Esta será aplicada en el estudio de mercado que se realizará en el sector turístico enfocado a los potenciales visitantes de las playas norteñas.

INSTRUMENTOS

Son los medios que se aplicarán en el desarrollo de las técnicas como una herramienta básica de ejecutar las técnicas.

CUESTIONARIO

Es un instrumento dedicado a obtener información a través de un sistema de preguntas estructurando en formularios impresos, que el informante responde por sí mismo, sin la participación del entrevistador.

Éste se aplicará para obtener información que sirva para demostrar el cumplimiento de los objetivos formulados en el proyecto, dirigido a los turistas de la zona norte del país. Carchi. Imbabura, Pichincha. Será también aplicado eventualmente en la entrevistas a los ejecutivos del sector.

FICHAS

Formatos preimpresos que sirven para llevar apuntes de los fenómenos y hechos más relevantes de la investigación. Son de gran ayuda por que registran fechas y nombres de los diferentes autores y actores en el caso de investigaciones bibliográficas. En este caso me servirá para recolectar información durante todo el desarrollo de la investigación.

GRABADORAS

Medio de recabar información oral en cinta magnética para ser reproducida en eventos posteriores y demostrar su validez, se aplicara en los casos necesarios cuando la entrevista sea rápida y el tiempo apremie.

VIDEOCÁMARAS

Aparato de reproducción y grabación de imágenes y audio que será utilizado en la filmación de los paisajes y eventos turísticos que sean más importantes para la investigación.

CÁMARA FOTOGRÁFICA

Aparato de reproducción de imágenes fijas para almacenar la información y revelar sus fotos aplicables y necesarias para el proyecto.

FLASH MEMORY

Instrumento de almacenamiento de información, que será utilizado permanentemente, para trasladar la información bajada de una fuente externa como páginas Web, CPU, etc.

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. EL SERVICIO

2.1.1. Generalidades del Servicio

La idea fundamental del negocio, es ofrecer a turistas locales y nacionales y al personal de instituciones y empresas de la provincia de Esmeraldas, el servicio de tratamiento y masajes antiestrés, una asistencia novedosa

enfocada en la satisfacción del cliente, ya sea por la calidad en la atención personalizada, la prestación eficiente y los costos accesibles, por lo cual el servicio que se prestará será de gran provecho para los turistas y el recurso humano de las organizaciones debido a que facilitará el mejor desenvolvimiento en las diferentes actividades personales, profesionales y laborales.

Para la implementación de la idea, los factores que motivaron y sustentaron la propuesta del proyecto, como el espacio físico con que cuenta el recinto Cabuyal, por la tranquilidad que proporcionan sus playas y paisajes afrodisíacos complementándose con la alimentación típica, entre otros factores turísticos naturales que posee el recinto.

Además nuestro servicio ofrecerá beneficios adicionales a los clientes y a las organizaciones, con respecto a:

- El menú de las comidas será variado, y se tomarán en cuenta los gustos y preferencias de los clientes.
- Servicio de garaje.
- Lavado y planchado.
- Hospedaje.
- Paseos y caminatas en la playa
- Paseos en caballo por las fincas colindantes del sector.

Tomando en cuenta que el 60% de la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Esmeraldas son empleados y funcionarios públicos, se puede cuantificar el segmento de mercado local al cual se quiere llegar, considerando a aquellos que tienen una sola jornada laboral, y al conocer el comportamiento de estos grupos sociales que tienen una tendencia a adquirir y probar lo novedoso de un servicio; se cree que la propuesta tendrá una acogida favorable con la implementación de cabañas antiestrés.

Para lo cual, mencionaremos ciertas especificaciones del servicio:

- Los masajes y tratamiento antiestrés serán con equipos aptos para dar este servicio en una sala SPA.

- Se establecerán convenios con instituciones y empresas tanto locales como de la sierra norte, dicho contrato deberá ser firmado por la máxima autoridad de la empresa, de acuerdo con la naturaleza de la organización y las características del servicio solicitado. Ya que se cuenta con un amplio menú (paquetes turísticos).
- Las cabañas antiestrés serán atendidas por personal calificado y capacitado en los diferentes servicios propuestos así brindar una excelente atención al cliente.
- Además de contar con su local específico en el recinto Cabuyal para que sea reconocido y tenga credibilidad en el mercado, también se tendrá un contacto en las ciudades vecinas a Esmeraldas para realizar las posibles publicidades y promociones.
- Proporcionar al visitante experiencias enriquecedoras de calidad, con los aportes de charlas de conocimientos específicos de los beneficios que brindan este tipo de servicios, los beneficios terapéuticos que otorgan los masajes y baños de mar.
- Las terapias corporales de acuerdo al requerimiento del cliente, se harán con arcilla natural, aplicándose en capas secuenciales en un tiempo determinado máximo de 10 minutos, ubicadas especialmente en tratamientos faciales y que ayudan al mejoramiento del cutis especialmente en las personas y profesionales estresados. El tratamiento es seguido con los baños de aguas de mar, con la utilización de plantas originales del sector, como llantén, valeriana, piñón, entre otras que sirven como tranquilizantes y relajantes
- Mascarilla serán de arcilla natural.

Este servicio por su efectividad en las afectaciones fisiológicas y psicológicas, tendrá un impacto social y económico positivo en la vida de las personas y en el desempeño de los habitantes del recinto Cabuyal. Ofrecerá ventajas que lo diferenciarán en el mercado, como la atención personalizada, siendo un valor agregado que estamos adicionando al servicio que tradicionalmente ofrecen las cabañas turísticas, que facilitará

de una u otra forma el acceso de todas las personas que soliciten nuestro servicio.

2.1.2. Necesidades que cubre el Servicio

El servicio se lo establecerá de acuerdo a los gustos y exigencias del turista o visitante, para lo cual se hará una lista en hojas impresas para que ellos seleccionen el paquete que más le convenga según sus necesidades y realicen sus reservaciones, logrando así que se sientan satisfechos.

2.1.3. Caracterización del Servicio

Bienes Materiales

Terreno, amplio y acogedor, por la cercanía al océano y su conexión con el continente para aprovechar tanto las bondades del mar con paseos acuáticos como las del terreno con su flora y fauna natural con paseos y/o caminatas por los sectores, tanto a pie como en acémila

Instalaciones de acuerdo a las especificaciones del servicio, con una amplia sala de masajes equipada con aparatos de ultrasonido con una capacidad de 3 Mega hertz, de primera y un recurso humano capacitado en el área.

Mobiliario adecuado según las necesidades de los clientes. Cabe señalar que los muebles y los implementos utilizados en estos servicios serán de diseño y construcción de madera originaria del sector, caña guadua, carrizos, paja toquilla, petate o estera entre otros que brindan un sentido natural.

Las cabañas antiestrés serán construidas en general con materiales de la zona, para dar un ambiente de relajamiento y tranquilidad, contrarrestando así el estrés provocado por el ruido de la ciudad.

Atributos de las Cabañas.

Aspecto físico construcciones típicas de la zona con materiales autóctonos (interno-externo).

Ubicación, en forma circular para socializar entre los cliente

Cantidad servicios de hospedaje: veinte cabañas con capacidad para 48 pax.

Cantidad servicios comerciales: un pequeño minimarket, abastecido con los productos más demandados de los clientes, sin dejar de recomendar los naturales y dietéticas.

Cantidad otros servicios: lavado y planchado para todos los que solicitaren.

Calidad del servicio: acorde con los parámetros de los organismos reguladores del turismo y la salud; y, en relación con la competencia.

Extensión del Servicio

Aspecto físico y ubicación: en un espacio amplio y con la seguridad que ameriten las instalaciones.

Ambiente de las cabañas: natural y acogedor

Posibilidad de contacto social: de acuerdo a los grupos de clientes, considerando edades y gustos.

Posibilidad de mantener estatus y prestigio en un mercado competitivo.

Sentimiento de importancia, la personalización del servicio dará esta característica.

Sentimiento de seguridad y protección, con el mantenimiento adecuado y oportuno.

Dependiendo del convenio que se hagan con las empresas se darán posibles descuentos, servicios adicionales, o algún reconocimiento por parte de las cabañas.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1. Segmentación del Mercado

El proyecto se enfocará en los turistas de la sierra norte y aquellas empresas locales que trabajan una sola jornada entre ellas:

- Puerto Nuevo Milenium
- SUIMBA
- Autoridad Portuaria
- SRI
- Sepriban
- CAE
- Petroecuador
- Termo esmeraldas
- Universidades

Analizando el estudio para la segmentación de mercado se decide trabajar de manera externa con los turistas de la sierra norte principalmente e internamente con las empresas ubicadas en el sector de las Palmas en primera instancia pero la invitación queda abierta para todas las personas que necesiten acudir a dichas cabañas, lo cual dará resultados positivos en su desenvolvimiento personal y profesional ya que el servicio solucionará uno de los problemas del mundo de hoy por hoy, como lo es el ESTRÉS.

2.2.2. Conducta de compra de los Clientes

Normalmente los turistas están mentalizados y obsesionados con las playas de la zona sur de nuestra provincia por lo que para analizar el comportamiento se hará referencia a la información de esta zona, como sigue:

Según datos históricos de las estadísticas la residencia de los turistas es:

- Residentes de Quito el 50%
- Residentes de Cuenca el 5%
- Residentes de Tulcán el 8%
- Residentes de Ambato el 5%
- Residentes de Santo Domingo de los Colorados el 5%
- Residentes de la Costa el 15%
- Extranjeros sobre todo Colombia el 12%

Conforme a las estadísticas publicadas por el Ministerio de Turismo, Asociación de Hoteleros, y Municipalidad de Atacames, tenemos que los visitantes de fines de semana según el lugar visitado son: 9558 personas de Quito que han visitado Atacames, del resto del país no se registran visitantes de fines de semana a este sector turístico específicamente; sino a Esmeraldas 1430 y Tonsupa 910 de Santo Domingo de los Colorados, y de Quevedo 2356 personas a Esmeraldas.

En cuanto a personas que han visitado Atacames en el año 2006 y el primer trimestre del 2007 feriado (carnaval) tenemos:

AÑO 2006

- Residentes de Quito 86.806
- Residentes de Cuenca 1.360
- Residentes del resto de la Sierra 45.691

FERIADO DE CARNAVAL

(Datos proporcionados por la Cámara Provincial de turismo de Atacames)

- Lunes 12 de Febrero 10.000 personas
- Sábado 17 de febrero 10.000 personas
- Domingo 18 de febrero 50.000 personas

Como referencia se ha tomado información de la municipalidad del Cantón Atacames y organismos de control, documentan que la capacidad instalada para alojamiento en este Cantón, es de 60.000 personas; como

vemos, existe una demanda a atender de 10.000 personas, esta será la demanda potencial del proyecto.

Además se evidencia, que la mayor afluencia de turistas corresponde a los residentes de Quito que se trasladan a Atacames. Naturalmente debemos mencionar que existen turistas extranjeros que visitan las playas, pero el segmento de interés del presente trabajo está constituido básicamente por personas residentes en la Sierra, especialmente Quito.

Por lo que se puede considerar que los clientes hay que recuperarlos, motivarlos y promocionar nuestros servicios para un cambio oportuno en su comportamiento de compra.

2.2.3. Análisis de Fuentes Secundarias

Como información secundaria se utilizaron informes de asistencia de turistas por parte del Ministerio de Turismo, principales atractivos turísticos, información relevante de la zona estudiada a través del Internet, estadísticas de nº de Hoteles y centros de alojamiento que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo, es decir en la investigación se revisó la información obtenida en libros, folletos, Internet, y especializados en materia turística que permitieron el trabajo de campo y obtener resultados más aproximados a la realidad existente.

2.2.4. Análisis de Fuentes Primarias

✓ Encuestas

Para obtener la información requerida en el estudio de mercado, se aplicaron los cuestionarios a los turistas que asisten a los balnearios de Las Peñas, Río Verde, Atacames (referencial), Las Palmas y a los moradores del recinto Cabuyal durante el feriado de la semana Santa en Marzo del 2008. Estas se aplicaron con la colaboración de familiares y amigos de la investigadora.

Siendo el tamaño de la muestra 121 turistas y 84 moradores del recinto Cabuyal; tomado de un universo de 35.000 turistas, total de

pasajeros que visitaron la provincia de Esmeraldas en el feriado de semana Santa (fuente: Ministerio de Turismo); y de un universo de 275 moradores que actualmente habitan en el recinto Cabuyal (fuente: encuesta realizada por la investigadora - **Anexo 4**).

✓ **Entrevista**

Se obtuvo información a través de diez (10) entrevistas aplicada a ciertos hoteles de los lugares en donde se aplicaron las respectivas encuestas como: Ma. José, Bachita, Hipocampo, Cabañas Azul Real, El Tiburón, Ambato entre otros, los cuales informaron sobre los antecedentes e inicios de la actividad turística que llevan a cabo en temporadas altas y bajas; el crecimiento del sector turístico hasta convertirse en un negocio reconocido por los turistas.

✓ **Observación**

Se realizaron frecuentes visitas de reconocimiento del lugar, conocer principales atractivos turísticos con los que cuenta el Recinto y sus alrededores que llaman la atención de los turistas; además de observar la regularidad y asistencia de personas de otras ciudades y de la provincia durante los feriados.

2.2.5. Proyección de la Demanda

DÍAS DE FERIADO	TEMPORADAS	DEMANDA ESTIMADA							
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	*2007	*2008
4	Carnaval	1800	2400	3250	3600	3950	3950	4661	5499
3	Semana Santa	1100	1900	2200	2500	2650	2700	2754	2809
3	24 de Mayo	850	1350	1500	1650	1965	2010	2050	2091

20	Vacaciones de la Sierra	800	1200	1350	1500	1677	1600	1520	1444
4	Día de los Difuntos	1340	2000	2350	2950	2859	2943	3031	3121
6	Navidad y fin de Año	1340	1670	1800	1800	1850	1850	1850	1850
128	Días Normales	280	480	520	620	759	896	1057	1247
168	TOTAL	7510	11000	12970	14620	15710	15949	16923	18061

Elaborado por: La Investigadora *años proyectados de acuerdo al índice de crecimiento anual.

Fuente: Comerciantes del balneario Río Verde y los que conforman al cantón.

Los datos arriba recolectados han sido tomados de las personas que tienen una permanencia de 5 años de trabajo en el comercio en los alrededores de las playas de Río Verde y las del cantón.

Con los datos estimados en la demanda actual, se pretende realizar una proyección de la demanda de turistas que pueda tener en los próximos 5 años el balneario de Río Verde y los vecinos que conforman al cantón. Esta proyección se obtendrá a través del cálculo de la tasa de crecimiento anual 2.5% (2001 – 2008) y que servirá para reforzar la investigación de estudio de mercado para la construcción de cabañas turísticas que cubra las necesidades de los turistas y mejore la urbanidad del sector, conservando su sistema ecoturístico.

Se realiza la proyección de la demanda utilizando la fórmula de regresión lineal:

$Y = A + BX$; donde:

$$A = \frac{\sum Y}{N}$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$X^2$$

A = Variable

B = Variable

N = Número de años

X = Indicadores

Y = Consumo aparente

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA					
AÑOS	CONSUMO APARENTE (Y)	Nº	X	XY	X ²
2004	14620	1	-2	-29240	4
2005	15710	2	-1	-15710	1
2006	15949	3	0	0	0
2007	16923	4	1	16923	1
2008	18061	5	2	36122	4
SUMATORIA:	81263	5		8095	10

Elaborado por: La Investigadora

Fuente: Cálculo basado en la fórmula de regresión lineal.

$$A = \frac{\sum Y}{N} = \frac{81263}{5} = 16252,60$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{8095}{10} = 809,50$$

$$Y = A + BX = 16252,60 + 809,50 = 17062,10$$

AÑO: 2009

$$Y = A + BX = 16252,60 + 809,50(3) = 18681,10$$

AÑO: 2010

$$Y = A + BX = 16252,60 + 809,50(4) = 19490,60$$

AÑO: 2011

$$Y = A + BX = 16252,60 + 809,50(5) = 20300,10$$

AÑO: 2012

$$Y = A + BX = 16252,60 + 809,50 (6) = 21109,60$$

AÑO: 2013

$$Y = A + BX = 16252,60 + 809,50 (7) = 21919,10$$

Estableciendo así la demanda proyectada es de 17.062 visitantes en el próximo año; de la cual este proyecto puede atender 8.640 (50.64%).

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.1. Aspectos Cualitativos de la Oferta

El cantón Ríoverde está dotado de una variedad de recursos naturales, humanos y culturales, lo que favorece la intensa y rentable actividad turística. Se cuenta con bosque, paisajes de gran belleza, con hermosas playas, un denso sistema fluvial navegable.

A pesar de que la provincia de Esmeraldas, posee una flora y fauna exuberante, todavía existen zonas que no cuentan con explotación

turísticas; como lo es el recinto Cabuyal, que a pesar de ser un sitio estratégico para el turismo no cuenta con un complejo de cabañas o algo similar que ayude a promocionar sus bondades turísticas.

Siendo el turismo una forma integradora del proceso de desarrollo y crecimiento de una localidad, se pretende usar las increíbles capacidades de diversificación económica y manejo sostenible de los recursos existentes, por ello la necesidad de realizar el proyecto para la implementación de cabañas antiestrés en el recinto Cabuyal, brindando todas las condiciones necesarias y que sirva como un sitio de descanso, recreación y esparcimiento para los turistas que visiten el cantón Ríoverde.

Estas cabañas contarán con los siguientes servicios:

- Un restaurante que ofrezca un menú con una gastronomía esmeraldeña que satisfaga todos los gustos (104 platos diarios - platos típicos, jugos y frutas naturales).
- Área de descanso.
- Área de recreación (piscinas, juegos infantiles).
- Garaje.
- Información turística (opciones para entretenimiento).
- Seguridad.
- Hospedería (48 pax).

2.3.2. Aspectos cuantitativos de la Oferta

Se han tomado como referencia hoteles y cabañas; y, restaurantes y comedores de las parroquias del cantón Ríoverde por ser las más idóneas para analizar la oferta del proyecto.

ALOJAMIENTO

PLANTA TURÍSTICA DE RÍOVERDE				
Nombre del	Categoría	Representante	Nº de	Costo

Hotel/Cabaña			Habita.	Habita.
Hostería Briza Océano	Primera	Patt Smitt	6 Cabañas	\$ 16,00
Hotel Hipocampo	Segunda	Olga de Mora	13	\$ 12,00
Residencial Río Verde	Segunda	Agustín Guerra Terán	10	\$ 8,00
Residencial Rivera	Segunda	Juan Rivera	8	\$ 8,00
Cabañas Villa Palma	Segunda	Hitler García	6 Cabañas	\$ 15,00
PLANTA TURISTICA DE ROCAFUERTE				
Residencial Diana	Cuarta	Mariana Cheme	6	\$ 7,00
Hotel Visos Di Sole	Primera	Eduardo Araujo	13	\$ 15,00
PLANTA TURISTICA DE LAGARTO				
Residencial tres Hermanos	Tercera	Fernando Olmedo	6	\$ 8,00
PLANTA TURISTICA DE MONTALVO				
Residencial San José	Tercera	Carmen Ortiz	6	\$ 7,00

Elaborado por: La Investigadora

Fuente: Guía Hotelera

ALIMENTOS Y BEBIDAS

PLANTA TURÍSTICA DE RÍOVERDE			
Nombre del Restaurante/Comedor	Categoría	Representante	Costo Almuerzo
Restaurante Lourdes	Tercera	Lourdes Ávila	\$. 1,75
Restaurante el Fogón	Segunda	Nery Arco Pata	\$. 2,00
Restaurante Altamar	Segunda	Rita Palis de Bravo	\$. 2,00
Comedor Doña Jice	Tercera	Gisela Obando	\$.1,50
PLANTA TURISTICA DE ROCAFUERTE			
Restaurante el Bosque	Cuarta	Colombia Estupiñan	\$. 1,50
Restaurante el Típico	Tercera	Irene Mina Estupiñan	\$. 1,75
Restaurante Mar – Sol	Cuarta	Martha Armijos Cacay	\$. 1,50
Comedor Florita	Cuarta	Yomaira Estupiñan	\$.1,20
PLANTA TURISTICA DE LAGARTO			
Restaurante Barberán	Tercera	Euribe Barberán	\$. 1,75
Restaurante Carmita	Tercera	Olimpia Flores	\$. 1,75
Restaurante el Descanso	Tercera	Clotilde Guerrero	\$. 1,75
Restaurante Todos	Tercera	Lourdes Pincay	\$. 1,75
Comedor Manabita	Cuarta	Félix Alarcón	\$. 1,20

Comedor Lupita	Cuarta	Luz Cabezas	\$. 1,20
Soda bar Mellela	Cuarta	Aida Cortes	\$. 1,00
PLANTA TURISTICA DE MONTALVO			
Restaurante Alvita	Tercera	Alba Flor Letamendi	\$. 1,75
Restaurante el Colorado	Cuarta	Leonny Estupiñan	\$. 1,75
Comedor doña Lupe	Tercera	Cristian Saavedra	\$. 1,50

Elaborado por: La Investigadora

Fuente: Guía Hotelera

2.3.3. Proyección de la Oferta

De acuerdo a los estudios realizados al crecimiento que se tiene de la demanda de turistas, se puede decir que el balneario Río Verde y todos los demás que conforman el turismo del cantón del mismo nombre para los próximos años es una nueva e importante alternativa turística después de Atacames; ya que los turistas asisten por sus hermosos balnearios y por su reciente descubrimiento; por lo cual se puede proyectar que la oferta de cabañas y hoteles en este balneario está en crecimiento; pues mientras más establecimientos de hospedaje existan en el sector, mayor será la afluencia de turistas al balneario antes mencionado.

2.4. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA

2.4.1. Cuadro comparativo

Años	Oferta Hab. y Cabañas/Año	Demanda
2004	21826	14620

2005	23122	15710
2006	24418	15949
2007	25714	16923
2008	27010 (9869) → oferta real	18061

Nota: El análisis del cuadro representa la oferta con respecto a la demanda comprendida en toda la zona norte e la provincia de Esmeraldas, incluida la cabecera cantonal del cantón Atacames.

2.5. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

2.5.1. Demanda del Proyecto

Como se pudo evidenciar en los cuadros anteriores al analizar la demanda y la oferta es evidente que la demanda del proyecto es 18061 y la oferta actual de 27010 de la provincia de Esmeraldas; tomando en cuenta el sector de Atacames, que es el que mayor capacidad hotelera posee con 17141 plazas en el año 2008, según anexo 6. Por lo que restando 27010 menos 17141 tenemos una oferta de 9869 plazas en el área de servicios hoteleros y de cabañas en la provincia, considerando que nuestro servicio es especial para clientes de otros sectores (profesionales y empleados de la empresas públicas y privadas de la provincia) y también se toma en cuenta la construcción del puente sobre el río Esmeraldas que proyectará un auge turístico hacia la zona.

2.5.2. Tipos de Mercado

El mercado está conformado por el conglomerado que se menciona a continuación:

Mercado Total.- Conformado por el universo de los turistas del sector Sierra especialmente, costa parcialmente y focalmente los empleados de las instituciones antes mencionadas de la provincia; con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado Potencial.- Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas. Para lo cual se considera las empresas grandes de nuestro sector por

cuanto cuentan con un nivel de ingresos adecuado para demandar este tipo de servicios, como: Petroecuador, APE, Termo esmeraldas, SRI, entre otras. Sin dejar de tomar en cuenta los turistas nacionales y locales.

Mercado Meta.- Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Real.- Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado, en este proyecto se considera a los turistas de la Sierra Norte y los empleados de las empresas locales.

2.5.3. Precios

Factor importante para la aceptación del servicio a ofertarse; es por ello que luego de analizar la competencia actual y potencial, de acuerdo a estudios y análisis simple de costos; el cuadro de precios unitarios para el servicio de hospedaje en el Complejo de Cabañas Antiestrés es el siguiente:

Tipo de Cabaña	Cant.	P. U/ Cabaña	Capacidad	Total
Cabañas Familiares	5	50,00	25	250,00
Cabañas Dobles	8	20,00	16	160,00
Cabañas Simples	7	10,00	7	70,00
Total:	20,00		48,00	480,00

Nota: Los precios iniciales del proyecto son de introducción en el mercado local, en lo que respecta a hospedaje, pero se complementan con los servicios colaterales que posee el negocio.

Los precios en el sector oscilan entre \$16 y \$7, al considerar un promedio de \$10, hace que estos precios se ubican dentro de la escala competitiva en relación a los costos de los centros de hospedaje que se encuentran en los

balnearios del cantón Ríoverde; diferenciándose e incluyendo la calidad del servicio; la cual es preferencial y excelente.

Si es el caso, de que los clientes por circunstancias especiales deseen solicitar servicios adicionales como por ejemplo lavado, secado de ropa u otros servicios, las cifras antes mencionadas como precio establecido para el servicio normal tendrán un ligero incremento en relación directa con el servicio solicitado, y a la vez se hará descuentos especiales dependiendo de la demanda.

Los costos y gastos analizados para establecer el precio, son proporcionales permitiendo obtener una utilidad considerable y así establecer el precio unitario razonable en comparación con los competidores actuales, los mismos que en temporadas altas exageran el precio establecido por el mercado y la calidad del servicio deja mucho que decir con respecto a las exigencias de los clientes.

2.5.4. Ventajas Competitivas

Para la Industria Turística se:

- Reduce costes, proponiendo y promocionando paquetes turísticos para los clientes potenciales
- Genera empleo, por la contratación directa de empleados y dependientes de las cabañas antiestrés, lo cual trae como consecuencia la creación de plazas indirectas de trabajo en lo que se refiere a mantenimiento y provisión de materia prima.
- Ofrece servicio de demanda creciente, por los paquetes promocionales y los factores externos que se darán de acuerdo a las previsiones de crecimiento como es la construcción del puente y una vía de primer orden al norte.
- Oferta servicio novedoso de alta calidad
- Atrae a los turistas que buscan unas vacaciones ambientales responsables, con los servicios expuestos en el mercado y su difusión en la página web.

Para la Conservación de la Naturaleza:

- Pone en valor económico y social el espacio natural donde se desarrolla para conocer y amar la naturaleza con charlas y el contacto directo con esta.
- Puede generar ingresos directos para la conservación de la naturaleza, con los programas de conservación del medio ambiente que el Estado promueve y bonos motivacionales para aquellos turistas que demuestren acción ecológica.
- Fomenta proyectos de restauración y conservación de la naturaleza, con las estrategias antes mencionadas.
- Promueve el conocimiento y concienciación sobre la riqueza natural con conferencias y relación directa con los componentes naturales, como: el mar, los bosques, la tierra y el aire.

Para el Turista:

- Es un tipo de actividad saludable, porque está desarrollada en un ambiente natural y en contacto directo con las bondades que esta brinda,
- Proporciona un conocimiento mayor de la riqueza natural, social y cultural.
- Ofrece posibilidades de disfrute más diversificado, porque sale de la monotonía de los hoteles tradicionales, entrando a un medio más relajante al encontrarse con productos y elementos autóctonos.
- Promueve una actitud respetuosa y positiva del turista hacia la naturaleza, por la relación directa que va a tener con ella y captar los beneficios que ésta puede dar si es bien tratada o ver las consecuencias negativas si no la cuidamos y protegemos.

2.5.5. Estrategias Genéricas para Competir

El método del mercado meta único: segmentar el mercado y escoger uno de los segmentos homogéneos, como mercado meta de la firma.

El método del mercado meta múltiple: segmentar el mercado y elegir dos o más segmentos, cada uno de los cuales será tratado como mercado meta separado, que necesita una mezcla comercial diferente.

El método del mercado meta combinado: combinar dos o más submercados en un mercado meta mayor como base para una estrategia.

Luego de analizar los métodos de mercados para competir, la empresa elige **el método de mercado meta combinado**; porque así tiene varias herramientas o alternativas para decidir mejores sus estrategias y aplicarlas al proyecto para su mejor desenvolvimiento.

Como una empresa nueva en el mercado de servicios antiestrés, con un mercado selecto y bajo las condiciones relativas y cambiantes que la economía nacional va enmarcando durante el proceso de desarrollo de una provincia, se considera estar preparados con estrategias fundamentadas en el análisis de los escenarios: políticos, sociales, económicos, laborales, entre otros. Sin echar de menos las capacidades internas y las limitaciones que se abocan, ni dejar de ver las oportunidades y amenazas que durante la trayectoria del proyecto se presenten:

- Tratar de ganar liderazgo con un espíritu emprendedor dispuesto a correr riesgo y aplicar una estrategia audaz y creativa.
- Presionar en el perfeccionamiento de la tecnología mejorando la calidad del servicio desarrollando características de desempeño.
- Formar alianzas con proveedores claves obteniendo acceso a habilidades especializadas y materiales especiales.
- Reconocer que las debilidades de unos son las oportunidades de otros, y aprovechar los escenarios de riesgo para implementar nuevos servicios afines de los ya propuestos.
- Integrar nuevos socios estratégicos tanto local como externamente para abrir el abanico de servicios a nivel nacional, conociendo que existen nuevas oportunidades en

nuevos mercados.

- Buscar la capacitación permanente del personal y trabajar en equipo buscando siempre la excelencia y el cambio continuo en el servicio ofertado.

2.5.6. Canales de Comercialización

La comercialización turística consiste en la elaboración de un producto, el paquete integrado por diversos servicios presentando una oferta completa al turista incluida la alimentación. El paquete turístico consiste normalmente en el transporte, el traslado o desplazamiento hasta el hotel y viceversa y el alojamiento, el cual puede concretarse bajo el régimen de alojamiento. (Mestres, Juan (1995) Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera, Ediciones gestión 2000, Barcelona, España).

Es por ello que se utilizará el canal productor- consumidor, puesto que este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a comprar el servicio; pero también incluye las compras por correo. Además por esta vía el servicio cuesta menos al consumidor, lo que conlleva que el proyecto tenga mayor demanda en el mercado actual.

Plaza

Una vez establecido nuestro mercado meta que son los turistas y las empresas locales de la provincia, la estrategia de posicionamiento a aplicarse será crear una imagen del servicio en la mente de nuestros posibles clientes; de tal manera que esta estrategia será diferente a los servicios de la competencia.

Producto

El principal producto a ofertar al mercado meta (turistas) será el brindar servicio de hospedaje; el cual estará formado por cabañas familiares simples y cabañas familiares dobles; además de habitaciones individuales y dobles. El complejo de Cabañas Antiestrés cuenta con áreas verdes y

juegos infantiles, piscina para distracción de los turistas y cercanía a la hermosa y extensa playa del recinto Cabuyal; factores que motivan a ofertar y demandar un segundo producto complementario como: masajes y tratamientos antiestrés.

Promoción y Publicidad

Las estrategias de promoción y publicidad serán encaminadas a la oferta de los servicios de hospedaje y tratamiento antiestrés con calidad y excelente atención a los turistas que opten por este complejo de cabañas antiestrés.

Por ser una nueva empresa con servicios e innovadores, se invertirá en publicidad a través de trípticos informativos, campañas radiales y televisivas, prensa local y nacional, páginas Web, etc. Además, se buscará el apoyo de organismos e instituciones a nivel local y nacional muy reconocidas en el sector turístico; siendo estas:

- Cámara de turismo del Ecuador.
- CORPEI.
- MICIP.
- Ministerio de Turismo.
- Líneas aéreas como ICARO y TAME.
- Departamento de Turismo del Municipio de Ríoverde.
- Cadenas de Hoteles Internacionales.
- Empresas de Transporte Terrestre Nacional e Internacional.
- Todas las empresas de la provincia de Esmeraldas.
- Otras empresas contratistas de servicios turísticos.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis y Resultados de Encuestas dirigida a los Moradores del Recinto Cabuyal.

- 1. ¿La implementación de unas cabañas anti-estrés en que aspectos beneficiará al recinto Cabuyal?**

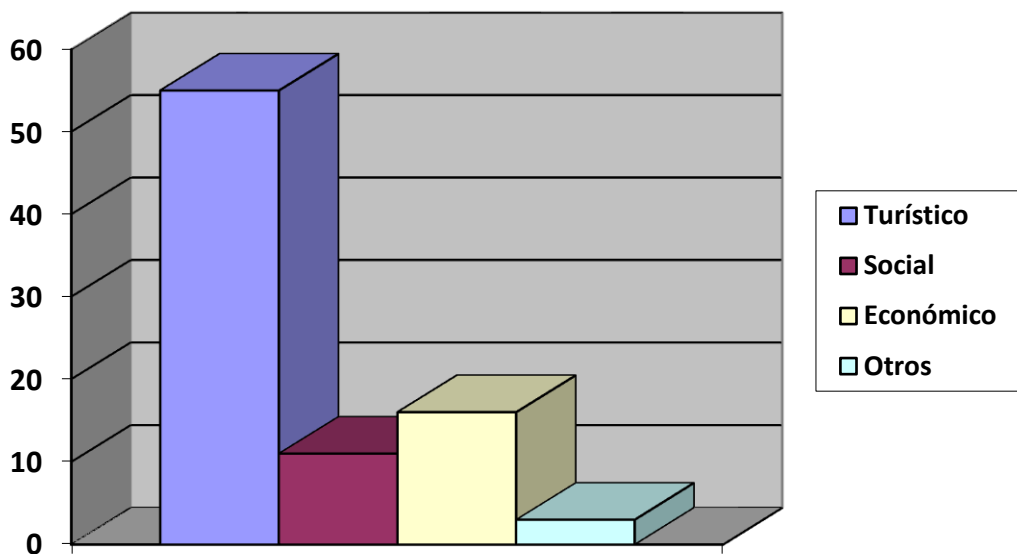
Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Turístico	55	64,71
Social	11	12,94
Económico	16	18,82

Otros	3	3,53
SUMATORIA:	85	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Según resultados obtenidos se puede notar con una mayor frecuencia que la implementación de las cabañas beneficiará al recinto en el aspecto turístico, puesto que su extensión de playa lo amerita para este tipo de proyecto.

2. ¿En qué medida se vienen desarrollando las actividades turísticas del sector?

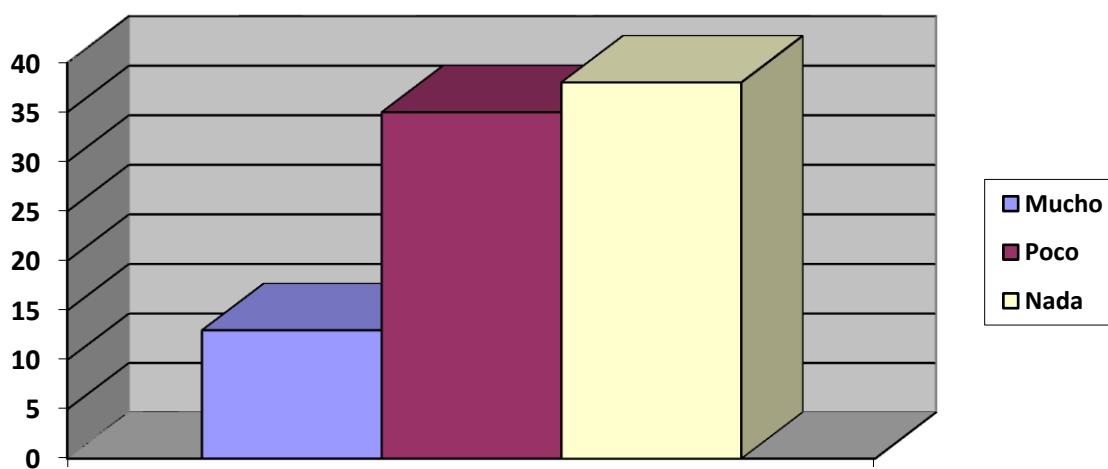
Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Mucho	13	15,12

Poco	35	40,70
Nada	38	44,18
SUMATORIA:	86	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Las actividades turísticas del sector, a criterio de los encuestados; no han emprendido su desarrollo, puesto que existe gran oportunidad para emprender con una idea que realce el potencial turístico del sector.

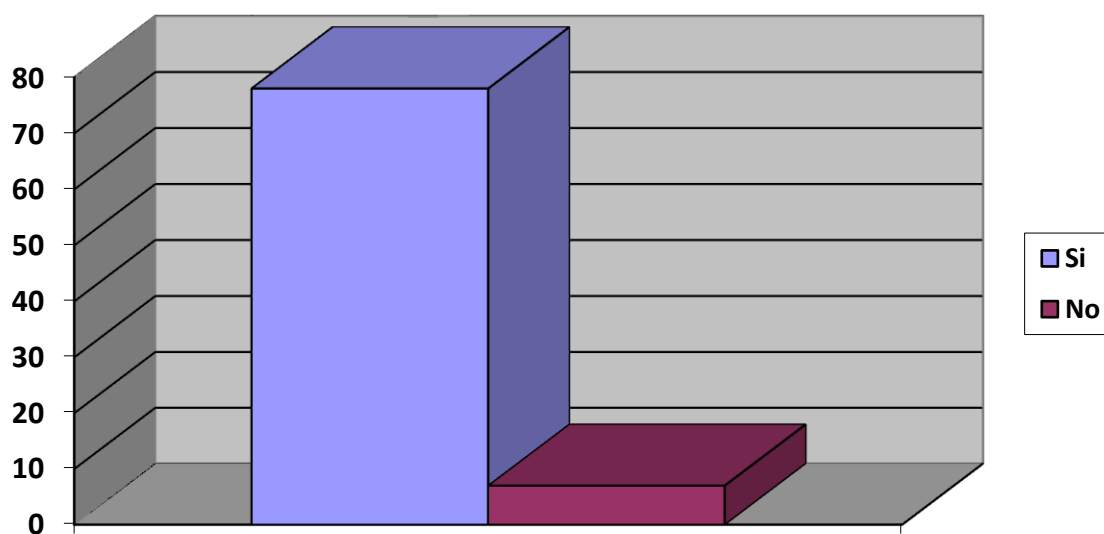
3. **¿Considera usted que estaría apto para desarrollar alguna actividad laboral en un complejo de cabañas anti-estrés en Cabuyal?**

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Si	78	91,76
No	7	8,24
SUMATORIA:	85	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Como lo refleja el gráfico, las personas del recinto en un gran porcentaje están aptas para de una u otra forma desarrollar alguna actividad en la trayectoria del proceso de implementación de las cabañas.

4. ¿ Qué tipo de servicios y actividades originarias de Ríoverde sugiere usted que se pueden ofrecer a los turistas en un complejo de cabañas anti-estrés?

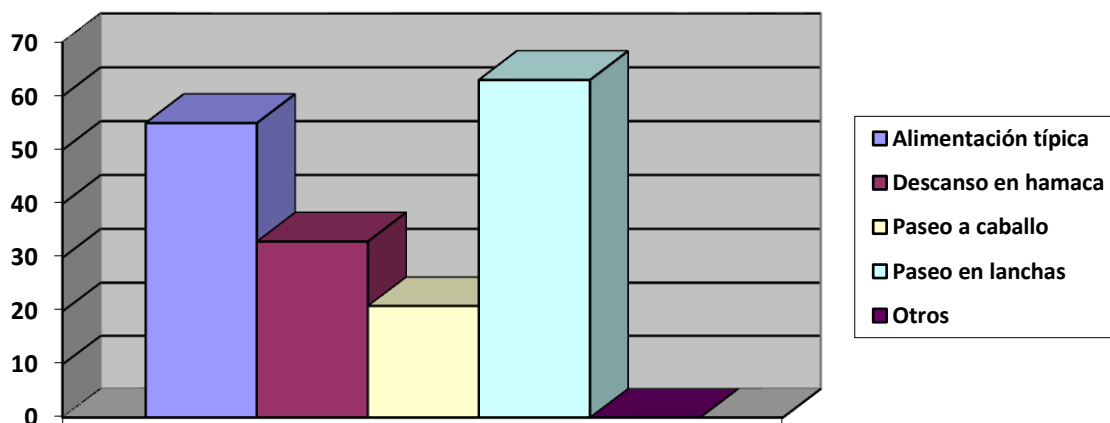
Alternativas	Total	Porcentajes (%)
--------------	-------	-----------------

Alimentación	55	31,98
Descanso en hamaca	33	19,18
Paseo a caballo	21	12,21
Paseo en lanchas	63	36,63
Otros	0	0,00
SUMATORIA:	172	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Según estudio del sector los tipos de servicios que podrían ofrecer las cabañas oscilan en gran porcentaje los paseos en lanchas y la alimentación; seguidos de un relajado descanso en hamaca observando la naturaleza que rodea el entorno.

Análisis y Resultados de Encuestas dirigidas a los Turistas que visitan la Provincia de Esmeraldas.

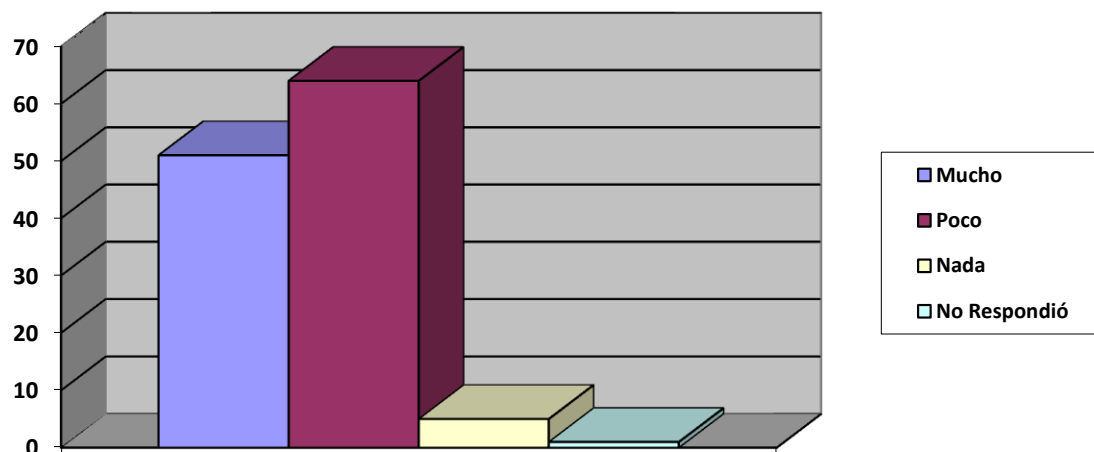
1) ¿Conoce usted que en el norte de la provincia de Esmeraldas existen atractivos turísticos?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Mucho	51	42,15
Poco	64	52,89
Nada	5	4,13
No Respondió	1	0,83
SUMATORIA:	121	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Los resultados indican que los turistas conocen poco (52,89%) que existen atractivos turísticos en el norte de la provincia.

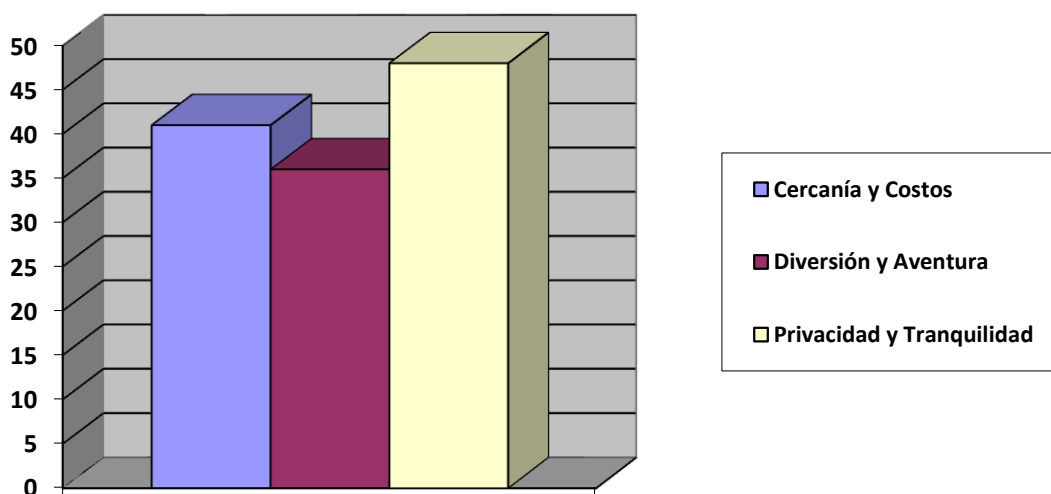
2) ¿Qué busca usted cuando visita los balnearios de la provincia de Esmeraldas?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Cercanía y Costos	41	32,80
Diversión y Aventura	36	28,80
Privacidad y Tranquilidad	48	38,40
SUMATORIA:	125	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Se puede notar que los turistas buscan en los balnearios de Esmeraldas privacidad y tranquilidad (38,40%).

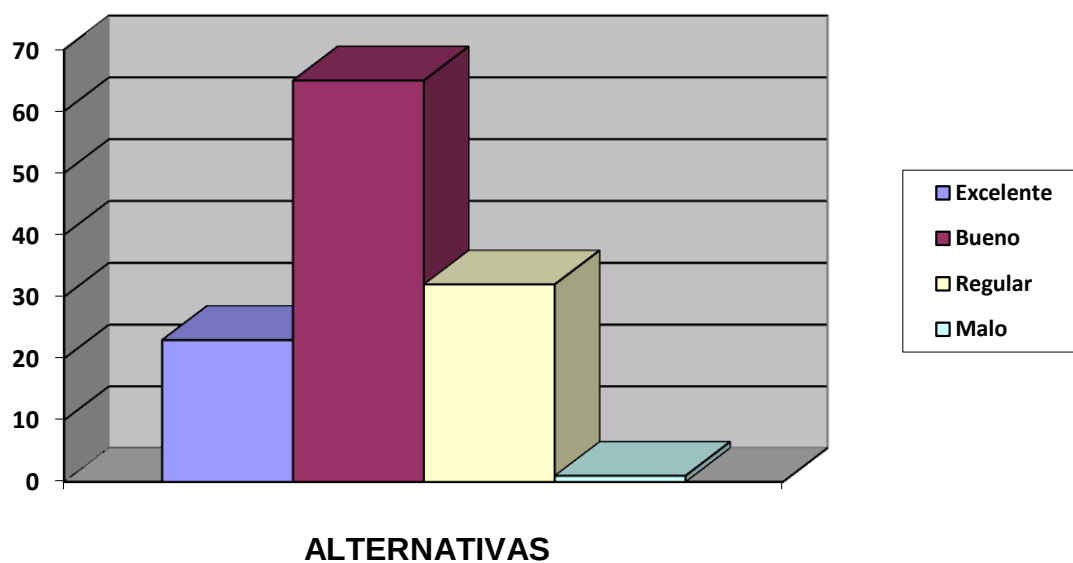
3) ¿Cómo considera que son los servicios que brindan los hoteles de la localidad?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Excelente	23	19,01
Bueno	65	53,72
Regular	32	26,44
Malo	1	0,83
SUMATORIA:	121	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

En general los servicios que brindan los hoteles de la actualidad son buenos (53,72%), porque cubren en gran parte las necesidades y expectativas de los turistas.

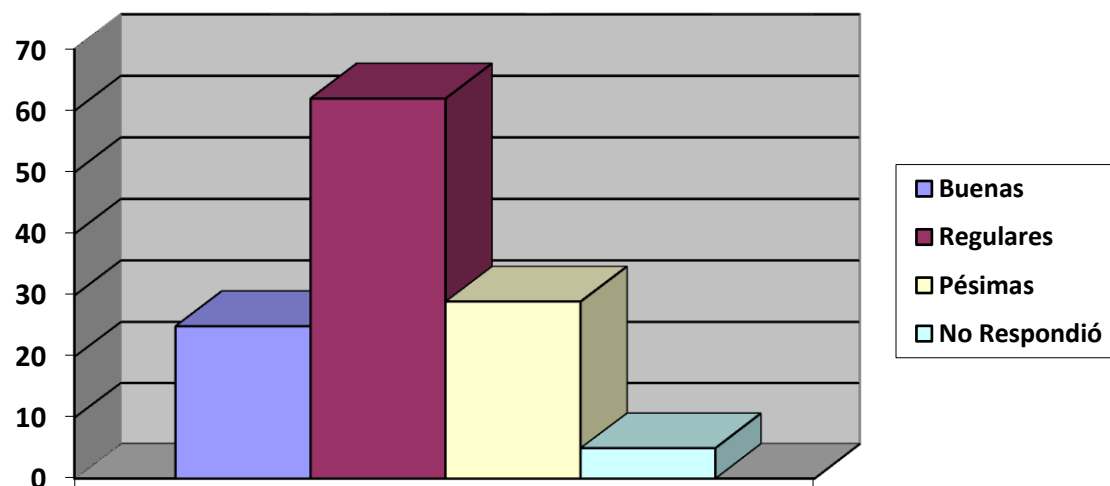
4) ¿Cómo considera usted que son las vías de acceso al norte de la provincia de Esmeraldas?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Buenas	25	20,66
Regulares	62	51,24
Pésimas	29	23,97
No Respondió	5	4,13
SUMATORIA:	121	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Los resultados denotan que el 51,24% consideran que las vías de acceso al norte de la provincia de Esmeraldas son regulares.

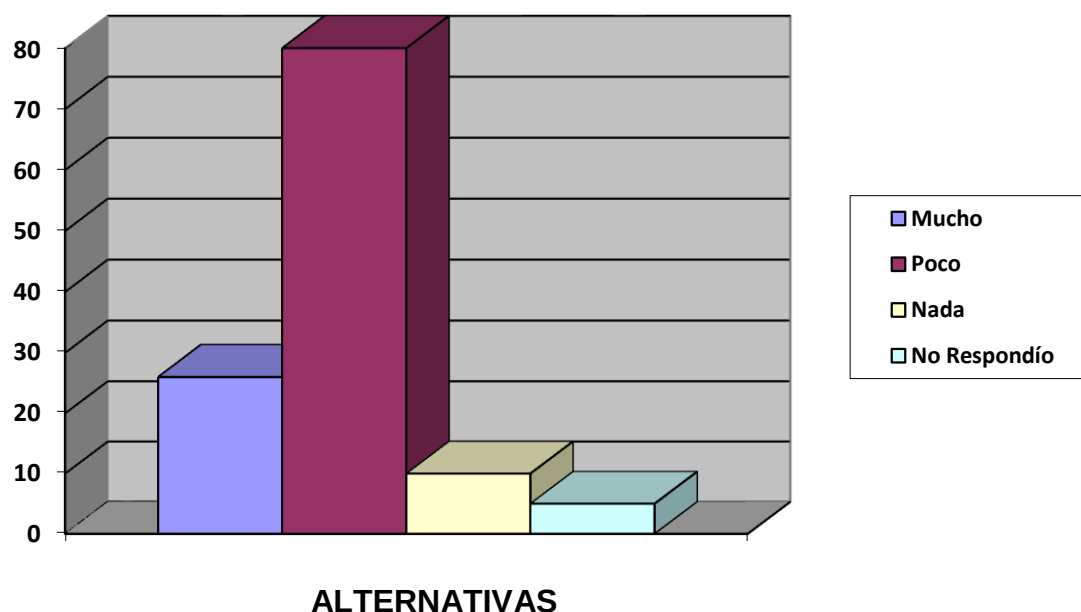
5) ¿Los servicios básicos existentes en los balnearios de la provincia de Esmeraldas satisfacen sus necesidades?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Mucho	26	21,49
Poco	80	66,12
Nada	10	8,26
No Respondió	5	4,13
SUMATORIA:	121	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos, los turistas manifiestan en un 66.12% que sus necesidades básicas son poco satisfechas con los servicios que existen actualmente en los balnearios de Esmeraldas ya que lo que buscan es un lugar donde hospedarse y disfrutar de la tranquilidad que les brinda un hermoso sitio turístico.

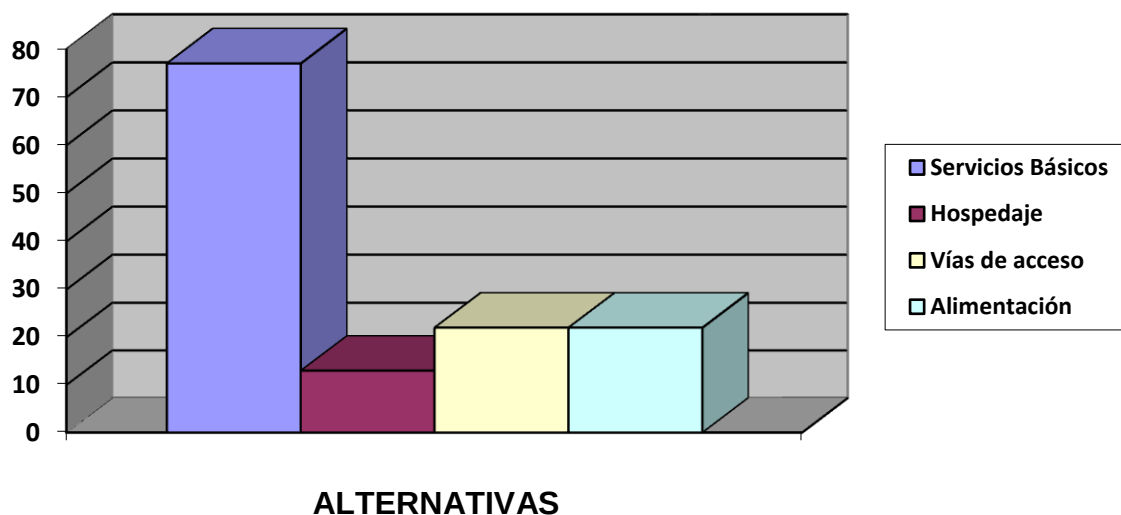
6) El cantón Ríoverde cubre sus expectativas en lo referente a:

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Servicios Básicos	77	57,46
Hospedaje	13	9,70
Vías de acceso	22	16,42
Alimentación	22	16,42
SUMATORIA:	134	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

En general, la mayoría de los encuestados buscan en las playas de Río Verde el lugar tranquilo por lo que cubre sus expectativas en un 57,46% de servicios básicos.

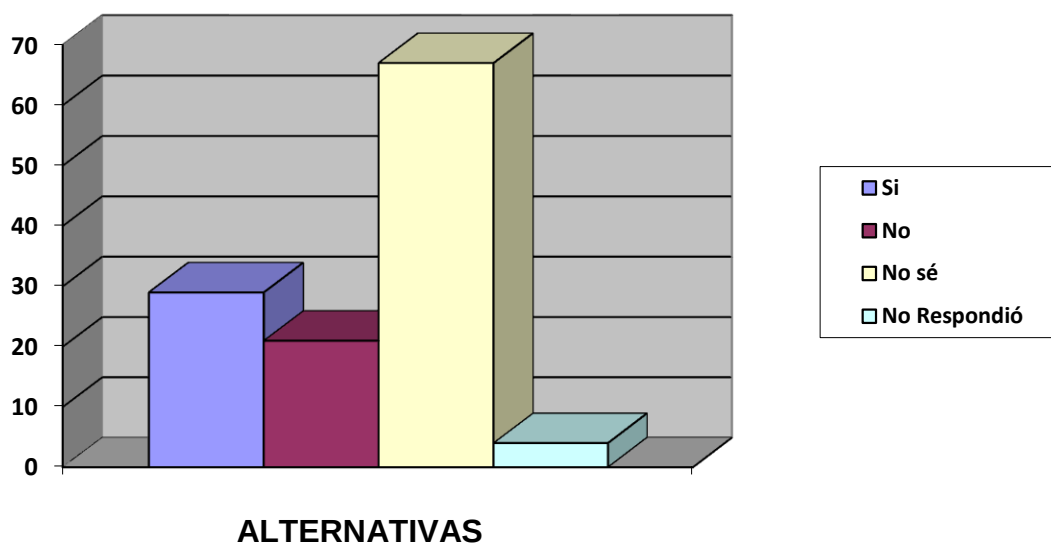
7) ¿Conoce usted si existen cabañas que ofrecen servicio anti-estrés en la provincia de Esmeraldas?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Si	29	23,96
No	21	17,36
No sé	67	55,37
No Respondió	4	3,31
SUMATORIA:	121	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

De acuerdo al estudio realizado el 55.37% de los turistas no saben si en la provincia existen cabañas donde se ofrezca servicio antiestrés.

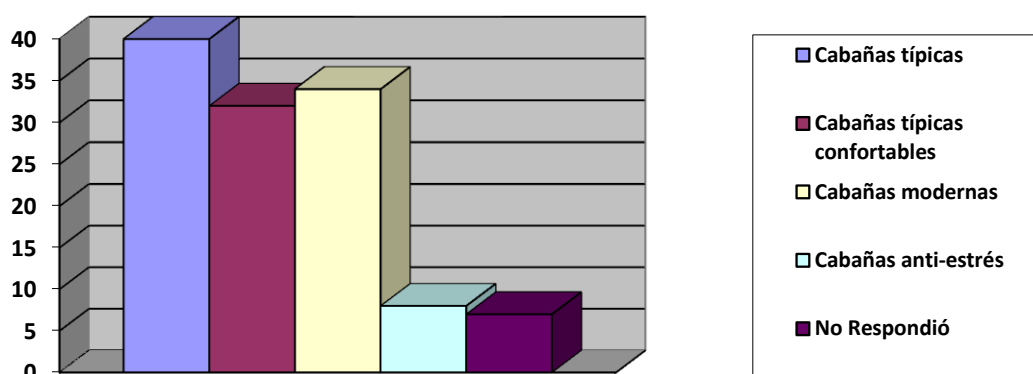
8) ¿Qué clase de cabañas cubrirían sus necesidades?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Cabañas típicas	40	33,06
Cabañas típicas confortables	32	26,45
Cabañas modernas	34	28,09
Cabañas anti-estrés	8	6,61
No Respondió	7	5,79
SUMATORIA:	121	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Los resultados ponen en evidencia que los turistas se inclinan por cabañas típicas, construidas principalmente con materiales del medio como caña guadua, chonta, balsa, cade, cubiertas con láminas de zinc y hojas de paja toquilla; pero que brinden mucha comodidad y costos atractivos. Es así que el 33,06% desearían cabañas típicas.

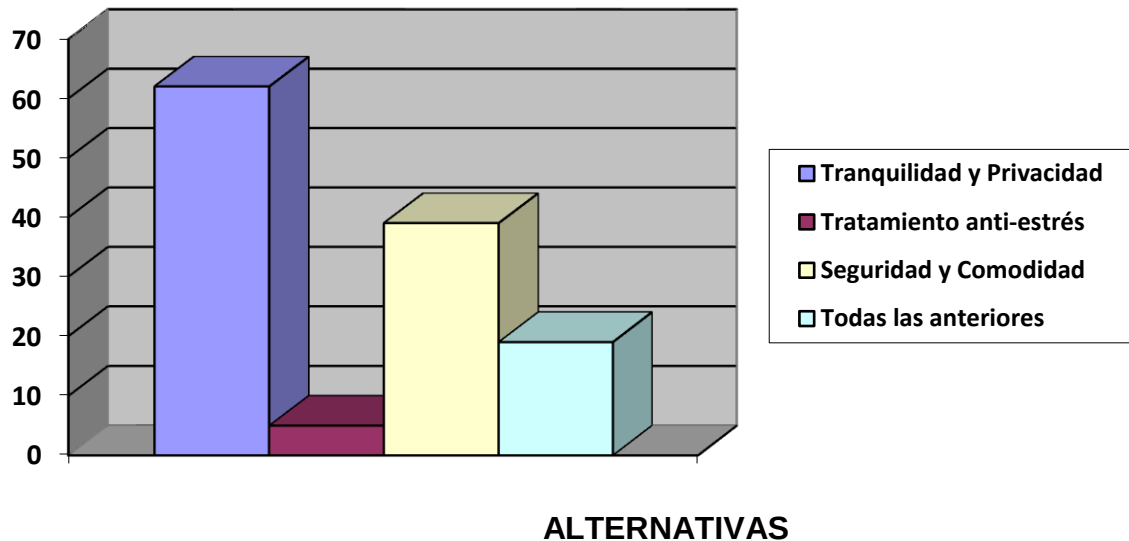
9) La cabaña ideal para sus deseos y gustos tendrían las siguientes alternativas:

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Tranquilidad y Privacidad	62	49,60
Tratamiento anti-estrés	5	4,00
Seguridad y Comodidad	39	31,20
Todas las anteriores	19	15,20
SUMATORIA:	125	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Los resultados demuestran que los turistas buscan tranquilidad y privacidad (49.60%) en el complejo de cabañas antiestrés.

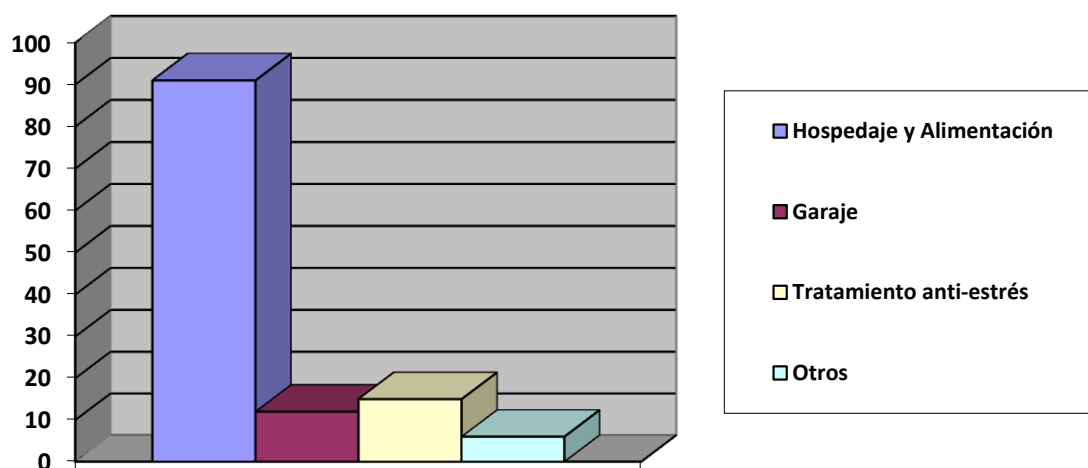
10) ¿Qué tipos de servicios le gustaría recibir en un complejo de cabañas anti-estrés?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Hospedaje y Alimentación	91	73,39
Garaje	12	9,68
Tratamiento anti-estrés	15	12,10
Otros	6	4,83
SUMATORIA:	124	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Como se ha observado, la mayoría de los encuestados (73.39%); cuando salen a conocer los balnearios de la provincia de Esmeraldas buscan principalmente un lugar confortable dónde hospedarse y alimentarse.

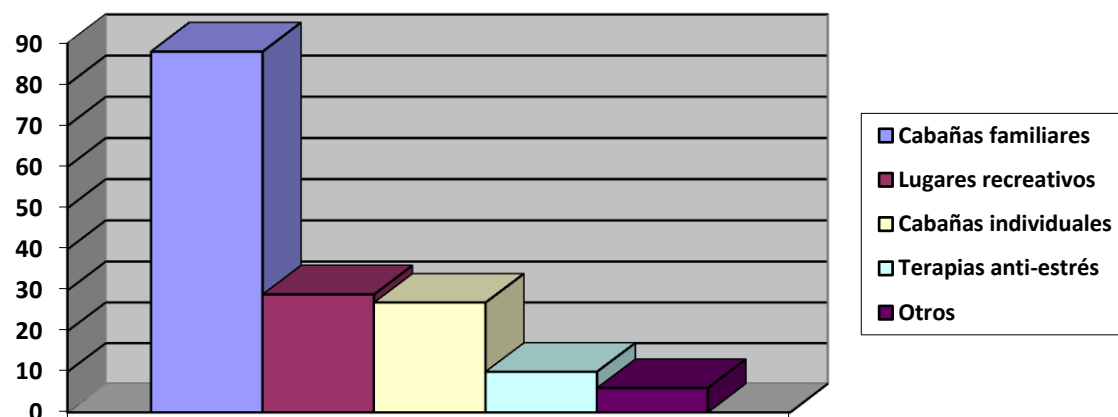
11) Para mayor comodidad del ambiente, un complejo de cabañas debe contar con:

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Cabañas familiares	88	55,00
Lugares recreativos	29	18,12
Cabañas individuales	27	16,88
Terapias anti-estrés	10	6,25
Otros	6	3,75
SUMATORIA:	160	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



ALTERNATIVAS

Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Los turistas prefieren servicios de cabañas familiares en un 55.00%, para deleitarse con los excelentes paisajes y lugares atractivos e interesantes que brinda este cantón.

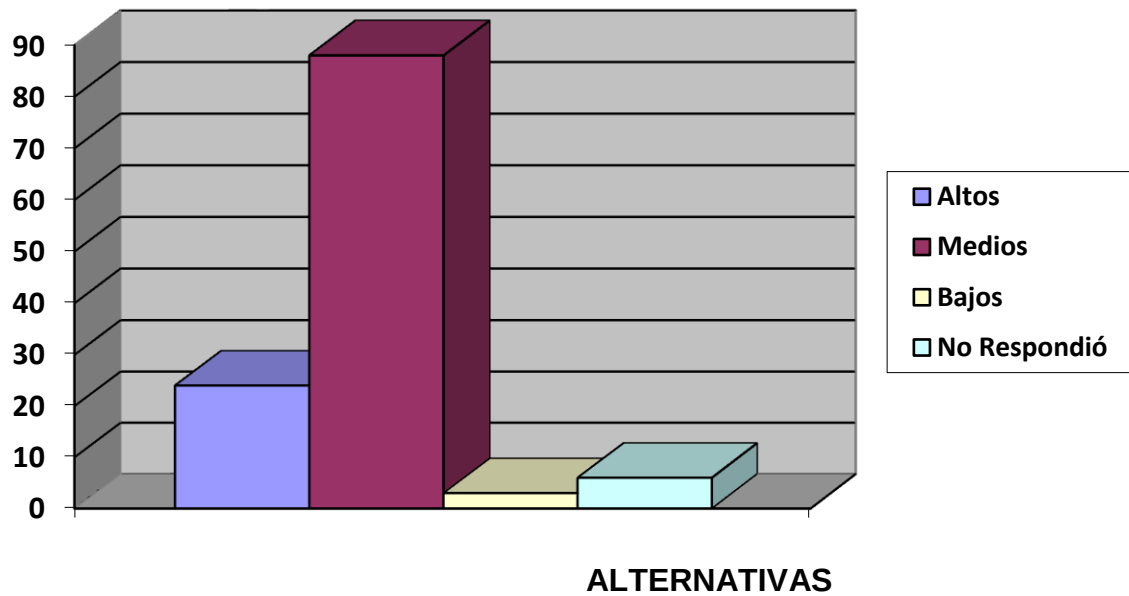
12) ¿Considera usted que el costo de los servicios que ofrecen las cabañas ubicadas en la provincia de Esmeraldas son?

Alternativas	Total	Porcentajes (%)
Altos	24	19,83
Medios	88	72,73
Bajos	3	2,48
No Respondió	6	4,96
SUMATORIA:	121	100,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

FRECUENCIA



Elaborado por: La Investigadora

ANÁLISIS:

Según los resultados, un 72,73% de turistas encuestados (88 personas) indican que los costos por servicios como hospedaje, alimentación u otros son medios y alcanzables para el bolsillo de los ecuatorianos.

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto

El proyecto será ejecutado en las playas del recinto Cabuyal, su fácil acceso a las instalaciones y visibilidad hacia el sector hace que este sitio sea estratégicamente óptimo en cuanto a su ubicación, cuenta con una gran extensión de terreno para las instalaciones del balneario antiestrés; son trescientos metros de frente hacia la carretera que conduce a Ríoverde y ciento noventa metros de ancho desde la vía hacia la playa por lo que se cuenta con 57.000 metros cuadrados de terreno.

Para las instalaciones de las cabañas antiestrés, esta extensión es más que suficiente ya que se necesita implementar los servicios de hospedaje, alimentación, sala de masajes antiestrés, servicios complementarios como: garaje y seguridad, y los que se adhieran en el transcurso de la aplicación de las terapias y masajes antiestrés, que se considerarían como suplementarios por ejemplo: el paseo en canoa o lancha u otro medio de transporte marítimo, paseo en acémila, caminatas nocturnas o vespertinas etc.

Por lo cual se puede verificar que la extensión de terreno es la óptima para la instalación de la infraestructura básica de este proyecto.

Foto 1. Extensión del terreno



La demanda potencial del servicio alcanza de manera externa aproximadamente los 35.000 turistas (fuente min. Turismo), e internamente

los 2.500 empleados distribuidos en 45 empresas grandes, medianas y pequeñas de la ciudad de Esmeraldas principalmente, por ser un negocio pequeño inicialmente se considera que 121 turistas (muestra analizada), y seis empresas e instituciones, sin dejar de proyectar el servicio a futuro para llegar a la cobertura del 70% del mercado total, para cubrir la capacidad hotelera (50.000 plazas según min. turismo), dependiendo del éxito logrado en esta primera etapa.

Cabe recalcar que el capital de operatividad de las cabañas se ajusta a los futuros accionistas de la empresa, y también por una institución de créditos y préstamos como es la Corporación Financiera o el BNF.

3.1.2. Localización Óptima del Proyecto

La macro localización del presente proyecto es en la provincia de Esmeraldas, ubicada en la zona nororiental del Ecuador, conocida como una de las mayores potencialidades en el área turística del país.

La micro localización del proyecto es en el Recinto Cabuyal, exclusivamente en el sector de la playa que es el principal atractivo turístico del sector.

El área de terreno antes indicado está a la orilla de la carretera principal que une a Esmeraldas con los cantones norteños de la provincia y en su parte posterior tiene una gran extensión de playa virgen la misma que será explotada por este proyecto de forma sustentable, tiene además palmeras que le dan un sentimiento de frescura al sector las mismas que serán respetadas de acuerdo a las condiciones y formas de construcción de las cabañas.

Foto 2. Entorno del complejo cabañas antiestrés



El complejo de cabañas antiestrés estará ubicado en el Recinto Cabuyal perteneciente al Cantón Ríoverde de la provincia de Esmeraldas a 45 minutos del centro de su capital provincial, sitio estratégico para mantener la cercanía y contacto directo con los proveedores y los clientes actuales; cabe recalcar que todo esto se da gracias a la facilidad de acceso con la construcción del puente sobre el río Esmeraldas.

- El servicio es una necesidad del segmento de mercado analizado por tanto tiene una considerable demanda y los clientes están dispuestos a pagar el mismo, contando con los recursos e instalaciones para atender la demanda total del mercado.
- Los clientes son turistas de la sierra norte (externamente) y personal que laboran en empresas e instituciones y público en general de la ciudad de Esmeraldas (internamente).
- En el entorno general existe competencia indirecta (Clínica de Rehabilitación Energy, Centro de Terapia Física “Calidad de Vida”, Centros de Masajes en locales como SPA, entre otros) pero no directa porque ninguno de estos establecimientos mencionados dan un servicio de turismo combinado con tratamiento antiestrés y además con propuestas de alternativas de distracción y relajamiento

personal, brindando las normas de calidad exigidas para implementar en dicho servicio. **Ver anexo**

- Este servicio tiende a crecer puesto que recién está naciendo y en un futuro próspero extender sus instalaciones en base a los clientes potenciales.
- La ubicación del servicio que brindarán las cabañas antiestrés es óptima para satisfacer al máximo las necesidades de los clientes (turistas y personal de empresas e instituciones de la localidad y ciudadanía en general) porque se cuenta con mayoristas, minoristas, proveedores y consumidores directos y por ello la llegada del servicio al cliente es accesible puesto que la localización geográfica es la más conveniente.

Foto 3. Ubicación referencial del terreno



Por estar ubicado en un sitio estratégico donde la materia prima está al alcance, el costo del servicio no es significativo con relación a los centros de masajes propiamente dichos.

La infraestructura de este negocio es idónea porque es una amplia construcción permitiendo un ambiente acogedor donde se crean excelentes vínculos de comunicación con la naturaleza y los servicios generales e instalaciones típicas construcciones mixtas cana guadua y paja toquilla combinada con cemento.

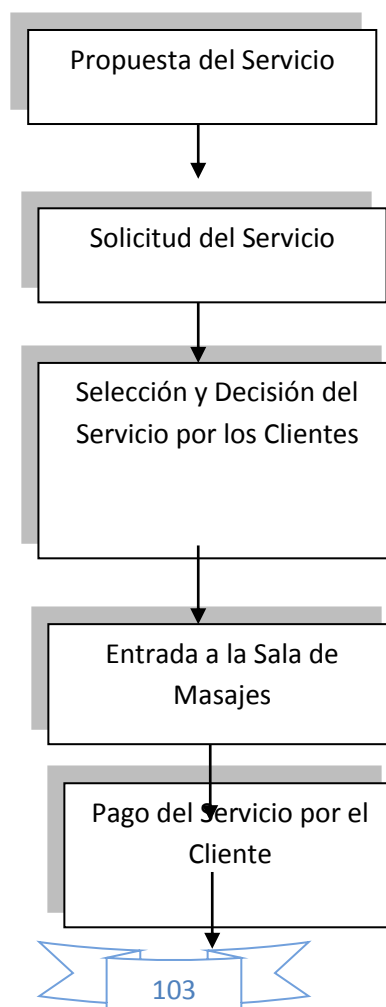
Los permisos otorgados para el funcionamiento de las cabañas a nivel local son los siguientes:

- Dirección de Turismo
- Cámara de Turismo
- Asociación de Hoteleros
- Superintendencia de Compañías
- Cámara de Comercio
- Ministerio de Salud Pública
- Municipio del Cantón Ríoverde
- SRI.
- Otros

3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.1. Diseño del Servicio

Tratamiento Antiestrés





3.2.2. Propuesta Administrativa

3.2.2.1. Nombre de las Cabañas

El nombre de las cabañas será: **“COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRES”**; ya que este nombre engloba el principal atractivo del Recinto Cabuyal por la gente que vive en este sector, por la belleza natural y por la acogida que se espera tener tomando en cuenta que estará próximamente a solo veinte minutos de la capital provincial, que será nuestro principal nicho de mercado para el servicio antiestrés y los turistas foráneos podrán disfrutar de la playa y el mar a más de los servicios antes indicados.

3.2.2.2. Misión

“Satisfacer las crecientes expectativas de los clientes locales nacionales e internacionales, amantes de la naturaleza pura y playas vírgenes; a través de paquetes turísticos con un servicio personalizado de alojamiento, recreación, seguridad y tratamiento antiestrés ; aprovechando las ventajas que nos brinda el entorno de la playa de Cabuyal.”

3.2.2.3. Visión

“Ser una empresa innovadora en este tipo de servicios turísticos de playa, naturaleza y tratamiento antiestrés con reconocimiento a nivel nacional e internacional; contando con un recurso humano inspirado en el mejoramiento continuo, con adaptación y preparación para los cambios competitivos del sector turístico. Con la infraestructura adecuada a las expectativas de los más exigentes clientes y un crecimiento sustentado en los principios del

mantenimiento del medio ambiente.”

3.2.2.4. Objetivo

Brindar servicios de hospedaje y tratamiento antiestrés aprovechando las bondades naturales del sector, con calidad y calidez a los turistas que visiten nuestras instalaciones.

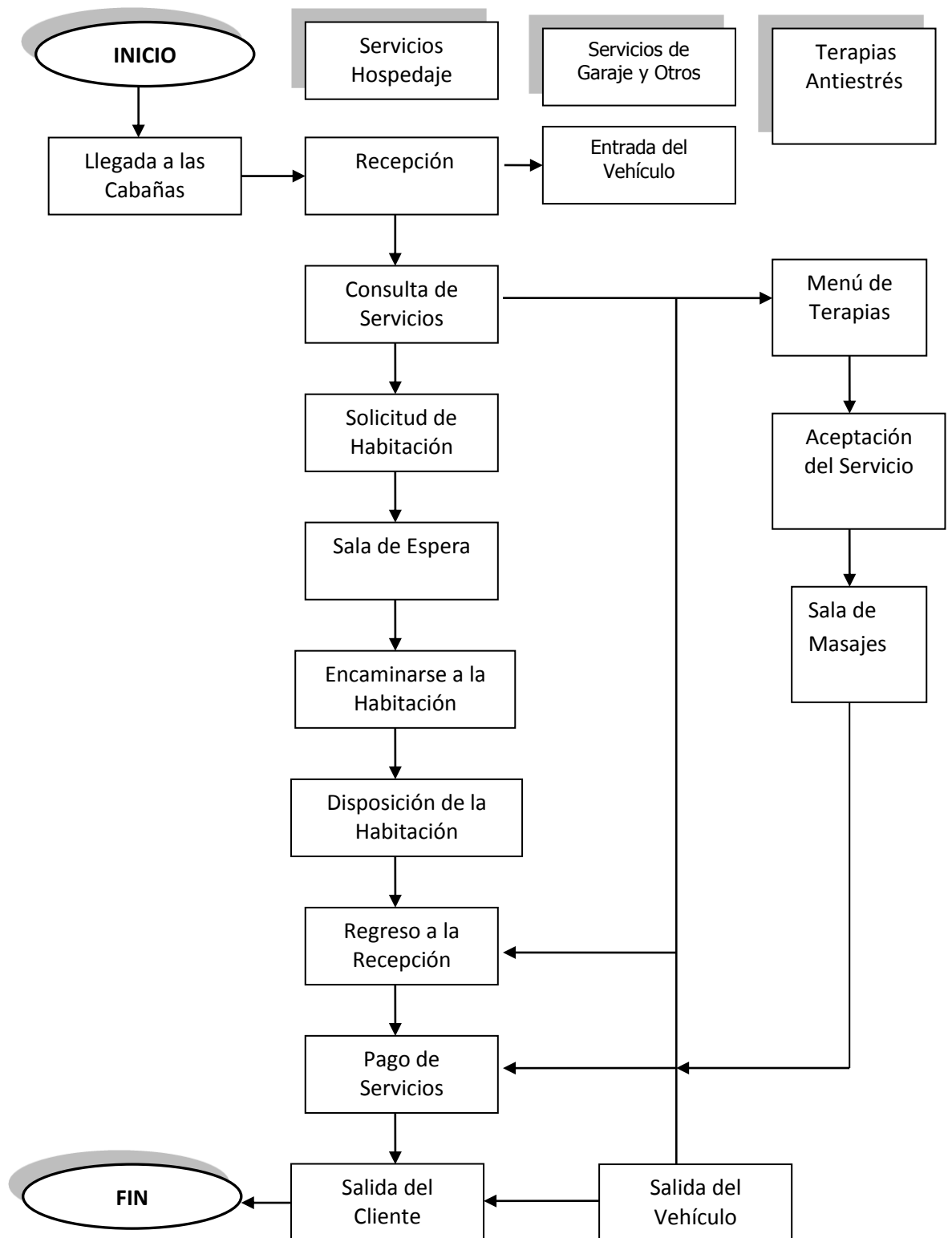
3.2.2.5. Políticas

Para dar cumplimiento a los objetivos, el Complejo de Cabañas Antiestrés cuenta con las siguientes políticas:

- ✓ La selección del personal que labore en las instalaciones de las Cabañas Antiestrés, se hará preferiblemente con profesionales expertos en el área de hotelería y turismo.
- ✓ El personal será escogido a través de entrevistas y pruebas realizadas a los finalistas de cada área, cuyo cargo o vacante será cubierta por la persona más idónea.
- ✓ Las cabañas turísticas-antiestrés mantendrán un proceso económicamente sostenible; para así garantizar la operatividad de las mismas.
- ✓ Las planificaciones mensuales de las actividades a realizarse en el área de hospedaje se publicarán y promocionarán de acuerdo a las temporadas turísticas.
- ✓ Los informes económicos deberán presentarse cada mes para verificar la situación en que se encuentra el complejo.

3.2.3. Diseño de los Procesos

3.2.3.1. Flujo-grama de Bloques.



3.2.3.2. Proceso Principal (Masaje Antiestrés)

PROCESO: Masajes antiestrés SUJETOGRAFICO: Masajista PRINCIPIO: Presentación del servicio FINAL: Salida del cliente				RESUMEN				
				ACTIVIDAD	NÚMERO (pasos)		TIEMPO (min.)	DISTANCIA (metros)
				OPERACIÓN: ○	5		62	7
				TRANSPORTE: ⇒	1		1	2
				INSPECCIÓN: □	3		13	0
				RETRASO: D	3		22	2
				ALMACENAJE: ▽				
PASO N°	TIEMPO min.	DISTANCIA metros	○	⇒	□	D	▽	DESCRIPCIÓN DEL PASO
1	5	--	X					Masajista prepara la sala de masajes
2	3	--			X			Masajista coordina con el administrador para conocer los clientes.
3	2	2				X		Masajista entrega turnos numerados y cancelados
4	1	2		X				Masajista ingresa al cliente
5	2	--	X					Masajista prepara materiales
6	5	--			X			Masajista instruye al cliente del proceso de masajes según el tipo a aplicarse.
7	20	2	X					Masajista procede a dar los tratamientos
8	15	3						Masajista aplica los equipos e implementos durante el proceso
9	15	--				X		Masajista espera un tiempo hasta que los aparatos hagan su función.
10	5	--				X		Se espera otro tiempo para que los productos naturales y medicinales hagan efecto en el cliente
11	20	2	X					Se procede al masaje manual
12	5	--			X			Charla de evaluación y salida del cliente

3.2.4. Requerimientos del Proyecto

Servicios Básicos

Detalle	Costo Mensual en Dólares
Luz	250,00
Agua	70,00
Teléfono	45,00
Total:	365,00

Elaborado por: La Investigadora

Equipos de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Teléfono	2	60,00	120,00
Total:		60,00	120,00

Elaborado por: La Investigadora

Materia Prima / Alimentos

Detalle	Cantidad *	Precio Unitario	Total \$
Tomate	210	0,40	864,00
Cebolla	1440	0,40	576,00
Pimiento	1440	0,08	115,20
Cebolla Blanca	90	1,00	90,00
Hierbita (Ramos)	360	0,40	144,00
Chillangua (Ramos)	1080	0,25	270,00
Papa	3600	0,30	1.080,00
Arvejas	360	1,00	360,00
Zanahoria	1080	0,30	324,00

Ajo	72	1,20	86,40
Plátano	360	4,00	1.440,00
Pollo	720	6,00	4.320,00
Almejas fdas.	1800	1,00	1.800,00
Pescado	2520	1,00	2.520,00
Camarón	3600	3,00	10.800,00
Carne de Res	1800	2,00	3.600,00
Carne de Monte	1080	2,00	2.160,00
Aceite	540	2,70	1.458,00
Arroz	3600	0,40	1.440,00
Azúcar	2520	0,35	882,00
Salsa de Tomate	360	2,20	792,00
Mostaza	60	2,70	162,00
Fideos	36	0,60	216,00
Granos	1440	1,20	1.728,00
Especies	720	0,45	324,00
Otros	-	-	-
Total:			37.551,60

Elaborado por: La Investigadora

* Cálculos realizados en función de la capacidad del proyecto por plazas anuales (48 plazas x120 días turísticos), y el stock de materia prima necesaria 50% de la demanda actual.

Equipos Informáticos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadora	1	1.500,00	1.500,00
Total:			1.500,00

Elaborado por: La Investigadora

Muebles y Enseres

Cantidad	Detalle	P.U.	Total
2	Escritorios	400,00	800,00
2	Sillas Ejecutivas	80,00	160,00
2	Anaqueles de Archivo	50,00	100,00
24	Sillas Plásticas	5,00	120,00
12	Mesas de Comedor	120,00	1.440,00
48	Sillas de comedor	40,00	1.920,00
3	Juegos de Ollas Normales	25,00	75,00
2	Juegos de Cuchillos	10,00	20,00
4	Tablas de Picar	2,00	8,00
2	Licadoras	60,00	120,00
1	Microonda	80,00	80,00
2	Planchas Eléctrica	30,00	60,00
2	Mesas de Planchado	20,00	40,00
	AREA DE DORMITORIOS		
13	Camas Matrimoniales de 2 Plazas	300,00	3.900,00
27	camas de Plaza y Media	75,00	2.025,00
13	Colchones de 2 Plazas	106,40	1.383,20
27	Colchones de Plaza y Media	85,12	2.298,24
53	Almohadas de plumón	4,22	223,66
13	Protectores de Colchones de 2 Plazas	16,59	215,67
27	Protectores de Colchones de Plaza y Media	13,46	363,42
26	Juegos de Sabanas de 2 Plazas	13,56	352,56
54	Juegos de Plaza y Media	11,77	635,58
	Total:		16.340,33

Elaborado por: La Investigadora

Edificio

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Estructura Total del Complejo	1	81.546,50	81.546,50
Total:			81.546,50

Elaborado por: La Investigadora

Terreno

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
5.7 Hectáreas	1	9.000,00	51.300,00
Total:			51.300,00

Elaborado por: La Investigadora

Suministro de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Resmas de Papel	6	3,85	23,10
Esféros	24	0,25	6,00
Lápices	12	0,25	3,00
Correctores	6	0,80	4,80
Carpetas	24	0,20	4,80
Perforadoras	2	6,00	12,00
Grapadoras	2	8,00	16,00
Cajas de Clic	5	0,50	2,50
Pisa Papeles	4	1,50	6,00
Agendas Telefónicas	6	4,00	24,00
Factureros	12	6,00	72,00
Tarjetas de	1000	50,00	50,00

Presentación			
Calendarios	1000	50,00	50,00
Libretines	12	0,40	4,80
Resaltadores	6	0,30	1,80
Borradores	6	0,40	2,40
Porta Papeles	12	0,50	6,00
Total:			289,20

Elaborado por: La Investigadora

Suministro de Limpieza

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Fundas de Deja de 2 Kilos	6	3,80	22,80
Jabones de Tocador	1200	0,15	180,00
Trapeadores	12	3,00	36,00
Tinas	6	5,00	30,00
Viledas de Limpieza	36	1,40	50,40
Cientos de Papel Higiénico	5	24,00	120,00
Tarrinas de Detergente de Platos	12	1,85	22,20
Lustre	40	0,35	14,00
Escobas	12	2,00	24,00
Palas	4	2,50	10,00
Cepillos de Baño	4	1,40	5,60
Pato Tanque	48	2,43	116,64
Ambientadores	6	0,85	5,10
Toallas Grandes	20	7,00	140,00

Toallas Medianas	20	4,00	80,00
Toallas de Cocina	10	1,20	12,00
Galones de Pinoklin	5	11,20	56,00
Galones de Cloro	5	1,20	6,00
Ceras para Piso de Madera	6	1,25	7,50
Galones de Baigón	5	8,50	42,50
Guantes de Caucho	6	2,00	12,00
Delantales	6	4,00	24,00
Tinas Plásticas	4	5,00	20,00
Cestos de Basura	25	3,65	91,25
Escobillones	2	2,15	4,30
Total:			1.132,29

Elaborado por: La Investigadora

Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cocinas Industriales	2	600,00	1.200,00
Ultrasonido 3 Megers para Masajes	1	1.500,00	1.500,00
Electro Estimulador	1	1.500,00	1.500,00
Ollas Industriales	4	30,00	120,00
Lavadora	1	800,00	800,00
Batidoras	2	30,00	60,00
Cucharones	6	4,00	24,00
Juegos de Cedazos	4	3,00	12,00

Raspa Cocos	2	5,00	10,00
Tanques de Gas	8	40,00	320,00
Frascos para Aliños	6	1,20	7,20
Abre Cocos	2	5,00	10,00
Exprimidores de Cítricos	3	1,50	4,50
Mini Refrigeradoras	5	301,00	1.505,00
Televisores 32" a Color	2	450,00	900,00
Vajilla completo tipo T para 48 Pax	1	260,00	260,00
Juego de cubiertos tipo Pax	1	88,00	88,00
Total:			8.320,70

Elaborado por: La Investigadora

Inventarios de Consumo

Cantidad	Detalle	P.U.	Total
104	Cientos de vasos desechables	1,00	104,00
50	Cientos Contenedores para comida	12,00	600,00
104	Cientos de cubiertos plásticos	1,00	104,00
102	Paquetes de servilletas	0,40	40,80
104	Cientos de platos desechables	3,50	364,00
2	Gel Hidratante	30,00	60,00
2	Aceites para cuerpo	30,00	60,00
3	galones de jabón líquido	8,00	24,00

2	galones de gel Diclofenaco	40,00	80,00
Total:			1.436,80

Elaborado por: La Investigadora

El costo por la construcción asciende a USD 81.546,56 (Ochenta y un mil quinientos cuarenta y seis, 56/100 dólares); el mismo que se detalla de la siguiente manera:

Materiales e Equipos de Construcción

Ítem	Descripción	Unidad	Cant.	P.Unit.	Precio Total
	Preliminares				
a	Limpieza del Terreno	M ²	900	0,50	450,00
b	Replanteo y Nivelación	M ²	900	1,50	1.350,00
	Movimiento de Tierras				
a	Excavación Manual y Desalojo	M ³	50	4,28	214,00
	Cimentación				
a	Replanteo de H.S. 140 Kg/cm2	M ³	3.5	117,28	410,48
b	Hormigón Simple fc=180 Kg/cm2 en Plintos	M ³	8	206,01	1.648,08
c	Hormigón Ciclópeo 180 Kg/cm2 en Cimientos	M ³	28	117,28	3.283,84
d	Contra Piso de H.S. fc=180 Kg/cm2 e=0,06m	M ³	310	12,64	3.918,40
	Sobre-estructura				
a	Entechado de Madera Cerchas	M ²	500	11,00	5.500,00
b	Entablado de Duela	M ²	500	6,00	3.000,00
c	Tejido de Paja Cubierta	M ²	550	4,50	2.475,00
d	Impermeabilización de Entablado Chova	M ²	500	5,50	2.750,00
e	Puertas de Madera	Unidad	100	150,00	15.000,00
f	Duelas	Unidad	130	2,75	357,50
	Mampostería de Caña Guadua				
a	Mampostería de Caña Guadua	Unidad	900	6,00	5.400,00
	Mampostería de Bloques				
a	Mampostería de Bloques	M ²	200	3,00	600,00
	Acero de Refuerzo				
a	Varilla f1 12mm	Unidad	60	9,00	540,00
b	Varilla f1 10mm	Unidad	20	6,25	125,00
c	Varilla f1 8mm	Unidad	50	4,00	200,00
	Lacas y Pinturas				
a	Lacado dos Manos	M ²	900	5,00	4.500,00
b	Pintura de Caucho Interior y Exterior	M ²	300	1,50	450,00

	Habitaciones				
	Instalaciones Eléctricas				
a	Punto de Iluminación	Pto.	45	15,00	675,00
b	Caja de Breakers	Unidad	15	10,00	150,00
c	Lámpara Fluorescente 2x40w	Unidad	60	32,50	1.950,00
d	Foco 100w - 102 v ioncl. Rose-ton	Unidad	35	3,20	112,00
e	Cable Rígido No. 10	Rollo	7	32,00	224,00
f	Cable Rígido No. 12	Rollo	7	28,00	196,00
g	Tubería Eléctrica 1 1/2" Acometida	M	250	1,14	285,00
h	Interruptores Dobles	Unidad	50	17,00	850,00
i	Tomacorrientes Dobles	Unidad	140	19,00	2.660,00
j	Transformador	Unidad	1	3.000,00	3.000,00
	Instalaciones Sanitarias				
a	Sanitario Blanco Nacional	Unidad	20	60,00	1.200,00
b	Punto de AAPP	Pto.	70	19,98	1.398,60
c	Punto de AASS	Pto.	70	21,32	1.492,40
d	Caja de Revisión con Tapa 0,60x0,60	U	8	65,72	525,76
e	Tubería de PVC 4"	U	40	4,59	183,60
f	Tubería de PVC 2"	U	20	3,26	65,20
g	Tubería de PVC 1"	U	30	3,15	94,50
h	Tubería de PVC 1/2"	U	20	3,11	62,20
	Instalaciones Especiales				
a	Piscina (incl. Instalaciones)	Glb.	1	6.100,00	6.100,00
b	Pozo de Agua (Somero Profundo)	Glb.	1	2.800,00	2.800,00
c	Tanque elevado incl. Instalación a Pozo	Glb.	1	1.500,00	1.500,00
d	Cisterna incl. Instalación de Bomba 1,5HP	Glb.	1	2.800,00	2.800,00
e	Pozo Séptico	U	3	350,00	1.050,00
Subtotal:					81.546,56

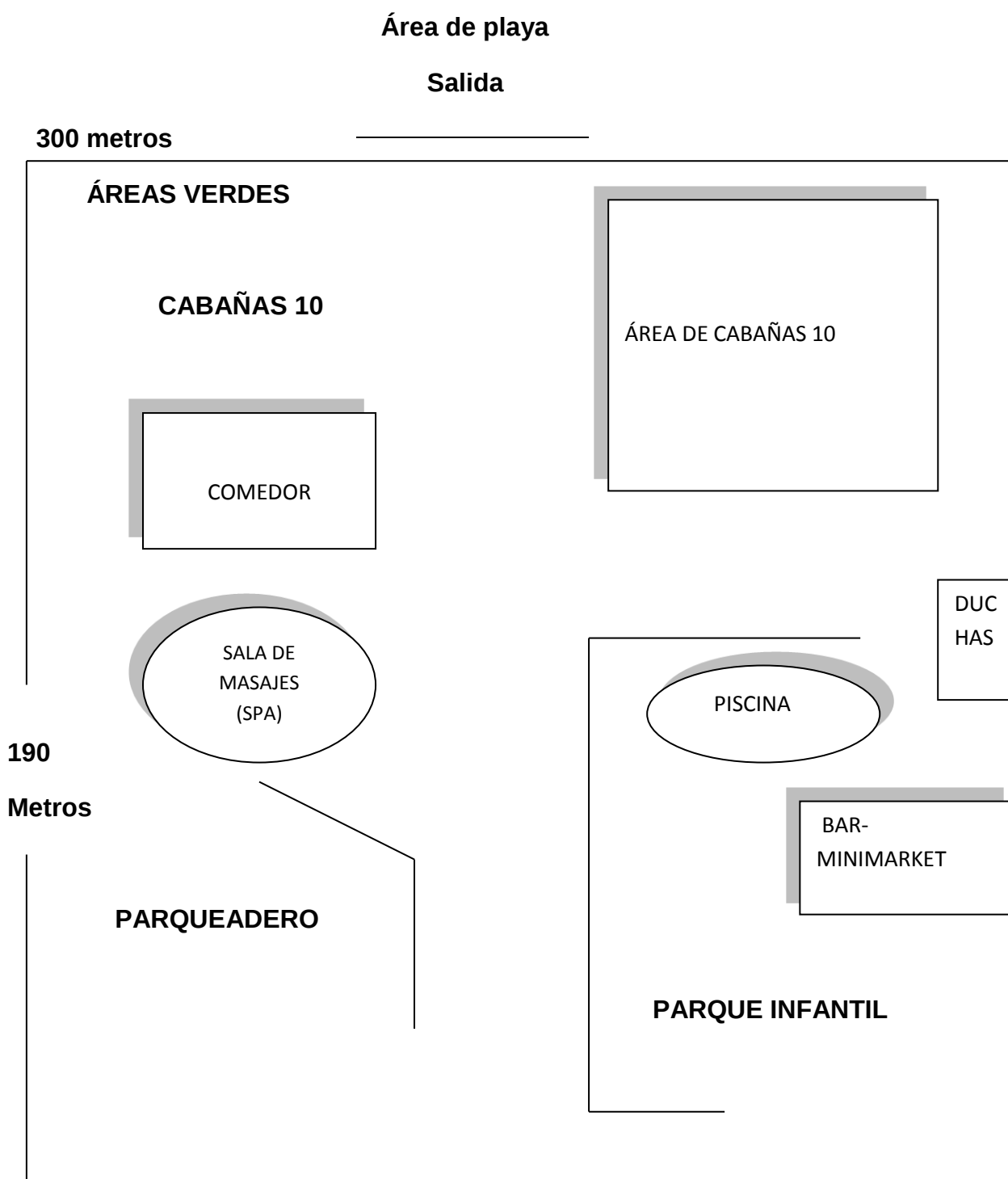
Elaborado por: La Investigadora

El complejo estará distribuido de la siguiente forma:

- ✓ Administración; la que cuenta con: formación, sala de espera y gerencia.
- ✓ Sala de Masajes.
- ✓ Minimarket.
- ✓ Parqueadero Privado.
- ✓ Piscina.

- ✓ 5 Cabañas familiar de 2 plantas; que cuenta con capacidad de 25 personas.
- ✓ 8 Cabañas dobles, capacidad de 16 personas.
- ✓ Contará con 7 cabañas simples con capacidad de 7 personas.
- ✓ Zonas verdes cerca de cada cabaña.

3.2.5. Distribución de las Instalaciones



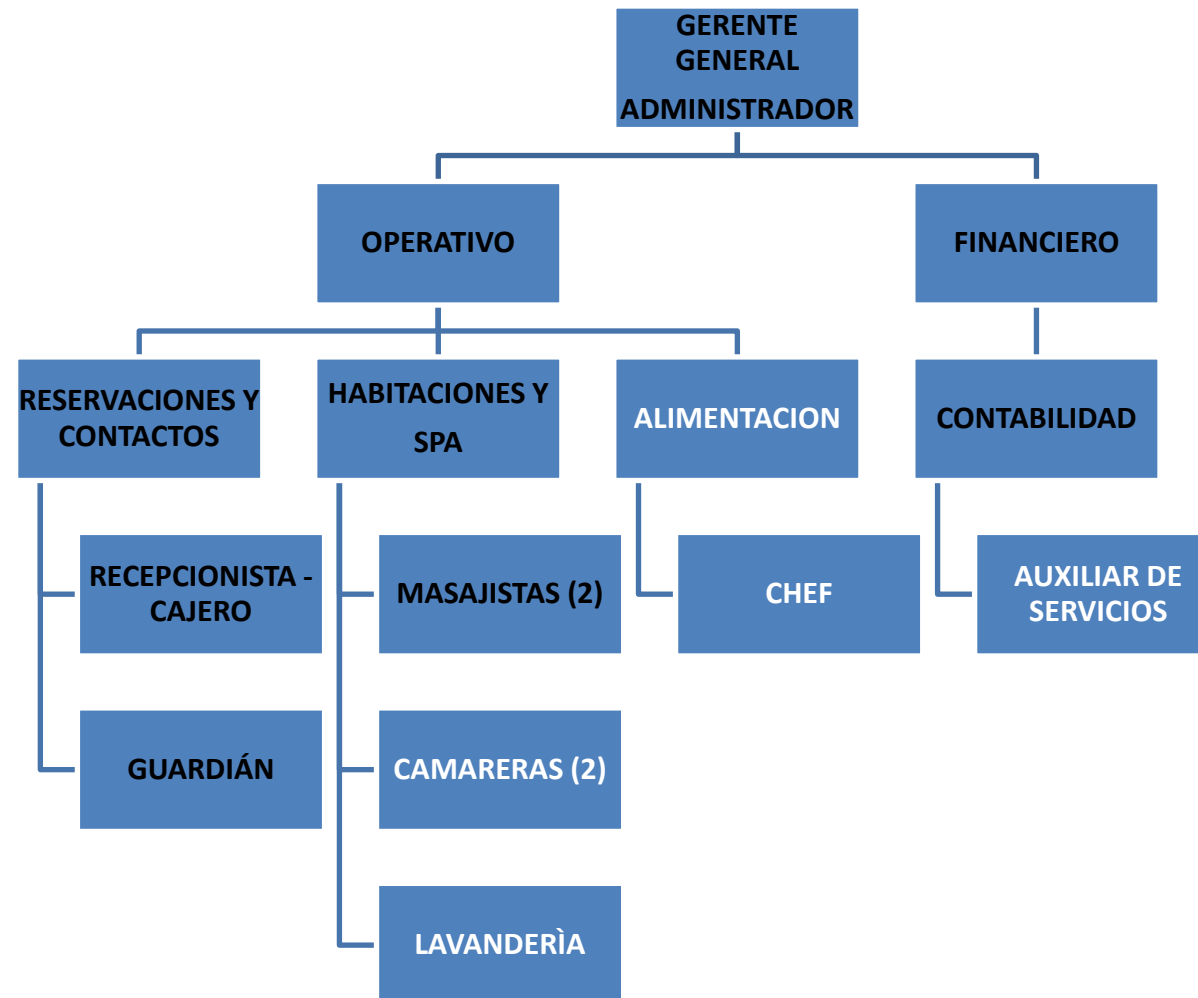
Entrada

→ VÍA RÍOVERDE

RECINTO CABUYAL

3.2.6. Organización de la Empresa

Organigrama Cabañas Antiestrés



3.2.6.1. Manual de Funciones

GERENTE GENERAL

Perfil:

- Título de Ingeniero Comercial o afín.
- Experiencia 2 años en cargos administrativos turísticos.
- Conocimientos en finanzas, marketing, computación.
- Capacidad de relaciones interpersonales, innovación, creatividad.
- Disponibilidad para viajar a nivel nacional.

Funciones:

- Supervisar y dirigir el trabajo del personal a cargo.
- Representar a la empresa en los acontecimientos legales.
- Verificar que las operaciones sean registradas de acuerdo con las normas establecidas.
- Preparar los presupuestos de operación.
- Analizar y evaluar el reporte diario de ventas.
- Presentar a los inversionistas un informe mensual sobre los resultados obtenidos.
- Supervisar el cumplimiento de las normas de sanidad en la preparación de alimentos y bebidas.
- Evaluar y capacitar periódicamente a los empleados.

CONTADOR(A)

Perfil:

- Título universitario de Contador Público Autorizado
- Experiencia probada 2 años.
- Conocimientos actualizados en aspectos tributarios, legales laborales.
- Relaciones humanas, y disponibilidad de tiempo.

Funciones:

- Supervisar el trabajo del recepcionista cajero.
- Efectuar el proceso de control previo a la documentación contable.
- Elaborar estados financieros.
- Realizar declaraciones de impuestos.
- Realizar conciliaciones bancarias.
- Elaborar roles de pagos y cheques.
- Pagar a proveedores.

CHEF

Perfil:

- Título universitario en Gastronomía o afín
- Experiencia de dos años en sus funciones
- Conocimientos actualizados en dietas nacionales e internacionales

- Alto nivel de relaciones interpersonales.
- Espíritu de trabajo en equipo.

Funciones:

- Programar el menú de acuerdo a las temporadas y tipo de clientes.
- Dirigir los procesos de elaboración de los alimentos.
- Controlar los materiales utilizados en el proceso.
- Mantener los recursos disponibles para eventos ocasionales.
- Coordinar con los otros departamentos permanentemente.

MASAJISTA

Perfil:

- Título universitario en terapia ocupacional.
- Experiencia en terapias naturales.
- Actualización en los temas de terapia innovadora.
- Excelentes relaciones humanas.

Funciones:

- Preparar los materiales y las condiciones de los clientes y locales.

- Controlar los productos e insumos utilizados en las terapias.
- Coordinar los procesos de tratamiento para cada cliente.
- Programar los eventos de acuerdo a la demanda.
- Informar de las novedades al gerente.

RECEPCIONISTA - CAJERO

Perfil:

- Título Tecnólogo en Hotelería y Turismo.
- Conocimientos de contabilidad y computación.
- Buenas relaciones humanas.
- Calidad en los procesos y trabajar bajo presión.

Funciones:

- Programar la recepción de los clientes de las cabañas.
- Emitir y archivar las facturas de los clientes.
- Entregar las llaves y los implementos necesarios de las habitaciones.
- Llevar un control del número de habitaciones disponibles y ocupadas.
- Recibir y registrar objetos y valores para custodia.
- Entregar reportes diarios de ingresos.

CAMARERAS

Perfil:

- Bachiller Hotelería y Turismo.
- Buenas relaciones humanas.
- Ser ordenado y entusiasta.
- Calidad en los procesos.

Funciones:

- Realizar la limpieza de las habitaciones.
- Mantenimiento, control inventarial y limpieza del menaje.
- Revisar y controlar el estado de las habitaciones antes de ser utilizadas.
- Reportar los daños y desperfecto detectados al administrador de las cabañas.

GUARDIÁN

Perfil:

- Bachiller.
- Conocimientos de técnicas de defensa personal.
- Honesto, responsable.
- Experiencia en trabajos similares.
- Capacidad de iniciativa.

- Buena relaciones humanas.

Funciones:

- Velar por la seguridad de las instalaciones.
- Velar por la seguridad de los trabajadores y clientes de las cabañas.
- Informar al administrador sobre daños o pérdidas ocurridas dentro de las instalaciones de las cabañas.

AUXILIAR DE SERVICIOS

Perfil:

- Bachiller.
- Aptitud positiva para colaborar con los demás.
- Excelentes relaciones humanas.
- Disponibilidad de tiempo.

Funciones:

- Realizar los oficios de limpieza de las instalaciones.
- Coordinar con el resto del equipo para realizar las actividades generales.
- Cubrir las horas de trabajo de acuerdo a los turnos programados.
- Trabajar horas extras en las temporadas altas.
- Limpieza de zonas comunes del complejo.

LAVANDERA

Perfil:

- Bachiller.
- Aptitud positiva para colaborar con los demás.
- Excelentes relaciones humanas.
- Disponibilidad de tiempo.

Funciones:

- Realizar la recolección de las sabanas e implementos en las cabañas.
- Coordinar con el resto del equipo para realizar las actividades pertinentes.
- Cubrir las horas de trabajo de acuerdo a los turnos programados.
- Trabajar horas extras en las temporadas altas.
- Utilizar adecuadamente las maquinas y herramientas de lavado.
- Solicitar los insumos en el tiempo adecuado.
- Mantener los stocks de insumos de acuerdo a las necesidades del complejo.

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO ECONÓMICO

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO

- Analizar los factores intervinientes en el proceso de construcción e instalación del proyecto de cabañas antiestrés, cuantificando los costos de las necesidades para su implementación.
- Determinar el monto de inversión Vs. rendimiento financiero para definir el punto de equilibrio.
- Conocer si el proyecto es rentable en un tiempo determinado con la ayuda de herramientas como la TIR y el Van.

4.2. DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES

REQUERIMIENTOS	VALORES
Servicios Básicos	365,00
Equipos de Oficina	120,00
Materia Prima (Alimentos)	37.551,60
Activos Fijos	161.985,82
Suministro de Oficina	289,20
Suministro de Limpieza	1.132,29
Maquinaria y Equipo	8.320,70
Materiales de Construcción (Edificio)	81.546,50
Inventarios de Consumo	1.436,80
Muebles y Enseres	15.846,26
TOTAL:	308.594,17

4.3.1. Rol de Pagos Mensual

4.3. INVERSIÓN TOTAL INICIAL

4.3.1. Rol de Pagos Mensual

PARA PAGO AL I.E.S.S.

NOMBRES Y APELLIDOS	SUELDO + H.EXTRAS	APORTE PERSONAL 9,35%	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL
GERENTE	450,00	42,08	54,68	546,75
CONTADOR	300,00	28,05	36,45	364,50
CHEFF	350,00	32,73	42,53	425,25
AYUDANTE DE COCINA	250,00	23,38	30,38	303,75
RECEPC.-CAJERO	280,00	26,18	34,02	340,20
MUCAMAS	460,00	43,01	55,89	558,90
MASAJISTAS	600,00	56,10	72,90	729,00
GUARDÍAN	260,00	24,31	31,59	315,90
AUXILIAR DE SERVICIOS	250,00	23,38	30,38	303,75
0	-	-	-	-
	3.200,00	299,20	388,80	3.888,00

COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRES RESUMEN DE INVERSION TOTAL				
DESCRIPCION				TOTAL
Recursos materiales y equipos			161.491,75	161.491,75
Recurso Humano	2	3.588,80		7.177,60
Gastos de Constitución				1.650,00
Materia Prima				37.551,60
TOTAL INVERSION INICIAL				207.870,95

EN EL RECURSO HUMANO SE COLOCA UN APOYO PARA DOS MESES DE SUELDO, HASTA QUE EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO SEA NORMAL.
SE ESTABLECE EL VALOR DE MATERIA PRIMA QUE SE REQUIERE PARA ARRANCAR EL NEGOCIO
EL CUAL ESTA DETALLADO EN FUNCION DE LOS PLATOS QUE SE VAYAN A REALIZAR Y TOMAN-
PODEMOS DARNOS CUENTA QUE ESTE CUADRO REPRESENTA LA TOTALIDAD DE LA INVERSION
QUE REQUIERE EL NEGOCIO PARA INICIAR SU FUNCIONAMIENTO Y ESTA DISTRIBUIDO ASI:

- | | |
|----------------------------|------------|
| 1.- Activos Fijos | 161.491,75 |
| 2.- Materia Prima | 37.551,60 |
| 3.- Recursos Humanos | 7.177,60 |
| 4.- Gastos de Constitución | 1.650,00 |

TOTAL DE INVERSION \$ 207.870,95

4.3.2. Presupuesto

Gastos de Constitución

Honorarios de Abogados	\$ 300,00
Honorarios Ing. Civil	800,00
Constitución Notaria Pública	100,00
Gasto de Tramitación	100,00
Permiso de Funcionamiento	70,00
Inscripción Súper Cías.	100,00
Permiso Municipal	40,00
Total	1.510,00

CAPITAL DE TRABAJO

Suministro de Oficina	72,27
Materiales de Trabajo	35.587,70
Sueldos	10.543,05
Servicios Básicos	960,00
Inventarios de Alimentos	8.673,18
Otros (10%)	5.593,62
Total	61.519,82

INVERSIÓN FIJA

Equipos y Herramientas	7.525,00
Muebles y Enseres	9.325,00
Edificio	81.546,50

Equipos de Oficina	1.300,00
Equipos de Computación	1.500,00
Total	101.196,50
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	<u>164.126,32</u>

4.3. CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Tiempo Actividades	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
1. Aprobación del Crédito							
2. Acreditación de Fondos (obra civil)							
3. Contratación Técnica							
4. Preparación de Suelo							
5. Ejecución de Obra Muerta							
6. Fundición de Pilares y Losa							
7. Mampostería e Instalaciones (eléctricas, sanitarias, otras)							
8. Acabado							

9. Solicitud y entrega de Recursos para Equipamientos								
---	--	--	--	--	--	--	--	--

4.4. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

COMPLEJO TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
COSTO	1.500,00		
VIDA UTIL	3 AÑOS		
VALOR RESIDUAL	10%	150,00	
DEPRECIACION ANUAL		450,00	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			1.500,00
1	450,00	450,00	1.050,00
2	450,00	900,00	600,00
3	450,00	1.350,00	150,00
	1.350,00		

COMPLEJO TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO	MUEBLES Y ENSERES		
COSTO	15.846,26		
VIDA UTIL	10 AÑOS		
VALOR RESIDUAL	10%	1.584,63	
DEPRECIACION ANUAL		1.426,16	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			15.846,26
1	1.426,16	1.426,16	14.420,10
2	1.426,16	2.852,33	12.993,93
3	1.426,16	4.278,49	11.567,77
4	1.426,16	5.704,65	10.141,61
5	1.426,16	7.130,82	8.715,44
6	1.426,16	8.556,98	7.289,28
7	1.426,16	9.983,14	5.863,12
8	1.426,16	11.409,31	4.436,95
9	1.426,16	12.835,47	3.010,79
10	1.426,16	14.261,63	1.584,63
	14.261,63		

COMPLEJO TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO COSTO VIDA UTIL VALOR RESIDUAL DEPRECIACION ANUAL		EQUIPOS DE OFICINA 120,00 10 AÑOS 10% 12,00 10,80	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			120,00
1	10,80	10,80	109,20
2	10,80	21,60	98,40
3	10,80	32,40	87,60
4	10,80	43,20	76,80
5	10,80	54,00	66,00
6	10,80	64,80	55,20
7	10,80	75,60	44,40
8	10,80	86,40	33,60
9	10,80	97,20	22,80
10	10,80	108,00	12,00
	108,00		

COMPLEJO TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO COSTO VIDA UTIL VALOR RESIDUAL DEPRECIACION ANUAL		MAQUINARIA Y EQUIPOS 8.320,70 10 AÑOS 10% 832,07 748,86	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			8.320,70
1	748,86	748,86	7.571,84
2	748,86	1.497,73	6.822,97
3	748,86	2.246,59	6.074,11
4	748,86	2.995,45	5.325,25
5	748,86	3.744,32	4.576,39
6	748,86	4.493,18	3.827,52
7	748,86	5.242,04	3.078,66
8	748,86	5.990,90	2.329,80
9	748,86	6.739,77	1.580,93
10	748,86	7.488,63	832,07
	7.488,63		

COMPLEJO TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO COSTO VIDA UTIL VALOR RESIDUAL DEPRECIACION ANUAL		EDIFICIO 81.546,50 20 AÑOS 10% 8.154,65 3.669,59	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			81.546,50
1	3.669,59	3.669,59	77.876,91
2	3.669,59	7.339,19	74.207,32
3	3.669,59	11.008,78	70.537,72
4	3.669,59	14.678,37	66.868,13
5	3.669,59	18.347,96	63.198,54
6	3.669,59	22.017,56	59.528,95
7	3.669,59	25.687,15	55.859,35
8	3.669,59	29.356,74	52.189,76
9	3.669,59	33.026,33	48.520,17
10	3.669,59	36.695,93	44.850,58
11	3.669,59	40.365,52	41.180,98
12	3.669,59	44.035,11	37.511,39
13	3.669,59	47.704,70	33.841,80
14	3.669,59	51.374,30	30.172,21
15	3.669,59	55.043,89	26.502,61
16	3.669,59	58.713,48	22.833,02
17	3.669,59	62.383,07	19.163,43
18	3.669,59	66.052,67	15.493,84
19	3.669,59	69.722,26	11.824,24
20	3.669,59	73.391,85	8.154,65
	73.391,85		

Aquí se encuentra el cálculo individual de los diferentes activos que se depreciarán anualmente.

Siguiendo los procedimientos generales de la contabilidad, tomando en consideración valor de salvamento y los años de vida de cada uno de ellos.

COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRÉS RESUMEN DE DEPRECIACIONES

NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
MUEBLES Y ENSERES	10	15.846,26	118,85	1.426,16	1.584,63
EDIFICIO	20	81.546,50	305,80	3.669,59	8.154,65
VEHICULO	5	-	-	-	-
EQUIPOS DE OFICINA	10	120,00	0,90	10,80	12,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	1.500,00	37,50	450,00	150,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	8.320,70	62,41	748,86	832,07
TOTAL		107.333,46	525,45	6.305,42	10.733,35

Como se podrá observar aquí están las depreciaciones de los activos fijos que el negocio utilizará para su operación de acuerdo al tipo de activo, donde se considera un valor residual o de salvamento, y se aplica un valor mensual y anual a ser depreciado, el mismo que aparecerá en los gastos mensuales operativos.

COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRÉS TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL CRÉDITO C.F.N.

METODO		CUOTA FIJA		
		12		
CAPITAL	156.570,95	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		8,25%	PERIODOS	120
PLAZO		10	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,69%	PAGO PERIODICO		1.920,38
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				156.570,95
1	1.920,38	1.076,43	843,96	155.726,99
2	1.920,38	1.070,62	849,76	154.877,23
3	1.920,38	1.064,78	855,60	154.021,63
4	1.920,38	1.058,90	861,49	153.160,14
5	1.920,38	1.052,98	867,41	152.292,73

6	1.920,38	1.047,01	873,37	151.419,36
7	1.920,38	1.041,01	879,38	150.539,99
8	1.920,38	1.034,96	885,42	149.654,57
9	1.920,38	1.028,88	891,51	148.763,06
10	1.920,38	1.022,75	897,64	147.865,42
11	1.920,38	1.016,57	903,81	146.961,61
12	1.920,38	1.010,36	910,02	146.051,59
TOTAL	23.044,61	12.525,24	10.519,36	
13	1.920,38	1.004,10	916,28	145.135,31
14	1.920,38	997,81	922,58	144.212,73
15	1.920,38	991,46	928,92	143.283,81
16	1.920,38	985,08	935,31	142.348,50
17	1.920,38	978,65	941,74	141.406,76
18	1.920,38	972,17	948,21	140.458,55
19	1.920,38	965,65	954,73	139.503,82
20	1.920,38	959,09	961,30	138.542,53
21	1.920,38	952,48	967,90	137.574,62
22	1.920,38	945,83	974,56	136.600,06
23	1.920,38	939,13	981,26	135.618,80
24	1.920,38	932,38	988,00	134.630,80
TOTAL	23.044,61	11.623,82	11.420,79	
25	1.920,38	925,59	994,80	133.636,00
26	1.920,38	918,75	1.001,64	132.634,37
27	1.920,38	911,86	1.008,52	131.625,84
28	1.920,38	904,93	1.015,46	130.610,39
29	1.920,38	897,95	1.022,44	129.587,95
30	1.920,38	890,92	1.029,47	128.558,48
31	1.920,38	883,84	1.036,54	127.521,94
32	1.920,38	876,71	1.043,67	126.478,27
33	1.920,38	869,54	1.050,85	125.427,42
34	1.920,38	862,31	1.058,07	124.369,35
35	1.920,38	855,04	1.065,34	123.304,01
36	1.920,38	847,72	1.072,67	122.231,34
TOTAL	23.044,61	10.645,15	12.399,46	
37	1.920,38	840,34	1.080,04	121.151,30
38	1.920,38	832,92	1.087,47	120.063,83
39	1.920,38	825,44	1.094,94	118.968,88
40	1.920,38	817,91	1.102,47	117.866,41
41	1.920,38	810,33	1.110,05	116.756,36
42	1.920,38	802,70	1.117,68	115.638,67
43	1.920,38	795,02	1.125,37	114.513,31
44	1.920,38	787,28	1.133,10	113.380,20
45	1.920,38	779,49	1.140,89	112.239,31
46	1.920,38	771,65	1.148,74	111.090,57
47	1.920,38	763,75	1.156,64	109.933,93
48	1.920,38	755,80	1.164,59	108.769,34
TOTAL	23.044,61	9.582,61	13.462,00	
49	1.920,38	747,79	1.172,59	107.596,75
50	1.920,38	739,73	1.180,66	106.416,09
51	1.920,38	731,61	1.188,77	105.227,32
52	1.920,38	723,44	1.196,95	104.030,37
53	1.920,38	715,21	1.205,17	102.825,20

54	1.920,38	706,92	1.213,46	101.611,74
55	1.920,38	698,58	1.221,80	100.389,94
56	1.920,38	690,18	1.230,20	99.159,73
57	1.920,38	681,72	1.238,66	97.921,07
58	1.920,38	673,21	1.247,18	96.673,90
59	1.920,38	664,63	1.255,75	95.418,14
60	1.920,38	656,00	1.264,38	94.153,76
TOTAL	23.044,61	8.429,02	14.615,58	
61	1.920,38	647,31	1.273,08	92.880,68
62	1.920,38	638,55	1.281,83	91.598,86
63	1.920,38	629,74	1.290,64	90.308,21
64	1.920,38	620,87	1.299,51	89.008,70
65	1.920,38	611,93	1.308,45	87.700,25
66	1.920,38	602,94	1.317,44	86.382,81
67	1.920,38	593,88	1.326,50	85.056,30
68	1.920,38	584,76	1.335,62	83.720,68
69	1.920,38	575,58	1.344,80	82.375,88
70	1.920,38	566,33	1.354,05	81.021,83
71	1.920,38	557,03	1.363,36	79.658,47
72	1.920,38	547,65	1.372,73	78.285,74
TOTAL	23.044,61	7.176,58	15.868,02	
73	1.920,38	538,21	1.382,17	76.903,57
74	1.920,38	528,71	1.391,67	75.511,90
75	1.920,38	519,14	1.401,24	74.110,66
76	1.920,38	509,51	1.410,87	72.699,78
77	1.920,38	499,81	1.420,57	71.279,21
78	1.920,38	490,04	1.430,34	69.848,87
79	1.920,38	480,21	1.440,17	68.408,70
80	1.920,38	470,31	1.450,07	66.958,62
81	1.920,38	460,34	1.460,04	65.498,58
82	1.920,38	450,30	1.470,08	64.028,50
83	1.920,38	440,20	1.480,19	62.548,31
84	1.920,38	430,02	1.490,36	61.057,95
TOTAL	23.044,61	5.816,82	17.227,79	
85	1.920,38	419,77	1.500,61	59.557,34
86	1.920,38	409,46	1.510,93	58.046,41
87	1.920,38	399,07	1.521,31	56.525,10
88	1.920,38	388,61	1.531,77	54.993,32
89	1.920,38	378,08	1.542,30	53.451,02
90	1.920,38	367,48	1.552,91	51.898,11
91	1.920,38	356,80	1.563,58	50.334,52
92	1.920,38	346,05	1.574,33	48.760,19
93	1.920,38	335,23	1.585,16	47.175,03
94	1.920,38	324,33	1.596,06	45.578,98
95	1.920,38	313,36	1.607,03	43.971,95
96	1.920,38	302,31	1.618,08	42.353,87
TOTAL	23.044,61	4.340,53	18.704,07	
97	1.920,38	291,18	1.629,20	40.724,67
98	1.920,38	279,98	1.640,40	39.084,27
99	1.920,38	268,70	1.651,68	37.432,59
100	1.920,38	257,35	1.663,03	35.769,56
101	1.920,38	245,92	1.674,47	34.095,09

102	1.920,38	234,40	1.685,98	32.409,11
103	1.920,38	222,81	1.697,57	30.711,54
104	1.920,38	211,14	1.709,24	29.002,29
105	1.920,38	199,39	1.720,99	27.281,30
106	1.920,38	187,56	1.732,82	25.548,48
107	1.920,38	175,65	1.744,74	23.803,74
108	1.920,38	163,65	1.756,73	22.047,01
TOTAL	23.044,61	2.737,74	20.306,87	
109	1.920,38	151,57	1.768,81	20.278,20
110	1.920,38	139,41	1.780,97	18.497,22
111	1.920,38	127,17	1.793,22	16.704,01
112	1.920,38	114,84	1.805,54	14.898,47
113	1.920,38	102,43	1.817,96	13.080,51
114	1.920,38	89,93	1.830,46	11.250,05
115	1.920,38	77,34	1.843,04	9.407,01
116	1.920,38	64,67	1.855,71	7.551,30
117	1.920,38	51,92	1.868,47	5.682,83
118	1.920,38	39,07	1.881,31	3.801,52
119	1.920,38	26,14	1.894,25	1.907,27
120	1.920,38	13,11	1.907,27	-0,00
TOTAL	23.044,61	997,60	22.047,01	
	230.446,06	73.875,11	156.570,95	

Es la tabla de amortización que se va a aplicar al crédito que se vaya solicitar a la financiera o banco, la cual se construye bajo la modalidad de tabla fija, es decir que mientras los intereses bajan, el capital sube, conmisérándose una cuota de pago fija, se establece un tiempo de 10 años a un interés del 12,56%, donde el interés del préstamo es de 8,25%, con pagos mensuales de capital e interés de \$ 1.920,38.

4.5. CAPITAL DE TRABAJO

Gastos de Constitución

DETALLE	TOTALES
Honorarios de Abogados	300,00
Constitución Notaria Pública	100,00
Gasto de Tramitación	100,00
Honorarios Ing. civil	800,00
Inscripción Súper. Cías	100,00
Registro Cámara de Turismo	80,00
Inscripción Registro Mercantil	60,00
Permisos Municipales, Direc. Salud, Bomberos y otros.	110,00
TOTALES	\$1.650,00

COMPLEJO DE CABAÑAS ANTIESTRÉS

ESTADODE SITUACION FINANCIERA

AL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	44.729,20	Préstamos Bancarios por Pagar C/P	10.519,36
Inventarios de Suministro de Oficina	289,20	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	10.519,36
inventarios de Suministros de Limpieza	1.132,29	PASIVOS NO CORRIENTES	
Inventarios de Consumo	1.436,80	Préstamos Bancarios por Pagar L/P	146.051,59
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	47.587,49	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	146.051,59
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		TOTAL PASIVOS	156.570,95
Muebles y Enseres	15.846,26	PATRIMONIO	
Equipos de Oficinas	120,00	Capital Social	51.300,00
Equipos de Computación	1.500,00		

Maquinaria y equipos	8.320,70		
Terreno	51.300,00		
Edificio	81.546,50		
	-		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES OTROS ACTIVOS	158.633,46	TOTAL PATRIMONIO	51.300,00
Gasto de Constitución	1.650,00	PASIVO MAS PATRIMONIO	
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.650,00		
TOTAL ACTIVO	207.870,95		207.870,95

CAPITAL DE TRABAJO	47.587,49	(ACTIVOS CORRIENTES - PASIVOS CORRIENTES)
INVERSION FIJA	158.633,46	
GASTOS DE CONSTITUCION	1.650,00	

Aquí aparece la construcción del primer Estado Financiero, que es la reunión de activos, inventarios, préstamos a corto plazo préstamos a largo plazo y capital propio que aportan los socios.

4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

COMPLEJO DE CABAÑAS ANTIESTRÉS CUADRO PARA EL CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCIÓN	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	3.588,80		3.588,80	43.065,60		43.065,60
Luz	250,00		250,00	3.000,00		3.000,00
Agua						840,00

	70,00		70,00	840,00		
Teléfono	45,00		45,00	540,00		540,00
Transporte	35,00		35,00	420,00		420,00
Publicidad	120,00		120,00	1.440,00		1.440,00
Pago de intereses crédito	615,63		615,63	7.387,51		7.387,51
Útiles de Aseo y Limpieza	70,00		70,00	840,00		840,00
Útiles de Oficina	30,00		30,00	360,00		360,00
Manten. De Maquinarias y equipos	35,00		35,00	420,00		420,00
Manten. De Instalaciones	45,00		45,00	540,00		540,00
Depreciación de Activos Fijos	525,45		525,45	6.305,42		6.305,42
Servicios Bancarios	10,00		10,00	120,00		120,00
Décimo Tercer Sueldo	266,67		266,67	3.200,00		3.200,00
Décimo Cuarto Sueldo	199,83		199,83	2.398,00		2.398,00
Provisión Años de Servicio	66,67		66,67	800,00		800,00
Fondo de Reserva	-		-	-		-
MATERIA PRIMA		2.896,21	2.896,21		34.754,56	34.754,56
TOTAL	5.973,04	2.896,21	8.869,26	71.676,53	34.754,56	106.431,09

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	12.419,00	149.028,00
COSTOS FIJOS TOTALES	5.973,04	71.676,53
COSTOS VARIABLES TOTALES	2.896,21	34.754,56
PUNTO DE EQUILIBRIO	7.789,66	93.475,88

SIGNIFICA QUE EL VALOR DE \$ 7.789,66 ES LO MÍNIMO QUE DEBE VENDER PARA NO PERDER NI GANAR MENSUALMENTE.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

4.7. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRÉS

INGRESOS	AÑO 0		VIDA UTIL DEL PROYECTO										
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas	12.419,00		149.028,00	160.950,24	173.826,26	187.732,36	202.750,95	218.971,02	236.488,71	255.407,80	275.840,43	297.907,66	2.158.903,43
Inventarios de Materia Prima			37.551,60										
Recursos Humanos			7.177,60										
TOTAL INGRESOS			193.757,20	160.950,24	173.826,26	187.732,36	202.750,95	218.971,02	236.488,71	255.407,80	275.840,43	297.907,66	2.158.903,43
COSTO DE VENTA													
Costo de producción	2.896,21		34.754,56	36.144,74	37.590,53	39.094,15	40.657,92	42.284,24	43.975,61	45.734,63	47.564,02	49.466,58	417.266,97
Trasportes en compras	35,00		420,00	430,50	441,26	452,29	463,60	475,19	487,07	499,25	511,73	524,52	4.705,42
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO DE VENTA			35.174,56	36.053,92	36.955,27	37.879,15	38.826,13	39.796,79	40.791,71	41.811,50	42.856,79	43.928,21	394.074,02
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			158.582,64	162.547,21	166.610,89	170.776,16	175.045,56	179.421,70	183.907,24	188.504,92	193.217,55	198.047,99	1.776.661,86
GASTOS OPERACIONALES													
Gastos de Administración													
Sueldos	3.588,80		43.065,60	44.142,24	45.245,80	46.376,94	47.536,36	48.724,77	49.942,89	51.191,47	52.471,25	47.536,36	476.233,69
Luz	250,00		3.000,00	3.075,00	3.151,88	3.230,67	3.311,44	3.394,22	3.479,08	3.566,06	3.655,21	3.311,44	33.175,00
Agua	70,00		840,00	861,00	882,53	904,59	927,20	950,38	974,14	998,50	1.023,46	927,20	9.289,00

[illegible]

TOTAL GASTOS OPERACIONALES			78.044,26	80.131,93	80.708,32	81.239,73	81.719,93	82.142,13	82.498,87	82.782,00	82.982,61	74.288,51	806.538,30
UTILIDAD OPERACIONAL			80.538,38	82.551,84	84.615,63	86.731,02	88.899,30	91.121,78	93.399,83	95.734,82	98.128,19	88.899,30	890.620,09
15% Participación trabajadores		15%	12.080,76	12.382,78	12.692,34	13.009,65	13.334,89	13.668,27	14.009,97	14.360,22	14.719,23	13.334,89	133.593,01
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			68.457,62	70.169,06	71.923,29	73.721,37	75.564,40	77.453,51	79.389,85	81.374,60	83.408,96	75.564,40	757.027,07
25% Impuesto a la Renta		25%	17.114,41	17.542,27	17.980,82	18.430,34	18.891,10	19.363,38	19.847,46	20.343,65	20.852,24	18.891,10	189.256,77
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS			51.343,22	52.626,80	53.942,47	55.291,03	56.673,30	58.090,14	59.542,39	61.030,95	62.556,72	56.673,30	567.770,31
Depreciación de Activos fijos			6.305,42	6.305,42	6.305,42	6.305,42	6.305,42	6.305,42	6.305,42	6.305,42	6.305,42	6.305,42	63.054,19
FLUJO NETO			57.648,63	59.089,85	60.567,10	62.081,27	63.633,31	65.224,14	66.854,74	68.526,11	70.239,26	63.633,31	637.497,72

NOTA: El Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado tiene un crecimiento anual del 5% en ingresos y del 2.5% en egresos. De acuerdo al índice de inflación anual.

RENTABILIDAD = 149.028,00 57.648,63 38,68% 1ER. AÑO

En la construcción del Flujo anual se ha considerado el gasto mensual y este se lo multiplica por doce, el cual construye el flujo anual.

Se ha considerado para el flujo, la inversión de inventarios y de recurso humano, como todos los ingresos, costos y gastos operacionales que genera el proyecto.

CAPÍTULO 5

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. INGRESOS Y EGRESOS

COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRES PRONOSTICO DE COMPRAS Y VENTAS

CUADRO DEMOSTRATIVO DE LOS COSTOS DEL RESTAURANTE MENSUALES

	Cantidad Diaria	Días de Venta al mes	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Precio Unitario	Costo Total	Venta Total
PLATOS ESMERALDEÑOS							
CEVICHES DE CONCHA	6	15	90,00	2,22	4,00	199,80	360,00
CEVICHES DE CAMARON	6	15	90,00	1,72	3,50	154,80	315,00
CEVICHES DE LANGOSTINO	3	10	30,00	2,52	6,00	75,60	180,00
CEVICHES MIXTOS	4	12	48,00	4,08	4,50	195,84	216,00
ARROZ MARINERO	4	5	20,00	3,76	4,50	75,20	90,00
PESCADO A LA PLANCHA	6	8	48,00	2,54	3,00	121,92	144,00
PESCADO FRITO	10	15	150,00	2,00	3,50	300,00	525,00
PESCADO AL VAPOR	3	8	24,00	2,52	3,50	60,48	84,00
ARROZ CON CAMARON	4	10	40,00	2,75	4,00	110,00	160,00
ARROZ CON CONCHA	3	6	18,00	2,85	4,00	51,30	72,00
SOPA DE MARISCOS	4	5	20,00	2,90	6,00	58,00	120,00
ENCOCADOS DE CANGREJO	4	10	40,00	2,85	4,00	114,00	160,00
ENCOCADO DE CAMARON DE RIO	3	8	24,00	3,96	6,00	95,04	144,00
PLATOS NACIONALES							
ARROZ CON POLLO	7	10	70,00	2,00	3,00	140,00	210,00
CHURRASCOS	5	6	30,00	1,46	3,00	43,80	90,00
CARNE APANADA	5	8	40,00	1,46	3,00	58,40	120,00
CHULETAS DE CERDO	3	4	12,00	2,05	3,50	24,60	42,00
BISTECK DE CARNE	4	4	16,00	1,62	3,00	25,92	48,00
SOPA DE LEGUMBRES	8	10	80,00	0,65	1,50	52,00	120,00
SOPA DE POLLO	8	10	80,00	0,85	1,80	68,00	144,00
BISTECK DE HIGADO	4	4	16,00	1,68	2,50	26,88	40,00
			-				
BEBIDAS							
COLAS			360,00	0,36	0,50	129,60	180,00
AGUAS			450,00	0,18	0,30	81,00	135,00

CERVEZAS			360,00	0,62	1,00	223,20	360,00
						2.485,38	4.059,00

PLATOS DIARIOS 104

PLATOS POR HORA 9

Se presentan los costos de cada uno de los platos que pueda vender el restaurante, se ha considerado los precios acorde a la investigación que se obtuvo al averiguar los precios, en otros locales o restaurantes del entorno y se ha establecido un posible nivel de ventas y de costos de producción. Además se considera que todos los platos no van a ser vendidos todos los días, por eso se ha establecido niveles altos, medios y bajos de ventas.

También se estima un nivel promedio de venta por hora y venta diaria, considerando que el negocio permanecerá 12 horas diarias de trabajo.

CUADRO DE INGRESOS POR LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OTORGA EL COMPLEJO ANTIESTRES ANUALMENTE

	Costo x Habitac.	Precio x Habitac.	Numero de Cabañas	Cantidad Utilizada al año	Total de Costo Anual	Total de Ingresos Anuales
Habitaciones Dobles	0,95	20	8	190	1.444,00	30.400,00
Habitaciones Simples	0,65	10	7	190	864,50	13.300,00
Habitaciones Familiares	1,85	50	5	190	1.757,50	47.500,00
	Por Persona					
Servicio de Masajes Antiestrés	1,20	10,00		720	864,00	7.200,00
Servicio de Piscina	-	1,00		1920	-	1.920,00
Servicio de Restaurante					29.824,56	48.708,00
			TOTAL ANUAL \$		34.754,56	149.028,00

2.896,21	12.419,00
-----------------	------------------

CUADRO DEMOSTRATIVO DE VENTAS MENSUALES

[illegible]

[illegible]

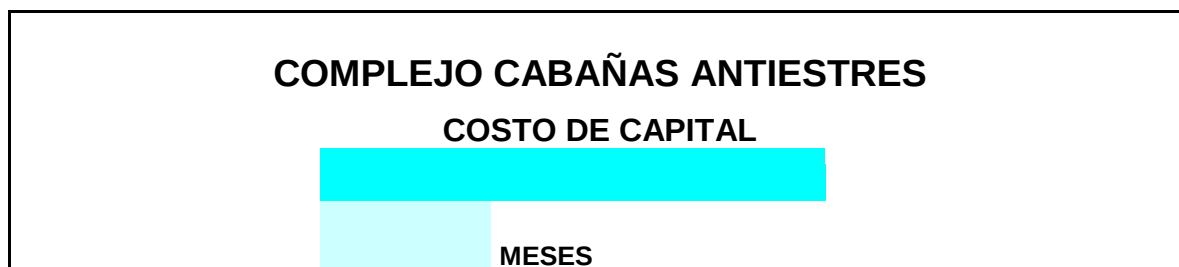
5.2. GASTOS OPERATIVOS

COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRES RESUMEN DE GASTOS MENSUALES	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	3.588,80
Luz	250,00
Agua	70,00
Teléfono	45,00
Transporte	35,00
Publicidad	120,00
Pago de intereses crédito	615,63
Útiles de Aseo y Limpieza	70,00
Útiles de Oficina	30,00
Manten. De Maquinarias y equipos	35,00
Manten. De Instalaciones	45,00
Depreciación de Activos Fijos	525,45
Servicios Bancarios	10,00
Décimo Tercer Sueldo	266,67
Décimo Cuarto Sueldo	199,83
Provisión Años de Servicio	66,67
Fondo de Reserva	
TOTAL GASTOS MENSUALES	5.973,04

Aquí se consideran todos los costos operativos que generará el proyecto y que se han determinado en función de las necesidades y capacidad operativa del negocio.

Los sueldos, intereses del crédito, las depreciaciones vienen de los cuadros anteriormente analizados. Aquí se determina el gasto operativo mensual el cual se aplicará para los flujos en gastos anuales.

5.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO



INVERSION INICIAL	207.870,95	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
TOTAL APOORTE DE SOCIOS	51.300,00	0,24678773	Tasa Pasiva	4,25	0,0425	0,01049
PRESTAMOS ENTIDAD FINANCIERA	156.570,95	0,75321227	TASA ACTIVA	8,25	0,0825	0,06214
		0	Tasa Activa		0	0,00000
TOTAL INVERSION	207.870,95	1,00000000	TASA DE RENTABILIDAD			0,072628
						7,26%

Las fuentes de financiamiento que ocupa el Proyecto son dos, la de los socios y la que se pide al sector financiero.

La de los socios se debe considerar a una tasa pasiva que sería la que pagan los bancos, es decir a un 4.25%, pues el dinero de los socios también debe ser considerado como que genera un porcentaje de interés, y el de la CFN a un interés del 8.25%, al hacer un promedio nos da la tasa del proyecto, 7.26% que será ocupada para establecer los índices financieros del proyecto, los que demostrarán la viabilidad o factibilidad financiera del proyecto.

5.4. INDICES FINANCIEROS

COMPLEJO CABAÑAS ANTIESTRES

INVERSION INICIAL			207.870,95	TASA MENOR DEL	TASA MAYOR DE	
TASA PASIVA REFERENCIAL			4,25%	PROYECTO	INCERTIDUMBRE	
TASA ACTIVA REFERENCIAL			7,26%	0,0726	0,1726	
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS			0,1	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO
1	57.648,63	0,0726285	0,9322892	53.745,20	0,8360	48.193,14
2	59.089,85	0,0726285	0,8691632	51.358,72	0,6989	41.295,74
3	60.567,10	0,0726285	0,8103115	49.078,22	0,5842	35.385,50
4	62.081,27	0,0726285	0,7554447	46.898,97	0,4884	30.321,13
5	63.633,31	0,0726285	0,7042930	44.816,49	0,4083	25.981,58
6		0,0726285	0,7042930		0,4083	

	65.224,14			45.936,90		26.631,12
7	66.854,74	0,0726285	0,7042930	47.085,33	0,4083	27.296,89
8	68.526,11	0,0726285	0,7042930	48.262,46	0,4083	27.979,32
9	70.239,26	0,0726285	0,7042930	49.469,02	0,4083	28.678,80
10	63.633,31	0,0726285	0,7042930	44.816,49	0,4083	25.981,58
	637.497,72					
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				481.467,80		317.744,79
INVERSION INICIAL				207.870,95		207.870,95
VAN				273.596,85		109.873,84
PRC				3,2607		
TIR				23,97%		
R.C.B.				1,32		
RENTABILIDAD SIMPLE				30,67		

EXPLICACIÓN DE LOS RESULTADOS FINANCIEROS

(VAN) VALOR ACTUAL NETO: 273.596,85 traído el dinero de los flujos de los 10 años a la actualidad el proyecto ganaría el valor señalado.

(PRC) RECUPERACION DE CAPITAL : tres años y tres meses

(TIR)TASA INTERNA DE RETORNO: tasa del proyecto a **7,26 %** y retorna al **23.97%**.

(RCB)RECUPERACION COSTO BENEFICIO: por cada dólar invertido se gana **0,32** centavos.

RENTAB. INDICE DEL MERCADO: 20,55 % y la nuestra es del **30.67%**.

INDICE DEL MERCADO	
TASA ACTIVA	12,45
SERV.BANCARIOS	3,2
RIESGO PAIS	4,9
	20,55

Al analizar los índices financieros, se puede establecer que el Proyecto llega a ser viable y factible, dependerá de los socios que puedan llevar adelante este proyecto financiero.

Valor Actual Neto (VAN)

Mediante el VAN podemos calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El valor presente de los flujos que genera un proyecto menos la inversión, puede representar un valor el mismo que será analizado a continuación:

Si $VAN > 0$, inversión aceptable; si $VAN < 0$, debe rehacerse la inversión:

- **Positivo:** Proyecto viable, a más de cubrir la inversión y costo de capital genera rentabilidad.
- **Negativo:** No es viable, la inversión es superior a los Flujos Netos de Caja no cubre los costos.
- **Igual a cero:** El proyecto cubre la inversión y costos, no genera utilidad ni riesgo.

El proyecto tiene un VAN de **273.596,85** por lo tanto el proyecto es viable, por lo que cubriría la inversión, los costos del capital y además generará rentabilidad.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Expresado de otra manera, se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido.

La TIR debe ser comparada con la tasa de descuento, de tal manera que si el proyecto obtuvo una TIR de **23,97%** y la tasa de descuento es del **7,26%**, indica que el proyecto es rentable ya que tiene una tasa mayor a la exigida.

Recuperación Costo Beneficio (RCB)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto.

Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, esto significa que:

$B/C > 1$ los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

$B/C = 1$ los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

$B/C < 1$ los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Período Recuperación del Capital (PRC)

El período de recuperación o Pay back es otro de los métodos más utilizados para realizar la evaluación económica de un proyecto.

De acuerdo a los cálculos efectuados para saber el tiempo de recuperación de la inversión, puedo manifestar que la misma será recuperada en **tres años, y tres meses** de funcionamiento de la Empresa conforme lo indica cada una de las proyecciones previamente efectuadas.

Una vez realizado todos los análisis del caso se concluye que el proyecto es viable, es decir que la inversión será recuperada y se obtendrá las ganancias esperadas conforme a las proyecciones efectuadas, en tal virtud el proyecto puede ser puesto en marcha sin ningún reparo.

CAPÍTULO 6

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Cabe destacar que el proyecto puede generar una serie de impactos positivos y negativos en los diferentes campos (social, cultural, económico y ambiental); los mismos que para una mejor comprensión e interpretación se los analiza sobre la base de una matriz de impactos.

Dicha matriz de impactos, tiene los siguientes indicadores:

- 3 Impacto alto negativo
- 2 Impacto medio negativo
- 1 Impacto bajo negativo
- 0 No hay impacto
- 1 Impacto bajo positivo
- 2 Impacto medio positivo
- 3 Impacto alto positivo

Para determinar el impacto se desarrolló una fórmula matemática en la que se divide la sumatoria de los niveles de impacto de cada indicador para el número de indicadores.

6.1. IMPACTO SOCIO - CULTURAL

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Actitud de hoteleros					x		
Seguridad						x	
Salud e higiene							x
Servicios de calidad							x
TOTAL	0	0	0	0	1	2	6

$$\text{Nivel de impacto socio-cultural} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{9}{4} = 2,25$$

El resultado indica que el proyecto tiene un impacto socio-cultural medio positivo.

En el cantón Ríoverde existen pocos hoteles de primera clase. La demanda de turistas en este mercado ya está establecida en cuanto a clientes y ocupación; y la implementación de un complejo de cabañas antiestrés con las características positivas del presente proyecto en el recinto Cabuyal promocionará turísticamente toda la zona norte y en especial el Cantón Ríoverde, aumentando notablemente la afluencia de la demanda hacia los demás centros que brindan hospedaje, lo que conllevará a una actitud positiva por parte de los pocos hoteleros existentes en la zona.

Las instalaciones del Complejo de Cabañas Antiestrés contarán con seguridad de buen nivel, factor muy importante en la actualidad y que es solicitado por los turistas.

Como componentes fundamentales podemos señalar la salud e higiene, que son de trascendental importancia para el desarrollo favorable en la calidad de los servicios.

6.2. IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo							x
Mejor estándar de vida							x
Ingresos económicos						x	
Actividad hotelera						x	
Precios			x				
TOTAL	0	0	-1	0	0	4	6

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{9}{5} = 1,80$$

El impacto económico que genera nuestro proyecto es bajo positivo. Con la implementación del Complejo de Cabañas Antiestrés y los servicios de hospedaje que brinda, creará fuentes de empleo principalmente para los habitantes del recinto Cabuyal y su entorno; este aumento contribuirá económicamente con el personal que trabaje en el Complejo y de esta manera, mejorarán sus condiciones de vida y la de sus familias.

Todos los servicios ofertados por el Complejo, generarán nuevos ingresos; los cuales serán reinvertidos en obras y mejoramiento permanente de las instalaciones de las Cabañas, contribuyendo de esta manera hacia el cumplimiento de los objetivos y misión del negocio; cuya principal finalidad es brindar mejores servicios al cliente a través de mano de obra calificada, lo que no solo aumentará las perspectivas de los turistas; sino, también un cambio radical en la actividad hotelera del cantón Río Verde; encaminándola al mejoramiento e innovación de sus servicios.

Gracias a que los precios de los servicios de hospedaje ofertados serán bajos con respecto a la misma categoría de servicios hoteleros a nivel provincial; se considera que no afectará el bolsillo de los turistas, los cuales pagarán un precio justo por servicios de calidad.

6.3. IMPACTO EDUCATIVO

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuente de información							x
Capacitaciones						x	
Conocimiento geográfico						x	
TOTAL	0	0	0	0	0	4	3

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{7}{3} = 2,33$$

El impacto educativo que genera es medio positivo.

En el campo educativo, el estudio para la implementación del Complejo contribuirá con una valiosa fuente de información, para futuras investigaciones que se realicen; sea en actividades estudiantiles o profesionales referentes al campo turístico del sector.

Además, servirá para la capacitación de los habitantes del sector en temas referentes a las actividades turísticas que desarrollan diariamente, logrando de esta manera eficiencia en los servicios que realizan para satisfacer las necesidades de los turistas y nuevas experiencias en este campo.

Complementariamente la instalación de este Complejo promoverá a los turistas de la provincia del Ecuador a conocer las bellezas geográficas y naturales de la zona norte.

6.4. IMPACTO AMBIENTAL

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Conservación del paisaje natural							x
Recolección de basura y residuo sólidos						x	
Aguas servidas						x	
Vías de acceso						x	
TOTAL	0	0	0	0	0	6	3

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{9}{4} = 2.25$$

El impacto ecológico que genera es medio positivo.

Con la creación del Complejo se pretende, además de dar servicio de hospedaje; descubrir en el turista el amor hacia la naturaleza, los hermosos paisajes y balnearios de sal y agua dulce con los que cuenta el cantón Ríoverde. Se concientizará para mantener intacto el ambiente que los rodea y los acoge para disfrutar de especiales momentos en familia y fuera de la contaminación que hay en las ciudades. La construcción del Complejo de Cabañas Antiestrés no producirá destrucción del entorno natural, por el hecho de ser diseñado en un 80% con materiales naturales.

La recolección de desechos y residuos sólidos; se realizará mediante el servicio de limpieza que brinda el Municipio de Ríoverde, además de contribuir mediante la separación de desechos biodegradables y otros para conservar el medio ambiente.

El sistema de aguas servidas existentes en la actualidad brinda el servicio de forma adecuada lo cual no provocará ningún tipo de contaminación. Contando siempre con la asistencia del Municipio, se considera que estos servicios serán mejorados permanentemente por la influencia social y económica que tiene la implementación de este proyecto.

6.5. RESUMEN DE IMPACTOS.

INDICADOR	PONDERACIÓN
-----------	-------------

	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto socio-cultural						x	
Impacto económico						x	
Impacto educativo						x	
Impacto ambiental						x	
TOTAL	0	0	0	0	0	8	0

$$\text{Total de Impactos} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{8,63}{4,00} = 2,16$$

El resultado de estudio de impactos equivale a 2,16 es decir impacto medio positivo.

Es importante reconocer que el proyecto tiene un grado de aceptación cultural y social aceptable, por cuanto se pretende ayudar a mejorar las condiciones socio culturales del Cantón Ríoverde, con énfasis en el Recinto Cabuyal, a través de rescatar los valores típicos de la zona, como también brindar a los turistas una alternativa con características propias de la zona y las comodidades de la era moderna.

Todo proyecto trata de resolver los diferentes problemas económicos existentes en la zona de ejecución del mismo, por lo que éste no es la excepción y tiene el fin de contribuir a mejorar las condiciones de vida de los moradores del sector así como también elevar el índice de la población económicamente activa.

De igual forma, a través de este estudio se pretende aportar una fuente de información para futuras investigaciones sobre la zona en la que se instalará el Complejo.

Respecto al análisis del medio ambiente y la ecología que rodea al sector, se observa que la implementación de la empresa de Cabañas Antiestrés no

atenta contra la preservación de la naturaleza y cuenta con un buen sistema de cuidado ambiental.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- La ejecución del proyecto de instalación de cabañas antiestrés en el recinto Cabuyal, por las características del sector, la facilidad de consecución de los recursos para su implementación en lo referente a materiales típicos del sector, las bondades naturales existentes en el entorno y los resultados del análisis económico y financiero para su financiamiento y recuperación optima, la disponibilidad de recursos humanos capacitados para el área y la proyección de un mejoramiento vial con la disminución del 80% del tiempo de traslado, son condiciones que permiten concluir como un proyecto ejecutable en el área del turismo innovador.
- De acuerdo a los estudios realizados al crecimiento que se tiene de la demanda de turistas, se puede decir que el balneario Río Verde y todos los demás que conforman el turismo del cantón del mismo nombre para los próximos años es una nueva e importante alternativa turística después de Atacames; ya que los turistas asisten por sus hermosos balnearios y por su reciente descubrimiento; por lo cual se puede proyectar que la oferta de cabañas y hoteles en este balneario está en crecimiento; pues mientras más establecimientos de hospedaje existan en el sector, mayor será la afluencia de turistas al balneario antes mencionado.
- Considerando que nuestro servicio es especial para clientes de otros sectores no tradicionales (profesionales y empleados de las empresas públicas y privadas de la provincia) y
- Los resultados del estudio evidencian que la implementación de las cabañas beneficiará al recinto en el aspecto turístico, puesto que su extensión de playa lo amerita para este tipo de proyecto. Como lo refleja el análisis de los resultados obtenidos en las encuestas; las personas del recinto en un gran porcentaje están aptas para de una u otra forma

desarrollar alguna actividad en la trayectoria del proceso de implementación de las cabañas.

- Según estudio del sector los tipos de servicios que podrían ofrecer las cabañas oscilan en gran porcentaje los paseos en lanchas y la alimentación; seguidos de un relajado descanso en hamaca observando la naturaleza que rodea el entorno. Se puede notar que los turistas buscan en los balnearios de Esmeraldas privacidad y tranquilidad (38,40%). Los resultados denotan que el 51,24% consideran que las vías de acceso al norte de la provincia de Esmeraldas son regulares. En general, la mayoría de los encuestados buscan en las playas de Ríoverde el lugar tranquilo por lo que cubre sus expectativas en un 57,46% de servicios básicos que estamos ofertando en las cabañas antiestrés.
- Financieramente, el proyecto tiene un periodo de recuperación de capital de tres años, con una tasa interna de retorno de 23,97%
- La factibilidad del proyecto.....

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

Ames, Fernando Marín 1999 Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Ed. Cultural, S.A pp. Madrid, España.

Arboleda, Landázuri, M Proyectos, Formulación, Evaluación y Control, Evaluación Financiera de Proyectos.

Bernal, César Augusto (2006) *Metodología de la Investigación*. México: Segunda Edición.

Claves del Turismo Consiente y Responsables, Álvaro Casanova, Fundación Global Natur.

Cámara de Turismo, Regional Esmeraldas

Código Civil Posso, Miguel, Manual de Investigación Científica

Código de Comercio

Departamento de Turismo del Municipio de Río Verde

Edibosco, Equipo de Redactores (1992) *Metodología de la Investigación Científica* Cuenca, Ecuador: Ediciones.

Enciclopedia Encarta

Leiva Zea, Francisco, "Nociones de Metodología de Investigación Científica", Cuarta Edición, Quito-Ecuador, 1999.

Ley de Compañías

Municipio de Río Verde, folletos de información referente a la historia y desarrollo del cantón Río Verde.

Posso, Miguel *La investigación científica*

Zorrilla, Arena Santiago (1994) *Guía para Elaborar Tesis*. México: Edición ISBN.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2008)

Ministerio de Turismo (2008)

<http://www.gestiopolis.com/canales6/rrhh/estres-personal-y-laboral-en-la-organizacion.htm>

<http://www.tusalud.com.mx/120701.htm>

http://www.medspain.com/n3_feb99/stress.htm

<http://www.monografias.com/trabajos14/estres/estres.shtml>

<http://www.uv.mx/iiesca/revista/suma36.html>

<http://www.moraterapia.com/medicinapsicosomatica.htm>

http://www.vivecuador.com/html2/esmeraldas_es.html

<http://www.worl.Tourism.org>

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos5/esfa/esfa.shtml>

<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/no12/factibilidad.ad.htm>

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>

<http://www.viajeros.com/article592.html>

www.ecuadoronline

www.inec.gov.ec

www.ecuadorinmediato.com

www.mincetur.gob.p/turismo/est

www.eumed.net

www.nayo.org.ar/turismo

www.codeso.com

www.filtragua.com/html/abc

GLOSARIO

PEA: Población Económicamente Activa

Antiestrés:

SPA: Lugar donde atiende un grupo de personas capacitadas para dar relajamiento a las personas a través de masajes y terapias.

Terapias: Actividades físicas o mentales de relajamiento personal

Pax: Pasajeros (Clientes)

SUIMBA:

SRI: Servicio de Rentas Internas

CAE: Corporación Aduanera del Ecuador

Estrés: Es la respuesta del cuerpo a condiciones externas que perturban el equilibrio emocional de la persona.

Segmentar: Dividir por grado de importancia un objeto o cosa

Trípticos: Pequeños folletos donde se encuentra con facilidad una determinada información.

CORPEI:

Potencial: Es un distinto por el que se destaca un lugar o cosa, lo cual permite su desarrollo en un determinado campo laboral.

Implementación: Creación de una algo previo un análisis

Trayectoria: La conexión que se evidencia de un paso o proceso a otro

Atractivo: Algo que sobresale de un determinado lugar objeto de estudio

Aventura: El aprovechamiento de un lugar o cosa momentáneamente

Ítem: Punto de referencia en una secuencia de actividades

Confortable: Algo agradable a la vista y al sentir de las personas

Cade:

Acémila: Caballo, yegua, burro y toda el conjunto de animales que sirven para cargar.

BNF: Banco Nacional de Fomento

Energy: Energía

Calidez:

Custodia: Vigilancia controlada de las pertenencias de una persona o entidad

Zonas comunes: Lugares de trabajo similares, al que debe desempeñar su labor.

TIR: Tasa Interna de Retorno

VAN: Valor Actual Neto

Menajes: Inventario de sábanas y todo lo que concierne al hospedaje

PRC: Período Recuperación de Capital

RCB: Recuperación Costo Beneficio

ANEXOS

Anexos 1: Fotos

Foto 1 (Estrés)



Foto 2 (Descanso anti-estrés)



Foto 3 (Fórmula antiestres organizacional)



El Cambio Organizativo



El manejo del Estrés



Un Lugar Sano del Trabajo

Afecciones reducidas del estrés
Trabajadores satisfechos y productivos
Organizaciones lucrativas y competitivas

Foto 4 (Modelo de cabaña bar)



Foto 5 (Modelo cabaña anti-estrés)



Foto 6 (Cabaña familiar)



Foto 7 (Sitio relax)



Foto 8 (Modelo dormitorio)



Foto 9 (Entorno natural)



Foto 10 (Cultivo y mantenimiento de bambú)



Foto 11 (Artículos elaborados con bambú)



Foto 12 (Cocadas)



Foto 13(Lugar de Distracción)



Foto 14 (Pasillo)



Foto 15 (Turismo de Ríoverde)



ANEXOS 2: Encuestas

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE EN ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar la demanda de servicios que los turistas buscan en los balnearios de la provincia de Esmeraldas con la finalidad de generar alternativas para su beneficio.

DIRIGIDA: A turistas

NOTA: Por favor, seleccione y marque la alternativa que responda a su criterio.

13) ¿Conoce usted que en el norte de la provincia de Esmeraldas existen muchos atractivos turísticos?

Mucho ☐ Poco ☐ Nada ☐

14) ¿Qué busca usted cuando visita los balnearios de Esmeraldas?

Cercanía y Costos ☐ Privacidad y Tranquilidad ☐

Diversión y Aventura ☐

15) ¿Cómo considera que son los servicios que brindan los hoteles de la localidad?

Excelente ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐

16) ¿Cómo considera usted que son las vías de acceso al norte de la provincia de Esmeraldas?

Buenas ☐ Regulares ☐ Pésimas ☐

17) ¿Los servicios básicos existentes en los balnearios de Esmeraldas satisfacen sus necesidades?

Mucho ☐ Poco ☐ Nada ☐

18) El cantón Ríoverde cubre sus expectativas en lo referente a:

Servicios Básicos ☐ Vías de acceso ☐

Hospedaje ☐ Alimentación ☐

19) ¿Conoce usted si existen cabañas que ofrece servicio anti-estrés en la provincia de Esmeraldas?

Si ☐

No ☐

No sé ☐

20) ¿Qué clase de cabañas cubrirían sus necesidades?

Cabañas típicas ☐

Cabañas modernas ☐

Cabañas típicas confortables ☐

Cabañas anti-estrés ☐

21) La cabaña ideal para sus deseos y gustos tendrían las siguientes alternativas:

Tranquilidad y Privacidad ☐

Seguridad y Comodidad ☐

Tratamiento anti-estrés ☐

Todas las anteriores ☐

22) ¿Qué tipos de servicios le gustaría recibir en un complejo de cabañas anti-estrés?

Hospedaje y Alimentación ☐

Tratamiento anti-estrés ☐

Garaje ☐

Otros _____

23) Para mayor comodidad del ambiente, un complejo de cabañas debe contar con:

Cabañas familiares ☐

Cabañas individuales ☐

Lugares recreativos ☐

Terapias anti-estrés ☐

▪ Otros _____

24) ¿Considera usted que el costo de los servicios que ofrecen las cabañas ubicadas en la provincia de Esmeraldas son?

Altos ☐

Medios ☐

Bajos ☐

Gracias por su colaboración.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE EN
ESMERALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar la aceptación y aporte de los moradores del recinto Cabuyal de la implementación de las cabañas antiestrés.

DIRIGIDA: A los pobladores del recinto Cabuyal

NOTA: Por favor, seleccione y marque la alternativa que responda a su criterio.

7. ¿La implementación de unas cabañas anti-estrés en que aspectos beneficiará al recinto Cabuyal?

Turístico ☐

Económico ☐

Social ☐

Otros _____

8. ¿En qué medida se vienen desarrollando las actividades turísticas del sector?

Mucho ☐

Poco ☐

Nada ☐

9. ¿Considera usted que estaría apto para desarrollar alguna actividad laboral en un complejo de cabañas anti-estrés en Cabuyal?

Si ☐

No ☐

10. ¿Qué tipo de servicios y actividades originarias de nuestro sector sugiere usted que se pueden ofrecer a los turistas en un complejo de cabañas anti-estrés?

Alimentación típica ☐

Paseo a caballo ☐

Descanso en hamaca ☐

Paseo en lanchas ☐

Otros _____

Gracias por su colaboración.

ANEXO 3: Entrevista

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE EN
ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

OBJETIVO: Determinar la factibilidad de implementación de un complejo de cabañas anti-estrés.

DIRIGIDA: A administradores de hoteles

¿Qué considera usted que falta en la zona norte para que haya mayor demanda en el sector turístico?

¿Cree que falta una mayor explotación de las bondades turísticas y naturales que existen en nuestra zona?

¿Cómo está la infraestructura hotelera de la zona norte, cree que existe la capacidad suficiente para receptor a los pasajeros durante las temporadas altas (feriados)?

¿El hotel que administra usted con que servicios cuenta para la atención al cliente?

¿Cuáles son las tarifas que se cobran por cada servicio?

Temporadas Altas

Temporadas Bajas

¿Existen sugerencias por parte de sus clientes en el incremento de servicios (cuáles)?

¿Cree usted que la implementación de un servicio anti-estrés tendrá acogida?

ANEXOS 4: Cuadros

Nº Casas	POBLACIÓN DE CABUYAL				% Hombres	% Mujeres
	Hombres	Mujeres	Miembros/Familia			
1	4	2	6			
2	3	3	6			
3	3	1	4			
4	2	1	3			
5	1	6	7			
6	3	2	5			
7	2	3	5			
8	3	1	4			
9	2	4	6			
10	4	5	9			
11	3	5	8			
12	3	1	4			
13	2	3	5			
14	5	2	7			
15	2	3	5			
16	2	1	3			
17	2	1	3			
18	1	2	3			
19	4	2	6			
20	3	2	5			
21	2	3	5			
22	2	1	3			
23	2	3	5			
24	3	3	6			
25	4	6	10			
26	2	1	3			
27	3	2	5			
28	2	2	4			
29	1	4	5			
30	2	1	3			
31	3	3	6			
32	3	4	7			
33	4	4	8			
34	7	5	12			
35	1	3	4			
36	4	1	5			
37	3	5	8			
38	2	1	3			
39	4	2	6			
40	5	2	7			

41	1	3	4		
42	2	4	6		
43	1	3	4		
44	2	1	3		
45	1	2	3		
46	2	1	3		
47	4	2	6		
48	5	1	6		
49	1	4	5		
50	3	4	7		
51	2	1	3		
52		2	2		
53		4	4		
TOTAL:	137	138		49,82%	50,18%
Fuente: Investigadora					

ANEXOS 5: Ley de Turismo

EN APLICACIÓN A LA LEY DE TURISMO, CAPÍTULO II DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EGERSEN

Art. 5- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades.

- a. Alojamiento
- b. Servicio de alimentos y bebidas
- c. Transportación, cuando se dedique principalmente al turismo; inclusive al transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- d. Operación, cuando las agencias de viaje proveen su propio transporte, esa actividad se considera parte del agenciamiento.
- e. La intermediación, agencia de servicios turísticos, organizadora de eventos, congresos y convenciones; y casinos, sala de juegos (bingo mecánico) hipódromos y parque de atracciones estables.

Art. 6- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectiva.

Art. 7- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficios de preseros.

Art. 8- Para el ejercicio de las actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo, y la licencia anual de funcionamiento, que acredite

idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas, técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9- El registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de las actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley, en el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponde.

ANEXO 6: Catastro Turístico de Atacames 2008

	Orden	Razón social	Representante	Dirección	Categor.	Hab.	Plz
		PARROQUIA: Atacames					34.282
ALOJAMIENTO							
	<i>Apartamentos</i>						
1	08-.06-500167	La Marimba	Tapia Jaramillo Patricio	Urb. La Perla	Primera	22	98
2	08-06-500168	El Morro	Godoy y Compañía	Calle Principal	Primera	14	48
3	08-06-500169	Yacaré	Sandoval Homero	Urb. La Perla	Primera	12	36
4	08-06-500481	Cielo Azul	Bein Janina	C. 21 de Noviembre y Acacias	Segunda	11	51
	<i>Cabañas</i>						
5	08-06-500170	Arco Iris	Molina P. Washington	Playa	Primera	27	96
6	08-06-500177	Caída del Sol	Castro Rivera Jesús	Malecón del Río	Segunda	9	67
7	08-06-500171	Azul Pacifico	Leiva Díaz Alirio	Vía a Atacames	Segunda	10	75
8	08-06-500237	Le Castell	Castellano Puebla Edwin	Playa	Primera	36	101
9	08-06-500172	Coco- bamba	Tello Villacís Rubia	Junto al Municipio	Primera	11	44
10	08-06-500174	La Aldea	Aparicio Chiri boga Bertilda	Playa	Segunda	47	96
11	08-06-500175	Los Bohíos	Gutiérrez Navas Galo	Entrada a la Playa	Segunda	24	60
12	08-06-500178	Canarias Las	Boada Sánchez Carlos L.	Transversal Playa	Segunda	8	28
13	08-06-500179	Cayapas	Sercayasa S. Turístico S.A	Entrada Principal	Segunda	16	60
14	08-06-500181	Marbella	Gavilanes Fernando	Transversal playa	Segunda	22	84
15	08-06-500184	Rogers	Martha de Rogers	Vía Súa	Segunda	15	60

16		Coco Rico	Oswaldo Duque Vera	Barrio 2 de noviembre	Segunda	9	
	08-06-500185	Sol y Mar	José Sales	Transversal Playa	Segunda	19	93
17							
18	08-06-500189	Rincón Del Mar	Lecaros Juan Carlos	Av. 21 Noviembre y Las Acacias	Tercera	12	50
19	08-06-500190	Rodelú	Rodríguez Silva Danilo	Ostiones y Av. 21 Noviembre	Tercera	28	100
20	08-06-500191	Sout Pacific	Leiva Guerra Marcelo	Entrada a la playa	Tercera	14	90
21	08-06-500177	Caída del Sol	Valdés Kretz Sandra	Malecón del Río	Tercera	9	67
		Hostales					
22	08-06-500001	Costa Dorada	Sujey Guilcapi Valencia	Av. Las acacias	Segunda	29	100
23	08-06-500598	Sun Palace	Ramos Barreno Manuel	nueva Granada	Primera	18	67
24	08-06-500591	Casa Blanca	Darquea Freire Victoria Judith	Barrio la Granada	Primera	14	34
25	08-06-500192	Aruba	Fabián Vasco	Barrio Nueva Granada	Segunda	10	30
26	08-06-500595	Royal Palacer	Rivadeneira Gaibor Angelita Janeth	Calle 21 Noviembre sector nueva granada	Segunda	16	
27	08-06-500595	Arios	Andrea Silvana Haro	La Granada	Segunda	19	82
28	08-06-50642	Las Guaduas	Segundo Navarrete Racines	21 de noviembre y Tolita	Segunda	12	50
29	08-06-500194	Azucena	Cobo Carrasco Magdalena	Las Acacias	Segunda	12	48
30	08-06-500209	Coco El	Triviño Ortiz Evaristo	Las Acacias	Segunda	12	42
31	08-06500537	Europa	Herrera Santa cruz Jaime	Granada	Tercera	22	82
32	08-06-500195	Delicias del Mar	Quimí Zavala Ismael W.	Entrada a la Playa	Segunda	18	84
33	08-06-500196	Jennifer	Morales Víctor Hugo	Transversal la Playa	Segunda	26	120
34	08-06-500197	María Corina	Peralta Alviz Thelman	Las Acacias entrada Playa	Segunda	28	72
35	08-06-500198	Mira Valle	Cusme Vélez Teófilo	Las Acacias entrada Playa	Segunda	14	33
36	08-06-500606	El Dorado	Roberto Vásquez Velasco	Las Acacias	Segunda	20	55
37	08-06-500585	Siona	Nelly Arias Ríos	21 de Noviembre sector las Acacias	Segunda	16	64
38	08-06-500407	Real	Palma Simisterra	Malecón de la playa	Segunda	16	66
39	08-06-500201	Oro Blanco	Galo Ordoñez	Malecón del Río	Segunda	17	70

40	08-06-500416	Andy Internacional	Gordon Quispe Jimmy	Malecón playa y ostiones	Segunda	24	80
41	08-06-500202	Paco Foco	Quimí Zavala Marcos Frank.	Entrada a la playa	Segunda	14	32
42	08-06-500203	El Pedregal	Olarte Bolaño Rosalba	9 de Octubre P. Peatonal	tercera	16	64
43	08-06-500248	Carmita	Rivera Alberto	Las Taguas y Malecón	Segunda	16	36
44	08-06500524	Ginco	Mosquera Sosa Abelardo	C. Camarones	Segunda	12	50
45	08-06-500205	Riandy Internacional	Daza Quiñones Alfredo	Las Acacias	Segunda	23	77
46	08-06-500206	Sambaye	Jaramillo Puerta Gonzalo	Malecón Playa	Segunda	14	70
47	08-06-500207	Seaquariun	Pozo Vaca Bayardo	Las Acacias	Segunda	20	78
48	08-06-500208	Bachita	Zavala Parrales Víctor	Transversal Playa	Tercera	24	78
49	08-06-540631	Flor de Luna	Valverde Ocaña Verónica Natalia	La Granada	Tercera	14	56
50	08-06-500211	Vista Hermosa	Darquea Germán	Calle Transversal	Tercera	28	52
51	08-06-500247	La Bastille	Lenin Vásquez	Las Taguas y Malecón	Segunda	19	84
52	08-06-500254	Rinsan	Rivera Luis	Malecón Playa	Segunda	19	60
53	08-06-500515	Alemán	Martin de Einhaus	Malecón Playa	Segunda	21	110
54	08-06-500255	Barca La	Sara Inés Moyano Verde soto	Las Acacias	Tercera	14	52
55	08-06-500532	La Casa de la playa	Cueva Villacís Marco	Calle Cedros	tercera	12	36
56	08-06-500605	Sol Renaciente	José Homero Macías Cedeño	Barrio Nueva Granada y Calle C	Tercera	14	52
	Hostales Residencias						
57	08-06-500563	Orus	Manjarres Bastidas Cesar W	Malecón de la playa	Primera	20	80
58	08-06-500525	Aldea Mar	Bernal Sandra	Las acacias	Segunda	24	58
59	08-06-500213	Aldea 1 La	Proaño Carlos y Sra.	Entrada a la Playa	Segunda	20	75
60	08-06-500214	Chavalito	Salazar Lozano Betty	Malecón del Río	Segunda	17	34
61	08-06-500637	PLAYA CANELA	Segundo Arteaga Vallejo	Malecón de la Playa	Segunda	6	

62	08-06-500241	J.B.	Bedon Toscano José Gabriel	Calle Nueva Granada	Segunda	18	72
63	08-06-500215	Océano	García Proaño Mariano	Transversal Playa	Segunda	15	60
64	08-06-500509	Atacames Inn 2	Bolaños Pineda Eduardo	Malecón de la playa	Segunda	24	86
65	08-06-500216	Perla La	Rodrigo Narváez Vasco	Transversal Playa	Segunda	12	40
66	08-06-500218	Vegas Las	Álvarez Sánchez Martha	Av. Principal Centro	Segunda	24	60
67	08-06-500399	California	Humberto Fredi Suarez Rojas	Av. Las Acacias	Segunda	17	60
68	08-06-500424	Marjorie	Edith Marjorie Tenelema de Chica	la granada	Segunda	15	65
69	08-06-500504	Boulevard	Martha K Hermida Intriago	Malecón del Río	Segunda	12	44
70	08-06-500415	Camino Real	Cuero Villalva Wilson	Bocana Atacames	Segunda	16	43
71	08-06-500526	Cenit	Bravo Álvarez Andrés	C. Ostiones	Segunda	14	55
72	08-06-540549	Plaza	Plaza Pazmiño Carlos	C. Transversal palmeras y Malecón	Segunda	19	68
73	08-06-500470	Alfa Y Omega	Pisco Álava Adolfo	21 de noviembre y ostiones	Segunda	26	105
74	08-06-500562	Olas	Blanca Olas Borja	FRENTE AL PARQUE	Segunda	14	42
75	08-06-500229	Sol de Oriente	Zorrilla Cevallos Isabel	Las Acacias	Segunda	22	72
76	08-06-500220	Bellavista	Jiménez de Cusme Elsa	Av. Principal Centro	Tercera	18	70
77	08-06-500221	Caracol	Narcisa de Jesús Pozo Vaca	Entrada a la Playa	Tercera	16	60
78	08-06-500222	Copa Cabana	De La Zota Siciliano A.	Las Acacias	Tercera	16	36
79	08-06-500223	Coral El	Calle Sacoto Ángel	Malecón Urb. La Perla	Tercera	24	82
80	08-06-500224	De Mi Naty	Narváez Cesar Alfredo	Playa Nueva Granada	Tercera	14	76
81	08-06-500225	Esperanza Marina	Zapata Víctor y Sra.	Malecón Bocana de Atacames	Tercera	26	60
82	08-06-500226	Granada	Moreira Zambrano José	Barrio Nueva Granada	Tercera	14	60
83	08-06-500227	Guayacán	Aulestia Gutiérrez Hernán	Transversal Malecón Río	Tercera	8	40
84	08-06-500265	San José	Lizano Pérez José C.	Las Acacias	Tercera	12	16

85	08-06-500453	Manhattan	Sandra M. Montes Martínez	Malecón del Rio	Tercera	12	40
86	08-06-500455	MIRASOL	Jaramillo Altamirano Gustavo	sector La Bocana Atacames	Tercera	10	35
87	08-06-500505	VILLA ROSAURA	Arias casola Lidia Susana de Guayasamin	Nueva Granada	Segunda	12	45
88	08-06-500619	Estelita	Caicedo Veliz Antonia	Calle Roberto Luis Cervantes	Tercera	11	
89	08-06-500635	Verano Tropical	Urgilez García Galo	Las Acacias	Tercera	16	36
90	08-06-500267	Verónica	Cecilia Quimis Zabala	Las Acacias	Tercera	16	20
	HOSTERIA						
91		Casa Blanca	Darquea Larrea Miguel Ángel	Barrio Nueva Granada	Primera	16	58
92	08-06-500232	Palmera Real	Baumann Diana	Calle A Urb. La Perla	Segunda	23	36
93	08-06-500231	Playa Hermosa	Rueda Jácome Lucia	Malecón de la playa	Segunda	13	50
94	08-06-500501	La Estancia Cocobamba	Ortiz Estefanuto Gladys Yolanda	sector cocobmba	Segunda	9	27
	Hoteles						
95	08-06-500597	Azul Real	Mina Espinoza Marcelo	21 de noviembre	Primera	34	70
96	08-06-500586	Costa paraíso	Gaviño Fernández Margot	calle Coral Negro y los delfines	primera	62	197
97	08-06-500235	Club del Sol	Víctor Villegas Torres	Entrada a la playa	Primera	54	193
98	08-06-500236	Juan Sebastián	Cárdenas Mario	Malecón Playa	Primera	64	288
99		Puerto Manglar	So. civil Puerto Manglar S.A	Malecón Río	Primera	30	122
100	08-06-500240	Gran Paraíso	Alear Carrión María	Vía Súa	Segunda	72	72
101	08-06-500217	Rossmarg	Pizarro Alava Sandra Fabiola	Malecón Playa	Segunda	33	100
102	08-06-500242	Tiburón	Montaño Mercado Antonia	Malecón Playa	Segunda	40	180
103	08-06-500489	Malecón Inn	Toroshina Camacho Gladys M	Malecón Playa	Segunda	31	89

104	08-06-500239	Elicios	Carlos Miguel Elicio Buitrón	Nueva Granada	Segunda	28	100
105	08-06-500639	Milamar	Guerrero Garcés Digna	Malecón de la playa	Segunda	31	
106	08-06-500243	Galería Atacames	Joachín Foster	Malecón Playa	Tercera	29	100
107	08-06-500244	Mediterráneo	Estrella Rúales Fernando	Malecón Playa	Tercera	36	105
108	08-06-500245	Tahití	Brito Merino Edgar	Malecón Playa	Tercera	62	260
109	08-06-500405	Costa Brava	Cisneros Mantilla Carlos R.	Barrio Nueva Granada	Tercera	30	120
		Pensiones					
110	08-06-500253	Marcos Room	Maldonado Céleri Patricia	Malecón Playa	Segunda	7	28
111	08-06-500486	Oasis Beach	Toroshina Camacho Ángel L.	Malecón Playa Ostiones	Segunda	6	30
112	08-06-500249	La Casa del Manglar	Reyes María Patricia	Ingreso a la Playa	Segunda	6	15
113	08-06-540557	Rio	Reasco Ocaña Marco Antonio	Súa y Malecón	segunda	7	28
114	08-06-500251	Guajira	Herembas López Segundo	Las Acacias y Malecón	Segunda	11	19
115	08-06-500252	Titanic	García Lastra Consuelo	Transversal Playa	Segunda	10	40
116	08-06-500246	Alta Gracia	Acosta Inés Aida	Ingreso a la Playa	Segunda	8	17
117		Casa Nostra	Daisy Valencia	Bocana Rio Atacames	Segunda	6	20
118	08-06-500673	Perla del Pacifico	Rodríguez González María Elena	cayapas Malecón de la playa	segunda	10	20
119	08-06-540462	Pochito	Orobio Cabezas Marcos Alfonso	Malecón Playa	Segunda	7	25
120	08-06-500593	Luz y Mar	Raúl Patricio JaraVerdesoto	Entrada a la Granada	Segunda	6	30
121	08-06-500465	Marpina	Mart ha Pinargote	2de Noviembre	Tercera	9	18
122	08-06-500563	Bruklin	Bolaños Fernández Edgar	Barrio las Acacias	Tercera	10	42
123	08-06-500257	Doña Leo	Mora de Leonor	Calle Las Acacias	Tercera	7	20
124	08-06-500261	Latinos	Montalvo Eduardo	Barrio Nueva Granada	Tercera	10	40
125	08-06-500418	Ficus	Valbuña Prieto Maximiliano	Las Orquídeas y Malecón	Tercera	8	32
126	08-06-500260	Galería Atacames II	Foster Joachim	Malecón del Río	Tercera	11	35

127	08-06-500264	Rebeca	Sandoval Rebeca Victoria	Playa	Tercera	7	15
128	08-06-500514	Típico de Luis	Barcia Gaspar Luis E.	21 de noviembre (puente Peatonal	Tercera	6	16
129	08-06-500267	Verónica	Haro Valenzuela Franklin	Las Acacias	Tercera	16	20
130	08-06-500614	La Ramada	Lara Drouet Luisa	Calle Crotos	Tercera	7	
131	08-06-500623		Pedreros Torres Jorge	Vía Principal Coop. 2 de Noviembre	Tercera	5	
132		Balboa	Herederos (Fernando Yerovi)	Calle Espejo y Malecón de la Playa	tercera	10	
133	08-06-500567	El pez que ríe	Ruano Boya Elmer	Calle 21 de noviembre y ostiones	tercera	7	20
134	08-06-500617	Romy	Vallejo Santa Miriam Cencibel	Calle cedros y Malecón	Tercera	9	
CASTELNUOVO							8062
	Departamentos						
135	08-06-500626	San Francisco	Paredes Francisco Eduardo	Entrada a Castelnuevo	Segunda	10	
	CABAÑAS						
136	08-06-500176	Bosque El	Junco Abellán Janeth	Castelnuevo Playa	Segunda	18	72
137	08-06-500186	Jean Pierre	Junco Abellán Ana Teresa	Castelnuevo	Segunda	13	39
138	08-06-540361	La Tolita	Pazmiño Valencia Heriberto	Castelnuevo	Segunda	18	80
	HOTELES						
139	08-06-500234	Castelnuevo	General de Turismo C.A	Playa Km.25 Atacames	Primera	25	148
	HOSTAL						
140	08-06-500627	Club San Marino	Alfredo Proaño	Entrada a Castelnuevo	Segunda	20	
141	08-06-500633	Puerto plata	Germán Vega Gómez	Entrada a Castelnuevo	Segunda	16	339
COMIDAS Y BEBIDAS							339

	Fuentes de Soda					
142	08-06500629	Fuente de Soda Galápagos	Carlos Borja Silva	C. 21 de Noviembre y Ostiones	Tercera	
	Restaurantes					
143	08-06-500298	Marinero	Sol Robinson Lupes Boniza	Malecón Playa	Cuarta	
144	08-06-500301	Tiburón	Clemente Cotera Trejo	Malecón Playa	Cuarta	
145	08-06-500479	Las Delicias del Marisco	Loor García Luis Fernando	Malecón Playa	Cuarta	
146	08-06-500295	Capricornio	Walter Tenorio	Malecón del río	Cuarta	
147	08-06-500609	Punto Sabroso	Castro Cauces Eva Viviana	Malecón de la Playa	Segunda	
148	08-06-500272	Da Giulio	Erbí Giulio	Malecón a la Playa	Segunda	
149		El Esmeraldeño	Barcia Salazar Luis	Frente a las Cabañas Marbella	Tercera	
150	08-06-500601	OH MAR No 1	Jorge Cevallos Méndez	C.21 de Noviembre y Crotos	Segunda	
151	08-06-500602	OH MAR No 2	Jorge Cevallos Méndez	Malecón de la playa	Segunda	
152	08-06-500632	Wendy	Valencia Betancourt Carmen	Av. las acacias y 21 de noviembre	tercera	
153	08-06500-625	Doña Carmen	María del Carmen Robinson Arboleda	Entrada A Castelnuovo	Tercera	
154	08-06-500274	El Alcatraz	Elsa Esmeraldas	Vía a la Unión de Atacames	Tercera	
155	08-06-500275	Cena La	Adolfo Pisco	Malecón Playa	Tercera	
156	08-06-500513	Cubano	Garrido Canchingre Gloria	Malecón Playa	Tercera	
157	08-06-500538	Colombianita	León González	Malecón playa	Tercera	
158	08-06-500276	Copa Cabana	Mieles Falcones Casilda	Entrada Castelnuovo	Tercera	
159	08-06-500642	Punto y Coma	Granja Vanin Víctor	Malecón principal	Tercera	
160	08-06-500281	Le Coco Tier	Olaya Torres Liliana	Playa	Tercera	
161	08-06-500283	Marcos	Tito Romero Marcos	Playa	Tercera	

162	08-06-500286	Narcisa de Jesús	Pasmillo Erazo Alfredo	Playa	Tercera		
163	08-06-500512	Chosita	Cobo Sandoval Gladys	Malecón Playa	Tercera		
164	08-06-50496	Lolita	Vera Chila Dolores	21 de noviembre y av. Acacias	Cuarta		
165	08-06-500495	Sazón Costeño	Granja Angulo Juan Pablo	Malecón de playa	Tercera		
166	08-06-500287	Nonames	ENZO BARON SPAGNOLO	Malecón de la playa	Tercera		
167	08-06-500597	Deisy	John Henri Rebolledo Portocarrero	Calle acacias y 21 de Noviembre	Tercera		
168	08-06-500282	Ludo's	Ernesto Echeverría	Playa	Tercera		
169	08-06-500628	El gran coco	Chila Arturo Leo Carmelo	Entrada principal Atacames	Tercera		
170	08-06-500530	El Sabor Manabita 2	Arostegui Rosario	C.P. Diagonal Cancha	Cuarta		
171	08-06-500530	El Sabor Manabita 1	Caicedo Veliz Antonio	J. Montalvo y Cervantes	Cuarta		
172	08-06-500302	Ludos	Echeverría Jijón Ernesto	Malecón Playa	Segunda		
173	08-06-500609	Punto Sabroso	Castro Cauces Eva Viviana	Malecón de la Playa	Segunda		
174	08-06-500490	Al Paso	Borja Prado Enrique	C. Ostiones Malecón	Cuarta		
175	08-06-500950	Flipper 2	Dominga Quiñones Robinson	21 de noviembre	cuarta		
	08-06-540577	Los Samanes	Ligia Sacoto Cedeño	Km 12 Esmeraldas-Atacames	Segunda		
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO							
	Discotecas						
176	08-06-500303	Sambaye	Jaramillo Olmedo Gonzalo	Malecón Playa	Segunda		
177	08-06-500304	Scala Disco Club	Vásquez Carlos	Malecón Playa	Segunda		
TOTAL PLAZAS CANTÓN ATACAMES (Cabecera Cantonal):							17141

