



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES.

Tesis de grado.

Previo a la obtención del título de:

Ingeniera/o en Finanzas y Relaciones Comerciales.

Tema:

“Estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, cantón Chone”.

Autores:

Ana Julia Chávez Alarcón.

Jorge Washington Andrade Loor.

Director de tesis:

Eco. Julio César Silva Ruíz.

Portoviejo – Manabí – Ecuador.

2014.

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.

Eco. Julio César Silva Ruiz, catedrático de la carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Certifica:

Que los estudiantes, Ana Julia Chávez Alarcón y Jorge Washington Andrade Loor, han realizado su tesis de grado titulada: “Estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, cantón Chone”. Previo a la obtención del título de Ingenieros en Finanzas y Relaciones Comerciales, bajo mi dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad.

Eco. Julio César Silva Ruíz.

Director de tesis.

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.

La tesis de grado titulada: “Estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, cantón Chone”. Desarrollada por los estudiantes, Ana Julia Chávez Alarcón y Jorge Washington Andrade Loor, luego de haber realizado las revisiones de rigor, los miembros del tribunal examinador, en cumplimiento de lo que dispone la ley, dan por aprobada la misma, para lo cual firman en unidad de acto.

Tribunal:

Eco. Julio César Silva Ruiz.
Director de carrera.

Eco. Julio César Silva Ruiz.
Director de tesis.

Eco. Franklin García Sánchez.
Miembro del tribunal.

Eco. Alex Ramos Mendoza.
Miembro del tribunal.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.

Declaramos que el presente trabajo titulado: “Estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, cantón Chone”, fue realizado de acuerdo a lo establecido por la Universidad San Gregorio de Portoviejo. La responsabilidad sobre la investigación, ideas, resultados, conclusiones, y recomendaciones pertenecen exclusivamente a los autores de este trabajo. Además, cedemos nuestros derechos de autoría de la Tesis, a favor de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Ana Julia Chávez Alarcón.

Autora.

Jorge Washington Andrade Loor.

Autor.

DEDICATORIA.

A Dios, por haberme dado la existencia, por permitirme estar donde estoy y ser quien soy; gracias por ser mi guía y por iluminar mi mente. A mis padres Elena Vicenta Alarcón Solórzano y Julio Salomón Chávez Zambrano por su infinito amor, por sus consejos, por sus palabras de aliento, por la motivación, porque con su manera de afrontar la vida, me han contagiado de optimismo. A ellos dedico este triunfo. A mis hermanos, Julio César, Julia Jazmín y Carlos Julio; por estar siempre presentes desde hace 22 años en mi vida. A mis sobrinos Yunito y Lucía; porque su inocencia y alegría me enseñan que hay que disfrutar cada segundo de la vida. A mi cuñada Lourdes por su gran cariño.

Ana Julia Chávez Alarcón.

DEDICATORIA.

Este trabajo se lo dedico a mi abuelo Arturo Arcadio Andrade Minaya, quien fue mi maestro de vida, mi ejemplo de humildad y sencillez, a quien a pesar de los años lo sigo recordando como cuando era un pequeño, y quien en base a sus consejos y enseñanzas, me hace sentir que aún está conmigo en los pequeños y grandes pasos que doy.

Jorge Washington Andrade Loor.

AGRADECIMIENTO.

A Dios, fuente de inspiración y vida que me ha llenado de bendiciones y me ha brindado la sabiduría necesaria para llegar al final de mi etapa universitaria. A mis padres, seres maravillosos que me dieron la vida.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo y a mis queridos docentes, que, en estos años de estudio impartieron sus conocimientos y grandes consejos. Al Eco. José Vicente Santos por el apoyo durante la realización de este trabajo. A nuestro director de tesis, Eco. Julio César Silva Ruíz, por su asesoramiento y por la amistad brindada durante nuestra carrera universitaria.

A mi compañero de tesis, Jorge Washington Andrade Loor, por haber sido partícipe en el logro de esta meta planteada. A todos mis amigas y amigos que de una u otra forma me han apoyado y me han brindado su amistad, por las experiencias vividas y lo que aún nos queda por vivir.

Ana Julia Chávez Alarcón.

AGRADECIMIENTO.

Agradezco infinitamente a mi padre, Jorge Washington Andrade Andrade y mi madre Norma Leonor Loor Alcívar quienes gracias a su apoyo constante, y su confianza permanente, son los gestores de mi formación y superación, además de ser ejemplos de la práctica de valores y principios. A mi hermano Jorge Arturo Andrade Loor, por su soporte incondicional en cada meta que me he fijado cumplir.

A toda mi familia, amigos, y en especial a mis compañeros, quienes hacíamos de cada clase un encuentro participativo y dinámico, con el fin de demostrar al máximo nuestras capacidades y talentos. A nuestro director de tesis, Eco. Julio César Silva Ruíz, quien bajo su mando nos brindó la guía para la finalización de nuestra tesis. A mi compañera de tesis Ana Julia Chávez Alarcón, con quien con paciencia, esfuerzo y dedicación alcanzamos una meta más en nuestra vida profesional.

Jorge Washington Andrade Loor.

RESUMEN.

Se realizó el estudio para implementar una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, cantón Chone. Buscando diversificar el turismo en la provincia de Manabí, impulsando el turismo rural, de tradición y cultura. Primeramente se da a conocer todo sobre la parroquia Boyacá; fuentes de ingresos, actividades de turismo y el grado de importancia que se le da al rescate de culturas y tradiciones; en el estudio de mercado se determina la oferta y demanda. Los estudios técnicos y de diseños, determinaron la dimensión, tecnología y recursos necesarios del proyecto. Respecto a lo organizativo, administrativo y legal se identificaron los requisitos y documentación necesaria para la constitución de la hostería, así como los permisos y ordenanzas tanto municipales como del Ministerio de Turismo. Referente a la estructura financiera del proyecto, se pudo determinar que la puesta en marcha de la hostería es una alternativa de negocio rentable. Finalmente se exponen los aspectos en los cuales se aportará a la comunidad de la parroquia Boyacá, y de Manabí, basándose en el impulso del turismo rural.

Palabras claves: prefactibilidad, hostería campestre, construcción, negocio, turismo, tradiciones, identidad, cultura, desarrollo turístico.

ABSTRACT.

The study was conducted to implement a country guesthouse as an alternative business and tourism development in the parish Boyacá, Chone Canton. Seeking to diversify tourism in the province of Manabi, promoting rural tourism, tradition and culture. First disclosed everything about Boyacá parish; sources of income, tourism activities and the degree of importance given to the rescue of cultures and traditions; in the study of market supply and demand is determined. Technical and designs, studies determined the size, technology and resources of the project. Regarding the organizational, administrative and legal requirements and documentation needed to establish the lodge as well as permits and ordinances municipal and the Ministry of Tourism were identified. Regarding the financial structure of the project, it was determined that the implementation of the inn is a profitable alternative. Finally the aspects which contribute to the parish community of Boyacá and Manabi, building on the momentum of the accommodations are discussed.

Keywords: feasibility, country inn, construction, business, tourism, traditions, identity, culture, tourism development.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS. i

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR. ii

DECLARACIÓN DE AUTORÍA. iii

DEDICATORIA. vii

DEDICATORIA vi

AGRADECIMIENTO. v

AGRADECIMIENTO. iv

RESUMEN. viii

ABSTRACT. ix

ÍNDICE GENERAL. x

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I. 3

1. Generalidades. 3

1.1. Historia del cantón Chone. 3

1.2. Características generales de la parroquia Boyacá. 4

1.2.2. Población. 5

1.2.3. Geografía, orografía e hidrografía. 7

1.2.4. Atractivos naturales y turísticos. 7

1.2.5 Aspectos socioeconómicos. 8

Educación.....	8
Fuentes de ingresos del sector.	9
Nivel de vida de los habitantes.	10
Inversiones turísticas.....	10
CAPÍTULO II.	11
2. Estudio de Mercado.....	11
2.1. Objetivo del estudio de mercado.....	11
2.2 Estructura del mercado.....	12
2.2.1 Análisis histórico del mercado.	12
2.2.2 Análisis actual del mercado.	12
Aspectos generales del sector	12
Clientes potenciales	13
Análisis de la competencia	13
2.2.3. Tendencia del mercado.	13
2.3. Caracterización del producto.....	13
2.3.1. Características del servicio.....	13
2.3.2. Clasificación por su uso.	14
2.3.3. Productos sustitutos o complementarios.....	14
2.4. Estudio de mercado.	15
2.4.1. Segmentación del mercado.	15
2.4.2. Selección de la muestra.	15

2.4.3.	Investigación de campo y análisis de los resultados.	15
2.5.	Análisis de la demanda.	34
2.5.1.	Clasificación de la demanda.....	34
2.5.2.	Factores que afectan la demanda.....	34
2.5.3.	Comportamiento histórico de la demanda del producto.	35
2.5.4.	Comportamiento actual de la demanda del producto.	36
2.6.	Análisis de la oferta.....	37
2.6.1.	Clasificación de la oferta.....	37
2.6.2.	Factores que afectan la oferta.....	38
	Número de competidores.	38
	Incurción de nuevos competidores.....	38
	Capacidad de inversión fija.....	39
	Precios de los servicios relacionados.....	39
2.6.3.	Comportamiento histórico de la oferta.....	39
2.6.4.	Comportamiento actual de la oferta.	40
2.6.5.	Proyección de la oferta.....	40
2.7.	Determinación de la demanda insatisfecha.	41
2.8.	Análisis de precios.	41
2.8.1.	Factores que influyen en el comportamiento de los precios.	42
2.8.2.	Comportamiento histórico y tendencias de los precios.....	42
2.8.3.	Estimación de precios.	43

2.9.	Mercadeo y comercialización.	44
2.9.1	Estrategias de producto.	44
2.9.2	Estrategias de precios.	44
2.9.3.	Estrategias de plaza.	45
2.9.4.	Estrategias de promoción.	45
CAPÍTULO III.		47
3.	Estudio Técnico Ambiental.	47
3.1.	Tamaño del proyecto.	47
3.1.1.	Factores determinantes del proyecto.	47
	Condiciones del mercado.	47
	Disponibilidad de recursos financieros.	47
	Disponibilidad de la mano de obra.	48
	Disponibilidad de insumos y materia prima.	48
	Disponibilidad de tecnología.	49
3.1.2.	Capacidad de la producción.	49
	Tamaño óptimo.	49
3.2.	Localización del proyecto.	51
3.2.1	Macrolocalización.	51
	Justificación.	521
	Mapa de la macrolocalización.	53
3.2.2.	Microlocalización.	53

Criterio de selección de alternativas	54
Plano de la microlocalización.....	55
3.3. Ingeniería del proyecto.....	56
3.3.1. Proceso de producción del servicio.....	56
3.3.2. Diagrama de flujo o procesos del servicio.....	57
3.3.3. Programa del servicio.....	58
3.3.4. Distribución en planta de la maquinaria y equipo.....	58
3.3.5. Estudios de insumos, materiales y materia prima.....	60
Clasificación de los insumos y materiales.....	60
Cantidad necesaria de los insumos y materiales.....	61
3.3.6. Requerimiento de mano de obra.....	61
3.3.7. Requerimiento de maquinaria y equipo.....	62
3.3.8. Calendario de ejecución del proyecto.....	62
3.4. Análisis del impacto ambiental.....	62
3.4.1. Contaminación del aire.....	63
3.4.2. Contaminación del agua.....	63
3.4.3. Contaminación del suelo.....	64
3.4.4. Acciones de prevención.....	64
CAPÍTULO IV.....	65
4. Estudio Administrativo, Organizativo y Legal.....	65
4.1. Organigrama de la empresa.....	65

4.2.	Desarrollo de los procesos.	65
4.3.	Desarrollo de procedimientos y descripción de los puestos de trabajo.....	67
4.4.	Beneficios de ley.	72
4.5.	Remuneración.	73
4.6.	Permisos y ordenanzas municipales.....	73
4.7.	Ministerio de Turismo.....	74
CAPÍTULO V.		78
5.	Estudio financiero.	78
5.1	Presupuestos.....	78
5.1.1	Presupuesto de inversión.....	78
	Activos fijos.....	78
	Amortización de activos diferidos.....	85
	Capital de trabajo.....	85
5.1.2.	Cronograma de inversión.....	87
5.1.3	Presupuesto de operación.....	88
	Presupuesto de egresos.	90
	Estructura de financiamiento.	91
5.2.	Estados financieros.....	92
5.2.1.	Estado de situación inicial.....	92
5.2.2.	Estado de resultado.	93
5.2.3	Flujo de caja.	94

5.3	Evaluación financiera.....	95
5.3.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	95
5.3.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	95
5.3.3.	Relación beneficio-costo (RB/C).....	96
5.3.4.	Periodo de recuperación.....	97
5.3.5.	Análisis de sensibilidad.....	97
CAPÍTULO VI.....		99
6.	Contribución al Desarrollo turístico del sector.	99
6.1	Promover a nivel local capacidades para la gestión del desarrollo turístico...100	
6.2.	Participación en integración de la comunidad local.....	101
6.3.	Generación de empleo en la población.	102
6.4.	Diversificar la oferta turística.....	103
6.5.	Reducción de la migración de las personas del sector.	104
6.6.	Conservación de los recursos naturales y culturales.....	106
6.7.	Fortalecer la identidad cultural manabita y contribuir a la educación.	107
CONCLUSIONES.....		108
RECOMENDACIONES.....		110
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Atractivos turístico	16
Tabla 2. Factores de atractivos turísticos	17
Tabla 3. Características de los habitantes de Manabí	18
Tabla 4. Actividades económicas de la zona	19
Tabla 5. Actividades de mayor rentabilidad	20
Tabla 6. Inversiones tradicionales.....	21
Tabla 7. Alternativas de inversión	22
Tabla 8. Existencia de un espacio físico	23
Tabla 9. Lugares especiales.....	24
Tabla 10. Atractivos naturales.....	25
Tabla 11. Frecuencia de visitas	26
Tabla 12 . Visita a sectores campestres.....	27
Tabla 13. Conformidad con los servicios hoteleros	28
Tabla 14. Compañía en las vacaciones	29
Tabla 15. Características hoteleras.....	30
Tabla 16. Distracciones naturales	31
Tabla 17. Incorporación de actividades al servicio hotelero.....	32
Tabla 18. Gastronomía.....	33
Tabla 19. Demanda actual.....	36
Tabla 20. Demanda efectiva.....	37
Tabla 21. Capacidad de inversión fija.....	39
Tabla 22. Cambios radicales en los precios	43
Tabla 23. Calendario de festividades	51

Tabla 24. Factores de macrolocalización	53
Tabla 25. Factores de microlocalización.....	55
Tabla 26. Clasificación de los insumos y materiales	60
Tabla 27. Cantidad necesaria de insumos	61
Tabla 28. Cantidad necesaria de materiales	61
Tabla 29. Requerimiento de maquinaria y equipo	62
Tabla 30. Calendario de ejecución del proyecto	62
Tabla 31. Activos fijos	79
Tabla 32. Mobiliario de habitaciones.....	79
Tabla 33. Mobiliario de restaurante	80
Tabla 34. Mobiliario de oficina.....	80
Tabla 35. Maquinaria de hospedaje	80
Tabla 36. Equipo de oficina	81
Tabla 37. Equipos de computación	81
Tabla 38. Equipos de cocina	81
Tabla 39. Vehículo	81
Tabla 40. Equipos de habitaciones.....	82
Tabla 41. Cabañas matrimoniales y dobles.....	82
Tabla 42. Cabañas triples	82
Tabla 43. Cabañas quíntuples	83
Tabla 44. Cabaña administrativa y cabaña adicional	83
Tabla 45. Obra civil.....	84
Tabla 46. Depreciaciones	84
Tabla 47. Amortización de activos diferidos	85
Tabla 48. Distribución de capital de trabajo	85

Tabla 49. Sueldos y salarios	86
Tabla 50. Cronograma de inversión	87
Tabla 51. Ingresos por hospedaje.....	88
Tabla 52. Ingresos por pesca deportiva.....	88
Tabla 53. Ingresos por restaurante	89
Tabla 54. Ingresos por uso de instalaciones.....	89
Tabla 55. Ingresos generados por la hostería	90
Tabla 56. Egresos generados por la hostería.....	90
Tabla 57. Tabla de amortización.....	91
Tabla 58. Estado de situación inicial.....	92
Tabla 59. Estado de resultado	93
Tabla 60. Flujo de caja	94
Tabla 61. Valor actual neto	95
Tabla 62. Tasa interno de retorno	95
Tabla 63. Relación beneficio/costo	96
Tabla 64. Período de recuperación.....	97
Tabla 65. Análisis de sensibilidad.....	97
Tabla 66. Punto de equilibrio	98
Tabla 67. Puestos de trabajo generados por la construcción de la hosteria	103
Tabla 68. Puestos de trabajo generados por la puesta en marcha de la hostería.....	103

ÍNDICE DE CUADROS.

Cuadro 1. Población parroquia Boyacá.....	6
Cuadro 2. Nivel escolar parroquia Boyacá.	9
Cuadro 3. Factores de macrolocalización	52
Cuadro 4. Factores de microlocalización	54
Cuadro 5. Servicios del hotel campestre	58
Cuadro 6. Clasificación de los procesos	66
Cuadro 7. Funciones que desarrollará el administrador hotelero.....	67
Cuadro 8. Funciones que desarrollará la secretaria contadora.....	68
Cuadro 9. Funciones que desarrollará el chef ejecutivo	69
Cuadro 10. Funciones que desarrollarán los meseros	69
Cuadro 11. Funciones que desarrollará la camarera	70
Cuadro 12. Funciones que desarrollará el barman	70
Cuadro 13. Funciones que desarrollará el de mantenimiento	71
Cuadro 14. Funciones que desarrollarán las ayudantes de cocina	71
Cuadro 15. Líneas de crédito	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1. Atractivos turísticos	16
Gráfico 2. Factores de atractivos turísticos	17
Gráfico 3. Características de los habitantes de Manabí	18
Gráfico 4. Actividades económicas de la zona	19
Gráfico 5. Actividades de mayor rentabilidad	20
Gráfico 6. Inversiones tradicionales.....	21
Gráfico 7. Alternativas de inversión	22
Gráfico 8. Existencia de un espacio físico	23
Gráfico 9. Lugares especiales	24
Gráfico 10. Atractivos naturales	25
Gráfico 11. Frecuencia de visitas	26
Gráfico 12. Visita a sectores campestres.....	27
Gráfico 13. Conformidad con los servicios hoteleros	28
Gráfico 14. Compañía en las vacaciones	29
Gráfico 15. Características hoteleras.....	30
Gráfico 16. Distracciones naturales	31
Gráfico 17. Incorporación de actividades al servicio hotelero.....	32
Gráfico 18. Gastronomía.....	33

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1. Mapa de la macrolocalización.....	53
Ilustración 2. Plano de la microlocalización	55
Ilustración 3. Proceso de producción del servicio.....	56
Ilustración 4. Diagrama de flujo de proceso del servicio.....	57
Ilustración 5. División de la hostería	59
Ilustración 6. Maqueta de las cabañas.....	59
Ilustración 7. División de las cabañas	60

INTRODUCCIÓN.

Ecuador se caracteriza por ser un país con una gran biodiversidad de paisajes, flora, fauna, cultura, tradiciones, costumbres, climas, riquezas naturales, playas, entre otras características existentes en cada una de las 4 regiones que lo conforman, convirtiendo de esta forma al Ecuador en una alta potencia turística. En la actualidad el turismo en el país se ha convertido en uno de los sectores mayormente atractivos para el sector privado, quienes lo han visto como una oportunidad para explotarlo y realizar inversiones. Con la finalidad de aprovechar los recursos turísticos con los que cuenta el país y el desarrollo que ha experimentado a través de los años, se pretende construir una hostería campestre tomando como ubicación la parroquia Boyacá, del cantón Chone, perteneciente a la provincia de Manabí; cuya actividad principal de los habitantes es la producción agrícola y ganadera. Este sector posee una gran riqueza natural y cultural, hermosos paisajes, es una tierra llena de encanto, donde las costumbres, tradiciones, la amabilidad de su gente y la realización de fiestas atraen a propios y extraños que visitan el lugar para disfrutar y pasar gratos momentos en un ambiente relajado.

Bajo este preámbulo se busca desarrollar un proyecto turístico de forma participativa, con el apoyo de la población del sector y de los demás organismos e instituciones que promuevan el turismo; logrando de esta forma generar fuentes de trabajo e impulsar la actividad turística en el medio, contribuyendo así al desarrollo socio económico del sector y del país. El turismo es visto como una vía de desarrollo, no solo para el sector empresarial que pretende invertir sino también para las

comunidades o sectores rurales, quienes mucho más allá de recibir empleo, deben convertirse en los promotores que gestionen el desarrollo de su localidad.

Por lo tanto el presente proyecto no solo está enfocado en percibir utilidades, sino también crear una participación activa de los habitantes del sector y además ofrecer una excelente opción turística para los visitantes.

CAPÍTULO I.

1. Generalidades.

1.1. Historia del cantón Chone.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí, GAD Provincial de Manabí ¹(s/f):

Chone fue lugar de los Chunos, quienes habitaron cerca de las riberas de los ríos Chone, Chagualú y Garrapata, comunidad que tomó el nombre de Chonana, según Mar Cedeño, en su obra Chone. El dominio iniciaba en Las Margaritas y se extendió hasta Maicito y El Mayal, comunidades que hoy pertenecen a El Carmen y Flavio Alfaro, La tribu, tenía su jefe que impartía justicia, y sus decisiones eran irremediables. Pedro de Alvarado, el conquistador, saqueó y devastó las poblaciones, primordialmente Bahía, Jipijapa y Manta; pero cuando a sus oídos llegó sobre las riquezas del Reino de Quito intentó llegar allá, internándose en la selva y perdiéndose.

Al encontrarse en ese problema, estableció algunos grupos de exploradores, y al trayecto hacia el sur envió al capitán Luis de Moscoso, quien descubrió el caserío chonana, donde almacenó víveres y tomó algunos prisioneros para conseguir información sobre el camino que llevaba a Quito. Este suceso se dio entre marzo y abril de 1534; pasados los años una nueva misión volvió al lugar, pero solo encontró covachas vacías que fueron incendiadas por los españoles.

El 7 de agosto de 1735, misioneros de Quito llegaron al caserío y lo elevaron a la categoría de Villa de San Cayetano de Chone, siendo el fundador el clérigo portovejense Fray José Antonio Cedeño. En aquella época Chone pertenecía a la gobernación de Esmeraldas.

El cantón Chone tiene 9 parroquias; 2 urbanas siendo Chone y Santa Rita; y 7 rurales que son Canuto, Ricaurte, San Antonio, Boyacá, Eloy Alfaro, Convento y Chibunga. Las principales actividades que se desarrollan en este territorio son: la agricultura, el comercio y la ganadería. Este último rubro convierte al cantón en el principal centro ganadero de la provincia, existiendo alrededor de 300 mil cabezas de ganado vacuno adaptadas a las duras condiciones de la montaña tropical.

En el ámbito del turismo existen varios atractivos y lugares de interés, como el Río Chone, Cerro Guayas, donde se encuentra la figura del Cristo Redentor; las galleras, las kermeses de octubre.

¹ Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí. (s/f). Historia del cantón Chone. Extraído de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/chone>. 21 de mayo de 2013.

Geográficamente Chone se encuentra al norte de la provincia de Manabí y tiene una superficie de 3.570,6 kilómetros cuadrados. El principal río es el Chone, que desemboca en un estuario de la Bahía de Caráquez; y como tributarios están el Garrapata, San Lorenzo y el Tosagua, por el sur, que nace en las montañas de Bolívar y Junín.

En este cantón funcionan extensiones de las principales universidades, como son la ULEAM, la PUCE, la UTPL, permitiendo a los jóvenes escoger la profesión acorde con sus aptitudes.

El turismo rural y paisajístico, son representan al cantón; donde se practica la pesca deportiva. Otro atractivo son sus grandes montañas, donde se desarrolla el turismo de excursión y aventura. En la gastronomía destacan el caldo y bistec de gallina criolla, también los productos lácteos especialmente el queso chonero. (párr.1, 2,3)

1.2 Características generales de la parroquia Boyacá.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Boyacá² (s/f):

Boyacá fue exaltada a parroquia rural el 18 de Marzo de 1920. Destacando su producción ganadera, y afición por la cría de caballos y gallos de pelea, además de actividades de producción agrícola.

Sus recintos: La Victoria, El Capricho, Estero Seco, San Miguel, Las Cañas, Daca I, Daca II, La Barranca, La Argentina, El Retiro, Las Piedras, Los Liberales, La Chirimoya, La Palestina, Buenos Aires, Danda I, Danda II, Platanales y Chichanda.

A principios Boyacá fue nombrada Recinto la Palma, debido a la llegada del Señor José Miguel Párraga en 1870, originario del Cantón Rocafuerte, quien abriendo espacio entre la selva enmarañada, se sintió atraído por este maravilloso lugar, obtenido una propiedad desde San Antonio hasta Baca. Don Miguel Párraga, levanto su hogar en Boyacá, y según versiones de los habitantes, los horcones se alzaban desde el suelo hasta el techo y se enganchaban por medio de bejucos: notándose la abundante vegetación de aquel tiempo. Las calles se dieron paso por Don Miguel, y el templo construido gracias a la donación del terreno por su esposa. El señor Miguel decidió bautizar al sitio las palmas por estar repleto de palmeras, atrayendo a más personas a quedarse, entre ellos: los señores José Moreira, Juan Felipe Vera, Manuel Moreira, Alejandro Vivas, Bladomero Ibarra, Filiberto Vera, Víctor Quevedo, José Espinoza, Enrique y Emiliano Montesdeoca, Emiliano Cedeño, Juan Cruz Aizprúa, Manuel Grijalva.

² Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Boyacá. (s/f). Historia de Boyacá. Extraído de, <http://gadboyaca.gob.ec/parroquia/boyaca/historia.html>. 22 de mayo de 2013.

Con la llegada de nuevas personas, el sitio La Palma se fue desarrollando demográficamente, existiendo la necesidad de cambiar su nombre, proponiéndose por parte de Don Miguel Párraga el nombre de Boyacá, al cabildo de Chone representado en aquella época por el Sr. Ramón Verdugo, nombre propuesto en honor a la gran batalla del 7 de agosto de 1819 en campo colombiano, donde el pueblo colombiano fue liberado de la opresión española. El requerimiento fue procesado y el 1 de septiembre de 1919 se emitió la Ordenanza Municipal elevando a Parroquia al Sitio “La Palma” con el nombre de “Boyacá”. Se crea a la nueva parroquia de Boyacá del cantón Chone el 3 de junio de 1920 y así con este pacto se trasladan a Boyacá las autoridades del Municipio a posesionar a las nuevas y primeras autoridades parroquiales.

El 27 de julio de 1920 llegaron a este sector Don Emilio Jarre Vicepresidente del Cabildo y miembros del Batallón Cazadores del cantón Chone y le acompañaron: Estenio Murillo, Frowen Coppiano, Ignacio Hidalgo; asistieron cuatro oficiales del mismo batallón: Segundo Jarre, Sargento Mayor; Cesar Augusto Gallegos, Subteniente; Fernando Salazar y Alejandro Alcívar. Esta sesión se efectuó en casa del Sr. José Vidal Hidrovo para dar lectura al acta de aprobación N°284 del 5 de marzo de 1920. El primer Teniente Político el señor Zenorio Espinel Franco posesionado el 10 de abril de 1920, y Don Vidal Hidrovo Moreira como primera autoridad (párr. 1, 2, 3,4).

1.2.1. Ubicación.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Boyacá³ (s/f): “Está ubicada al oeste centro de Chone y limita al norte con Eloy Alfaro, al sur con San Antonio, al este con Ricaurte y al oeste con el cantón San Vicente” (p. 1).

1.2.2. Población.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos⁴, (2010): “La parroquia Boyacá está conformada por 4.501 habitantes, de los cuales 1.443 forman la población económicamente activa”.

³ Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Boyacá. (s/f). Ubicación geográfica. Extraído de, <http://gadboyaca.gob.ec/parroquia/boyaca/historia.html>. 22 de mayo de 2013.

⁴ Instituto Nacional de Estadística y Censos de Población y Vivienda. (2010) Población por parroquias. Extraído de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/> 26 de junio de 2013.

Cuadro 1. POBLACIÓN PARROQUIA BOYACÁ.

GRUPO DE EDADES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor de 1 año	45	33	78
De 1 a 4 años	197	185	382
De 5 a 9 años	285	257	542
De 10 a 14 años	259	235	494
De 15 a 19 años	225	215	440
De 20 a 24 años	176	156	332
De 25 a 29 años	138	141	279
De 30 a 34 años	154	126	280
De 35 a 39 años	146	145	291
De 40 a 44 años	164	136	300
De 45 a 49 años	132	97	229
De 50 a 54 años	107	87	194
De 55 a 59 años	99	88	187
De 60 a 64 años	79	73	152
De 65 a 69 años	59	49	108
De 70 a 74 años	42	33	75
De 75 a 79 años	34	34	68
De 80 a 84 años	19	17	36
De 85 a 89 años	9	12	21
De 90 a 94 años	6	3	9
De 95 a 99 años	2	1	3
De 100 años y mas	-	1	1
TOTAL	2.377	2.124	4.501

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2010
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

1.2.3. Geografía, orografía e hidrografía.

De Acuerdo a datos generales del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Boyacá⁵ (s/f):

La parroquia Boyacá tiene una extensión de 329 km, los sitios o recintos más importantes que forman esta Parroquia son: Buenos Aires, Estero Seco, Las Piedras, Platanales, Las Cañas, Liberales, San Miguel, Capricho, Daca 1, Daca 2, Chichanda, Danda 1 Danda 2, La Barranca, La Chala, el Retiro, La Victoria, Palestina, Baren, Chamisa, La Habanita, Batan. (Parr. 1)

Boyacá así como el resto de parroquias del cantón Chone, está rodeada de cerros y lomas que forman pequeños sistemas de elevaciones litorales con alturas que sobrepasan los 100 metros sobre el nivel del mar; así mismo cuenta con diversos ríos, destacando el río Chichanda en la parroquia.

1.2.4. Atractivos naturales y turísticos.

La ubicación geográfica de la parroquia Boyacá da lugar a la existencia de bellos paisajes, sumando la esencia cultural y las tradiciones del lugar que son desarrolladas en épocas de fiestas tales como carreras de cintas de caballos de pasos, villancicos de ruedas con los chagualos, juegos populares: caña encebada, baile de la silla, huevo en la cuchara, los ensacados, los comelones, traga piola, etc. Se desarrollan además actividades como lidias de gallos, velorios bailables, reuniones de los comunero; destacando también su gastronomía como las tongas, hayacas, tortillas de Maíz, tortilla de yuca, panes de almidón, suero blanco, sal prieta, boles de queso, chicharon

⁵ Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Boyacá. (s/f). Historia de Boyacá. Extraído de, <http://gadboyaca.gob.ec/parroquia/boyaca/historia.html>. 22 de mayo de 2013.

y maní y la tradicional gallina criolla; todos estas características convierten a Boyacá en una parroquia de disfrute en un ambiente sano y acogedor.

Las fiestas son desarrolladas en fechas tales como:

- 31 de mayo mes de María.
- 20 y 27 de julio la procesión del Niño Divino y la parroquialización.
- 28 de septiembre de fiestas del patronato de San Miguel
- 05 de octubre fiestas de los caballistas.
- 14 de diciembre se celebra la fiesta de San Roque.⁶

1.2.5 Aspectos socioeconómicos.

Educación.

La parroquia Boyacá cuenta con centros del saber orientados a brindar un buen servicio de aprendizaje a sus habitantes, teniendo escuelas y colegios no solo en la parroquia sino también en los sitios que la conforman. Hay quienes tienen mayores posibilidades económicas y van a estudiar a establecimientos educativos del cantón Chone, desarrollándose de esta forma un hábito de estudio que les permite ir adquiriendo conocimientos y desarrollarse en un ambiente que contribuye favorablemente al mejoramiento de la calidad de vida.

⁶ Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Boyacá. (s/f). Datos generales. Extraído de, <http://gadboyaca.gob.ec/parroquia/boyaca/historia.html>. 30 de mayo de 2013.

Cuadro 2. NIVEL ESCOLAR PARROQUIA BOYACÁ.

PARROQUIA BOYACÁ						
Área Urbana o Rural	Edades Escolares					Total
	3 a 5 años	6 a 12 años	13 a 18 años	19 a 25 años	26 años y mas	
Si	17	668	556	397	1,762	3,4
No	86	80	7	44	424	641
Total	103	748	563	441	2,186	4,041

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2010⁷

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Fuentes de ingresos del sector.

La parroquia Boyacá se caracteriza por ser un lugar de muy alta productividad; siendo sus principales fuentes de ingresos la agricultura y ganadería, actividades desarrolladas desde los antepasados. En el sector agrícola existen siembras y cultivos de ciclos cortos tales como el maíz, maní; y de ciclos anuales como la maracuyá y el cacao.

Con respecto a la ganadería se puede mencionar que ha progresado pero no de forma significativa, debido al largo verano que provoca la sequía de los campos y a la falta de agua para regadío. Destacando también una gran afinidad por la cría de caballos y gallos de pelea, además que es la parroquia que más queso produce en el cantón.

⁷ Instituto Nacional de Estadística y Censos de Población y Vivienda. (2010). Nivel de Educación parroquia Boyacá. Extraído de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>. 27 de junio de 2013.

Nivel de vida de los habitantes.

La parroquia Boyacá en el sector céntrico, sí dispone de los servicios básicos como la energía eléctrica, así como de agua potable y telefonía fija en comunicación, en la parroquia y sitios aledaños. Existen también varias instituciones y otros lugares tales como la moderna iglesia, parque, escuelas, colegios, centro de salud, Tenencia Política, varios clubes, Junta Parroquial, mercado de abasto, Registro Civil y la Biblioteca Municipal. La producción del lugar, convierte a la parroquia en una potencia económica, al igual que el resto de parroquias de Chone.

Inversiones turísticas.

En el tema de las inversiones turísticas a pesar de los amplios y hermosos paisajes de la flora y fauna, así como la infinidad de tradiciones y culturas propias, la inversión en el turismo de la zona es escasa o nula, no es un recurso que ha sido considerado como medio de explotación de desarrollo económico, por el desconocimiento y falta de gestión de autoridades, para que se desarrolle turísticamente la parroquia Boyacá. Es por esa razón que los autores de este proyecto se han direccionado a la realización de un estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre que contribuya al desarrollo turístico de la parroquia Boyacá al mismo tiempo que sirva como alternativa de negocio. Este tipo de proyectos, se puede llevar a cabo, mediante el apoyo de instituciones públicas o privadas que impulsan el desarrollo microempresarial, dando alternativas de empleo a los habitantes de la parroquia y cantón.

CAPÍTULO II.

2. Estudio de Mercado.

2.1. Objetivo del estudio de mercado.

La parroquia Boyacá es reconocida a nivel local por poseer una de las mejores ubicaciones, rodeada de una infinidad de cultura que es símbolo emblemático para la mejora del cantón Chone. Es imprescindible reconocer que este lugar es visitado por cientos de turistas durante todo el año, ya que el mismo posee una diversidad de paisajes que van de la mano con la época en la que se encuentre.

En este sector estratégico no se cuenta con una hostería campestre que cubra las necesidades, gustos y preferencias de los habitantes tanto locales como nacionales, es a partir de este conocimiento que se dio marcha a un estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia, la que se convertirá en un lugar propio de esparcimiento para niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, que buscan relajarse y cambiar un poco su rutina diaria. Este centro contará con diez cabañas de las cuales; las misma que estarán elaboradas con todo el confort para satisfacer los requerimientos más exigentes. El mismo contará con la participación de 3 socios los cuales realizaran aportaciones de \$4.997,67 cada uno sumando \$14.993,00; más los \$60.000,00 del préstamo dan un total de \$74.993,00 que equivale al valor total de la inversión para la puesta en marcha de la hostería campestre.

2.2 Estructura del mercado.

2.2.1 Análisis histórico del mercado.

De acuerdo a los métodos de investigación utilizados como la observación directa y la encuesta realizada, se puede establecer que en la parroquia Boyacá del cantón Chone a lo largo de su desarrollo tanto productivo como turístico no posee hosterías o locales campestres que proporcionen lugares de esparcimiento y recreación, lo que permite establecer que es lugar idóneo para ejecutar el proyecto, por sus múltiples factores de localización, recursos naturales, y productivos.

2.2.2 Análisis actual del mercado.

Para determinar la acogida de la hostería campestre por parte de los clientes potenciales, se realizó un estudio de mercado mediante el cual se recolectó información referente a los gustos y preferencias; así como la necesidad de contar con este tipo de establecimientos dentro de la comunidad. Proporcionando servicios de alta calidad con prestaciones complementarias que atraigan a los turistas y satisfagan sus requerimientos; proporcionando a la vez una nueva plaza de trabajo para contribuir con el desarrollo de la zona. Además este estudio se basó en el conocimiento de los siguientes puntos:

Aspectos generales del sector.- La parroquia Boyacá cuenta con una variedad en flora y fauna la cual constituye un punto clave para llevar a cabo el proyecto.

Cientes potenciales.- Serán los diferentes turistas que de acuerdo a la época visitarán las instalaciones del hotel campestre, en busca de esparcimiento, relajación y disfrutar en familia en un ambiente natural.

Análisis de la competencia.- Para la puesta en marcha de este negocio no se cuenta con otros locales cerca de la localidad que proporcione este tipo de servicio que se brindará en la localidad.

2.2.3. Tendencia del mercado.

De acuerdo a un estudio de segmentación geográfica se muestra que la tendencia será de manera creciente ya que los ingresos van de acuerdo a la cantidad de turistas que visitaran el lugar, y esto corresponderá a las 50 personas durante el mes con 7 llenos en total, creciendo un 15% de manera anual.

2.3. Caracterización del producto.

2.3.1. Características del servicio.

La hostería campestre de la parroquia Boyacá ofrecerá a sus clientes un servicio de calidad, un lugar rodeado de hermosos paisajes, ríos, senderos para caminar, brindando también el deporte de pesca deportiva y natación. Las cabañas y la infraestructura en general estarán dotadas con todos los servicios básicos. Contará con 10 cabañas de diversos tipos, para elección de los huéspedes; las matrimoniales, dobles, triples y quintuples. Las cabañas disponen de baños completos, televisión,

teléfono, mini-bar, y todos esos pequeños detalles relacionados con el máximo confort del viajero.

La construcción de la misma estará dada en una estructura de caña guadua y madera. Adicionalmente tendrán servicio de restaurante, derecho al área de piscina, así como también durante las noches podrán disfrutar del bar-karaoke bajo un ambiente ameno y divertido.

2.3.2. Clasificación por su uso.

De acuerdo a los servicios y usos que va a proporcionar la hostería campestre se establece que es de tipo comercial ya que la misma busca satisfacer necesidades que poseen la colectividad, además de adquirir recursos necesarios por cubrirlas.

2.3.3. Productos sustitutivos o complementarios.

De acuerdo a la investigación realizada se puede establecer que los productos sustitutivos de la hostería son los hoteles o centros turísticos como apartamentos turísticos o campamentos de turismo que brinden cada uno de los servicios que proporciona la misma.

En la parroquia donde se presenta un tipo de proyecto similar es en Canuto; denominado “Rancho La Favorita”; que brinda un servicio de hostería completo y con actividades de recreación y esparcimiento, el mismo que se encuentra a 50 km de distancia de donde se encontrará la hostería campestre.

2.4. Estudio de mercado.

2.4.1. Segmentación del mercado.

De acuerdo al estudio previamente realizado la segmentación que se utilizó fue la demográfica, la misma que permitió conocer los gustos y preferencias de los turistas y habitantes de la zona, demostrando de esta forma lo que se busca es un servicio que proporcionen los estándares de calidad que toda entidad turística debe cubrir.

2.4.2. Selección de la muestra.

Para satisfacer los requerimientos de información respecto a determinación de la demanda potencial se segmentó la población en grupos de interés para los investigadores, distribuidos en turistas nacionales y extranjeros que visitan Manabí los cuales suman 500.000 visitantes, de los cuales la muestra poblacional es de 400 turistas. Para efectos de conocer el entorno socioeconómico del sector se utilizó el total de la población económicamente activa de la parroquia Boyacá del cantón Chone que corresponde a 1.443 habitantes, de los cuales se seleccionó el 30% que corresponden a 433 personas habitantes de la zona.

2.4.3. Investigación de campo y análisis de los resultados.

La investigación de campo se centró en el conocimiento de dos factores importantes como son los habitantes del cantón, y a los posibles clientes (turistas que visitan la zona).

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA BOYACÁ.

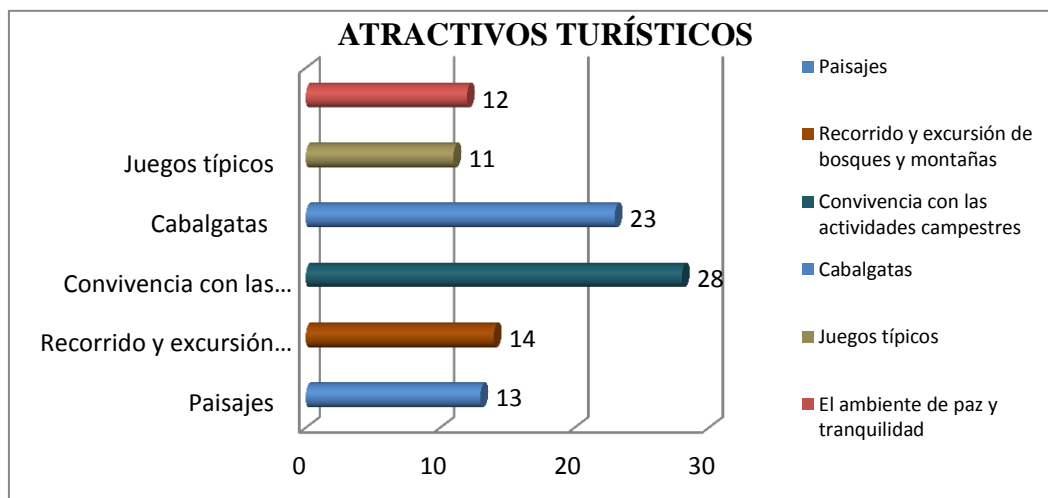
Pregunta 1. ¿Cuáles son los factores que usted considera como atractivos turísticos en la parroquia?.

Tabla 1

ATRATIVOS TURÍSTICOS		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Paisajes	55	13
Recorrido y excursión de bosques y montañas	60	14
Convivencia con las actividades campestres	120	28
Cabalgatas	100	23
Juegos típicos	48	11
El ambiente de paz y tranquilidad	50	12
TOTAL	433	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 1



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se establece que los mayores atractivos turísticos que requieren los turistas fueron la convivencia con las actividades campestres en un 28%, cabalgatas con un 23% y los recorridos y excursiones en bosques y montañas con un 14%.

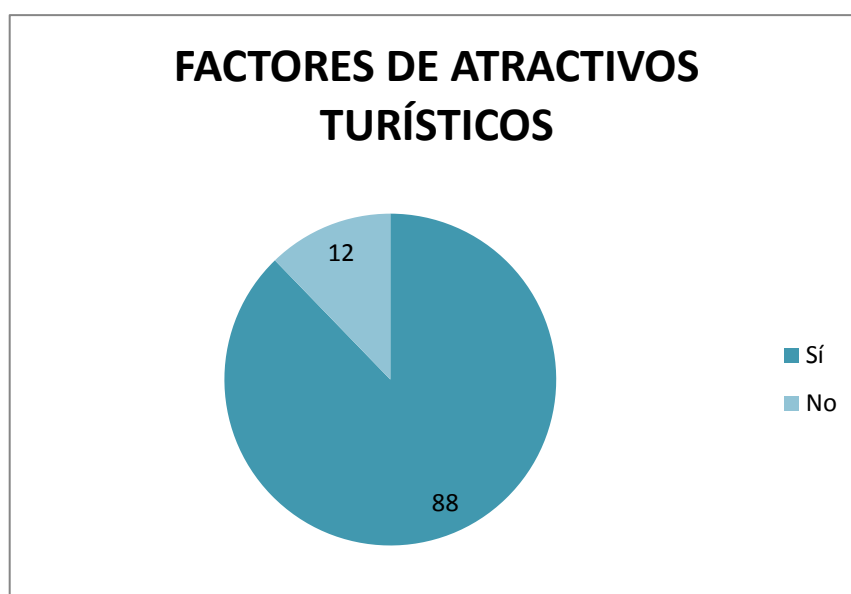
Pregunta 2. ¿Considera usted que las costumbres, tradiciones y la cultura de la provincia de Manabí son factores de atractivos turísticos?.

Tabla 2

FACTORES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Sí	380	88
No	53	12
TOTAL	433	100

**Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade**

Grafico 2



**Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade**

Análisis e interpretación:

Los habitantes del sector consideran en un 88% que las costumbre, tradiciones y cultura de la provincia de Manabí son un factor de atractivo turístico, ya que demuestra la esencia del ser y como es su manera de desenvolverse en su entorno.

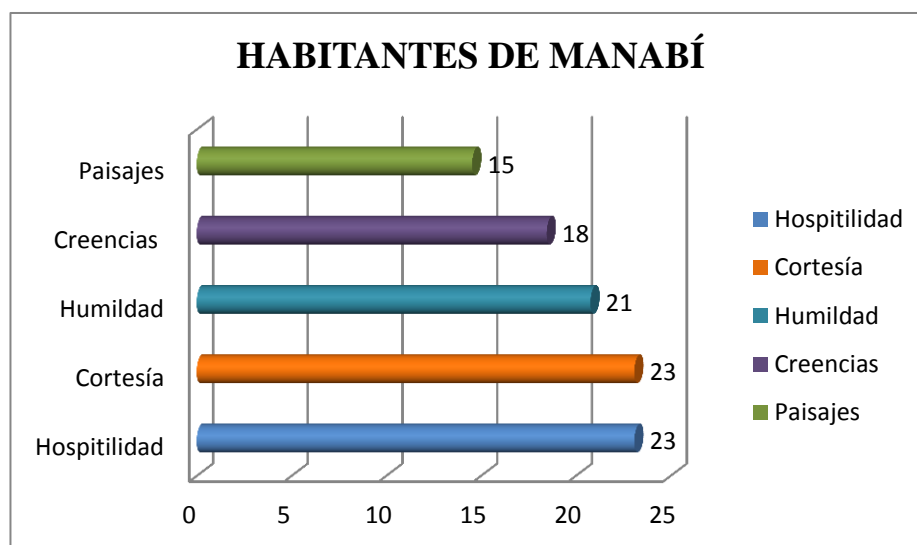
Pregunta 3. ¿Cuáles son las características por las que son identificados los habitantes de Manabí?.

Tabla 3

HABITANTES DE MANABÍ		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Hospitalidad	100	23
Cortesía	100	23
Humildad	90	21
Creencias	80	18
Paisajes	63	15
TOTAL	433	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Gráfico 3



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se expone de manera clara que los habitantes de Manabí se los reconoce en un 23% tanto por la cortesía como por la hospitalidad características propias de sus ciudadanos además por su humildad en un 21%.

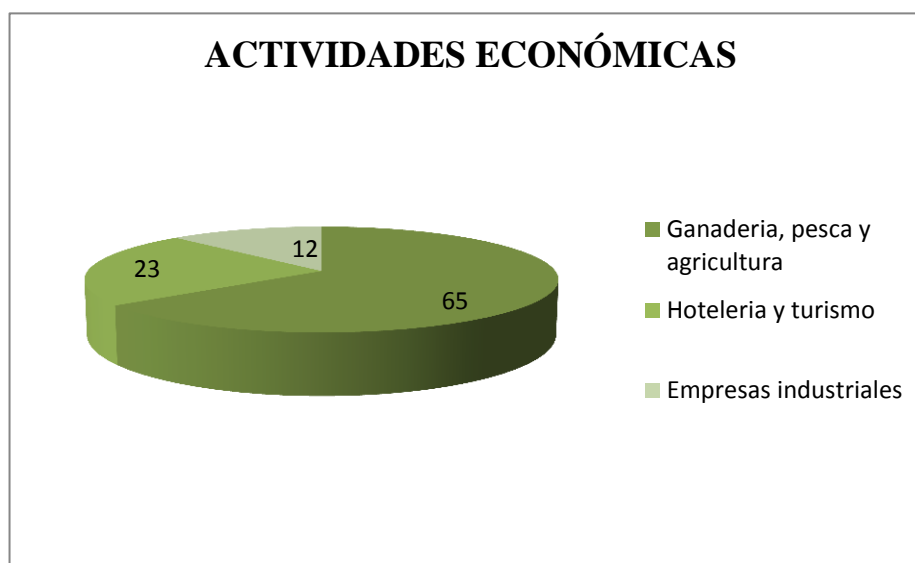
Pregunta 4. ¿Cuáles son las actividades económicas realizadas comúnmente en la zona?.

Tabla 4

ACTIVIDADES ECONÓMICAS		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Ganadería, pesca y agricultura	280	65
Hotelería y turismo	100	23
Empresas industriales	53	12
TOTAL	433	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 4



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las actividades se establece que la actividad de mayor relevancia es la ganadería, pesca y agricultura en un 65%, hotelería y turismo en un 23%, y en un 12% empresas industriales.

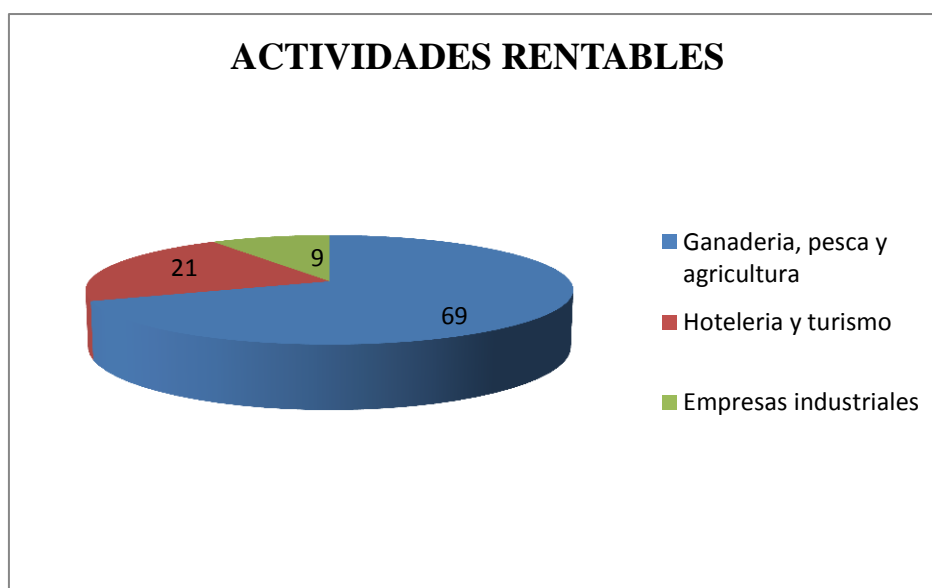
Pregunta 5. ¿Para usted, que actividad genera mayor rentabilidad económica en la zona?.

Tabla 5

ACTIVIDADES RENTABLES		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Ganadería, pesca y agricultura	300	69
Hotelería y turismo	93	21
Empresas industriales	40	9
TOTAL	433	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 5



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede establecer que la actividad que genera mayor rentabilidad en un 69% son la ganadería, pesca y agricultura; en un 21% la de hotelería y turismo y en un 9% las empresas industriales.

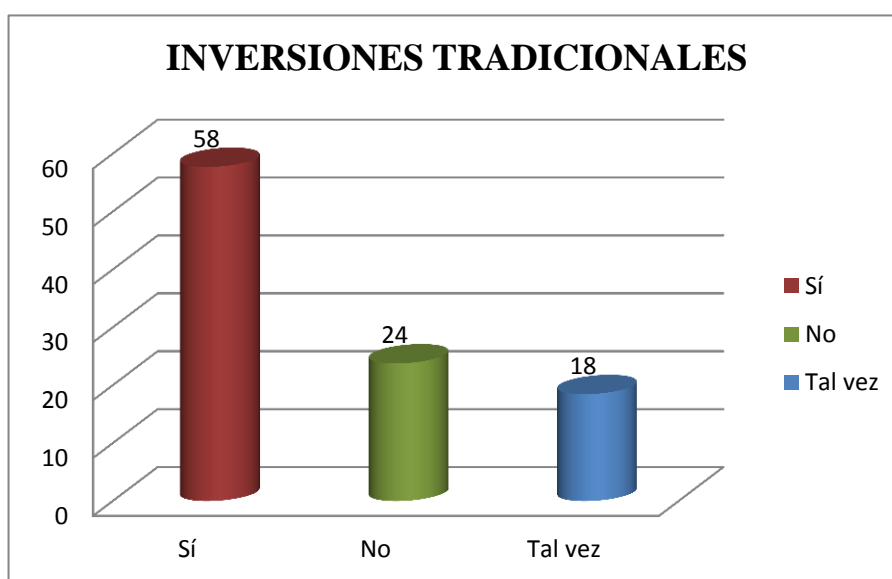
Pregunta 6. ¿Cree usted que dentro de la localidad donde habita, las inversiones que tradicionalmente se realizan pueden tomar un giro diferente resaltando sus paisajes naturales como turismo?.

Tabla 6

INVERSIONES TRADICIONALES		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Sí	250	58
No	103	24
Tal vez	80	18
TOTAL	433	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 6



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

Es importante recalcar que la localidad opina en un 58% que este sector puede tomar un giro diferente respecto a las inversiones que se realizan resaltando los atributos que la comunidad posee y esta es el turismo.

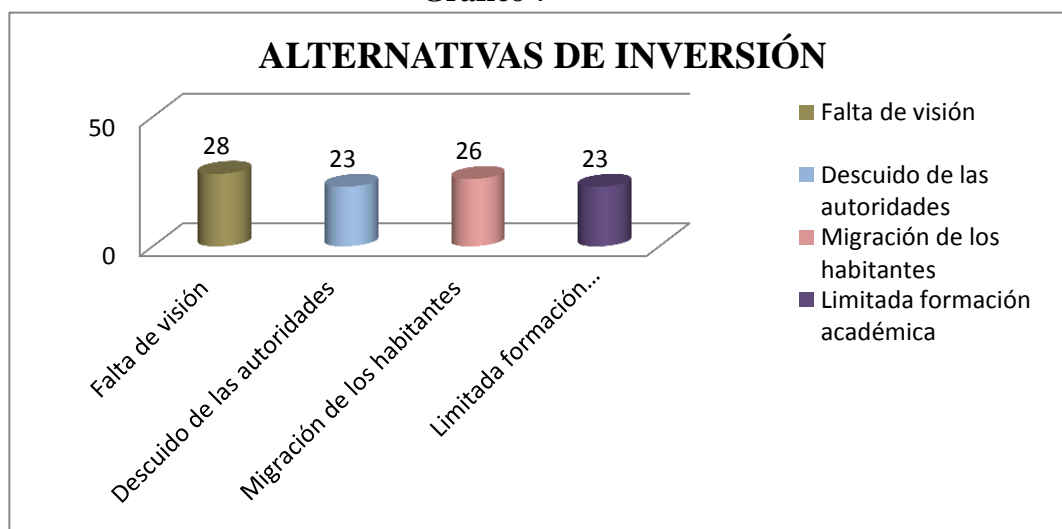
Pregunta 7. ¿Cuáles son las razones que considera usted, influyen para que no apliquen nuevas alternativas de inversión?.

Tabla 7

ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Falta de visión	120	28
Descuido de las autoridades	100	23
Migración de los habitantes a las zonas urbanas	113	26
Limitada formación académica	100	23
TOTAL	433	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 7



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede establecer que en 28% la falta de visión es la que mayormente influye para que no existan nuevas alternativas de inversión, además de la migración de los habitantes a las zonas urbanas en un 26%, y en un 23% el descuido de las autoridades y la limitada formación académica.

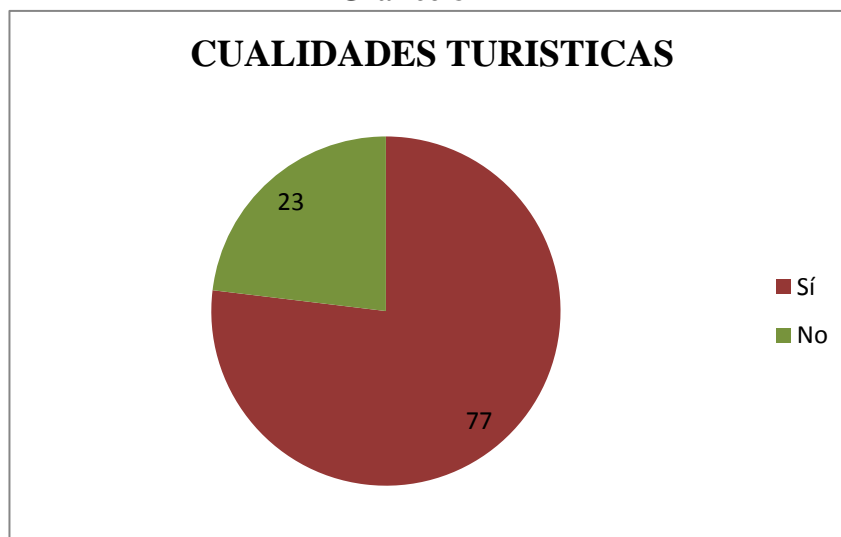
Pregunta 8. ¿Le gustaría que exista un espacio físico en la zona donde se pueda dar a conocer a personas de afuera de todas las cualidades turísticas que posee su localidad?.

Tabla 8

CUALIDADES TURÍSTICA		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Sí	333	77
No	100	23
TOTAL	433	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 8



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes en un 77% desearían que exista un espacio que proporcione cualidades turísticas tanto para los habitantes como para los turistas.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POSIBLES CLIENTES.

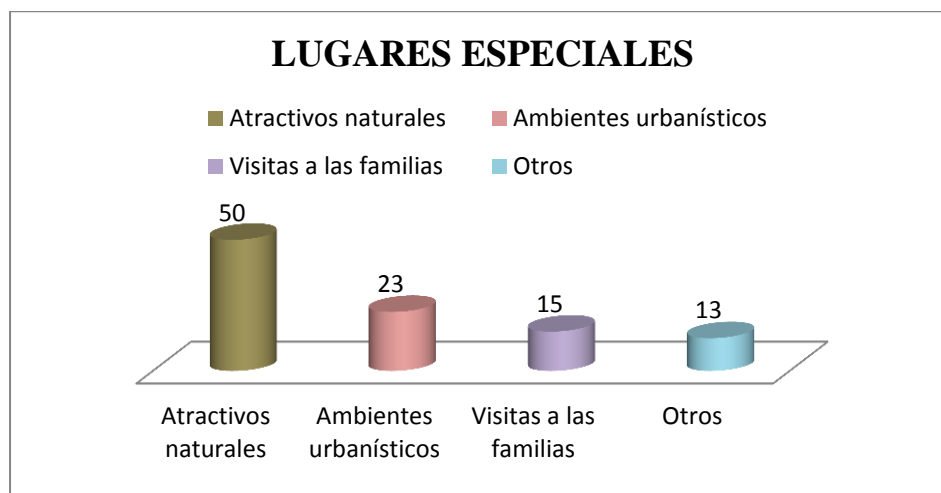
Pregunta 1. ¿Cuáles son sus preferencias a la hora de decidir por un lugar especial al momento de tomar un descanso?.

Tabla 9

LUGARES ESPECIALES		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Atractivos naturales	200	50
Ambientes urbanísticos	90	23
Visitas a las familias	60	15
Otros	50	13
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 9



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se establece que 50% de los clientes prefieren elegir lugares que posean atractivos turísticos ya que los mismos brindan un paisaje diferente el cual muchas veces ayuda a olvidarse de sus múltiples ocupaciones y disfrutar con sus seres queridos.

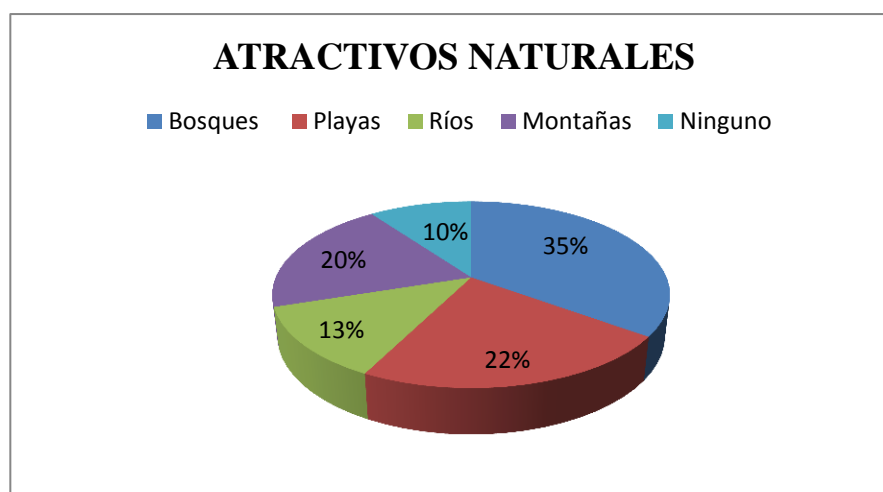
Pregunta 2. ¿Qué atractivos naturales conoce usted de la provincia de Manabí?.

Tabla 10

ATRATIVOS NATURALES		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Bosques	140	35
Playas	90	23
Ríos	50	13
Montañas	80	20
Ninguno	40	10
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 10



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada se establece que los clientes conocen en un 35% los bosques que son el mayor atractivo turístico de la provincia de Manabí, en un 22% las playas que son reconocidas a nivel nacional e internacional, un 20% se encuentran las bellas montañas en donde se encuentra flora y fauna emblemática, el 13% los ríos y solo un 10% de los encuestados no conocen las bondades y riquezas que muestra y presta la provincia de Manabí.

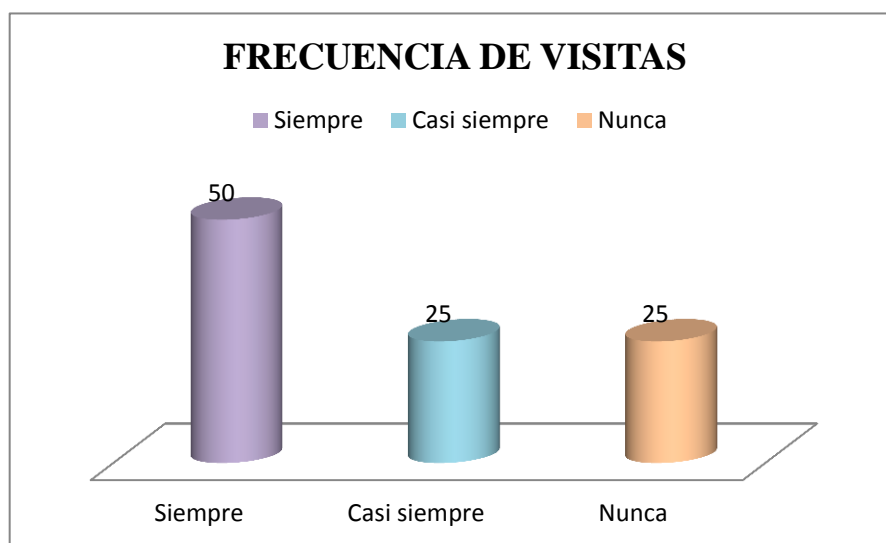
Pregunta 3. ¿Con que frecuencia visita estos atractivos naturales de la provincia de Manabí?.

Tabla 11

FRECUENCIA DE VISITAS		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Siempre	200	50
Casi siempre	100	25
Nunca	100	25
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 11



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

Los resultados de las encuestas demuestran que un 50% de los clientes visitan siempre la provincia de Manabí por los bellos atractivos turísticos que posee; un 25% casi siempre y un 25% nunca lo hace.

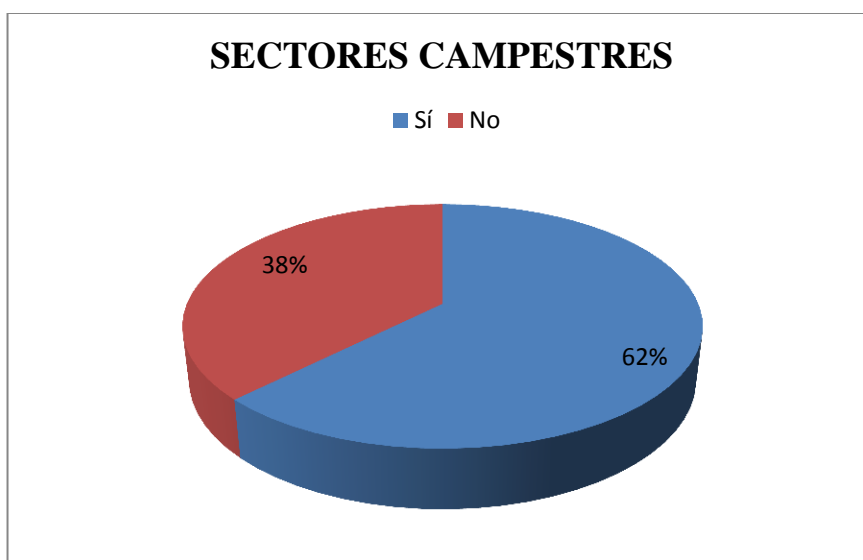
Pregunta 4. ¿Ha visitado usted en alguna ocasión, algún sector campestre de la provincia de Manabí?.

Tabla 12

SECTORES CAMPESTRES		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Sí	250	63
No	150	38
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 12



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede establecer que en un 62% de los encuestados en un momento de su vida ha realizado una visita a un sitio campestre dentro de la provincia de Manabí con el objetivo de buscar confort y esparcimiento.

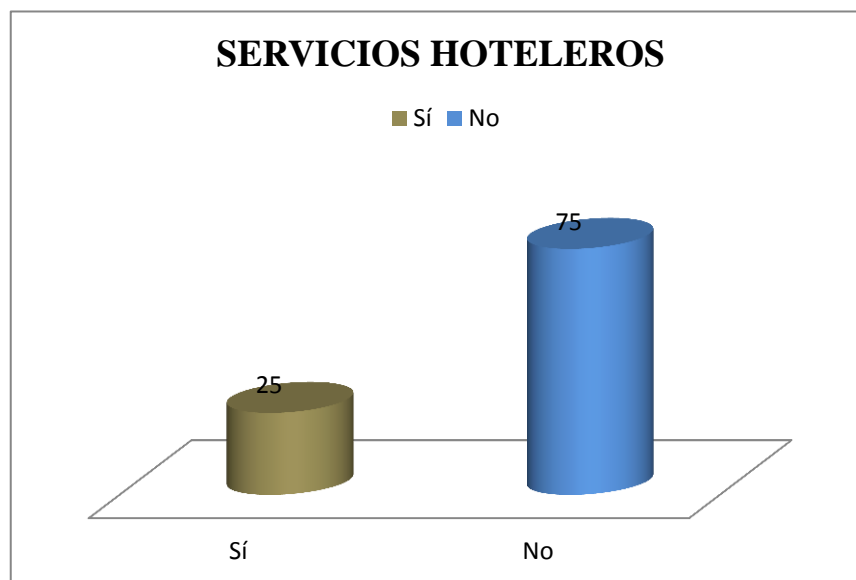
Pregunta 5. ¿Se siente usted conforme con los servicios hoteleros que se brindan actualmente en la provincia?.

Tabla 13

SERVICIOS HOTELEROS		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Sí	100	25
No	300	75
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 13



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los criterios expuestos por los clientes un 75% no se encuentra conforme con los servicios hoteleros que se brinda dentro de la provincia de Manabí, ya que describen la falta de servicios que cubran necesidades primordiales como una atención personalizada.

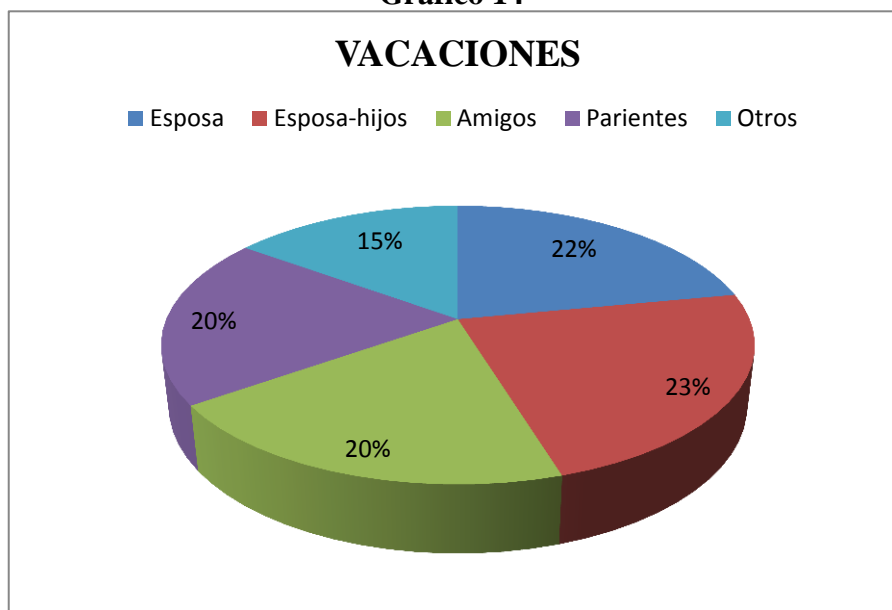
Pregunta 6. ¿Cuándo sale de paseo o vacaciones, con quienes los hace?.

Tabla 14

VACACIONES		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Esposa	88	22
Esposa-hijos	93	23
Amigos	80	20
Parientes	79	20
Otros	60	15
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 14



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se establece que los clientes realizan sus paseos en un 23% con familia (esposa-hijos) los mismos que buscan un esparcimiento después sus actividades diarias.

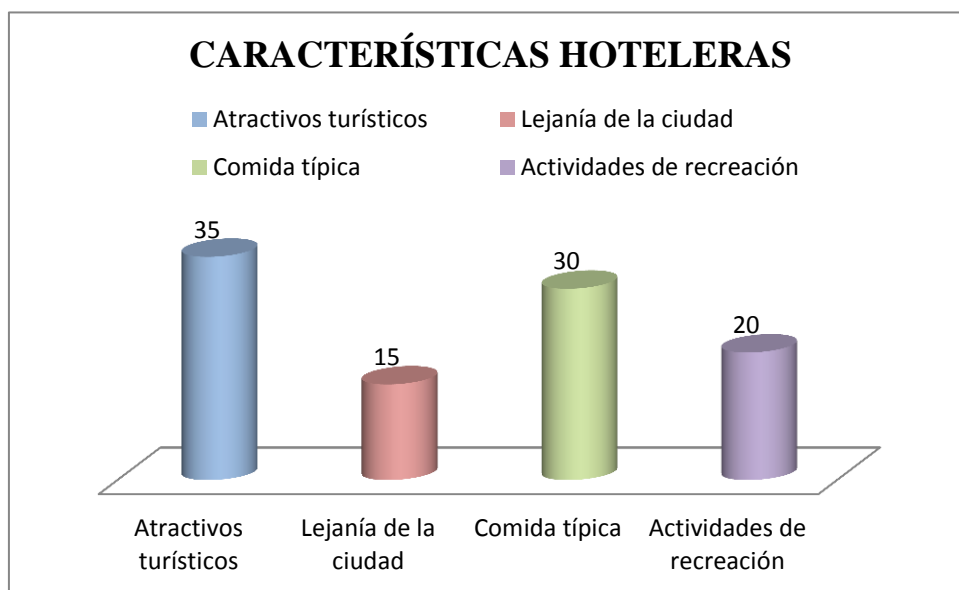
Pregunta 7. ¿Según su criterio cuales son las características que más le llaman la atención de un hotel campestre?.

Tabla 15

CARACTERÍSTICAS HOTELERAS		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Atractivos turísticos	140	35
Lejanía de la ciudad	60	15
Comida típica	120	30
Actividades de recreación	80	20
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 15



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

Los clientes buscan en hoteles campestres atractivos turísticos en un 35%; comida típica en un 30%; actividades de recreación en un 20%, y en un 15% la lejanía de la ciudad.

Pregunta 8. ¿Le interesaría poder alojarse en un hotel que le brinde distracciones propias de Manabí situado en un sector propicio para el descanso con distintos atractivos naturales?.

Tabla 16

DISTRACCIONES NATURALES		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Sí	300	75
No	100	25
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 16



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, un 75% busca hoteles que les proporcionen distracciones propias de la provincia de Manabí de manera recreacional, rodeado de distintos atractivos turísticos.

Pregunta 9. Le gustaría que estén incorporadas al servicio de un hotel campestre actividades como:

Tabla 17

SERVICIOS HOTELEROS		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Grupos de bailes y música típica	50	13
Paseos por atractivos turísticos	150	38
Convivencia con los habitantes	60	15
Cabalgata	80	20
Juegos típicos	40	10
Otros	20	5
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 17



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede establecer que un 38% de los clientes desean que se incorporen los paseos por atractivos turísticos, un 20% las cabalgatas; un 15% realizar convivencia con los habitantes, en un 13% los grupos de bailes y músicas típicas; y en un 10% los juegos típicos de la región, y un 5% entre otros.

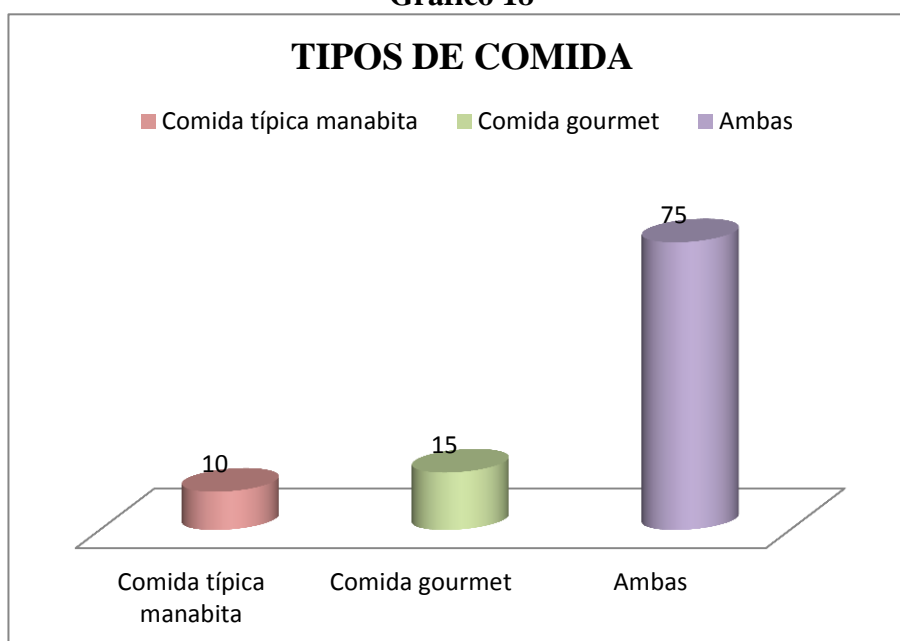
Pregunta 10. ¿Qué tipo de comida le gustaría disfrutar en la hostería?.

Tabla 18

TIPOS DE COMIDA		
OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
Comida típica manabita	40	10
Comida gourmet	60	15
Ambas	300	75
TOTAL	400	100

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Grafico 18



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede establecer que el 75% de los clientes potenciales preferirían los dos tipos de comidas ya que las mismas cubrirán gustos y preferencias de sus consumidores.

2.5. Análisis de la demanda.

2.5.1. Clasificación de la demanda.

Según la investigación realizada se establece que la creación de la hostería campestre dentro del sector poseerá una demanda real o conocida también como efectiva, ya que aquí se encuentra los productos o servicios que se modifican de forma sustancial como consecuencias de cambios en el precio de estos bienes o cambios en la renta de los consumidores.

2.5.2. Factores que afectan la demanda.

Tamaño y crecimiento de la población.- Para establecer el total de los clientes potenciales se determinó a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos ⁸ (2010): “Son 400 turistas los que visitan el sector de Boyacá cada cuatro meses establecido mediante encuestas realizadas; con un crecimiento anual del 1,5%.”

Hábitos de consumo.- Se establece que de las encuestas llevadas a cabo los hábitos de consumo de los posibles clientes potenciales serán de acuerdo a las temporadas en las se encuentren; es por esto que pueden ser de manera diaria, semanal, quincenal y mensuales.

⁸ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos De Población y Vivienda. 2010. Población por parroquias. Extraído de, <http://www.inec.gob.ec/cpv/>. 06 de agosto de 2013.

Gustos y preferencias.- Se define que la mayoría de las personas que visitarán la hostería campestre va en busca de lugares llenos de relajación y que permitan olvidar un poco la rutina que llevan a cabo diariamente; es que el centro ofrecerá una atención personalizada para satisfacer primordialmente las necesidades de sus clientes, además de la comida típica y paseos por lugares que expondrán la belleza de la flora y fauna, de su gente acogedora de la provincia de Manabí.

Nivel de ingresos y precios.- Los precios que se definan por los servicios que se prestarán delimitará los ingresos que obtenga el centro campestre; ya que el mismo busca ser el pionero en la región tanto a nivel local, nacional y de reconocimiento internacional.

La hostería campestre presenta cuatro tipos de ingresos los cuales son: alojamiento, restaurante, pesca deportiva y el uso de instalaciones; los precios fluctuarán de acuerdo al servicio que el cliente desee adquirir.

2.5.3. Comportamiento histórico de la demanda del producto.

La parroquia Boyacá se ha caracterizado en actividades como la cría de caballos, gallos de pelea; y la producción agrícola. Sumando además la celebración de fiestas de la parroquia que son desarrolladas bajo un cronograma donde se involucran las bondades de la naturaleza, la calidez de su gente y sobretodo la vivencia de las costumbres y tradiciones del sector. Bajo estas características propias de Boyacá cada vez son más las personas que visitan el lugar para ser partícipes de estas actividades, con la desventaja que no existe en el sector un lugar donde

hospedarse, es por esta razón que pese al progreso que ha tenido la parroquia no se ha presentado la creación de proyectos de inversión en el sector hotelero de tipo campestre, lo cual se convierte en una necesidad que contribuya al desarrollo del turismo en esta pequeño lugar de la geografía manabita.

2.5.4. Comportamiento actual de la demanda del producto.

Una vez realizada la investigación respectiva se determinó que existe demanda actual del proyecto, ya que en el cantón Chone principalmente en la parroquia Boyacá; no presenta hoteles de tipo campestre que proporcionen servicios de esparcimiento y de comidas típicas y gourmet; rodea de paisajes hermosos en un ambiente acogedor.

2.5.5. Proyección de la demanda.

Demanda actual.

Tasa de crecimiento: 1,5%

INEC⁹ 2010: 1.200 habitantes.

Tabla 19

TURISTAS DE LA ZONA	
AÑO	No. HABITANTES
2010	1.200
2011	1.218
2012	1.236
2013	1.255
2014	1.274
2015	1.293
2016	1.312
2017	1.332
2018	1.352
2019	1.372

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2010

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

⁹ Instituto Nacional de Estadística y Censos de Población y Vivienda. 2010. Población por parroquias. Extraído de, <http://www.inec.gob.ec/cpv/>. 06 de agosto de 2013.

Demanda efectiva.
Tasa de crecimiento: 1,5%
INEC¹⁰ 2010: 300 habitantes.

Tabla 20

TURISTAS DE LA ZONA	
AÑOS	No. HABITANTES
2010	300
2011	305
2012	309
2013	314
2014	318
2015	323
2016	328
2017	333
2018	338
2019	343

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2010
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

2.6. Análisis de la oferta.

2.6.1 Clasificación de la oferta.

La oferta que posee la hostería campestre es de tipo competitiva ya que la misma ofrecerá un producto de tipo homogéneo o no diferenciado. De tal manera que a los compradores les será indiferente adquirir los productos y servicios que brindan.

Además de que no existirá la ausencia de restricciones para entrar a participar en el mercado, y el conocimiento es de tipo general y detallado de las condiciones que se presentan en el mismo.

¹⁰ Instituto Nacional de Estadística y Censos de Población y Vivienda. 2010. Población por parroquias. Extraído de, <http://www.inec.gob.ec/cpv/>. 06 de agosto de 2013.

2.6.2 Factores que afectan la oferta.

Número de competidores.

Como ya se lo ha expresado en párrafos anteriores son 400 turistas los que visitan el sector de Boyacá cada cuatro meses y de acuerdo a las investigaciones previamente realizadas se establece que el número de competidores que oferten el mismo servicio alrededor de la zona es de cero ya que solo se encuentran hoteles que brindan servicios de hospedaje pero que no proporcionan un servicio adicional. Cabe resaltar que la parroquia del cantón Chone que brinda un servicio similar al que se pretende proporcionar en el hotel campestre es la de Canuto conocida como Rancho La Favorita; el cual cubre necesidades y requerimientos de una colectividad.

Incurción de nuevos competidores.

La competencia en el ámbito comercial y empresarial, es lo que hace equilibrar el mercado, y siempre el que sale beneficiado es el cliente, ya que por la competencia es que se regulan los precios y se da una variedad de productos y servicios a los posibles clientes, inclusive diversidad de promociones con el fin de captar un mayor nivel de aceptación. La puesta en marcha de este tipo de proyecto atraerá nuevos inversionistas que deseen incurrir en este tipo de negocio por las características que presenta; es por eso que se puede definir que en el corto plazo y de acuerdo a los resultados se espera un crecimiento de nuevos competidores en el sector hotelero turístico.

Capacidad de inversión fija.

La inversión fija que se realizará será siguiente:

Tabla 21

INVERSIONES		
#	DETALLE	V/T
1	Terreno de 2 hectáreas	3.000,00
2	Obra civil	34.172,00
3	Mobiliario de habitación	4.337,00
4	Mobiliario de restaurante	609,00
5	Mobiliario de oficina	525,00
6	Maquinaria hospedaje	1.050,00
7	Equipos de habitaciones	2.200,00
8	Equipo de oficina	300,00
9	Equipo de computación	900,00
10	Equipos de cocina	1.900,00
11	Vehículo	1.500,00
12	Otros activos	10.000,00
TOTALES		60.493,00

Fuente: Estudio e investigación de mercado
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Precios de los servicios relacionados.

El precio es un factor clave en cualquier tipo de negocio; en el caso de la hostería campestre, los precios de los productos y servicios que se brindarán no deben ser excesivos sino más bien que sean accesibles al consumidor para esto se debe considerar el precio de los servicios relacionados en hoteles en zonas cercanas, centros de recreación, o lugares afines al proyecto.

2.6.3. Comportamiento histórico de la oferta.

El ser humano para despejarse de sus actividades cotidianas, opta por visitar lugares donde recrearse y pasar momentos a menos en compañía de sus familiares y amigos; bajo este preámbulo y sumando además las bondades de la naturaleza que se

convierten en atractivos turísticos se han dado origen a la construcción e implementación de lugares como hoteles campestres, centros turísticos, etc.

Conocer a los oferentes en cuanto a este mercado es necesario y de suma importancia, puesto que permite saber la evolución y el impacto que han tenido a lo largo de los años y de esta forma se convierte en la pauta para determinar la demanda de turistas respecto a la calidad del servicio de hospedaje y recreación que se brinda en el medio.

2.6.4. Comportamiento actual de la oferta.

Se toma como referencia el cantón Chone, ya que dentro de la parroquia Boyacá no existe un nivel de competencia que permita hacer una comparación concreta; ésta competencia está prevista de servicio de hospedaje específicamente, son pocos los que brindan servicio de piscina y restaurante. Por tanto el servicio que se va a ofrecer dentro del presente proyecto consta de alojamiento, piscina, restaurante y por el valor que cancelen los usuarios se les incluirán un desayuno buffet de la gastronomía propia del lugar con lo que se le dará un valor agregado al servicio; de esta manera aumentaría la preferencia por éste local.

2.6.5. Proyección de la oferta.

Considerando que la oferta en cuanto al sector hotelero-turístico que existe en la parroquia Boyacá es de cero, se considera el número de establecimientos que ofrecen servicios parecidos a los determinados en el hotel campestre; que permitan conocer y mejorar los servicios que son de preferencia de los consumidores y bajo éste análisis

proporcionar un servicio de calidad y de atracción para los visitantes y turistas que llegan a este sector.

2.7. Determinación de la demanda insatisfecha.

El mercado actual oferta una gama de productos y servicios en cuanto al sector turístico se refiere. La sociedad y por consiguiente el consumidor cada vez se vuelve más exigente y por este motivo es que se requiere de un producto más innovador de los ya existentes. Con la investigación realizada se conoce la visita anual de 1,200 turistas a la parroquia Boyacá y sus alrededores, además como resultados de las encuestas se obtuvo que 300 de las 400 personas encuestadas estuvieran dispuestos a visitar la hostería campestre.

Bajo lo dicho anteriormente y considerando que en los alrededores de la ubicación de la hostería no existe la amenaza de una competencia directa, da origen que las personas que visitan anualmente este sector requieran de un lugar de sana distracción, diversión y relajación que cumpla con sus expectativas como turistas. Teniendo de esta forma donde poder compartir y pasar gratos momentos ya sea en sus tiempos libres, fines de semana o feriados.

2.8. Análisis de precios.

Todas las hosterías cuentan con paquetes promocionales para lograr atraer la atención de los habitantes y turistas, para esto ofrecen servicios adicionales logrando de esta manera atraer a sus clientes potenciales. Para establecer el precio de los

paquetes por parte de la hostería lo primero que se realizó la determinación del valor real de los costos fijos y variables, en el cual se incluyó la ganancia que requiere la entidad para sostenerse en el mercado.

Todos los servicios y precios de los mismos se darán a conocer por medio de publicidades en canales nacionales; así mismo como vallas publicitarias las cuales se ubicaran en sectores estratégicos como son las entradas y salidas del cantón y de los sectores aledaños. Con respecto al conocimiento de la competencia que se posee se realizó un estudio minucioso sobre cuáles son, donde se encuentran ubicados y cuál es el valor agregado que brindan; de lo que se estableció que dentro del sector no existe ningún tipo de hostería que proporcione los servicios que se pretenden ofrecer.

2.8.1. Factores que influyen en el comportamiento de los precios.

Los factores que van influir en el comportamiento de los precios en la hostería son los siguientes:

- La temporada vacacional
- El nivel adquisitivo de la población
- Características de los productos

2.8.2 Comportamiento histórico y tendencias de los precios.

Realizando un análisis del comportamiento de los precios referente al sector hotelero turístico durante los últimos cinco años, es decir desde el 2009 al 2013; se

establece que los precios han presentado un crecimiento anual, llegando en el último año a los 45,00 dólares por persona. Para la realización de este análisis de precios se tomaron precios históricos obtenidos en base de datos del municipio de Chone.

Tabla 22

CAMBIOS RADICALES DE LOS PRECIOS	
AÑO	PRECIO
2009	25
2010	30
2011	35
2012	40
2013	45

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

2.8.3. Estimación de precios.

La estimación de precio de la hostería en cuanto a su servicio de hospedaje es de \$50,00 por persona; el cual incluye 3 días y 2 noches; con el desayuno incluido, cóctel de bienvenida (niños vaso de jugo o gaseosa); uso del área de distracción y de la piscina. El servicio de restaurante estará disponible durante todo el año; de lunes a domingos, el costo por plato variará dependiendo de la comida que el cliente desee, los cuales fluctúan desde los \$3,00 hasta un máximo de \$10,00 por plato.

La hostería campestre brindará también el servicio de recreación y uso de instalaciones para quienes quieran disfrutar de un día de diversión sin la necesidad de alojarse, el costo de la entrada por persona será de \$2,00. Además quien desee realizar la actividad de pesca deportiva lo podrá hacer bajo un costo de \$2,25

2.9. Mercadeo y comercialización.

El mercadeo y comercialización se refieren a las actividades que una empresa realiza, direccionadas hacia una sociedad; de esta manera actúan en dos planos consecutivos la micro comercialización y la macro comercialización de los productos por lo tanto las empresas van encaminando a la fijación de los precios, además de promover y distribuir bienes y servicios que cumplan con las necesidades de los consumidores actuales o potenciales. Es importante señalar que en el medio juega un papel muy importante la publicidad directa, entre los medios difusores utilizados tenemos la televisión, radio folletos, revistas y en la actualidad con el avance de la tecnología, el internet; estos han permitido un desarrollo más avanzado de la sociedad de consumo.

2.9.1 Estrategias de producto.

Unas de las estrategias va hacer un valor agregado que es el bufet de comida criolla ya que el turista puede hacer uso de los servicios de hospedaje del lugar y por ende de cada uno de sus servicios complementarios de una forma muy diferenciada a lo habitual. El hecho de compartir un lapso pequeño de su tiempo con individuos de la comunidad fortalece el intercambio cultural entre el anfitrión como el cliente fortaleciendo la experiencia y vivencia de cliente en el sector.

2.9.2 Estrategias de precios.

Como punto de partida, la estrategia de precio inicial que aplicará la hostería campestre en Boyacá es el descuento del 10% de todos los servicios que se ofertan en la empresa.

Sumando también la estrategia de precio de ofertar los servicios a un precio similar a los de la competencia; así con la generación de un valor agregado que será el paquete promocional de tres días y dos noches en el cual se encuentra incluido los desayunos. Así mismo como los guías turísticos que serán personas preparadas y cuentan con un conocimiento amplio de las características, historias, de la provincia de Manabí.

2.9.3. Estrategias de plaza.

Se establece la importancia del sitio Boyacá, parroquia que presenta un conjunto de variedades con respecto a su flora y fauna. Es un sitio idóneo para la realización y ejecución del centro turístico.

Es que el mismo enmarca bondades de la tierra y de personas que están dispuestas a prepararse para prestar un servicio de calidad, ya que lo que se busca es mejorar de manera el crecimiento turístico el cual permitirá otorgar plazas de trabajos mejorando la vida de cada uno de sus habitantes. Además se busca facilitar la prestación de servicios que satisfacen las necesidades de sus clientes potenciales, brindando servicios de calidad.

2.9.4. Estrategias de promoción.

Las estrategias no solo buscan necesariamente el incremento de forma inmediata de las ventas, sino que buscan ocasionar otro tipo de comportamiento ya sea presente o en el futuro; en este caso, de la oferta de un servicio nuevo por uno

que ya es conocido, de las campañas de motivación al personal, de aquellas campañas destinadas a disminuir el valor de crédito acordado a los clientes, o de las campañas de imagen de empresa. Las estrategias de la hostería de la parroquia Boyacá se la aplicaran en una publicidad directa dirigida a los moradores del cantón Chone y a los turistas de diferentes ciudades y países.

El nombre elegido es “Hostería Restaurant CAMPO BELLO”, fue seleccionado por las vistas hermosas que proporciona esta comunidad, así como la hospitalidad brindada por los habitantes de este sector; es que Manabí es todo un conjunto de bondades, que enmarcan la gentileza, su exquisita gastronomía, historia; tierra de encanto, llena de pasión y belleza. En su logo se resalta la presencia del sombrero de paja toquilla, reconocido tanto nacional como mundial por su calidad y elegancia. Así como la presencia de las cucharas de palo; las cuales son parte de la artesanía de esta provincia, elaboradas a mano en el parque nacional Llanganates, obtenidas del árbol aliso.

CAPÍTULO III.

3. Estudio Técnico Ambiental.

3.1. Tamaño del proyecto.

3.1.1. Factores determinantes del proyecto.

Condiciones del mercado.

Las condiciones de mercado se determinan en base a la naturaleza de cada operación, es por eso que la tendencia del sector hotelero se puede medir bajo el uso de dos condiciones primordiales que son la tarifa media diaria y el ingreso por habitación disponible. Estas dos variables junto con el grado de ocupación por habitaciones, constituyen una fuente importante de información para los establecimientos hoteleros que les permite evaluar su política de precios.

Disponibilidad de recursos financieros.

El financiamiento se llevará a cabo mediante socios que aportan con su capital y por otra parte con la Corporación Financiera Nacional ya que el mismo atiende solicitudes de préstamo y de cooperación técnica para financiar estudios y proyectos de inversión que contribuyan al desarrollo del turismo. Con la institución se pretende realizar un crédito directo de \$ 60.000,00 a una tasa de interés del 10,50%, con un plazo de 5 años, esta modalidad operativa se justifica cuando el

propósito del proyecto es desarrollar un área de atracción turística, o varias áreas geográficas complementarias como en el caso de los circuitos turísticos.

Disponibilidad de la mano de obra.

De acuerdo a las necesidades de la hostería campestre es indispensable contar con personas calificadas y capacitadas para la construcción, funcionamiento, asesoramiento, prestación de servicios personalizado a los clientes. Es por esto que se contratarán a personas aledañas a la comunidad, los mismos que serán capacitados, y ocuparán puestos de acuerdo a su preparación tanto profesional como su experiencia laboral; con respecto al chef será contratado de la empresa escuela de gastronomía artes culinarias de la ciudad de Manta, los guías turísticos serán seleccionados de la misma ciudad.

Disponibilidad de insumos y materia prima.

Todas las empresas que producen en grandes lotes o en pequeñas cantidades necesitan tanto de sus proveedores y que los insumos cumplan con los requisitos de higiene, tiempo y precio. La adquisición de éstos será indispensable para la ejecución de este proyecto, los cuales se obtendrán mediante el proveedor mega mobilier quien se encargará de proporcionar los muebles de oficina, los de restaurante y los muebles de los dormitorios.

En lo que respecta a la adquisición de los insumos para la elaboración de los diferentes platillos en el restaurante, se comprarán semanalmente a la industria

alimenticia La Oriental, ubicada en el cantón Portoviejo, la cual nos entregará todo lo referente a fideos, harinas, condimentos, leches de soya, jugos de frutas naturales, galletas de arroz, rollitos de primavera congelados, té, palillos de dientes y parachuzos. Lo que se refiere a los lácteos serán comprados en la ciudad de Chone en Agroindustrias el Campirano, además de que estos se requieren frescos y este lugar es pionero en lo que respecta a la ganadería. Otro de nuestros proveedores potenciales será el supermercado Aki en donde adquiriremos algunos de los alimentos que son indispensables para elaboración y ejecución de las actividades de la entidad.

Disponibilidad de tecnología.

El contar con los implementos de última generación es de vital importancia para que un proyecto sobreviva en el tiempo y permita una libre competencia; es por cada una de estas razones por lo que se adquirirán equipos tecnológicos que permitan cubrir las necesidades más inherentes de los clientes de la hostería campestre.

3.1.2. Capacidad de la producción.

Tamaño óptimo.

La optimización del tamaño dependerá del crecimiento de la afluencia turística y el aprovechamiento del espacio. Esto significa una mejor distribución en las áreas destinadas al alojamiento y de igual manera los servicios complementarios con mayores alternativas en costos y actividades.

La hostería campestre contara con 10 cabañas de una planta, distribuidas de la siguiente manera: dos cabañas matrimoniales y tres cabañas dobles, cada una tendrá una medida de 4 metros de frente por 5 metros de fondo, las cual poseerán una cama de 2 plazas cada una y dos camas de 1 plaza y media cada una respectivamente; tres cabañas triples, con una medida de 5 metros de frente y 6 metros de fondo, la cual poseerán 1 cama litera de plaza y media, y 1 cama de 1 plaza; mientras que las dos restantes serán cabañas quintuples que contarán con dos camas literas de plaza y media, y una cama de 1 plaza con una medida de 6 metros de frente y 7 metros de fondo. Dentro de las políticas de la entidad se define que se permitirá el ingreso a las cabañas matrimoniales a dos personas por habitación, mientras que las dobles, triples y quintuples el ingreso será hasta de 2, 3 y 5 personas por habitación respectivamente; es decir que la capacidad que se tendrá es para un total de 50 turistas mensuales, y se estipulan que las de mayor concurrencia serán por un total de siete llenos, sumando de manera anual 350 visitantes. Cada precio establecido por la acción de las diferentes actividades a realizar dentro del centro, son asequibles para las diferentes personas que requieran pasar un tiempo en familia, lleno de esparcimiento, viviendo momentos inolvidables.

Tabla 23

CALENDARIO DE FESTIVIDADES		
MES	CELEBRACIÓN	DIAS DE DESCANSO
Febrero	Carnaval	Sábado 8, Domingo 9, Lunes 10, Martes 11
Marzo	Semana Santa	Viernes 28, Sábado 29, Domingo 30
Mayo	Batalla del Pichincha	Sábado 24, Domingo 25
	Mes de María	Sábado 31
Julio	Turistas quiteños	Lunes 14 al Viernes 20
	Procesión del Niño Divino	Domingo 20
	Celebra la Parroquialización	Domingo 27
Agosto	Primer Grito de Independencia	Sábado 09, Domingo 10
Septiembre	Fiestas del patronato de San Miguel	Domingo 28
Octubre	Fiestas de los caballistas	Domingo 05
	Independencia de Guayaquil	Viernes 10, Sábado 11, Domingo 12
Noviembre	Fieles difuntos, independencia de Cuenca	Sábado 01, Domingo 02, Lunes 03
Diciembre	Fiestas de San Roque	Sábado 14

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.2. Localización del proyecto.

3.2.1 Macrolocalización.

Justificación.

El lugar escogido para la ejecución de este proyecto es el cantón Chone, reconocido por ser una zona meramente agrícola y ganadera a nivel nacional.

Estableciendo también mediante información del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chone¹¹ (s/f): “El cantón Chone es una entidad territorial sub-nacional ecuatoriana de la provincia de Manabí, administrada por un municipio en sus instancias jurisdiccionales. Su sede y capital es Chone, donde residen todas sus principales instituciones públicas y privadas”.

Los factores de que se consideraron para establecer la macrolocalización de la hostería campestre se resume en el siguiente cuadro:

Cuadro 3

FACTORES PARA DETERMINAR LA MACROLOCALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Facilidades y costos de transporte• Disponibilidad y costo de mano de obra• Disponibilidad y costo de materias primas• Disponibilidad y costo de energía eléctrica• Disponibilidad y costo de agua• Localización del Mercado• Costos de los terrenos• Facilidades de distribución

**Fuente: Sapag Chain, Nassír¹² (2007). Proyectos de inversión.
Elaborado por: Ana Julia Chávez y Jorge Andrade**

Además se realizó el cuadro resumen en el cual se establecen la asignación de valores, los mismos que permitieron determinar el sitio idóneo para la ejecución de la hostería campestre.

¹¹ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone. (s/f). Ubicación geográfica. Extraído de, <http://chonecuador1997.blogspot.com/> 10 de septiembre de 2013.

¹² Sapag Chain, Nassír. 2007. Proyecto de inversión formulación y evaluación. Editorial Pearson Educación. México S.A. de C.V. p. 107.

¹³ Manabí Gobierno Provincial. (s/f). Chone. Extraído de, <http://www.manabi.gob.ec/cantones/chone> 11 de septiembre de 2013.

Tabla 24

FACTORES DE MACROLOCALIZACIÓN Y LOS VALORES ASIGNADOS						
FACTORES LOCALIZACIONALES	OPCIONES DE LA MACROLOCALIZACIÓN					
	EL CARMEN			CHONE		
	POD.	CAF.	VALOR	POD.	CAF.	VALOR
Facilidades y costos de transporte	0,18	10	1,8	0,18	7	1,26
Disponibilidad y costo de mano de obra	0,15	10	1,5	0,15	6	0,9
Disponibilidad y costo de materiales	0,11	8	0,88	0,11	7	0,77
Disponibilidad y costo de energía	0,13	9	1,17	0,13	6	0,78
Disponibilidad y costo de agua	0,1	8	0,8	0,1	10	1,00
Localización del mercado	0,1	8	0,8	0,1	6	0,6
Costos de los terrenos	0,1	9	0,9	0,1	6	0,6
Facilidades de distribución	0,13	10	1,3	0,13	10	1,3
TOTAL	1		9,15	1		7,21

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Mapa de la macrolocalización.

Ilustración 1



Fuente: Gobierno Provincial de Manabí¹³
 Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.2.2. Microlocalización.

¹³ Manabí Gobierno Provincial. (s/f). Chone. Extraído de, <http://www.manabi.gob.ec/cantones/chone>. 11 de septiembre de 2013.

Criterio de selección de alternativas

El lugar que fue escogido para llevar a cabo este proyecto es la parroquia Boyacá perteneciente al cantón Chone, que es un lugar donde la producción es netamente ganadera, teniendo vocación por la cría de caballos y gallos de pelea. La producción agrícola es representativa en lo que a cacao y tagua se refiere, además de cultivar otros productos de ciclos anuales como la maracuyá o de ciclos cortos como el maíz y el maní, donde las personas son solidarias y trabajadoras.

Los factores de localización que se establecieron para la microlocalización de la hostería campestre son las siguientes:

Cuadro 4

FACTORES DETERMINANTES PARA ESTABLECER LA MICROLOCALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Localización urbana, suburbana y rural• Transporte del personal• Costos de los terrenos• Cercanía a carreteras• Cercanía al centro de la ciudad• Disponibilidad de servicios básicos• Recolección de basuras y residuos• Tamaño del sitio• Impuestos

**Fuente: Sapag Chain, Nassír¹⁴ Proyectos de inversión
Elaborado por: Ana Julia Chávez y Jorge Andrade**

En el siguiente cuadro se determinan valores para cada uno de los factores antes mencionados que ayudaron a establecer la microlocalización de la hostería campestre.

¹⁴ Sapag Chain, Nassír. 2007. Proyecto de inversión formulación y evaluación. Editorial Pearson Educación. México S.A. de C.V. p. 107.

Tabla 25

FACTORES DE MICROLOCALIZACIÓN Y LOS VALORES ASIGNADOS						
FACTORES LOCALIZACIONALES	OPCIONES DE LA MACROLOCALIZACIÓN					
	SESME			BOYACÁ		
	POD.	CAF.	VALOR	POD.	CAF.	VALOR
Facilidades y costos de transporte	0,2	9	1,8	0,2	8	1,6
Disponibilidad y costo de mano de obra	0,12	8	0,96	0,12	7	0,84
Disponibilidad y costo de materias primas	0,11	7	0,77	0,11	6	0,66
Disponibilidad y costo de energía eléctrica	0,14	9	1,26	0,14	7	0,98
Disponibilidad y costo de agua	0,04	7	0,28	0,04	6	0,24
Localización del mercado	0,15	8	1,2	0,15	6	0,9
Costos de los terrenos	0,12	8	0,96	0,12	7	0,84
Facilidades de distribución	0,12	8	0,96	0,12	7	0,84
TOTAL	1		8,19	1		6,9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Plano de la microlocalización.

Ilustración 2



Fuente: Guía de Chone¹⁵

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

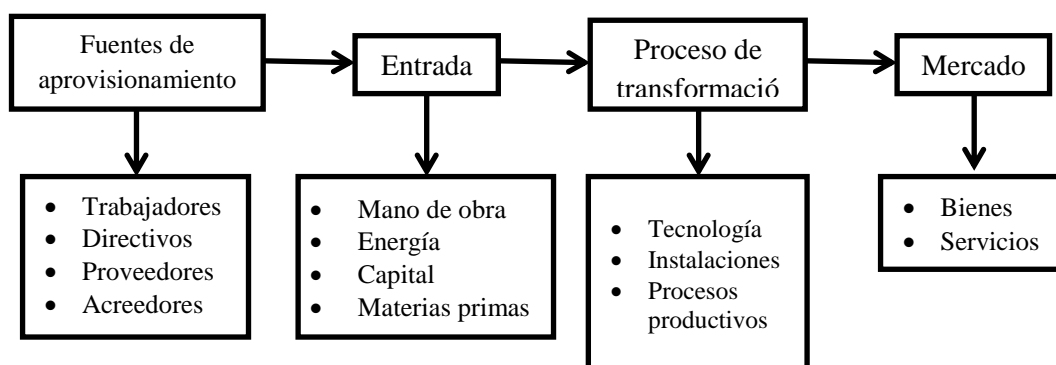
¹⁵ Guía de Chone. (s/f). Parroquia Boyacá. Extraído de, <http://www.guiadechone.com/>. 10 de agosto de 2013.

3.3. Ingeniería del proyecto.

3.3.1. Proceso de producción del servicio.

Las empresas turísticas está compuesta por varias partes que se ocupan de realizar tareas diferentes: financiación, producción, comercialización. A continuación se detalla el proceso de producción del servicio en la hostería campestre.

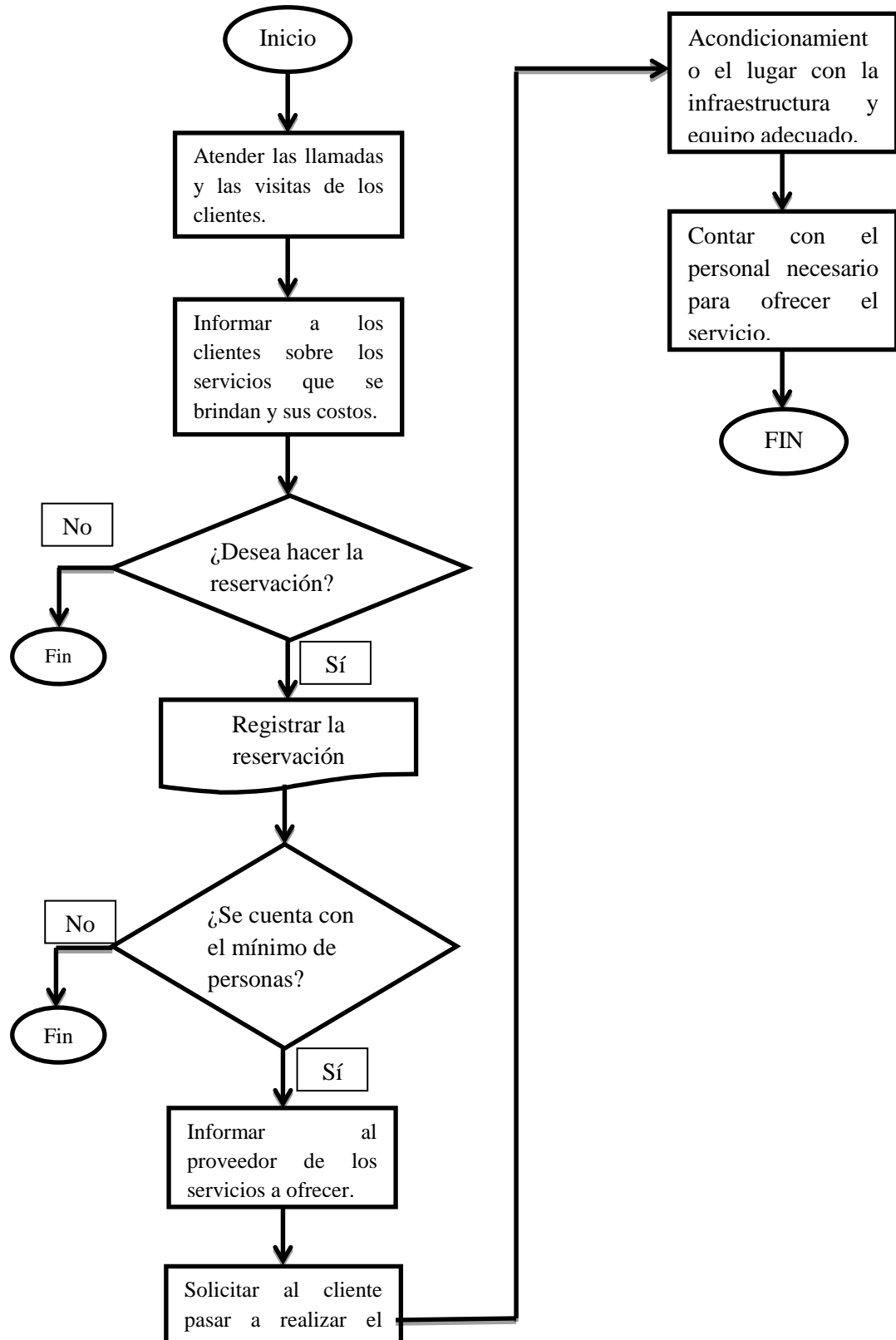
Ilustración 3



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.3.2. Diagrama de flujo o procesos del servicio.

Ilustración 4



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.3.3. Programa del servicio.

Cuadro 5

SERVICIOS DEL HOTEL CAMPESTRE		
ACTIVIDADES	SERVICIOS	PERSONAL INVOLUCRADO
CONVIVENCIA PARA LOS NEGOCIOS	Alquiler de equipos audiovisuales	Personal del hotel campestre
	Centro de negocios	
	Salas de reuniones	
	Equipo de computación	
	Servicio telefónico de negocios	
	Servicios de secretaría	
COMODIDAD Y CONVENIENCIA DE SU FAMILIA	Ranchera	Personal del hotel campestre
COMODIDAD Y CONVIVENCIA	Actividades para los huéspedes	
	Almacén para equipaje	
	Mostrador de recreación	
	Conserjería	
	Servicio a la habitación	
CONVIVENCIA PARA EL EJERCICIO Y LA RECREACIÓN	Piscina	Personal del hotel campestre
	Área de ejercicios	

Fuente: Investigación de campo

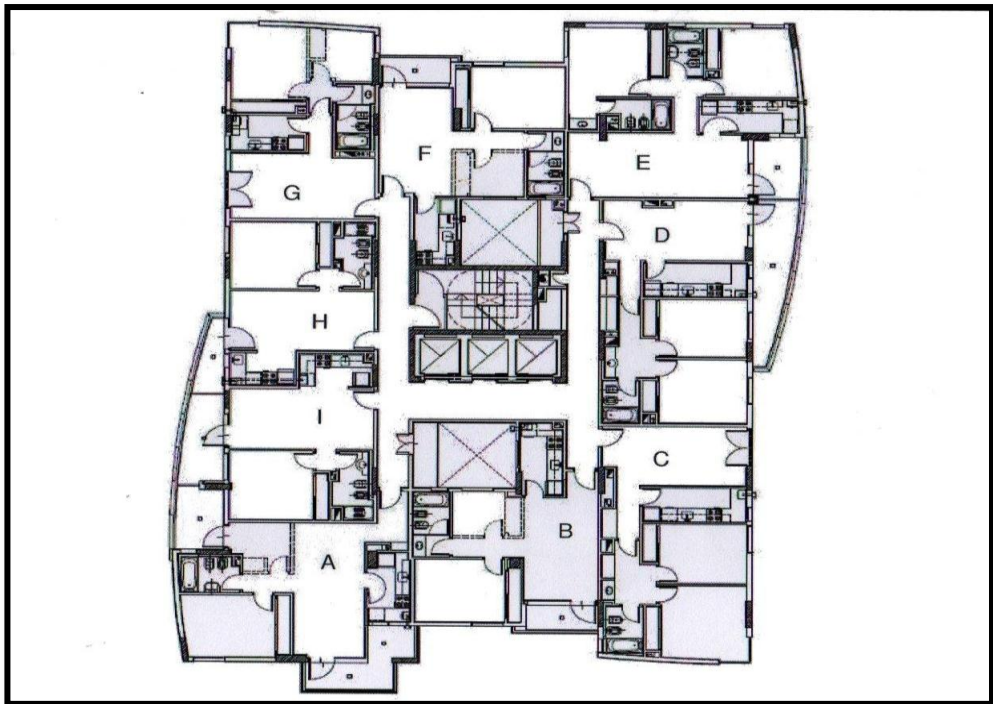
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.3.4. Distribución en planta de la maquinaria y equipo.

En el presente plano se presenta la distribución interna del hotel; y de las cabañas que contará con todo los servicios necesarios.

Ilustración 5

DIVISIÓN DE LA HOSTERIA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Ilustración 6

MAQUETA DE LAS CABAÑAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Ilustración 7

DIVISIÓN DE LAS CABAÑAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.3.5. Estudios de insumos, materiales y materia prima.

Clasificación de los insumos y materiales.

Tabla 26

CLASIFICACIÓN	
INSUMOS	MATERIALES
Mobiliarios	Herramientas
Maquinaria	Útiles de trabajo
Lencería de habitaciones	Útiles de oficina
Lencería de restaurante	Productos de mantenimiento
Productos para prestación de servicios	Productos de limpieza de instalaciones
Productos para la venta	Materias primas para la producción

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cantidad necesaria de los insumos y materiales.

Tabla 27

INSUMOS	CANT	TIEMPO DE REQUERIMIENTO
Lencería de habitaciones	286	Adquisición cada 3 meses
Lencería de restaurante	301	Adquisición cada año
Cristalería	87	Adquisición cada año
Locería	270	Adquisición cada año

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 28

MATERIALES	CANT	TIEMPO DE REQUERIMIENTO
Útiles de trabajo	15	Adquisición cada 6 meses
Útiles de oficina	12	Adquisición cada 15 días
Productos de limpieza de instalaciones	12	Cambio cada 4 meses
Materias primas para la producción	250	Adquisición cada 15 días

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.3.6. Requerimiento de mano de obra.

El personal que formara parte del hotel campestre se será seleccionado de acuerdo a los requerimientos pertinentes del mismo, las capacidades y destrezas que demuestren los aspirantes. Estos serán contratados de acuerdo a las temporadas en las que se encuentre la hostería. Entre estos se requiere:

- ✓ Administrador
- ✓ Recepcionista
- ✓ Camarera
- ✓ Barman y meseros
- ✓ Chef ejecutivo

3.3.7. Requerimiento de maquinaria y equipo.

Tabla 29

MOBILIARIA MAQUINARIA EQUIPO	CANT	TIEMPO DE REQUERIMIENTO
Mobiliaria	222	Adquisición cada 10 años y revisión cada 3 meses
Maquinaria	20	Adquisición cada 10 años y revisión cada 3 meses
Equipos de oficina y de cocina	15	Adquisición cada 10 años y revisión cada 3 meses
Equipos de computación	2	Adquisición cada 3 años y revisión cada 3 meses

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.3.8. Calendario de ejecución del proyecto.

Tabla 30

ACTIVIDADES	FECHAS ESTABLECIDAS					
	1	2	3	4	5	6
	JUL	AGOS	SEPT	OCT	NOV	DIC
ETAPA DE PRE-INVERSIÓN						
Idea	X	X				
Perfil		X				
Prefactibilidad			X			
Factibilidad			X			
ETAPA DE INVERSIÓN						
Diseño				X		
Ejecución				X	X	
OPERACIÓN						
Operación					X	
Control						X

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

3.4. **Análisis del impacto ambiental.**

La responsabilidad con el medio ambiente es importante en todas las empresas, por lo cual la hostería campestre debe cumplir con los requisitos necesarios para la conservación del mismo y mitigar además su contaminación. El presente proyecto se encuentra íntimamente ligado al medio ambiente, por tal razón

se deben tomar en cuenta todas las actividades que serán desarrolladas en cada una de las etapas y determinar cuáles son los factores que producen efectos negativos en el ambiente y de esta forma establecer medidas con la finalidad de prevenir o controlar las amenazas de manera que reduzcan los riesgos que puedan afectar a la hostería, a la comunidad y sobre todo al ecosistema. Además de fijar las medidas para mitigar la contaminación ambiental es necesario también proporcionar las herramientas necesarias para llevar a cabo todas y cada una de las acciones establecidas antes, durante y después de la puesta en marcha de la hostería.

3.4.1. Contaminación del aire.

La contaminación del aire se origina por la irradiación de gases tóxicos que provienen de los desperdicios que se van generando diariamente. Estos van liberando olores cuando entran en proceso de descomposición y es aquí donde se ve afectado el olfato de las personas y además atraen a los insectos que son transmisores de enfermedades y se esparcen rápidamente.

3.4.2. Contaminación del agua.

La correcta utilización del agua es responsabilidad de todos y cada uno de los habitantes, refiriéndose a la hostería campestre se debe empezar por la capacitación al personal de la empresa sobre el uso debido del agua y luego transmitir el mensaje a la comunidad y a los clientes que visitan la hostería a través de anuncios en cada una de las áreas de la hostería y difundir el mensaje en toda la parroquia. Se debe sobre todo evitar el principal problema que es el desperdicio del agua al olvidar cerrar las llaves; es importante prestar el debido cuidado a los ríos y quebradas que se

encuentran cerca de la hostería campestre, evitando su contaminación con desperdicios y que además se vean afectados por la ejecución de este proyecto.

3.4.3. Contaminación del suelo.

Hace referencia al desgaste del suelo debido a la utilización exagerada por parte del hombre; en el caso de la puesta en marcha del presente proyecto, no existirá un uso exagerado por parte de los turistas que visiten la hostería, más bien durante la construcción se puede ver un poco afectado debido a la construcción de las cabañas y adecuación de las diferentes áreas, pero éstas acciones serán contrarrestadas mediante la utilización de abonos naturales y el sembrío de árboles y plantas que contribuyan a la restructuración del suelo. Además los desperdicios no serán arrojados al suelo sino que serán depositados en sus respectivos tachos dependiendo el tipo de basura.

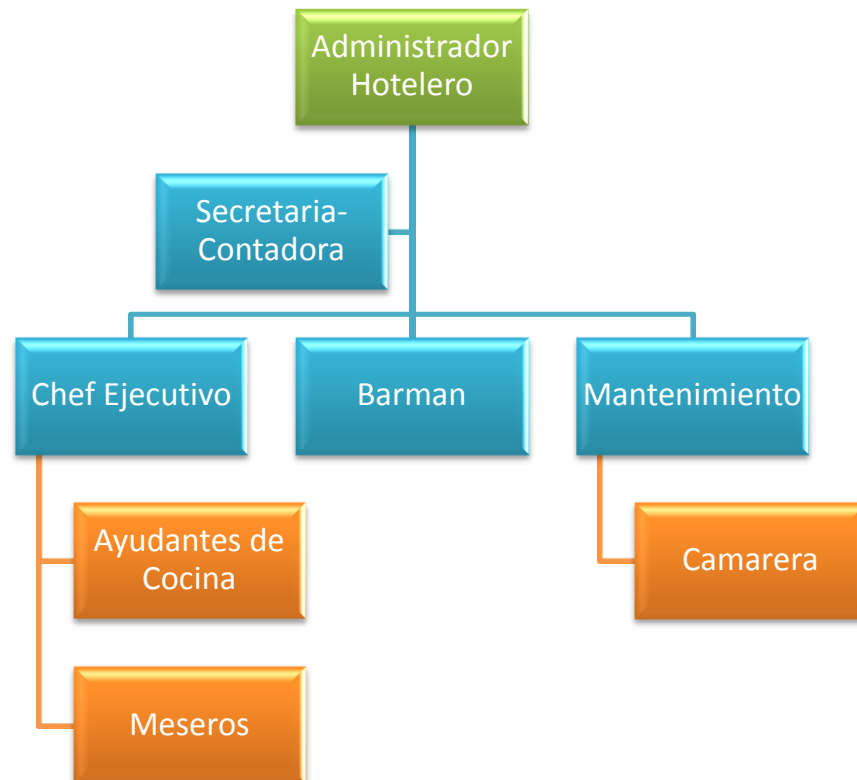
3.4.4. Acciones de prevención.

Las medidas de prevención contribuyen a mitigar la contaminación del medio ambiente. Estas acciones deben ser planteadas y llevadas a cabo para obtener los resultados favorables esperados de preservar el ecosistema, las cuales se detallan a continuación: colocación de tachos de basura y reciclar la basura de acuerdo a su tipo, realizar fumigaciones contra los insectos empleando productos químicos naturales, ubicar carteles en todas las áreas de la hostería con mensajes del cuidado ambiental, establecer horarios para el riego de las plantas, revisión de las instalaciones y áreas de la hostería para su respectivo mantenimiento, brindar charlas sobre el cuidado ambiental.

CAPÍTULO IV.

4. Estudio Administrativo, Organizativo y Legal.

4.1. Organigrama de la empresa.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

4.2. Desarrollo de los procesos.

Los procesos que se van a desarrollar en la hostería campestre serán enfocados en la satisfacción que los clientes desean obtener al demandar el servicio de la misma; para lo cual es fundamental y necesario que todas y cada una de las áreas trabajen de una manera eficaz y eficiente.

Cuadro 6

CLASIFICACIÓN DE LOS PROCESOS	
Estratégicos: Planeamiento y Mejora	Como su nombre lo indica, este proceso da una garantía al cumplimiento de la estrategia de la hostería campestre, incluyendo no solo el beneficio económico sino también el impacto que tendrá en la comunidad y sobre todo en el turismo del sector; además de incluir una mejora continua basada en la Gestión de Calidad.
Claves: Servicio al cliente, hospedaje, restaurante.	Los procesos claves se vinculan directamente con el cliente, en la atención que reciben desde el momento que reservan su hospedaje hasta cuando gozan y terminan el mismo, además se relaciona con el proceso de restaurante y del uso de instalaciones para los clientes que aunque no se hospeden en la hostería, de igual forma hacen uso de las instalaciones y degustan de la gastronomía.
De apoyo: Abastecimiento de insumos, talento humano, seguridad, infraestructura.	El proceso de apoyo abarca los demás subprocesos que complementan la labor de la hostería, garantizando el cumplimiento del objetivo de la empresa y la satisfacción de los clientes.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

4.3. Desarrollo de procedimientos y descripción de los puestos de trabajo.

Cuadro 7

ADMINISTRADOR HOTELERO	
OBJETIVO	Administrar la operación de una empresa hotelera desde el punto de vista de la planeación, organización y funcionamiento
INSTRUCCIÓN	Ingeniero en administración o gerencia hotelera
FUNCIONES	Ser un líder para todos sus subordinados. Tener conocimiento sobre todas las actividades en cada una de las fases de la operación de la hostería. Cumplir con todas las funciones adquiridas en su cargo. Vigilar el normal y eficiente desempeño de cada una de las áreas. Cuidar del bienestar de sus trabajadores.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cuadro 8

SECRETARIA – CONTADORA	
OBJETIVO	Llevar a cabo el desempeño diario de su labor, en una serie de funciones, desglosándose en las actividades diarias.
INSTRUCCIÓN	Profesional en CPA
FUNCIONES	Estar encargada de atender las entradas y salidas de los clientes
	Realizar el cobro por concepto de hospedajes y servicios en general de la hostería.
	Informar a los demás empleados cualquier aviso o novedad que les ayuden en su desempeño diario.
	Asesorar a los huéspedes acerca de los servicios que brinda el hotel
	Llevar un registro y control de los ingresos y egresos monetarios así como de los recursos financieros en general.
	Realizar las respectivas transacciones apegadas a la ley.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cuadro 9

CHEF EJECUTIVO	
OBJETIVO	Planear e inspeccionar todo tipo de servicios de alimentos y bebidas, teniendo en cuenta técnicas de servicio, normas de protocolo y etiqueta, normas de seguridad, higiene y manipulación de alimentos.
INSTRUCCIÓN	Profesional o tecnólogo en chef de comida nacional. Preparar los alimentos para el consumo de los huéspedes, visitantes y empleados del hotel.
FUNCIONES	Elaborar los menús y las recetas de los platos de comida de cada día. Controlar los horarios de trabajos de las personas bajo su mando. Mantener en orden y limpio su área de trabajo. Clasificar los insumos requeridos en la preparación de la comida.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cuadro 10

MESEROS	
OBJETIVO	Ejercer las actividades de su puesto de forma aseada, ordenada y eficiente.
INSTRUCCIÓN	Bachiller Recibir, acomodar y ayudar al cliente
FUNCIONES	Cuidar de la calidad del servicio Mantener limpia su área de trabajo Trabajar en conjunto con los demás trabajadores para ofrecer un buen servicio a los clientes.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cuadro 11

CAMARERA	
OBJETIVO	Garantizar la calidad en el cumplimiento de sus servicios
INSTRUCCIÓN	Bachiller
FUNCIONES	Limpiar y arreglar las habitaciones y la infraestructura en general
	Realizar la limpieza y arreglar las habitaciones
	Cuidar del buen orden de los objetos que depositan los clientes en sus habitaciones
	Enviar las prendas sucias a la lavandería.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cuadro 12

BARMAN	
OBJETIVO	Proporcionar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.
INSTRUCCIÓN	Bachiller
FUNCIONES	Atender a los clientes que se sientan en la barra y en el sector que se le asigne.
	Preparar los cócteles y tragos que le solicitan los anfitriones.
	Realizar el arqueo de sus ventas con el Jefe de turno respectivo.
	Estar pendiente del volumen de la música tanto en el bar- restaurante

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cuadro 13

MANTENIMIENTO	
OBJETIVO	Mantener en buen estado cada uno de los sectores del hotel con el objetivo de proporcionar un servicio lleno de calidad para satisfacer las necesidades requeridas.
INSTRUCCIÓN	Bachiller Organizar y controlar los trabajos de instalación así como supervisar su mantenimiento.
FUNCIONES	Ordenar y fiscalizar la reparación de equipos en caso de sufrir algún daño
	Efectuar inspecciones y además estimar el tiempo de los materiales.
	Realizar las respectivas notas para pedir los materiales y los repuestos que se requieran.
	Proveer a las demás áreas los materiales y otros recursos que necesiten.
	Emitir informes respectivos al jefe inmediato.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Cuadro 14

AYUDANTES DE COCINA	
OBJETIVO	Colaborar en el normal y correcto funcionamiento del área del restaurante de la hostería.
INSTRUCCIÓN	Bachiller Ayudar en la preparación de los alimentos.
FUNCIONES	Mantener limpia el área de la cocina.
	Cuidar el orden de los utensilios de esta área.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

4.4. Beneficios de ley.

Todos los empleados que trabajarán en la hostería campestre tendrán derecho a los beneficios de Ley Según como lo establece el Código de Trabajo¹⁶, entre los cuales se encuentran:

- Sueldo Básico Unificado, así como la afiliación al IEES
- Recibir los valores por concepto de horas extras trabajadas, además de los décimos en las fechas respectivas y fondos de reserva a partir del segundo año de trabajo.
- Gozar de un período de vacaciones y que éstas sean remuneradas.
- Obtener las respectivas licencias ya sea por paternidad o maternidad, en caso de este último, la madre recibirá el subsidio que le corresponde.
- Solicitar a la empresa certificados de trabajo en caso que lo necesiten.
- A recibir el respectivo pago por utilidades de la empresa.

4.5. Remuneración.

La remuneración es la principal obligación del patrono, y constituye la retribución que reciben los empleados por prestar sus servicios en la hostería. Cada empleado recibirá un sueldo justo según lo establece la ley y además las remuneraciones serán canceladas los 27 de cada mes, teniendo en cuenta además que se pagarán las horas extras trabajadas y que además en caso de requerir un anticipo o

¹⁶ Código de Trabajo. Derechos y Obligaciones Del Trabajador y Empleador. Recuperado de, <http://www.ecuadorlegalonline.com/>. 16 de agosto de 2013.

préstamo también será concedido previo un diálogo y acuerdo mutuo entre empleador y empleado.

4.6. Permisos y ordenanzas municipales.

Conforme lo suscribe la Constitución Política de la República del Ecuador¹⁷ (2008):
“Se acuerda, que los gobiernos autónomos descentralizados inserten nuevas competencias, en cuanto a la organización territorial del estado, y que sean regulados sus procesos por el Sistema Nacional de Competencias, conjuntamente con los mecanismos de financiamiento e institucionalidad”. (p. 4).

Según el Código Orgánico Organización Territorial Autonomía y Descentralización, COOTAD¹⁸(2010):

Queda establecido el goce de autonomía política, y administrativa de los gobiernos autónomo descentralizado cantonal por parte del Estado Ecuatoriano dentro de lo estipulado en los artículos 5 y 6 del (COOTAD) Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

La fijación del cobro de tributos, quedan reglamentados mediante las ordenanzas municipales establecidas en el Art. 492 del (COOTAD), el Título IX, Capítulo III, Sección Novena, Art. 546 del COOTAD, considera el impuesto de patentes municipales; y En ejercicio de la facultad que le confiere el Art. 57 literal b) y 58 literal b) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)

Permisos que deben cumplir los establecimientos de alojamiento.

Como lo indica la Federación Hotelera del Ecuador¹⁹ (2013). Los permisos con los que debe cumplir la hostería campestre son:

¹⁷ Constitución Política de la República del Ecuador. 2008.

¹⁸ Código Orgánico Organización Territorial Autonomía y Descentralización. 2010. Artículos 5, 6, 57,58, 492, 546.

- “Ministerio de turismo: Registro de actividad turística, Licencia de funcionamiento turismo.
- Ministerio de Salud: Permiso sanitario, certificado de salud de empleados.
- Municipales: Patente, Rótulos y Publicidad, licencia ambiental, Permiso cuerpo de bomberos, impuesto predial.” (p.1).

4.7. Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo²⁰ lo indica en su página:

El Ministerio de Turismo es la principal institución que lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrollando programas y proyectos basados en las normas y parámetros que se establecen en sus leyes. El objetivo de este Ministerio es posesionar al Ecuador como el destino preferido por los turistas por sus características incomparables; recalando que el turismo constituye un generador de desarrollo tanto social como económico en el medio en el que vivimos.

Las entidades que financian proyectos del sector turístico son: La Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento.

Corporación Financiera Nacional.

El Ministerio de Turismo²¹ (s/f) lo indica:

Actividades Financiadas.

Las actividades que financia la CFN a través de sus líneas de crédito son:

- Alojamiento: Hoteles, hosterías, hostales, cabañas.

¹⁹ Federación Hotelera del Ecuador. 2013. Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que Deben Cumplir los Establecimientos de Alojamiento. Extraído de, <http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idiom=1> 20 de agosto de 2013. p. 1.

²⁰ Ministerio de Turismo. (s/f). El Ministerio. Recuperado de, <http://www.turismo.gob.ec/category/el-ministerio/>. 10 de noviembre de 2013.

²¹ Ministerio de Turismo. s/f. Corporación Financiera Nacional. Extraído de, http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=55.____10 de noviembre de 2013.

- Alimentos y Bebidas: Restaurantes (Con una clasificación mínima de segunda categoría) y Cafeterías.
- Agencias de Viaje.
- Transporte Turístico.
- Actividades inmobiliarias, realizadas con bienes propios o alquilados (Únicamente la explotación de apartamentos con servicios de hotel que esté considerada como una actividad de alojamiento turístico).

Beneficiario.

- Personas naturales en cuyo caso deberá ser identificable mediante un RUC.
- Personas jurídicas (privadas, mixtas o públicas) bajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Otras personas jurídicas: Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones, federaciones y corporaciones con personería jurídica.

Destino.

- Activo fijo: Infraestructuras, maquinarias y equipamientos. Se podrá reconocer inversiones efectuadas hasta 360 días antes de la presentación de la solicitud de crédito.
- Capital de trabajo: Pago de mano de obra, materiales directos e indirectos, entre otros. Se excluyen gastos no operativos de administración y ventas, se consideran también los gastos de promoción y publicidad. Se podrá reconocer inversiones efectuadas hasta 90 días antes de la presentación de la solicitud de crédito.

Requisitos mínimos requeridos para el análisis del crédito.

- Solicitud de crédito
- Hoja de vida del solicitante y de ser el caso, del administrador del negocio (experiencia sobre manejo)
- Copia de la declaración de impuesto a la renta de los 3 últimos años
- Copia de las últimas 12 declaraciones del IVA (Impuesto al Valor Agregado)
- Certificado de no mantener obligaciones pendientes con el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) de ser el caso
- Plan de Inversiones
- Flujo de caja del negocio (proyectado al tiempo que el crédito)
- Referencias personales, comerciales y bancarias
- Al menos dos copias de cotizaciones (proformas) de las inversiones a realizar
- Perfil del negocio impreso para proyectos menores a USD 1'500.000,00
- Para proyectos nuevos mayores a USD 1'500.000,00 presentar un proyecto de factibilidad que justifique la viabilidad del mismo mediante un estudio de mercado, técnico y financiero

- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen, como bienes inmuebles, por ejemplo: Terrenos, edificios, casas, bodegas, etc.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (Solo personas jurídicas)
- Declaración notariada y juramentada sobre vinculaciones por propiedad o por gestión, hasta 4to.grado de consanguinidad y 2do.de afinidad con funcionarios de la CFN, suscrita por el solicitante o representante legal.
- Certificado vigente de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas (Solo personas jurídicas).
- Planos de construcción y permisos de funcionamiento, en el caso de obras civiles. (p. 55, 56, 58).

Banco Nacional de Fomento.

El Ministerio de Turismo²² (s/f) lo suscribe:

Actividades financiables.

- Alojamiento Hotelero
- Alojamiento Extra Hotelero
- Centros de Recreación turística
- Carretas

Beneficiario.

- Personas naturales en cuyo caso deberá ser identificable mediante un RUC.
- Personas jurídicas.

Destino.

- Activo fijo: Para obras civiles (adecuaciones y construcciones nuevas), maquinarias, equipos, menaje, muebles y enseres, lencerías, elementos decorativos necesarios para el desarrollo de la actividad, transporte turístico, semovientes y adecuación de locales turísticos.
- Capital de trabajo: Para la compra de materias primas, insumos, materiales, mercaderías, pago de mano de obra, suministros, publicidad, promoción, y servicios. (p. 62, 63).

²² Ministerio de Turismo. s/f. Banco Nacional de Fomento. Extraído de, http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=62___10 de noviembre de 2013.

Cuadro 15

LINEAS DE CRÉDITO		
DESTINO	PLAZO	PERÍODO DE GRACIA
CAPITAL DE TRABAJO		
Compra de materias primas y materiales	Hasta 3 años	Sin periodo de gracia
Costos directos de operación	Hasta 2 años	Sin periodo de gracia
Adquisición de productos de consumo final o bienes terminados sean de fabricación nacional extranjera destinados a la reventa en forma legal (mercaderías)	Hasta 2 años	Sin periodo de gracia
Adquisición de servicios, hardware, software y licencias inherentes a la prestación de un servicio	Hasta 2 años	Sin periodo de gracia
ACTIVOS FIJOS		
Obras civiles en proyectos nuevos, ampliación y mejoramiento, incluyendo el menaje, mobiliario, muebles y enseres, elementos decorativos y lencería necesarios para ejercer la actividad	Hasta 10 años	Hasta 2 años de periodos de gracia de capital
Adquisición de terrenos siempre y cuando se enmarquen dentro del instructivo de compra de tierras para el sector rural	Hasta 15 años	Hasta 3 años de gracia sobre el capital
Compra de menaje, mobiliario, muebles y enseres, elementos decorativos y lencería necesarios para el desarrollo de la actividad	Hasta 3 años	Hasta 1 año de periodo de gracia sobre el capital
Compra de maquinaria y equipos nuevos	Hasta 7 años	Hasta 1 año de periodo de gracia sobre el capital
Adquisición de vehículos, siempre y cuando se enmarquen dentro del Instructivo de Adquisición de Vehículos vigentes	Hasta 5 años	Sin periodo de gracia
Adquisición de semovientes	Hasta 5 años	Sin periodo de gracia

Fuente: Ministerio de Turismo²³

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

²³ Ministerio de Turismo. s/f. Banco Nacional de Fomento. Extraído de, http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=63 10 de noviembre de 2013.

CAPÍTULO V.

5. Estudio financiero.

5.1 Presupuestos.

5.1.1 Presupuesto de inversión.

Activos fijos

El terreno destinado para la puesta en marcha de la hostería campestre, poseerá un área de 2 hectáreas, con valor total de \$ 3.000,00. El valor de los mobiliarios de habitación corresponden a un total \$ 4.337,00; los de restaurante a \$ 609,00; los mobiliarios de oficina a un valor total 525,00. Las maquinarias de hospedaje a un valor total de \$ 1050,00; el equipo de oficina por un valor total de \$ 300,00, equipos para las habitaciones por \$2.200,00 así como los equipos de computación con un total \$ 900,00; los de cocina por un total \$ 1.900,00 y los otros activos fijos que cubren la construcción de la piscina por un monto que asciende a \$ 10.000,00; el vehículo que corresponde a una pequeña rancherita por un valor de \$ 1.500,00 y la obra civil por \$34.172,00

Tabla 31

ACTIVOS FIJOS		
#	DETALLE	V/T
1	Terreno de 2 hectáreas	3.000,00
2	Obra civil	34.172,00
3	Mobiliario de habitación	4.337,00
4	Mobiliario de restaurante	609,00
5	Mobiliario de oficina	525,00
6	Maquinaria hospedaje	1.050,00
7	Equipos de habitaciones	2.200,00
8	Equipo de oficina	300,00
9	Equipo de computación	900,00
10	Equipos de cocina	1.900,00
11	Vehículo	1.500,00
12	Otros activos	10.000,00
TOTALES		60.493,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 32

MOBILIARIO HABITACIONES	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cama 2 plazas	2	u	120	240,00
Colchón 2 plazas	2	u	150	300,00
Literas 1 ½ plaza	7	u	150	1.050,00
Colchón 1 ½ plaza	13	u	80	1.040,00
Cama 1 plaza	5	u	90	450,00
Colchón 1 plaza	5	u	90	450,00
Cama 1 ½ plaza	6	u	100	600,00
Espejo	10	u	10	100,00
Velador de mimbre	10	u	35	350,00
Armario y guardarropa	10	u	150	1.500,00
Juego de mesa y silla rustica	2	juego	70	140,00
Silla con tapizado fino	25	u	10	250,00
Mesa de Mimbre	7	u	45	315,00
SUBTOTAL	104			4.337,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 33

MOBILIARIOS RESTAURANTE	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mesas capacidad 4 personas	5	u	60	300,00
Mesas capacidad 3 personas	3	u	45	135,00
Sillas	29	u	6	174,00
SUBTOTAL	37			609,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 34

MOBILIARIAS OFICINA	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Archivadores	2	U	75	150,00
Silla de oficina	5	U	23	115,00
Recibidores	1	U	60	60,00
Escritorios	1	U	50	50,00
Estaciones de trabajo	1	U	150	150,00
SUBTOTAL	10			525,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 35

MAQUINARIA HOSPEDAJE	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Lavadoras	2	U	400	800,00
Secadoras	2	U	400	800,00
Plancha	4	U	30	120,00
Generador de luz	1	U	600	600,00
Teléfonos	10	U	15	150,00
Bomba de Agua	1	U	300	300,00
SUBTOTAL	20			1.050,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 36

EQUIPO DE OFICINA	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Teléfonos	2	U	50	100,00
Televisión	1	U	200	200,00
SUBTOTAL	3			300,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 37

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora de Escritorio	1	U	500	500,00
Computador Portátil	1	U	400	400,00
SUBTOTAL	2			900,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 38

EQUIPOS DE COCINA	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cocina+Refrigeradora+Cilindro de gas	3	u	1060,00	1060,00
Licudora	2	u	22	44,00
Procesador de Alimentos	1	u	300	300,00
Máquina de Café Express	2	u	120	240,00
Extractor de olores	1	u	130	130,00
Sanduchera	3	u	42	126,00
SUBTOTAL	12			1.900,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 39

DESCRIPCION	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Rancherita marca Mazda a diésel	1	1.500,00	1.500,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 40

EQUIPOS DE HABITACIONES	CANT	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Teléfonos	10	u	50	500,00
Televisión	10	u	170	1700,00
SUBTOTAL	3			2200,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 41

CABAÑAS MATRIMONIALES Y DOBLES			
4 METROS DE FRENTE POR 5 METROS DE FONDO			
TOTAL 5 CABAÑAS			
MATERIALES	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TABLAS DE 2 VARAS DE ALTO	450	4,50	2.025,00
PUNTALES PARA EL TECHO	25	3,75	93,75
TIRAS DE 2X2 PULGADAS DE 5 VARAS	25	2,25	56,25
HOJAS DE ZINC	75	7,00	525,00
ORCONES	15	22,50	337,50
CUERDAS DE 4X4 PULGADAS	25	13,50	337,50
BARROTES	15	25,00	375,00
TABLAS PARA EL PISO	900	4,50	4.050,00
TOTAL			7.800,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 42

TRES CABAÑAS TRIPLES			
5 METROS DE FRENTE POR 6 DE FONDO			
MATERIALES	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TABLAS DE 2 VARAS DE ALTO	330	4,50	1.485,00
PUNTALES PARA EL TECHO	15	3,75	56,25
TIRAS DE 2X2 PULGADAS DE 5 VARAS	15	2,25	33,75
HOJAS DE ZINC	45	7,00	315,00
ORCONES	9	22,50	202,50
CUERDAS DE 4X4 PULGADAS	15	13,50	202,50
BARROTES	7	25,00	175,00
TABLAS PARA EL PISO	660	4,50	2.970,00
TOTAL			5.440,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 43

DOS CABAÑAS QUINTUPLES			
6 METROS DE FRENTE Y SIETE DE FONDO			
MATERIALES	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TABLAS DE 2 VARAS DE ALTO	260	4,50	1.170,00
PUNTALES PARA EL TECHO	10	3,75	37,50
TIRAS DE 2X2 PULGADAS DE 5 VARAS	10	2,25	22,50
HOJAS DE ZINC	30	7,00	210,00
ORCONES	6	22,50	135,00
CUERDAS DE 4X4 PULGADAS	10	13,50	135,00
BARROTES	5	25,00	125,00
TABLAS PARA EL PISO	510	4,50	2.295,00
TOTAL			4.130,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 44

CABAÑA ADMINISTRATIVA Y CABAÑA ADICIONAL			
CABAÑAS DE 10X10 METROS			
TOTAL DOS CABAÑAS			
MATERIALES	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TABLAS DE 2 VARAS DE ALTO	400	4,50	1.800,00
PUNTALES PARA EL TECHO	20	3,75	75,00
TIRAS DE 2X2 PULGADAS DE 5 VARAS	20	2,25	45,00
HOJAS DE ZINC	60	7,00	420,00
ORCONES	12	22,50	270,00
CUERDAS DE 4X4 PULGADAS	20	13,50	270,00
BARROTES	10	25,00	250,00
TABLAS PARA EL PISO	800	4,50	3.600,00
TOTAL			6.730,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 45

OBRA CIVIL			
DETALLE	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Adecuación del terreno	1	1.000,00	1.000,00
Construcción Cabañas Matrimoniales y dobles	5	1.560,00	7.800,00
Construcción Cabañas Triples	3	1.813,33	5.440,00
Construcción Cabañas Quintuples	2	2.065,00	4.130,00
Construcción de Cabaña administrativa	1	3.365,00	3.365,00
Construcción Cabaña adicional	1	3.365,00	3.365,00
Otros rubros de inversión			
7 libras de clavo de 2.5 pulgadas	1	7,00	7,00
5 libras de clavo de 2 pulgadas	1	5,00	5,00
Baños	12	230,00	2.760,00
Instalación Eléctrica	1	1.200,00	1.200,00
Instalación de agua	1	800,00	800,00
Instalación de teléfono	1	200,00	200,00
Otros materiales			100,00
Mano de obra			4.000,00
TOTAL			34.172,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 46

DEPRECIACIONES			
DESCRIPCIÓN	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN	VALOR
Terreno	0	0	0,00
Obra civil	25	4%	1.366,88
Mobiliario de habitación	10	10%	433,70
Mobiliario de restaurante	10	10%	60,90
Mobiliario de oficina	10	10%	52,50
Maquinaria hospedaje	10	10%	105,00
Equipo de habitaciones	10	10%	220,00
Equipo de oficina	10	10%	30,00
Equipo de computación	3	33,33%	299,97
Equipos de cocina	10	10%	190,00
Vehículo	5	20%	300,00
Otros activos	10	10%	1.000,00
TOTAL			\$ 4.058,95

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Amortización de activos diferidos.

Este rubro encierra los gastos de constitución realizados por la empresa para la puesta en marcha del negocio por un valor de \$ 2.500,00.

Tabla 47

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	2.500,00
(-) Amortización acumulada	500,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Capital de trabajo.

El capital de trabajo para la construcción y ejecución de la hostería campestre es de \$74.993 que se obtendrá de un préstamo de \$60.000 en la CFN y los \$14,993 mediante la aportación equitativa de sus tres socios.

Tabla 48

DISTRIBUCIÓN CAPITAL DE TRABAJO	
Terreno de 2 hectáreas	3.000,00
Obra civil	34.172,00
Mobiliario de habitación	4.337,00
Mobiliario de restaurante	609,00
Mobiliario de oficina	525,00
Maquinaria hospedaje	1.050,00
Equipos de habitaciones	2.200,00
Equipo de oficina	300,00
Equipo de computación	900,00
Equipos de cocina	1.900,00
Vehículo	1.500,00
Otros activos	10.000,00
Capital de Trabajo	12.000,00
Gastos de Constitución	2.500,00
TOTAL	74.993,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 49

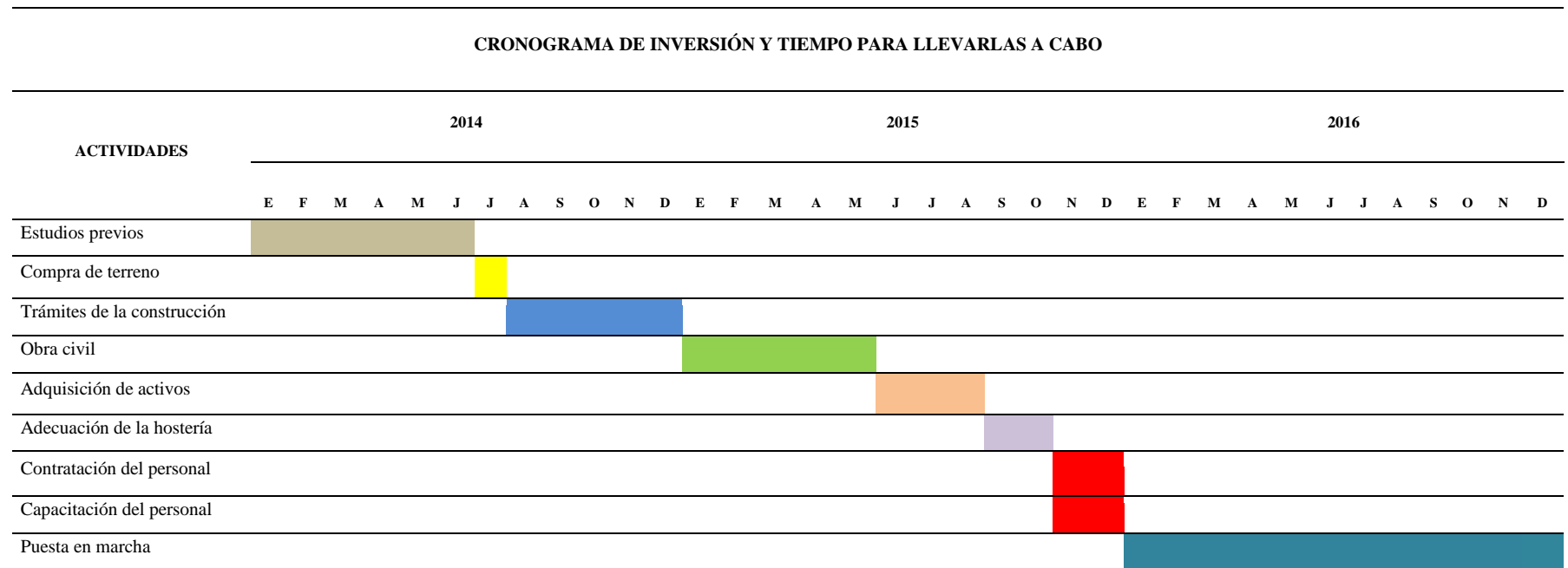
SUELDOS Y SALARIOS									
CARGOS	No.	SUELDO	APORTE		FONDOS DE RESERVA	13		14	
			PERSONAL	PATRONAL		SUELDO	SUELDO	SUELDO AÑO 1	SUELDO DESDE AÑO 2
Administrador Hotelero	1	450,00	42,08	54,68	37,485	37,50	28,33	6525,27	7295,92
Secretaria-Contadora	1	400,00	37,40	48,60	33,32	33,33	28,33	5806,53	6523,04
Chef ejecutivo	1	400,00	37,40	48,60	33,32	33,33	28,33	5806,53	6523,04
Camarera	1	340,00	31,79	41,31	28,32	28,33	28,33	4944,05	5595,58
Barman	1	340,00	31,79	41,31	28,32	28,33	28,33	4944,05	5595,58
Ayudantes de cocina	2	340,00	31,79	41,31	28,32	28,33	28,33	9888,11	11191,17
Mantenimiento	1	340,00	31,79	41,31	28,32	28,33	28,33	4944,05	5595,58
Meseros	1	340,00	31,79	41,31	28,32	28,33	28,33	4944,05	5595,58
TOTAL								47802,65	53915,50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.1.2. Cronograma de inversión.

Tabla 50



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.1.3 Presupuesto de operación.

Presupuesto de ingresos

Ingresos por hospedaje

Precio de venta: \$50 dólares

Tabla 51

AÑOS	CLIENTES	INGRESOS
2016	350	17.500,00
2017	403	20.125,00
2018	463	23.143,75
2019	532	26.615,31
2020	612	30.607,61

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Se determina que anualmente se recibirán 350 personas en la hostería, tomando en consideración los 7 llenos al año, con un promedio de 50 personas al mes.

Ingresos por pesca deportiva

Precio de venta: 2,25 dólares

Tabla 52

AÑOS	CLIENTES	INGRESOS
2016	10000	22.500,00
2017	11500	25.875,00
2018	13225	29.756,25
2019	15209	34.219,69
2020	17490	39.352,64

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Se estima que anualmente 10.000 personas optarán por practicar la pesca deportiva en el área de la Hostería Campestre.

Ingresos por restaurante
Precio de venta: 4,50 dólares

Tabla 53

AÑOS	CLIENTES	INGRESOS
2016	15000	67.500,00
2017	17250	77.625,00
2018	19838	89.268,75
2019	22813	102.659,06
2020	26235	118.057,92

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Se estima que anualmente en el área del restaurante de la hostería se tendrá la demanda de 15.000 platos de comida que incluyen tanto a los huéspedes como a los visitantes.

Ingresos por uso de instalaciones
Precio de venta: 2,50 dólares

Tabla 54

AÑOS	CLIENTES	INGRESOS
2016	13000	32.500,00
2017	14950	37.375,00
2018	17193	42.981,25
2019	19771	49.428,44
2020	22737	56.842,70

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Se recibirán anualmente 13.000 personas, que harán uso de las instalaciones de la hostería, mas no de las habitaciones.

Tabla 55

INGRESOS GENERADOS POR LA HOSTERIA					
CUENTAS	PAGOS ANUALES				
	2016	2017	2018	2019	2020
Hostería	17.500,00	20.125,00	23.143,75	26.615,31	30.607,61
Pesca deportiva	22.500,00	25.875,00	29.756,25	34.219,69	39.352,64
Restaurante	67.500,00	77.625,00	89.268,75	102.659,06	118.057,92
Uso de instalaciones	32.500,00	37.375,00	42.981,25	49.428,44	56.842,70
TOTAL	140.000,00	161.000,00	185.150,00	212.922,50	244.860,88

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Presupuesto de egresos.

Los principales desembolsos que generará la entidad por las actividades que llevará a cabo, se detallan en el siguiente cuadro; entre los cuales se encuentran: sueldos y salarios, pagos prediales, materia prima, permisos de funcionamiento, intereses bancarios y servicios básicos.

Tabla 56

EGRESOS GENERADOS POR LA HOSTERIA					
CUENTAS	PAGOS ANUALES				
	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos y salarios	47.802,65	53.915,50	53.915,50	53.915,50	53.915,50
Materia Prima	35.000,00	40.250,00	46.287,50	53.230,63	61.215,22
Pagos prediales	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Servicios básicos	900,00	945,00	992,25	1041,86	1093,96
Intereses bancarios	6.300,00	5.278,29	4.149,31	2.901,78	1.523,26
Permisos de funcionamiento	1000,00	1050,00	1102,50	1157,63	1215,51
TOTAL	91.502,65	101.938,80	106.947,06	112.747,40	119.463,45

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Estructura de financiamiento.

Tabla 57

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA	CFN				
MONTO EN USD	60.000,00				
TASA DE INTERES	10,50%	T. EFECTIVA	10,50%		
PLAZO	5 años				
GRACIA	0 años				
FECHA DE INICIO	15/01/2015				
MONEDA	DOLARES				
AMORTIZACION CADA	360 días				
Número de períodos	5 para amortizar capital				
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		60.000,00			
1	15-diciembre-16	50.269,47	6.300,00	9.730,53	16.030,53
2	15-diciembre-17	39.517,23	5.278,29	10.752,24	16.030,53
3	15-diciembre-18	27.636,01	4.149,31	11.881,22	16.030,53
4	15-diciembre-19	14.507,27	2.901,78	13.128,75	16.030,53
5	15-diciembre-20	0	1.523,26	14.507,27	16.030,53

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.2. Estados financieros.

5.2.1. Estado de situación inicial.

Tabla 58

HOSTERIA CAMPESTRE			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Caja Banco	11.200,00	Préstamo bancario	60.000,00
Suministros de Oficina	300,00		
Útiles de aseo	500,00		
Mobiliario de habitación	4.337,00		
Mobiliario de restaurante	609,00	PATRIMONIO	
Mobiliario de oficina	525,00	Acciones	14.993,00
Maquinaria hospedaje	1.050,00		
Equipos de habitaciones	2.200,00		
Equipo de oficina	300,00		
Equipo de computación	900,00		
Equipos de cocina	1.900,00		
Vehículo	1.500,00		
Obra Civil	34.172,00		
Terreno	3.000,00		
Otros activos	10.000,00		
Gastos de constitución	2.500,00		
TOTAL ACTIVOS	74.993,00	TOTAL PASIV+PATRIM	74.993,00
	GERENTE		CONTADOR

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.2.2. Estado de resultado.

Tabla 59

HOSTERIA CAMPESTRE					
ESTADO DE RESULTADO					
DETALLES	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por hostería	17.500,00	20.125,00	23.143,75	26.615,31	30.607,61
Ingreso por pesca deportiva	22.500,00	25.875,00	29.756,25	34.219,69	39.352,64
Ingresos por restaurante	67.500,00	77.625,00	89.268,75	102.659,06	118.057,92
Ingresos por uso de instalaciones	32.500,00	37.375,00	42.981,25	49.428,44	56.842,70
TOTAL INGRESOS	140.000,00	161.000,00	185.150,00	212.922,50	244.860,88
Materia prima	35.000,00	40.250,00	46.287,50	53.230,63	61.215,22
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	105.000,00	120.750,00	138.862,50	159.691,88	183.645,66
Sueldos y salarios	47.802,65	53.915,50	53.915,50	53.915,50	53.915,50
Pagos prediales	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Servicios básicos	900,00	945,00	992,25	1041,86	1093,96
Intereses bancarios	6.300,00	5.278,29	4.149,31	2.901,78	1.523,26
TOTAL DE GASTOS	55.502,65	60.638,80	59.557,06	58.359,15	57.032,72
UTILIDAD OPERACIONAL	49.497,35	60.111,20	79.305,44	101.332,73	126.612,93
Participación empleados (15%)	7.424,60	9.016,68	11.895,82	15.199,91	18.991,94
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42.072,74	51.094,52	67.409,62	86.132,82	107.620,99
Impuesto a la renta (25%)	10.518,19	12.773,63	16.852,41	21.533,20	26.905,25
UTILIDAD NETA	31.554,56	38.320,89	50.557,22	64.599,61	80.715,75

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.2.3 Flujo de caja.

Tabla 60

FLUJO DE CAJA						
HOSTERIA CAMPESTRE						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		140.000,00	161.000,00	185.150,00	212.922,50	244.860,88
Ingresos por hostería		17.500,00	20.125,00	23.143,75	26.615,31	30.607,61
Ingreso por pesca deportiva		22.500,00	25.875,00	29.756,25	34.219,69	39.352,64
Ingresos por restaurante		67.500,00	77.625,00	89.268,75	102.659,06	118.057,92
Ingresos por uso de instalaciones		32.500,00	37.375,00	42.981,25	49.428,44	56.842,70
EGRESOS		89.761,60	101.219,45	107.356,70	114.404,57	122.499,13
Sueldos y salarios		47.802,65	53.915,50	53.915,50	53.915,50	53.915,50
Materia prima		35.000,00	40.250,00	46.287,50	53.230,63	61.215,22
Pagos prediales		500	500	500	500	500
Servicios básicos		900	945	992,25	1041,86	1093,96
Depreciación		4.058,95	4.058,95	4.058,95	4.058,95	4.058,95
Amortización		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Permisos de funcionamiento		1000,00	1.050,00	1102,50	1.157,63	1215,51
SALDO ANTES DEL SERVICIO DE LA DEUDA		50.238,40	59.780,55	77.793,30	98.517,93	122.361,74
Servicio de la deuda		6.300,00	5.278,29	4.149,31	2.901,78	1.523,26
SALDO DESPUES DEL SERVICIO DE LA DEUDA		43.938,40	54.502,25	73.643,99	95.616,15	120.838,48
Impuesto (25%)		10984,60	13625,56	18411,00	23904,04	30209,62
SALDO DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA		32.953,80	40.876,69	55.232,99	71.712,11	90.628,86
15% trabajadores		4.943,07	6.131,50	8.284,95	10.756,82	13.594,33
SALDO DESPUES DE IMPUESTO		28.010,73	34.745,19	46.948,04	60.955,30	77.034,53
Depreciación y Amort.		4.558,95	4.558,95	4.558,95	4.558,95	4.558,95
Amortización		9.730,53	10.752,24	11.881,22	13.128,75	14.507,27
FLUJO NETO DE CAJA		-74.993,00	22.839,15	28.551,90	39.625,77	67.086,21

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.3 Evaluación financiera.

5.3.1. Valor Actual Neto (VAN).

Tabla 61

VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
AÑOS	FLUJO NETO	VAN (+)	VAN (-)
		0,12	0,56
0	-74993,00	-74993,00	-74993,00
1	22839,15	20392,10	14640,48
2	28551,90	22761,40	11732,37
3	39625,77	28204,84	10437,68
4	52385,50	33291,93	8845,30
5	67086,21	38066,52	7261,23
TOTAL		67723,79	-22075,94

VAN = 67723,79

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

El valor actual neto del presente proyecto es \$67.723,79 siendo mayor a cero lo que significa que es un proyecto rentable; se tomó la tasa de descuento del 12% que es la tasa efectiva máxima establecida por el Banco Central del Ecuador para este tipo de proyecto.

5.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 62

$\text{TIR} = \text{tasa menor} + \frac{(\text{tasa mayor} - \text{tasa menor})(\text{VAN tasa menor} / \text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor})}{\text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor}}$
$\text{TIR} = 0,12 + \frac{(0,56 - 0,12)(0,12 / 0,12 - 0,56)}{0,12 - 0,56}$
$\text{TIR} = 31.36\%$

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

La tasa interna de retorno es la tasa que iguala el valor presente a cero; en el presente proyecto este indicador financiero equivale a 31.36% mostrando de esta forma que es un proyecto rentable.

5.3.3 Relación beneficio-costo (RB/C).

Tabla 63

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
BENEFICIOS						
Ingresos por hostería	0	17.500,00	20.125,00	23.143,75	26.615,31	30.607,61
Ingreso por pesca deportiva		22.500,00	25.875,00	29.756,25	34.219,69	39.352,64
Ingresos por restaurante		67.500,00	77.625,00	89.268,75	102.659,06	118.057,92
Ingresos por uso de instalaciones	0	32.500,00	37.375,00	42.981,25	49.428,44	56.842,70
TOTAL BENEFICIOS	0	140.000,00	161.000,00	185.150,00	212.922,50	244.860,88
EGRESOS O COSTOS						
Inversión	74.903,00					
Sueldos y salarios		47.802,65	53.915,50	53.915,50	53.915,50	53.915,50
Pagos prediales		500	500	500	500	500
Servicios básicos		900	945	992,25	1041,86	1093,95
Materia prima		35.000,00	40.250,00	46.287,50	53.230,63	61.215,22
Permisos de funcionamiento		1000,00	1050,00	1102,50	1157,63	1215,51
Servicio de la Deuda		6300,00	5278,29	4149,30	2901,78	1523,26
Impuesto (25%)		10984,60	13625,56	18411,00	23904,04	30209,62
(15%) Trabajadores		4943,07	6131,50	8284,95	10756,82	13594,33
TOTAL COSTOS	74.903,00	107.430,32	121.695,86	133.643,01	147.408,25	163.267,40
FNC (B-C)	74.903,00	- 32.569,68	39.304,14	51.506,99	65.514,25	81.593,48
Van beneficios				659391,06		
Van Costos				399.479,50		
B/C				1,65		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Muestra el beneficio que se obtiene por cada dólar que se invierte en el proyecto; en este caso la relación b/c es \$1,65 es decir se trata de un valor mayor a uno, lo que significa que los beneficios son mayores a los costos y que por cada dólar invertido en la hostería campestre se conseguirá una rentabilidad de 0,65 centavos de dólar.

5.3.4 Periodo de recuperación.

Tabla 64

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
INVERSIÓN =		74.993,00
PERIODO	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA ACUMULADO
1	\$ 22.839,15	\$ 22.839,15
2	\$ 28.551,90	\$ 51.391,05
3	\$ 39.625,77	\$ 91.016,82
4	\$ 52.385,50	\$ 143.402,32
5	\$ 67.086,21	\$ 210.488,53
PRI = 2 años, 9 meses		
$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$		
$PRI = 1 + \frac{(74.993,00 - 22.839,15)}{28.551,90}$		
$PRI = 2,827$		
$PRI = (2,827 - 2) * 12 = 9,92$		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.3.5. Análisis de sensibilidad.

Tabla 65

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD					
CAPITAL	74.993,00				
TRABAJO					
	MONTO				
Ingresos	140.000,00				
Costos Fijos	63.882,15				
Costos Variables	47.196,67				
				VENTAS	
Ganancia	28.921,18	140.000,00	161.000,00	185.150,00	212.922,50
	50.000,00	26.117,85	47.117,85	71.267,85	99.040,35
	57.500,00	18617,85	39617,85	63.767,85	91.540,35
COSTOS VARIABLES	66.125,00	9.992,85	30.992,85	55142,85	82915,3465
					4
	79.350,00	-3.232,15	17.767,85	41.917,85	69.690,35

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

5.3.6. Punto de equilibrio.

Tabla 66

PUNTO DE EQUILIBRIO		
DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Sueldos y salarios	\$ 263.464,67	
Materia Prima		\$ 235.983,34
Pagos prediales	\$ 2.500,00	
Servicios básicos	\$ 4.973,07	
Depreciación	\$ 22.794,75	
Servicio de la deuda	\$ 20.152,65	
Impuestos y patentes	\$ 5.525,63	
TOTAL	\$ 319.410,77	\$ 235.983,34

$$P. E. = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

$$P. E. = \frac{319.410,77}{1 - \left(\frac{235.983,34}{943.933,38}\right)}$$

$$P. E. = \frac{319.410,77}{0,75}$$

$$P. E. = \frac{425.881,02}{943.933,38}$$

$$P. E. = 45,12\%$$

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

CAPÍTULO VI.

6. Contribución al Desarrollo Turístico del Sector.

El desarrollo turístico es una actividad de negocios con gran importancia mundial, por ende el proyecto tiene como parte esencial atraer a los diferentes turistas tanto nacionales como extranjeros. Además desarrollar diferentes actividades turísticas dentro de la zona, e impulsar a que se generen nuevas inversiones, por partes de las autoridades y nuevos inversionistas que quieran apostar por el turismo alternativo que ofrece la parroquia Boyacá, y así explotar los potenciales naturales, culturales y tradicionales que tiene y sé que fortalezca la iniciativa turística para el sector.

Barretto²⁴ (2007), indica:

Los turistas serian apenas viajantes si no existiera el conjunto de equipamientos y servicios turísticos. El turismo presupone la existencia de infraestructura turística (hoteles, restaurantes, carreteras, aeropuertos) y de atractivos, que sin la intervención de los planificadores de turismo serian apenas recursos brutos. (p.12).

La parroquia Boyacá con la instalación de la hostería, será conocida a nivel nacional e internacional como un nuevo sitio de descanso, en donde además de la hostería se podrá realizar diferentes actividades, dentro de las instalaciones y fuera de ella, donde la naturaleza contribuirá como factor principal del turismo alternativo que ofrece Boyacá. Sin lugar a dudas esta parroquia brinda todo los aspectos para el desarrollo del turismo alternativo debido que goza de una variedad en flora, fauna,

²⁴ Barretto, Margarita. 2007. Turismo de Cultura. Primera Edición. Editorial ACA y Pasos. España. p.12.

cultura, arte, paisajes y el clima; esencia del hábitat donde se encuentra ubicado, la misma que es un atractivo permanente lo que permitirá brindar servicios de calidad en la hostería, siendo este el punto esencial para que sea uno de los principales centros turísticos de preferencia para los visitantes.

6.1 Promover a nivel local capacidades para la gestión del desarrollo turístico.

Con la ejecución de este proyecto se podrán brindar capacitaciones dirigidas a los habitantes del sector que deseen conocer todo lo referente al desarrollo organizacional, e individual; así como las formas de desarrollar el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave productivo. Estas capacitaciones se basarán en las normas del Instituto Nacional de Normalización, con el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, con las cuales se buscan brindar capacitaciones en el sector turístico, aplicando metodologías que soporten el desarrollo de las competencias laborales en los diferentes cargos, en cada una de las normas se establecen los requisitos mínimos de competencia laboral y sus resultados esperados, así como sus elementos de competencia que se diseñarán de acuerdo a los manuales establecidos.

Como lo indica, la Organización Mundial de Turismo²⁵, (1999):

Al sector público corresponde la política, la planificación y los estudios; crear la estructura básica; desarrollar algunas atracciones turísticas; fijar y hacer cumplir la normativa para servicios e instalaciones; fijar y administrar la ordenación del territorio y los reglamentos de protección ambiental; estimular y fijar estándares para la educación y formación en turismo; mantenimiento de la salud y seguridad públicas; y algunas funciones de comercialización.

²⁵ Organización Mundial de Turismo. 1999. Desarrollo Turístico Sostenible. España. p. 103.

Al sector privado corresponde desarrollar el alojamiento, el funcionamiento de giras y viajes y demás empresas turísticas comerciales e infraestructura afín in situ, algunas atracciones y algunas actividades de comercialización. En las zonas de nuevo desarrollo turístico la administración debe muchas veces asumir un papel enérgico facilitando y coordinando el desarrollo global del turismo. La voluntad política de desarrollar el turismo de forma planificada y sostenible es esencial. Las organizaciones no gubernamentales (ONG) participan cada vez más en aspectos diversos de este proceso. (p.103.)

6.2. Participación en integración de la comunidad local.

El turismo alternativo en las últimas décadas, ha tenido un importante reconocimiento para los países en vías de desarrollo, el Ecuador particularmente tiene muchas ventajas, al presentar distintos lugares turísticos que presentar al resto del mundo. La hostería intenta captar toda la atención e interés de las personas de la localidad y que estas mismas puedan además tener su desarrollo local y el mejoramiento del nivel de vida. Además de que se cree un entorno de cooperación comunitaria la misma que consiste en los procesos de participación, estableciendo la creación de estrategias que se pueden enfocar desde la comunicación para el desarrollo social, dándole mayor importancia y el auge a la revalorización de coyunturas y mediaciones de la comunidad; con el fin de que ambas parten tengan beneficios. Las comunidades funcionan a través de experiencias colectivas que permiten conformar tejidos sociales, que construyen espacios de participación e integración entre sus habitantes.

Como lo exterioriza la Organización Mundial de Turismo²⁶(1999):

Se deben celebrar reuniones con las comunidades locales y sus dirigentes para exponer los conceptos de turismo y complejos turísticos. Así tendrán

²⁶ Organización Mundial de Turismo. 1999. Desarrollo Turístico Sostenible. España. p. 74.

oportunidad de expresar sus opiniones sobre la propuesta y comenzarán a pensar cómo pueden participar y beneficiarse del desarrollo del complejo. Como ya se ha señalado, el plan del complejo y el programa de desarrollo deben incluir formas de participación de las comunidades locales. (p.74).

6.3. Generación de empleo en la población.

Según los resultados que arrojaron la encuesta realizada a los habitantes del sector, el 65% de la población de la parroquia Boyacá afirma que dentro de su medio las actividades del campo y la ganadería son las que le dan movimiento a su economía. La construcción de la hostería ofertará diversas fuentes de empleo a corto, mediano y largo plazo para las personas que se desenvuelven como obreros, oficiales de construcción, plomeros, etc; así como a las personas que prestaran sus servicios una vez edificada y puesta en marcha la hostería.

Al proporcionar este tipo de empleo se busca resaltar los atributos y capacidades que poseen estas personas así como sus potenciales expuestos en la ejecución de sus labores. Brindando un servicio de calidad, e impulsando la economía del sector.

Como lo recalca la Junta de Comercio y Desarrollo ²⁷(2013) “El turismo de masas suele generar más empleo, en particular para trabajadores semicalificados, y es una oportunidad para que los pobres o las pequeñas empresas vendan directamente sus bienes y servicios a los visitantes”. (p.11).

²⁷ Junta de Comercio y Desarrollo. 2013. Impacto del Turismo. Ginebra. p. 11.

Tabla 67

PUESTOS DE TRABAJOS QUE GENERARÁ LA CONSTRUCCIÓN DE LA HOSTERÍA	
Albañiles	5
Plomeros	3
Guardias	2
Jardineros	1
Carpinteros	5
Ayudantes	5
Total	21

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

Tabla 68

PUESTOS DE TRABAJOS QUE GENERARÁ LA PUESTA EN MARCHA DE LA HOSTERÍA	
Administrador Hotelero	1
Secretaria-Contadora	1
Chef Ejecutivo	1
Ayudantes de Cocina	2
Camareras	1
Barman	1
Meseros	1
Mantenimiento	1
Total	9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Chávez y Jorge Andrade

6.4. Diversificar la oferta turística.

En la actualidad existe un consenso generalizado sobre la importancia estratégica del turismo, para el desarrollo sostenible del país, debido a su amplitud económica y social, el cual genera un importante movimiento de circulante en el país, colocándolo al Ecuador en uno de los destinos turísticos que se recomienda visitar en el mundo entero.

La Organización Mundial de turismo²⁸ (1999) lo escribe: “Aumenta el número de turistas en busca de nuevos destinos y nuevos productos turísticos. De ello se derivan muchas oportunidades de desarrollo de nuevas zonas turísticas y de mejora y ampliación de los destinos actuales”. (p.74).

El crecimiento de los establecimientos hoteleros, la difusión de la riqueza gastronómica, la revalorización del patrimonio natural y cultural y la ampliación de las plazas turísticas, entre otros indicadores, ponen de manifiesto los medios por los cuales se desea desarrollar a un país. La ejecución de este atraerá turistas nacionales y extranjeros los mismo que requieren satisfacer sus necesidades por lo cual buscan lugares que le proporcionen servicios llenos de calidad con la exposición de paisajes hermosos para su relajación y confort, diversificando y explotando así la oferta turística que tiene el Ecuador.

El Diario Hoy Economía²⁹ anota en sus líneas: “El turismo de aventura, de deportes, sol y playa, cruceros, ciudades patrimoniales, naturaleza, mercados e indígenas forman parte de la oferta turística del país”. (párr.3).

6.5. Reducción de la migración de las personas del sector.

El sector rural Boyacá al encontrarse en las afueras del cantón Chone, no es una zona donde se generen amplias y variadas fuentes de empleo, limitándose las personas al trabajo del campo, y el cuidado de haciendas. La puesta en marcha de la

²⁸ Organización Mundial de Turismo. 1999. Desarrollo Turístico Sostenible. España. p. 20.

²⁹ Oferta Turística del Ecuador. 2013. Extraído de, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-va-con-su-oferta-turistica-brasil-589905.html>. 3 de Septiembre de 2013.

hostería, es un potencial generador de empleos directos para las personas del sector, sobre todo para los más jóvenes, hombres y mujeres, que encontraran en la hostería una oportunidad de trabajo, favoreciendo esto a la permanencia de las personas en el lugar donde viven, sobre todo la de los jóvenes que por carencia de fuentes de empleos en donde residen optan por migrar a distintos destinos del Ecuador, y fuera de él.

La Organización Mundial del Turismo³⁰ lo suscribe en su página (1999):

El turismo, muy especialmente, puede ofrecer empleo a jóvenes, mujeres y grupos étnicos minoritarios del lugar. Se ofrece empleo turístico no sólo directamente en hoteles, restaurantes y otras empresas de turismo, sino también en los sectores proveedores como agricultura, pesca, artesanía y manufacturas. En zonas deprimidas económicamente, los puestos de trabajo generados por el turismo pueden reducir la emigración de los jóvenes. (p.30).

Chone y en especial la parroquia Boyacá se destaca por su producción agrícola y ganadera, siendo esto una ventaja para la hostería, por la adquisición en la zona misma de insumos de materia prima para el funcionamiento de la hostería, dando como resultado un auge económico para los ganaderos y agricultores quienes serán los proveedores directos, así como indirectos, y unos de los principales beneficiados del funcionamiento de la hostería.

Así lo afirma el Movimiento Unidad Primero Chone³¹ (2013):

La ganadería es el fuerte de este cantón y mueve la economía, debido a las bondades del suelo que permanece húmedo gran parte del año, lo que permite la producción de pasto, alimento del ganado. Además las características de su

³⁰ Organización Mundial de Turismo. 1999. Desarrollo Turístico Sostenible. España. p. 30.

³¹ Movimiento Unidad Primero Chone. 2013. Tierra de los naranjos en flor Chone. Recuperado de, <http://unidadprimero.com/cantones/chone/>. 5 de mayo de 2013.

suelo, favorecen la producción de cítricos y todo tipo de producción agrícola. (párr. 3, 4).

6.6. Conservación de los recursos naturales y culturales.

La Organización Mundial del Turismo³² lo apunta en su página:

El turismo y el medio ambiente están íntimamente relacionados. El entorno natural o construido por el hombre ofrece muchas de las atracciones para turistas. Por su parte, el desarrollo turístico puede tener un impacto tanto positivo como negativo sobre el medio ambiente. El desarrollo sostenible del turismo depende de la protección dispensada a los recursos turísticos ambientales. (p. 35).

La construcción de La Hostería Campestre, se muestra como una alternativa de desarrollo turístico que busca además la conservación de los recursos naturales y culturales del medio en el que hemos crecido y habitamos. La parroquia Boyacá del cantón Chone, siendo una zona rural cuenta con atributos que la convierten en un atractivo turístico; la conservación de los recursos naturales es una responsabilidad propia ya que se trata de cuidar lo nuestro; para lograr este objetivo es necesario iniciar con una educación propia y luego ir creando conciencia en los demás.

La participación y cooperación en conjunto de todos quienes serán parte de la hostería que incluye a los empleados, clientes, y la comunidad en general es fundamental para el desarrollo del turismo. El agua, el aire, los árboles, y toda la naturaleza en su conjunto deben ser cuidados y sobretodo bien utilizados, con la puesta en marcha de este proyecto se pretende explotar y preservar el potencial natural y cultural que se posee. Es necesario llevar a cabo un turismo sostenible que

³² Organización Mundial de Turismo. 1999. Desarrollo Turístico Sostenible. España. p. 35

tiene la capacidad de contribuir a la conservación de los ecosistemas y aportar al bienestar humano, en este sentido, es promover un ecosistema saludable, un turismo sostenible ambos orientados a la conservación de la flora y fauna.

6.7. Fortalecer la identidad cultural manabita y contribuir a la educación.

Uno de los objetivos de la hostería es el que los habitantes de la zona sientan el valor turístico de las bondades de la naturaleza que les rodea, además de que se resalta la esencia misma del montubio lo que arraizara la identidad manabita, que se marca en su hospitalidad, generosidad, y sus tradiciones; siendo la hostería un centro de atracción para el estímulo y agrado de los habitantes y visitantes. Conjuntamente la participación de las autoridades y la de todos los actores sociales por ser ese eje de impulso que fortalezca la identidad cultural manabita, mediante la propagación y publicidad de Boyacá, a los cuales se les asesorara para la implementación de museos, en donde se pueda atraer la atención por los turistas mayores que se sienten más atraídos por este tipo de sitios de interés, y por los más jóvenes quienes podrán apreciar las culturas y tradiciones de Manabí.

Barretto³³ (2007) favorece indicando: “El turismo contribuye a la revitalización de culturas tradicionales, porque la necesidad de preservar, mostrar, adornar y potenciar los recursos naturales, solo surge cuando existe la oportunidad de mostrar esos recursos a los otros”. (p.132).

³³ Barretto, Margarita. 2007. Turismo de Cultura. Primera Edición. Editorial ACA y Pasos. España. p.132.

CONCLUSIONES.

1. La parroquia Boyacá, cuenta en su entorno con todos los requisitos naturales, culturales y tradicionales indispensable para convertirse en un potencial atractivo turístico, dándose lugar además a la celebración de distintas festividades dentro de la zona, las cuales atrae a turistas locales, nacionales y extranjeros, brindando también facilidades en lo que concierne al terreno, materias primas e insumos y servicios básicos, indispensables para la construcción y funcionamiento de la hostería.
2. El estudio de mercado a través de las encuestas reflejó que el establecimiento de la hostería en la parroquia Boyacá; responde favorablemente a la demanda insatisfecha de turistas, que buscan el turismo alternativo como un escape de la ciudad, por su tranquilidad, y cercanía con la naturaleza, disfrutando de lugares nuevos, y al no existir hoteles de este tipo, se determina la viabilidad del proyecto.
3. La construcción de la hostería, su ingeniería, la gestión de calidad, gestión de procesos y de recursos humanos serán ejecutados de forma sistemática. Las dimensiones de los centros de atracción y la cantidad de habitaciones se basó en los resultados que arrojó el estudio de mercado. Todo el proceso de la construcción se llevará a cabo con estándares de calidad, además de que se tomarán en cuenta todas las acciones de prevención para no alterar el medio ambiente.
4. La estructura administrativa, organizativa y legal de la hostería campestre establece la agilidad y flexibilidad de la empresa, sistematizando así procesos, de tal forma la hostería funcionará bajo un marco apegado a la ley, cumpliendo todas las ordenanzas municipales, incluyendo las disposiciones del Ministerio de Turismo para este tipo de inversiones.
5. En base al análisis de los resultados del flujo de inversión se determinó la viabilidad y el rendimiento positivo que la hostería brindará, recuperando la

inversión en un plazo corto de tiempo para la magnitud del proyecto. Existiendo diversos tipos de ingresos, los que serán por alojamiento, por el uso de las instalaciones, pesca deportiva y por servicios de restaurante, recurriendo para la inversión inicial con fondos de terceros.

6. El efecto positivo que tendrá la instalación de la hostería para el desarrollo turístico del sector, serán las fuentes de empleos que se ofertarán; las personas del sector serán capacitadas en el ámbito del turismo a través de instituciones, con el apoyo de la hostería, para que ellos desarrollen nuevas aptitudes enfocadas al desarrollo turístico y de promoción para su sector; y la reducción de la migración.

RECOMENDACIONES.

1. Gestionar por intermedio del Municipio de Chone la difusión de los sitios turísticos del cantón y sus parroquias, especialmente la parroquia Boyacá del cantón Chone donde estará ubicada la Hostería Campestre.
2. Realizar campañas de publicidad que impulsen y promuevan el turismo; utilizando medios como página web, redes sociales, afiches, vallas publicitarias, reportajes, entre otros; e ir incorporando nuevas actividades turísticas en el área de la hostería que se conviertan en creadores de innovación y permanencia en el mercado, llamando la atención de los visitantes.
3. Llevar a cabo un adecuado y exigente control de calidad en cada uno de los productos y servicios que se ofrecerán en la hostería para la satisfacción de cada uno de los clientes; además de asegurarle a los mismos, el cuidado de su integridad física y psicológica.
4. Mantener en regla cada uno de los permisos de funcionamientos de la hostería, además cumplir con todos los beneficios de ley que corresponde a los empleados y realizar el seguimiento para el cumplimiento del manual de funciones.
5. Efectuar el respectivo control y seguimiento sobre el estado económico y financiero de la hostería campestre para conocer el nivel de rentabilidad generado por cada uno de los productos y servicios ofrecidos en la hostería campestre.
6. Realizar capacitaciones y reuniones periódicas que involucren a los empleados de la hostería, instituciones y autoridades respectivas; así como también a las personas de la localidad con el fin de ir concientizando sobre la importancia de los recursos naturales e ir promoviendo la cultura de la conservación de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA.

1. **ANTÓN CLAVÉ**, Salvador - **GONZÁLEZ REVERTÉ**, Francesc. A propósito del Turismo: La construcción social del espacio turístico. Barcelona-España: Editorial UOC, 2007.
2. **AQUILASOCHO MONTOYA**, Dora – **GALEANA FIGUEROA**, Evaristo. Turismo rural y desarrollo sostenible. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2009.
3. **BACA URBINA**, Gabriel. Evaluación de Proyecto: Determinación del Tamaño Óptimo de la Planta. México: Sexta Edición, McGraw-Hill Interamericana, s.a. editora María Teresa Zapata, 2010.
4. **BARRETTO**, Margarita. Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Tenerife – España, Asociación Canaria de Antropología, 2007.
5. **BOLAND**, Lucrecia – **CARRO**, Fernanda – **STANCATTI**, María Jesús – **GISMANO**, Yanina – **BANCHIERI**, Lucía. Funciones de la Administración: Teoría y Práctica. Buenos Aires – Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur – Ediuns, 2007.
6. **CEBRIÁN ABELLAN**, Francisco. Turismo rural y desarrollo local. Cuenca, Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla – La Mancha, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 2008.
7. **CÓDIGO DE TRABAJO**. Derechos y Obligaciones Del Trabajador y Empleador. Recuperado de, <http://www.ecuadorlegalonline.com/>. 16 de agosto de 2013.
8. **CÓDIGO ORGÁNICO ORGANIZACIÓN TERRITORIAL AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN**. 2010. Artículos 5, 6, 57,58, 492, 546.
9. **CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008**. Dejemos el pasado atrás.

10. COORDINADORA, COMERCIALIZADORA Y GENERADORA DE UNIDADES MÚLTIPLES. Agricultura, ganadería e industria, integración para el desarrollo. Ingeniería de Proyectos <<http://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html>> (citado el 14 de diciembre de 2012).
11. **CROSBY**, Arturo. Re-inventando el turismo rural: Gestión y Desarrollo-El Rol de la Comunidad Local en los Destinos de Turismo. Barcelona: Edición Laertes, 2009.
12. FEDERACIÓN HOTELERA DEL ECUADOR. 2013. Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los establecimientos de alojamiento. Extraído de, <http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idiom=1> 20 de agosto de 2013.
13. **FERNÁNDEZ ESPINOZA**, Saúl. Los Proyectos de Inversión. Costa Rica: 1ª. ed. Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2007.
14. **GARCÍA HENCHE**, Blanca. Marketing del Turismo rural. 3ª. ed. Ediciones Pirámide, 2011.
15. GESTIÓN DE RECURSOS NATURALES. Estudio de Impacto Ambiental. <<http://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental.html>> (citado el 12 de enero de 2013).
16. **GIL**, María – **GINER DE LA FUENTE**, Fernando. Cómo Crear y Hacer Funcionar una Empresa: Conceptos e Instrumentos. Madrid-España: Séptima Edición Gráficas Dehon, 2007.
17. GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHONE. (s/f). Ubicación geográfica. Extraído de, <http://chonecuador1997.blogspot.com/> 10 de septiembre de 2013.

18. GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL BOYACÁ. (s/f). Datos generales. Extraído de, <http://gadboyaca.gob.ec/parroquia/boyaca/historia.html>. 30 de mayo de 2013.
19. GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL DE MANABÍ. (s/f). Historia del cantón Chone. Extraído de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/chone>. 21 de mayo de 2013.
20. GUÍA DE CHONE. (s/f). Parroquia Boyacá. Extraído de, <http://www.guiadechone.com/>. 10 de agosto de 2013.
21. GUÍA DE CHONE. (s/f). Parroquias del Cantón Chone. <<http://www.guiadechone.com/index.php?op=2&cver=6>> (citado en 12 de enero de 2013).
22. **INFANTE INFANTE**, Adolfo. Desarrollo Sostenible del Medio Rural, 2008.
23. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS DE POBLACIÓN Y VIVIENDA. (2010) Población por parroquias. Extraído de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/> 26 de junio de 2013.
24. INVESTMANABI THE OPPORTUNITY. Sectores de Inversión <http://investmanabi.com/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=16> (citado 12 de enero de 2013).
25. **JANY CASTRO**, José Nicolás. Investigación Integral de Mercados: Avances para el nuevo milenio. Bogotá-Colombia: Cuarta Edición, McGraw-Hill Interamericana, s.a. editora Lily Solano Arévalo, 2009.
26. JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO. 2013. Impacto del Turismo. Ginebra.
27. **LÓPEZ**, Enrique. Marketing aplicado al turismo y alojamiento turísticos, 2010.

28. **MANABÍ GOBIERNO PROVINCIAL.** (s/f). Chone. Extraído de, <http://www.manabi.gob.ec/cantones/chone>. 11 de septiembre de 2013.
29. **MANTECÓN, Alejandro.** La experiencia del Turismo: Un estudio sociológico sobre el proceso turístico – residencial. España: 1ª. ed. Icaria Editorial, 2008.
30. **MEDINA HERNÁNDEZ, Urbano – CORREA RODRÍGUEZ, Alicia.** Como Evaluar un Proyecto Empresarial: Una visión práctica. España: Ediciones Díaz de Santos, 2009.
31. **MINISTERIO DE TURISMO.** (s/f). El Ministerio. Recuperado de, <http://www.turismo.gob.ec/category/el-ministerio/>. 10 de noviembre de 2013.
32. **MONTERROSO SALVATIERRA, Neptalí – ZIZUMBO VILLARREAL, Lilia.** Contra la domesticación del turismo: los laberintos del turismo rural. México: Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2010.
33. **MORA SOLÓRZANO, Medardo.** Vistazos al Manabí profundo. En: Revista Vistazos al Manabí Profundo. Editorial Mar Abierto (Marzo del 2010).
34. **MOVIMIENTO UNIDAD PRIMERO CHONE.** 2013. Tierra de los naranjos en flor Chone. Recuperado de, <http://unidadprimero.com/cantones/chone/>. 5 de mayo de 2013.
35. **MURCIA, Jairo; DIAZ, Flor; MEDELLIN, Víctor; ORTEGA, Jorge; SANTANA, Leonardo; GONZÁLEZ, Magda; OÑATE, Gonzalo; BACA, Carlos.** Proyectos: Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia: Alfaomega Colombiana., Bogotá, D.C., 2009.
36. **OFERTA TURÍSTICA DEL ECUADOR.** 2013. Extraído de, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-va-con-su-oferta-turistica-brasil-589905.html>. 3 de Septiembre de 2013.
37. **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.** 1999. Desarrollo Turístico Sostenible. España.

38. **PÉREZ**, Francisco Javier. Impacto Medioambiental Del Turismo, 2008.
39. **QUESADA CASTRO**, Renato. Elementos del Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad. San José-Costa Rica: 2^a. ed. Editorial Universidad Estatal a Distancia, 2010.
40. **ROMERO MORENO**, Geswin. Gestión de Proyectos: Fase Final del Ciclo de Vida. Lima-Perú: Primera Edición, Megabyte s.a.c. Grupo Editorial, abril 2007.
41. **ROMERO SALAZAR**, Iraida – **TORRES**, Enrique. El turismo rural, una forma de desarrollo local: Algunas orientaciones teórico – prácticas sobre el turismo rural (local – sostenible). Editorial Académica Española, 2011.
42. **RUIZ BALLESTEROS**, Esteban – **SOLÍS CARRIÓN**, Doris. Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social. Quito-Ecuador: 1^a. ed. Ediciones Adya-Yala, 2007.
43. **SAPAG CHAIN**, Nassír. 2007. Proyecto de inversión formulación y evaluación. Editorial Pearson Educación. México S.A. de C.V.
44. **URQUIJO**, José – **BONILLA**, Josué. La Remuneración del Trabajo: Manual para la Gestión de Sueldos y Salarios. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales, Departamento de Estudios Laborales, 2008.
45. VIAJANDOX ECUADOR. Provincia Manabí
<<http://www.viajandox.com/manabi.htm>> (citado 19 de octubre de 2013).

ANEXOS

ANEXO 1.



UNIDAD ACADÉMICA ECONÓMICA

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA/O EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

TEMA:

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA
HOSTERÍA CAMPESTRE COMO ALTERNATIVA DE NEGOCIO Y
DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA BOYACÁ, CANTÓN
CHONE.**

AUTORES:

**ANA JULIA CHÁVEZ ALARCÓN
JORGE WASHINGTON ANDRADE LOOR**

TUTORA DEL PROYECTO:

ECON. LUCÍA ZAMBRANO SANTOS

PORTOVIEJO – MANABÍ - ECUADOR

FEBRERO 2013

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Tema

Estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, Cantón Chone.

1.2. Antecedentes

La industria sin chimenea; como se denomina al turismo, se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para ciertos países, principalmente para los que están en vías de desarrollo, quienes usan el turismo como una herramienta para potenciar el desarrollo sostenible; considerando que hoy en día el mercado turístico es mucho más exigente, lo cual ha permitido que estos países optimicen la explotación de sus riquezas naturales como un aliado para luchar contra la pobreza.

Según un comunicado de la Organización Mundial de Turismo “hasta ahora la sociedad solo miraba el turismo como un sector de ocio y no como un motor económico que pueda contribuir al desarrollo”. Realidad que ahora muestra la otra cara de la moneda, actualmente el turismo en Ecuador, representa uno de los principales ingresos económicos, teniendo para el año 2011 de acuerdo a estimaciones del Ministerio de Turismo Ecuatoriano un ingreso de turistas de 1'128.000, más que en el 2010, lo que generó ingresos para el país de 789 millones de dólares. Lo que indica que el desarrollo del turismo en el Ecuador ha tenido un auge económico progresivo, que ha permitido la generación de nuevas fuentes de trabajo; convirtiéndose en una alternativa de inversión con prósperos resultados.

La provincia de Manabí es la más privilegiada de la Costa del Ecuador. Localizada a corta distancia de las principales ciudades generadoras de turistas (Quito y Guayaquil)³⁴; es tierra de encanto, llena de pasión y belleza. Sus hermosas playas, infraestructura hotelera e inmobiliaria no solo son el imán de los turistas nacionales, también son de los extranjeros que llegan en importantes buques cruceros. Atraídos además por la fama de la amabilidad de su gente³⁵

El promedio de hospedaje es de alrededor 11 mil plazas entre hoteles de primer orden y hosterías, en su mayoría se encuentran situada en los cantones donde se encuentran las playas, lo que trae a cientos de turistas, a

³⁴ INVESTMANABI THE OPPORTUNITY. Sectores de Inversión

<http://investmanabi.com/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=16> (citado 19 de octubre de 2012)

³⁵ VIAJANDOX ECUADOR. Provincia Manabí <<http://www.viajandox.com/manabi.htm>> (citado 19 de octubre de 2012)

esto se le debe sumar el constante flujo turístico que se da en la provincia durante todo el año. “Más de 500 mil turistas visitan, al año, la provincia de Manabí. De ellos, alrededor de 150 mil son de origen extranjero. Es la única provincia cuya población (superior a los 1,3 millones de habitantes) disfruta sus propios atractivos turísticos, cerca de 70% de su población permanece dentro de su provincia durante feriados y fines de semana, lo que asegura un volumen importante de autoconsumo de servicios turísticos”³⁶.

Entre las diversas actividades que se pueden realizar, se encuentran las de aventura, como lo son los vuelos en parapentes realizados en la playa de Crucita a 20 minutos de Portoviejo, así como la introducción de nuevas opciones de turismo como lo son el Turismo Eco y Agro, los cuales según la página de InvestManabi, promotora del desarrollo económico de la provincia, son dos segmentos del sector turístico que están ganando terreno dentro de la misma, en relación al Ecoturismo se entiende como el conocimiento y protección de especies en peligro de extinción, mientras en el Agroturismo se combina el placer de un viaje con el aprendizaje acerca de la gastronomía, ecología y del origen de aquello que consume. Los recorridos por sus amplias y variadas vegetaciones son otro atractivo con el cual cuenta, tentando a los turistas amantes de la naturaleza y la tranquilidad, que disfrutan de pasar el tiempo rodeados de bellos paisajes y ríos, alejándose de las rutinas y bullicios de las ciudades.

Entre las características propias de los manabitas, “el folclor es un aspecto importante que caracteriza a la provincia, posee raíces ancestrales profundas y de variados matices, que convergen en costumbres, bailes típicos, amorfinos.”². El manabita también ha sido un buen componedor de leyendas, de cuentos, de fábulas; siempre existió mucha creatividad en sus composiciones en prosa de vivencias populares; tampoco le son ajenos personajes fabricados por creencias que templaron sus nervios y que lo hicieron perder el miedo al “cuco”³⁷.

Este preámbulo permite mostrar que; el campo turístico de Manabí es de gran magnitud, lo que da lugar a que se desarrollen amplias y distintas ideas de inversión, que englobe las riquezas que posee la provincia, ensalzando sus características naturales y tradicionales de sectores ya explotados. La idea de los investigadores es la de rescatar la esencia turística a través de la propia vida de los sectores, donde el turismo no se ha explotado mayormente, acorde a sus ventajas naturales y culturales.

³⁶ INVESTMANABI THE OPPORTUNITY. Sectores de Inversión
<http://investmanabi.com/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=16> (citado 19 de octubre de 2012)

³⁷ MORA SOLÓRZANO, Medardo. Vistazos al Manabí profundo. En: Revista Vistazos al Manabí Profundo. Editorial Mar Abierto (Marzo del 2010)

1.3. Caracterización del Problema

El turismo según la OMT en los últimos años ha alcanzado cifras de 983 millones de movilización de turistas, lo que representa un importante impulso económico en términos mundiales.

Ecuador es un país ubicado en la región Noroccidental de América del Sur, siendo afortunado por contar con 4 regiones que lo caracterizan como uno de los países con la mayor biodiversidad de flora y fauna; lo que da lugar a un sin número de atractivos turísticos. Según expertos económicos (revista "Cuenca Ilustre" 2 de febrero de 2010) el turismo es una alternativa viable para la compleja realidad económica que enfrenta el Ecuador, lo cual implica que existan importantes empresas turísticas que de alguna manera dan a conocer la riqueza y belleza natural con la que Ecuador es privilegiado.

En este ámbito, se puede determinar que en las regiones de la Sierra, Amazonia y Región Insular son las que mayormente han explotado de diferentes forma el turismo local, ofreciendo diversas opciones para los visitantes; con las cuales puedan conocer sus culturas y tradiciones además de ofrecer a sus turistas la oportunidad de adentrarse en paisajes apartados de la ciudad, contando con hoteles para el descanso y disfrute de visitantes nacionales y extranjeros; mientras que, la región Costa con sus seis provincias: Los Ríos, Esmeraldas, El Oro, Guayas, Santa Elena y Manabí; cuentan con una exuberante vegetación, lugares históricos, puertos marítimos, donde el turismo urbano y en playas es muy reconocido. Destaca la provincia de Manabí, que además de sus playas, resalta por la belleza de sus paisajes, la riqueza cultural y sus tradiciones en cada rincón de su geografía, así como también por la amabilidad y hospitalidad de su gente, que marca un estilo de vida propia y particular, que lo identifican.

Pero, pese a estas características diferenciadoras de Manabí; cada día son observadas manifestaciones modernistas y globalizadoras que se empoderan del entorno, lo que de a poco ha generado el desplazamiento de los campesinos a las zonas urbanas buscando un mejor estilo de vida y olvidándose de los potenciales recursos con los que cuentan a nivel local, a esto se suma la escasa atención que los gobiernos locales le dan al turismo campestre y tradicional, en donde se rescate y se exprese la vida en el campo a través de actividades típicas; como bailes, concursos, excursiones al aire libre, y visitas a lugares históricos, además de un ambiente tranquilo y con una gastronomía diversa, ya sea comida típica o comida gourmet; donde se viva una experiencia diferente a través de un contacto directo con la naturaleza, y donde la experiencia del turismo se inicie desde la travesía que se emprenda para acceder a aquel lugar.

Dadas estas manifestaciones, los investigadores se han percatado de la escasa infraestructura hotelera que brinde toda esta gama de servicios y su

visión es, convertir esta necesidad en una realidad; Por lo que el siguiente estudio tiene como finalidad la realización de un estudio de prefactibilidad para la construcción de una hostería que reúna todas estas características y de esta forma viabilizar el turismo hacia los sectores rurales de Manabí, específicamente en la parroquia Boyacá del cantón Chone, donde estará ubicada la hostería.

1.4. Formulación científica del problema

¿De qué manera la propuesta de creación de una hostería campestre podría ser una alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, Cantón Chone?

1.4.1. Subproblemas

1. ¿Cuáles serían las características culturales y tradicionales con las que cuenta la parroquia Boyacá del cantón Chone?
2. ¿Cuál sería el mercado potencial que se sentirá atraído por el concepto de turismo campestre montubio?
3. ¿Cuáles serían los aspectos técnicos que se deberán determinar para cumplir con todos los requisitos necesarios para la implementación de la hostería?
4. ¿Cuál sería la magnitud del impacto ambiental que originaría la construcción de la hostería?
5. ¿De qué herramientas financieras se valdrá el investigador para determinar la viabilidad financiera del proyecto?
6. ¿Cuáles serían los requisitos organizacionales, administrativos y legales para la constitución formal de la hostería?
7. ¿Cuáles sería los cambios y el grado de evolución turística del sector en el momento en que se dé la ejecución del proyecto?

1.5. Delimitación del Problema

- **CAMPO:** Económico
- **AREA:** Finanzas y Relaciones Comerciales
- **ASPECTO:** Estudio de Pre factibilidad
- **PROBLEMA:** Inexistencia de un espacio físico único y de calidad que cuente con todas las instalaciones necesarias donde se rescate la cultura campestre de la provincia.
- **DELIMITACION ESPACIAL:** Parroquia Boyacá, Cantón Chone, Provincia Manabí. Por considerarlo especial y específico relacionado con la idea que se quiere hacer realidad.
- **DELIMITACION TEMPORAL:** El tiempo de duración para la elaboración del proyecto de tesis es de 6 meses; sin embargo, para

efectos de tomar información bibliográfica se considerará el periodo 2010-2012.

- **DELIMITACION POBLACIONAL:** Se requerirá la asesoría de personas expertas en el tema, tanto del área de inversión como del área turística, por ejemplo instituciones financieras, interesadas en la inversión como la CFN, en el aspecto turístico, organizaciones gubernamentales como el Ministerio de Turismo; y en el campo técnico del proyecto intervendrán especializados en el ámbito arquitectónico, civil, financiero, contable, ambientalista, entre otros. Se constituirán en informantes de primera mano el segmento familiar, cuya edad fluctuó entre los 25 y 60 años y que tengan cierta estabilidad económica, los cuales se considerarán como los clientes potenciales de la hostería.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar la prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, Cantón Chone.

1.6.2. Objetivos específicos

- Analizar el entorno turístico, costumbre-tradiciones-cultura de la parroquia Boyacá del Cantón Chone.
- Identificar la demanda potencial que estaría dispuesta a acceder a los servicios del hotel.
- Diseñar la infraestructura general, las estrategias del servicio, y de operatividad de la hostería a partir de los requerimientos del mercado.
- Establecer los parámetros organizacionales, administrativos y legales para la puesta en marcha de la hostería campestre.
- Analizar la factibilidad económica y financiera de la hostería, con el fin de evaluar los costos de diseño e implementación.
- Analizar las variables que contribuirían al desarrollo turístico del sector, a partir de la creación de la hostería campestre.

1.7. Justificación

Debido al auge del turismo en el Ecuador, en la actualidad las inversiones dirigidas a este sector han ido incrementando, por lo que ya no basta con

que se les ofrezca a los turistas modelos tradicionales de lugares turísticos, si no que se exige la oferta de nuevas alternativas de descanso.

Los alrededores de la Parroquia Boyacá, cantón Chone, cuentan con frondosas y amplias bondades naturales las cuales no se explotan en su totalidad, enfocándose solo a la actividad agrícola y ganadera de la zona, pero dejan a un lado el gran potencial turístico de la zona; la implementación del estudio será de gran utilidad para los habitantes de la localidad, debido a que podrán contar con una opción de desarrollo, que posibilite la generación de empleo, y un mayor movimiento económico en la zona.

La idea de la creación de una hostería con características propias del campo, con sus paisajes, tradiciones y cultura resalta la importancia que representaran para lo zona, los ingresos económicos a través del turismo rural, a partir de la necesidad de ofrecerles a turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de experimentar y convivir las actividades en el sector rural, sin olvidar los detalles que hacen que la estadía sea confortable y placentera.

Si bien es cierto, existen lugares de distracción ubicados en la geografía del Cantón Chone y sus parroquias, pero ninguno de estos reúnen las características que lo investigadores desean darle al presente proyecto; Por lo que desde el punto de vista metodológico, este tendrá el uso de herramientas de recolección de información como observación, entrevistas, encuestas; para dar soporte al proyecto.

El proyecto de investigación será factible llevarlo a cabo porque se cuenta con el interés de los investigadores, recursos materiales y económicos; sumando además la recolección de datos obtenida en base a las fuentes primarias y secundarias. Por el conocimiento que se adquirirá a lo largo del desarrollo del proyecto, será de gran beneficio para el desarrollo intelectual de los investigadores quienes además aportarán aplicando los conocimientos adquiridos durante el transcurso de su formación académica.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Teórico Referencial

Parroquia Boyacá

El 18 de Marzo de 1920 fue elevada a parroquia. Está ubicada al oeste centro del cantón Chone y limita al norte con Eloy Alfaro, al sur con San Antonio, al este con Ricaurte y Chone y al oeste con el Cantón San Vicente. Su producción es fundamentalmente ganadera. Tienen especial vocación

por la cría de caballos y gallos de pelea. Su producción agrícola en cacao y tagua es representativa, cultivando además otros productos de ciclos anuales como la maracuyá o de ciclos cortos como el maíz y el maní.

Los recintos más importantes son: La Victoria, El Capricho, Estero Seco, San Miguel, Las Cañas, Daca I, Daca II, La Barranca, La Argentina, El Retiro, Las Piedras, Los Liberales, La Chirimoya, La Palestina, Buenos Aires, Danda I, Danda II, Platanales y Chichanda.³⁸

2.2. Marco Conceptual

PREFACTIBILIDAD.- El nivel de prefactibilidad es esencialmente dinámico; es decir, se proyectan los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos a lo largo del tiempo y los expresan mediante un flujo de caja estructurado; sirviéndose mayoritariamente de información secundaria.³⁹

INVERSIÓN TURÍSTICA.- El auge del turismo tiene un peso determinante como uno de los pasos dirigidos a variar gradualmente el patrón de inserción internacional y el perfil de ventajas comparativas. Los efectos producidos por la inversión turística impactan a agentes económicos diversos en la sociedad, dado al enfoque social de desarrollo inversionista del sector.⁴⁰

EL TURISMO.- El turismo ofrece, en virtud de sus múltiples atractivos, facilidades y servicios, un sinnúmero de opciones nacionales e internacionales, para el disfrute del tiempo libre, según sean los gustos, motivaciones, ingresos, etc, de sus potenciales usuarios.

CASUALIDAD OCIO-TURISMO.- Las actividades propias del ocio son muy variadas y la selección de unas respecto a otras obedece a las diferencias que social e individualmente se presentan entre los pueblos, según sean sus costumbres y su grado de desarrollo alcanzado, los que incidirán tanto en las preferencias como en el tipo de actividades que se escojan.⁴¹

HOSTERIA CAMPESTRE.- Es el servicio de alojamiento rural para las personas que prefieren vacacionar en sitios retirados de la ciudad en un ambiente acogedor con la fauna y tranquilidad con la que el campo está rodeado.

³⁸ GUIA DE CHONE. Parroquias del Cantón Chone. <<http://www.guiadechone.com/index.php?op=2&cver=6>> (citado en 12 de enero de 2013)

³⁹ SAPAG CHAIN, Nassir. *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación de México, 2007- p 29.

⁴⁰ SANCHEZ, Inocencio – FIGUEROA, Víctor – LEDESMA, Zulma. *Turismo: Teoría y Praxis*. México: Talleres de Servicios Gráficos Profesionales, 2005 – p 18.

⁴¹ CROSBY, Arturo. *Re-inventando el turismo rural: Gestión y Desarrollo-El Rol de la Comunidad Local en los Destinos de Turismo*. Barcelona-España: Edición Laertes, 2009 – p 68.

TURISMO RURAL.- Puede ser concebido también como un turismo genérico, que representaría a las personas que escogen el ámbito rural para pasar las vacaciones con el principal motivo de descansar y divertirse, sin ninguna otra finalidad concreta.⁴²

PRODUCTO.- Es todo objeto que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Es así como un producto puede ser entonces un servicio que se presta, una idea que se requiere vender, una persona, un lugar y así encontramos que el concepto de producto es muy amplio.

MERCADO.- Es el sitio físico o no físico (virtual), en donde encontramos compradores (demandantes y consumidores de bienes y servicios), y vendedores (oferentes, productores de bienes y servicios), que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuestas efectivas para solucionarlas.

DEMANDA.- Está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien o servicio pero solo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio. Entonces, la demanda de un bien depende de las siguientes variables: el precio del producto, el nivel de ingreso del demandante, el tamaño del mercado, los gustos y la lealtad de marca del consumidor, la existencia de sustitutos y la demanda derivada, entre otros.

OFERTA.- La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicios estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada. Entonces, para realizar ofertas de valor, es importante atender los mercados y sus necesidades.

EQUILIBRIO ENTRE OFERTA Y DEMANDA.- Se entiende como el resultado que se da al medir fuerzas entre los demandantes y los oferentes hasta que se llega a un punto en el que el mercado logra la armonía y el equilibrio por un tiempo prolongado; es entonces cuando se dice que a un precio determinado tanto demandantes y oferentes están dispuestos a encontrarse e intercambiar los bienes y servicios por alguna retribución a este valor percibido.

SEGMENTACION DE MERCADO.- La segmentación es la actividad de mercadeo que consiste en dividir los mercados en grupos homogéneos dentro de sí, ya que en él se encuentran personas que perciben el valor y

⁴² ESTEVE SECALL, [Rafael](#) - [TORRES BERNIER](#), Enrique - FUENTES GARCÍA, [Rafael](#) - MARTÍN ROJO, María del Mar. *Estructura de Mercados Turísticos: La estructura de los mercados de los turismo genéricos*. Barcelona-España: Primera Edición, Editorial UOC, 2006 – p 140.

reaccionan de manera similar ante un determinado producto y su mezcla de marketing, y a la vez son grupos heterogéneos respecto de los otros segmentos que conforman el mismo mercado.

PLAZA: La segunda p de la mezcla del marketing se debe considerar desde dos perspectivas diferentes, que son los canales de distribución (dónde serán colocados los productos), y la logística o distribución física (cómo serán colocados).

PRECIO: De los elementos de la estrategia comercial, el precio de venta es el más importante, ya que con él serán definidos los futuros ingresos del proyecto, lo que conlleva a variaciones en el flujo de los ingresos y, por ende en el flujo de caja. Para la definición del precio de venta se deben considerar variables como que influyan en el comportamiento del mercado tales como: la demanda asociada a diferentes niveles de precio, los precios de la competencia para productos iguales o sustitutos, los costos y la utilidad esperada.

PROMOCIÓN: Se considera como el elemento que cierra el ciclo mediante el cual la propuesta de valor es comunicada finalmente al mercado meta, y del cual se espera una reacción o respuesta que debe ser monitoreada y controlada para su posible rectificación.⁴³

ESTUDIO TÉCNICO.- Se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación.

LOCALIZACION DEL PROYECTO.- Se define la macrolocalización y la microlocalización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible.

TAMAÑO DEL PROYECTO.- Está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Aquí se establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo del proyecto.⁴⁴

INGENIERIA DEL PROYECTO.- Es la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

⁴³ MURCIA, Jairo; DIAZ, Flor; MEDELLIN, Víctor; ORTEGA, Jorge; SANTANA, Leonardo; GONZALEZ, Magda; OÑATE, Gonzalo; BACA, Carlos. *Proyectos: Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Alfaomega Colombiana., Bogotá, D.C., 2009 – p 42, 43, 45, 46, 54, 65, 82, 92, 101, 110.

⁴⁴ FERNÁNDEZ ESPINOZA, Saúl. *Los Proyectos de Inversión*. Costa Rica: 1ª. ed. Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2007 – p42, 43.

- Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo
- lugar de implantación del proyecto
- las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los productos
- los requerimientos de recursos humanos
- las cantidades requeridas de insumos y productos.⁴⁵

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL. EIA.- El estudio de impacto ambiental EIA es un documento que describe pormenorizadamente las características de un proyecto o actividad que se pretende realizar o modificar. Un estudio de impacto ambiental debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción, identificación, e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las acciones que ejecutará para impedir o minimizar sus efectos significativamente adversos.

Los estudios de impacto ambiental EIA, permiten determinar si el proyecto o actividad se hace cargo de los efectos ambientales que genera, mediante la aplicación de medidas de mitigación, reparación y/o compensación.⁴⁶

ESTUDIO ADMINISTRATIVO-ORGANIZATIVO Y LEGAL

La estructura administrativa de la empresa que resulta del proyecto no debe consolidarse como permanente en el tiempo, ya que ella es tan dinámica como lo serán la propia institución y su entorno. Esto hace que la organización que se diseñe tenga la flexibilidad suficiente para adecuarse fácilmente a los cambios de la empresa. Entre otros, se deberá considerar el gasto que podían ocasionar algunos de los siguientes factores legales: patentes y permisos municipales, elaboración de contratos laborales y comerciales, estudios de posesión y vigencia de títulos de propiedad, inscripción de marcas, aranceles y permisos de importación, indemnizaciones de desahucios, contratos con mutuales de seguridad de los trabajadores, obligaciones en caso de accidentes del trabajo, tratamiento fiscal de depreciaciones y amortizaciones contables, impuestos a las ganancias, la propiedad y el valor agregado, regulaciones internacionales.⁴⁷

ORGANIGRAMA: Es la representación gráfica simplificada de la estructura forma de una organización en un momento determinado. Un organigrama es una herramienta estática que retrata el esqueleto organizacional, por ello, es

⁴⁵ COORDINADORA, COMERCIALIZADORA Y GENERADORA DE UNIDADES MÚLTIPLES. Agricultura, ganadería e industria, integración para el desarrollo. Ingeniería de Proyectos <<http://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html>> (citado el 14 de diciembre de 2012).

⁴⁶ GESTIÓN DE RECURSOS NATURALES. Estudio de Impacto Ambiental. < <http://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental.html>> (citado el 12 de enero de 2013)

⁴⁷ SAPAG CHAIN, Nassir. *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación de México, 2007- p 136,137.

comparable con una radiografía del cuerpo humano tomada a un momento determinado.⁴⁸

SUELDO BÁSICO: La suma que devenga en función de las calificaciones del puesto (su descripción y exigencias) y de la estimación de su valor medio en el mercado de trabajo.

REUMUNERACIONES ADICIONALES: Son cantidades adicionales en dinero o en especie en función de una serie de conceptos económicos, sociales o legales, tales como las horas extras, las primas por hijos, la antigüedad.⁴⁹

ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

ESTADOS FINANCIEROS.- Son medios de comunicación que utilizan las empresas para reportar los cambios económicos y financieros que experimentan en un período determinado.

BALANCE GENERAL.- Es un estado financiero que representa, la situación financiera de la empresa a una fecha determinada lo cual revela la situación de los activos y pasivos de una empresa. Las principales cuentas que conforman un balance son: activos, pasivos y patrimonio.

ESTADO DE RESULTADOS: Muestra de manera general el comportamiento del proyecto en cuanto a sus ingresos y egresos, determinando la utilidad neta del ejercicio o en su defecto la pérdida en el ejercicio contable.

PLAN DE INVERSIÓN: La cuantificación de los recursos financieros requeridos y la ubicación en el tiempo de dichas cuantías, conllevan al establecimiento del plan de inversión, el cual incluye tres grandes rubros: gastos previos a la producción (activos diferidos), inversiones fijas (activos fijos), capital de trabajo (activo corriente).

PLAN DE FINANCIAMIENTO: Una vez se ha establecido el plan de inversión este se compara contra los recursos disponibles y de este resulta el plan de financiamiento.

UTILIDAD.- Con base en el estado de resultados visto desde los estados financieros anteriormente, se hace indispensable proyectarlo para favorecer posteriormente la evaluación financiera del proyecto. Se hace necesario disponer de la información pertinente de todos los períodos a los que la

⁴⁸ [BOLAND, Lucrecia - CARRO, Fernanda - STANCATTI, María Jesús - GISMANO, Yanina - BANCHIERI, Lucía.](#) *Funciones de la Administración: Teoría y Práctica.* Buenos Aires-Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur-Ediuns, 2007 – p 70.

⁴⁹ URQUIJO, José – BONILLA, Josué. *La Remuneración del Trabajo: Manual para la Gestión de Sueldos y Salarios.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales, Departamento de Estudios Laborales, 2008 –p 369.

evaluación cobijará, para proyectar el estado de resultados. El objetivo de la proyección es contar con información de los ingresos y los egresos del proyecto durante toda su vida útil y así evaluar su conveniencia en términos de rentabilidad financiera.

FLUJO NETO DE CAJA: Una vez proyectado el estado de resultados en el horizonte previamente establecido, se debe llegar al flujo neto de caja y para ello, y a partir de la UNE (utilidad neta del ejercicio) proyectada, se debe incluir el plan de inversión, junto con la recuperación de los valores que aunque se causaron no salieron efectivamente del flujo de tesorería, al igual que devolver los préstamos conseguidos.

ESTUDIO FINANCIERO: Desde el punto de vista financiero, un proyecto es en esencia un intercambio de sumas de dinero. Es la oportunidad de entregar ciertas cantidades de dinero en momentos definidos, a cambio de recibir otras sumas de dinero en otros momentos, también específicos

EVALUACIÓN FINANCIERA: Consiste en determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios de mercado. Es decir, se quiere medir lo que el proyecto gana o pierde desde el punto de vista comercial-financiero.

COSTO DE OPORTUNIDAD: Se lo define como la totalidad de los beneficios que se dejan de percibir cuando se selecciona una, de entre dos varias alternativas de inversión.

VALOR PRESENTE NETO (VPN).- El VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy. Es el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO.- Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual o cero. La TIR como indicador que muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO.- Es un indicador que consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos.

ANÁLISIS DE RIESGO DEL PROYECTO.- La formulación y evaluación de proyectos presume la existencia de varios supuestos como el tamaño de la demanda o los precios, entre otros, los cuales no necesariamente se cumplen en la ejecución del proyecto. Es por esto que el evaluador debe

contemplar diferentes escenarios y verificar qué valores son cruciales para el proyecto.⁵⁰

2.3. DEFINICIÓN DE HIPÓTESIS

La puesta en marcha de una hostería campestre será una importante alternativa de negocio y desarrollo turístico que ofertará importantes beneficios económicos y sociales a la parroquia Boyacá del cantón Chone.

2.4. DEFINICIÓN DE VARIABLES

2.4.1. VARIABLE INDEPENDIENTE:

La construcción de una hostería campestre en la Parroquia Boyacá del Cantón Chone: Esta variable se la define como el ambiente recreacional tranquilo y acogedor, alejado del ruido de la ciudad, en el que se aprovecharan las riquezas naturales y culturales propias de la provincia; de tal forma que se pueda ofertar un servicio diferenciador de hospedaje y disfrute a turistas nacionales y extranjeros.

2.4.2. VARIABLE DEPENDIENTE:

La alternativa de desarrollo turístico: Se la conceptualiza como la oportunidad de generar beneficios sociales y económicos o de aprovechar los recursos que se poseen, a través de la puesta en marcha de una hostería turística campestre.

⁵⁰ MURCIA, Jairo; DIAZ, Flor; MEDELLIN, Victor; ORTEGA, Jorge; SANTANA, Leonardo; GONZALEZ, Magda; OÑATE, Gonzalo; BACA, Carlos. *Proyectos: Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Alfaomega Colombiana., Bogotá, D.C., 2009 – p 264, 268, 272, 275, 278, 287, 289, 299, 301,302, 311, 318, 323.

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Variable Independiente: La construcción de una hostería campestre en la Parroquia Boyacá del Cantón Chone.				
Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Se la define como un ambiente recreacional tranquilo y acogedor, alejado del ruido de la ciudad, en el que se aprovecharan las riquezas naturales y culturales propias de la provincia; de tal forma que se pueda ofertar un servicio diferenciador de hospedaje y disfrute a turistas nacionales y extranjeros.	Entorno del Sector	Factores turísticos en la zona	1. ¿Cuáles son los factores que usted considera como atractivos turísticos en la parroquia? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Paisajes <input type="radio"/> Recorrido y Excursión bosques y montañas <input type="radio"/> Convivencia con las actividades campestres <input type="radio"/> Cabalgatas <input type="radio"/> Juegos típicos <input type="radio"/> El ambiente de paz y tranquilidad alejado del bullicio de la ciudad 	Encuesta a habitantes de la zona a realizarse el Proyecto
		Características de los habitantes	2. ¿Cuáles son las características por los que son identificados los habitantes de Manabí? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Hospitalidad <input type="radio"/> Cortesía <input type="radio"/> Humildad <input type="radio"/> Sus Creencias 	Encuesta a habitantes de la zona a realizarse el Proyecto
		Actividad económica	3. ¿Cuáles son las actividades realizadas comúnmente en la zona? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ganadería y Agricultura <input type="radio"/> Trabajos manuales 	Encuesta a habitantes de la zona a realizarse el Proyecto
		Aprobación de nuevas inversiones	4. ¿Estaría de acuerdo que en la zona existiera inversiones que generen mayor consumo de la producción ganadera y agrícola propios de la zona? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No 	Encuesta a habitantes de la zona a realizarse el Proyecto
		Nivel de Aceptación de los habitantes por el impulso del turismo rural	5. ¿Le gustaría que exista un espacio físico en la zona donde se pueda dar a conocer a personas de afuera de todas las cualidades turísticas que posee Manabí? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No 	Encuesta a habitantes de la zona a realizarse el Proyecto
	Análisis del mercado	Nivel de demanda de servicios Turísticos Rurales	1. ¿Cuáles son sus preferencias a la hora de decidir por un lugar especial al momento de tomar un descanso? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Atractivos naturales <input type="radio"/> Ambientes urbanísticos <input type="radio"/> Visitas a las familias <input type="radio"/> Otro 	Encuesta a posibles Clientes
		Nivel de Visita	2. ¿Con que frecuencia visita estos atractivos naturales rurales de la provincia de Manabí? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Siempre <input type="radio"/> Casi siempre <input type="radio"/> Nunca 	Encuesta a posibles Clientes
		Grado de satisfacción de clientes de hosterías de turismo diferenciado	3. ¿Se siente usted conforme con los servicios de turismo diferenciado que brindan actualmente los hoteles en la Provincia? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No ¿Por qué?	Encuesta a posibles Clientes

Variable Independiente: La construcción de una hostería campestre en la Parroquia Boyacá del Cantón Chone.				
Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Se la define como un ambiente recreacional, tranquilo y acogedor, alejado del ruido de la ciudad, en el que se aprovecharan las riquezas naturales y culturales propias de la provincia; de tal forma que se pueda ofertar un servicio diferenciador de hospedaje y disfrute a turistas nacionales y extranjeros.	Análisis del mercado	Evaluación y Características del Cliente	4. ¿Cuándo sale de paseo o vacaciones, con quienes los hace? <ul style="list-style-type: none"> ○ Esposa ○ Esposa - Hijos ○ Amigos ○ Parientes ○ Otros 	Encuesta a posibles Clientes
		Características de mayor preferencia	5. ¿Según su criterio cuales son las características que más le llamarían la atención de un hotel Campestre? <ul style="list-style-type: none"> ○ Atractivos Turísticos ○ Tranquilidad del campo ○ Comida Típica ○ Actividades de Recreación 	Encuesta a posibles Clientes
		Grado de Aceptación del cliente	6. ¿Le gustaría hospedarse en un hotel que incorpore el ambiente campestre acompañado de actividades como, bailes y música típica, paseos por atractivos de la zona, convivencia con las actividades del campo manabita? <ul style="list-style-type: none"> ○ Si ○ No 	Encuesta a posibles Clientes
		Gastronomía	7. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en la hostería? <ul style="list-style-type: none"> ○ Comida típica manabita ○ Comida gourmet ○ Ambas 	Encuesta a posibles Clientes
	Estudio Técnico	Área de construcción	1. ¿Cual deberá ser el tamaño adecuado del terreno para una buena adecuación de los espacios de área verde, la instalación de las cabañas, y demás?	Entrevista a arquitectos, e Ingenieros
		Tiempo de construcción	2. ¿Cuál sería el tiempo aproximado de construcción, acorde a las especificaciones técnicas?	Entrevista a arquitectos, e Ingenieros
	Estudio Organizativo y Legal	Organigrama	1. ¿Cuál es el tipo de organigrama más adecuado para una empresa de servicios hoteleros?	Entrevista a Peritos en temas hoteleros
		Requisitos de funcionamiento	2. ¿Cuáles son los requisitos legales para la apertura y funcionamiento un hotel?	Entrevista a expertos en temas legales

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Variable Dependiente : Contribución al desarrollo turístico del sector				
Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Se la conceptualiza como la oportunidad de generar beneficios sociales y económicos o de aprovechar los recursos que se poseen, a través de la puesta en marcha de una hostería turística campestre.	Desarrollo turístico	Diversificación del turismo	1. ¿Considera usted que la Parroquia Boyacá tiene el suficiente potencial para desarrollar un turismo rural?	Entrevista a Autoridades y Expertos en temas económicos y turísticos
		Fortalecimiento de la identidad cultural manabita	2. ¿Cree usted que la creación de la hostería campestre es un medio para promover la identidad manabita a través de vivencias propias de la vida en el sector rural?	Entrevista a Autoridades y Expertos en temas económicos y turísticos
	Efectos sociales	Influencia en el desarrollo social	1. ¿Cree usted que las personas de la localidad necesitan nuevas inversiones que generen trabajos para reducir la migración de los habitantes?	Entrevista a Autoridades y Expertos en temas económicos y turísticos
		Aporte Sociales	2. ¿Qué efectos Sociales traería la implementación de la hostería turística al sector de la parroquia Boyacá? <ul style="list-style-type: none"> ○ Generación de fuentes de Trabajo ○ Rescate de las tradiciones y Costumbres ○ Apertura para nuevas inversiones 	Entrevista a Autoridades y Expertos en temas económicos y turísticos
	Impulso económico	Beneficios Económicos	1. ¿Cree usted que una hostería que resalte las bellezas de los paisajes y recursos naturales propios de la zona campestre de Manabí impulsen económicamente a la parroquia?	Entrevista a Autoridades y Expertos en temas económicos y turísticos

PLAN ANALÍTICO

Capítulo I GENERALIDADES

- 1.1. Historia del cantón Chone
- 1.2. Características generales de la parroquia Boyacá
 - 1.1.1. Ubicación
 - 1.1.2. Población
 - 1.1.3. Geografía, orografía e hidrografía
 - 1.1.4. Atractivos naturales y turísticos
 - 1.1.5. Aspectos socioeconómicos
 - 1.1.5.1. Educación
 - 1.1.5.2. Fuentes de Ingreso del Sector
 - 1.1.5.3. Nivel de vida de los habitantes
 - 1.1.5.4. Inversiones Turísticas

Capítulo II ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1. Objetivo del Estudio de Mercado
- 2.2. Estructura del Mercado
 - 2.2.1 Análisis histórico del mercado
 - 2.2.2. Análisis actual del mercado
 - 2.2.3. Tendencias del mercado
- 2.3. Caracterización del producto
 - 2.3.1. Características del servicio
 - 2.3.2. Clasificación por su uso
 - 2.3.3. Productos sustitutos o complementarios
- 2.4. Investigación del mercado
 - 2.4.1. Segmentación del mercado
 - 2.4.2. Selección de la muestra
 - 2.4.3. Investigación de campo
 - 2.4.4. Análisis de los resultados
- 2.5. Análisis de la demanda
 - 2.5.1. Clasificación de la demanda
 - 2.5.2. Factores que afectan la demanda
 - 2.5.2.1. Tamaño y crecimiento de la población
 - 2.5.2.2 Hábitos de consumo
 - 2.5.2.3. Gustos y preferencias
 - 2.5.2.4. Nivel de Ingresos y Precios
 - 2.5.3. Comportamiento histórico de la demanda del producto
 - 2.5.4. Comportamiento actual de la demanda del producto
 - 2.5.5. Proyección de la demanda

- 2.6. Análisis de la oferta
 - 2.6.1. Clasificación de la oferta
 - 2.6.2. Factores que afectan la oferta
 - 2.6.2.1. Número de los competidores
 - 2.6.2.2. Incursión de nuevos competidores
 - 2.6.2.3. Capacidad de inversión fija
 - 2.6.2.4. Precios de los servicios relacionados
 - 2.6.3. Comportamiento histórico de la oferta
 - 2.6.4. Comportamiento actual de la oferta
 - 2.6.5. Proyección de la oferta
- 2.7. Determinación de la demanda insatisfecha
- 2.8. Análisis de precios
 - 2.8.1. Factores que influyen en el comportamiento de los precios
 - 2.8.2. Comportamiento histórico y tendencias de los precios
 - 2.8.3. Estimación de precios
- 2.9. Mercadeo y comercialización
 - 2.9.1. Estrategias de producto
 - 2.9.2. Estrategias de precios
 - 2.9.3. Estrategias de plaza
 - 2.9.4. Estrategias de promoción

Capítulo III

ESTUDIO TÉCNICO-AMBIENTAL

- 3.1. Tamaño del proyecto
 - 3.1.1. Factores determinantes del proyecto
 - 3.1.1.1. Condicionantes del mercado
 - 3.1.1.2. Disponibilidad de recursos financieros
 - 3.1.1.3. Disponibilidad de mano de obra
 - 3.1.1.4. Disponibilidad de insumos y materia prima
 - 3.1.1.5. Disponibilidad de tecnología
 - 3.1.2. Capacidad de producción
 - 3.1.2.1. Tamaño óptimo
- 3.2. Localización del proyecto
 - 3.2.1. Macro localización
 - 3.2.1.1. Justificación
 - 3.2.1.2. Mapa de la macro localización
 - 3.2.2. Micro localización
 - 3.2.2.1. Criterio de selección de alternativas
 - 3.2.2.2. Matriz de localización
 - 3.2.2.3. Plano de micro localización
- 3.3. Ingeniería del proyecto
 - 3.3.1. Proceso de producción del servicio

- 3.3.2. Diagrama de flujo y procesos
- 3.3.3. Programa del servicio
- 3.3.4. Distribución en planta de la maquinaria y equipo
- 3.3.5. Estudio de insumos, materiales y materia prima
 - 3.3.5.1. Clasificación de los insumos y materiales
 - 3.3.5.2. Cantidad necesaria de insumos y materiales
- 3.3.6. Requerimiento de mano de obra
- 3.3.7. Requerimiento de maquinaria y equipo
- 3.3.8. Calendario de ejecución del proyecto
- 3.4. Análisis de impacto ambiental

Capítulo IV

ESTUDIO ADMINISTRATIVO-ORGANIZATIVO-LEGAL

- 4.1. Organigramas de la empresa
- 4.2. Desarrollo de procesos
- 4.3. Desarrollo de procedimientos y descripción de puestos de trabajo
- 4.4. Beneficios de Ley
- 4.5. Remuneración
- 4.6. Permisos y Ordenanza Municipal
- 4.7. Ministerio de Turismo

Capítulo V

ESTUDIO FINANCIERO

- 5.1. Presupuestos
 - 5.1.1. Presupuestos de inversión
 - 5.1.1.1. Activos fijos
 - 5.1.1.2. Activos intangibles
 - 5.1.1.3. Amortización de activos diferidos
 - 5.1.1.4. Capital de trabajo
 - 5.1.2. Cronograma de inversión
 - 5.1.3. Presupuesto de operación
 - 5.1.3.1. Presupuestos de ingresos
 - 5.1.3.2. Presupuestos de egresos
 - 5.1.3.3. Estados de origen y aplicación de recursos
 - 5.1.3.4. Estructura de financiamiento
 - 5.1.4. Punto de equilibrio
- 5.2. Estados financieros
 - 5.2.1. Estado de situación inicial
 - 5.2.2. Estado de resultados
 - 5.2.3. Flujo de caja

- 5.3. Evaluación Financiera
 - 5.3.1. Determinación de la tasa mínima aceptable de retorno
 - 5.3.2. Criterios de evaluación
 - 5.3.2.1. Valor actual neto
 - 5.3.2.2. Tasa interna de retorno
 - 5.3.2.3. Período de recuperación de la inversión
 - 5.3.2.4. Relación Beneficio / Costo
 - 5.3.2.5. Análisis de sensibilidad

Capítulo VI

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO TURÍSTICO DEL SECTOR

- 6.1 Promover, a nivel local, capacidades para la gestión del desarrollo turístico
- 6.2. Participación e integración de la comunidad local
- 6.3. Generación de empleo en la población
- 6.4. Diversificar la oferta turística
- 6.5. Reducción de la migración de las personas del sector
- 6.6. Conservación de los recursos naturales y culturales
- 6.7. Fortalecer la identidad cultural manabita y contribuir a la educación.

2. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

De acuerdo a las características del proyecto, se trata de una investigación exploratoria en la que se deberá recolectar e identificar información sobre el tema de estudio, lo cual implica familiarizarse con el problema planteado, que inicialmente es relativamente desconocido para los investigadores, pero que luego de aplicar el método científico se tendrá los resultados esperados, así como también, se convertirá en pauta para investigaciones posteriores.

3.2. Diseño o modalidad de la investigación

Atendiendo a los objetivos del proyecto, se considera la elaboración de un diseño de investigación:

Bibliográfica.- Dada la necesidad de aclarar dudas, obteniendo información y datos precisos, fundamentándose en hechos teóricos obtenidos de textos bibliográficos, revistas, casos estadísticos; que sirvan para apoyar el proceso de investigación.

De Campo.- Porque se presenta la necesidad de recolectar información en el lugar donde se está suscitando el problema de investigación.

3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Métodos de Investigación

Para efectos de desarrollar el proceso investigativo se tomará como base el método científico, a fin de llevar un orden sistemático y fundamentado dentro de la misma, que permita describir los hechos y explicarlos. Usando los métodos:

- Inductivo, mediante el cual se obtendrán conclusiones generales, partiendo de situaciones particulares. Los investigadores se valdrán de la observación, análisis y clasificación de los hechos, y de esta forma llegar a conclusiones sobre el problema planteado.
- Deductivo, que va de lo general a situaciones específicas; analizando contenidos teóricos muy generales, para luego particularizar aspectos del problema que se está investigando. Si el razonamiento deductivo es válido y las particularizaciones también lo son, esto confirmará la conclusión que se había realizado.
- Analítico, para un estudio más detallado de las partes y la forma en que se vinculan, pudiendo conocer a través de este método, más sobre el tema de investigación.
- Sintético, que permitirá una comprensión total de lo que ya se tenía un conocimiento previo; logrando esto, mediante un procedimiento mental como su palabra lo indica de síntesis.

3.3.2. Técnicas de Investigación

En lo referente a las técnicas, que son los procedimientos metodológicos que permiten al investigador receptar información primaria; para el presente tema de investigación hará uso de los siguientes mecanismos: encuestas, entrevistas, observaciones y búsquedas bibliográficas.

3.3.3. Instrumentos de Investigación

Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información, en este trabajo investigativo se empleará:

- Guías de entrevistas a realizase
- Cuestionario de encuesta en cuya estructura queda registradas las respuestas suministradas por el encuestado
- Una libreta en la que el investigador anota lo observado.

- Computadora portátil con sus respectivos medios de almacenaje.
- Dispositivos como cámara fotográfica, video-filmadora, grabador de audio.

3.4. Población y muestra

En el proceso de estudio, los investigadores trabajarán con datos de dos enfoques poblacionales; definidos de la siguiente forma:

Para efectos de conocer el entorno socioeconómico del sector, se tomará en cuenta la población universo de la parroquia Boyacá, la cual, según datos del INEC del último censo de población y vivienda 2010, está conformada por 4.501 habitantes, de los cuales 1.443 forman la población económicamente activa, sobre la que aplicando la siguiente fórmula, la muestra poblacional se define en: 313 habitantes.

$$n = \frac{1.443}{0.05^2(1.443 - 1) + 1} = 313,36$$

Para satisfacer los requerimientos de información respecto a determinación de la demanda potencial se segmentará la población en grupos de interés para los investigadores, distribuidos en turistas nacionales y extranjeros; la cual, según datos de Investmanabi The Opportunity - Sectores de Inversión es la siguiente:

Turistas Nacionales	350.000
Turistas Extranjeros	150.000
Turistas Totales	500.000

La muestra poblacional es 400 turistas, obtenidos de la siguiente forma:

$$n = \frac{500.000}{0.05^2(500.000 - 1) + 1} = 399,68$$

Los turistas serán ubicados en sitios de mayor afluencia, como las playas; además se tomará como un lugar estratégico el Cantón Manta, por ser un punto de llegada de turistas ya sea por medio del puerto, aeropuerto o por vía terrestre. Serán ubicados también por medios virtuales, es decir a través del correo electrónico.

3.5. Análisis e interpretación de los resultados

Una vez que se hayan obtenido los resultados mediante la aplicación de los instrumentos de recolección e información; se hará uso del método

estadístico para la presentación de cuadros y gráficos para luego proceder a la interpretación y análisis de los resultados.

4. MARCO ADMINISTRATIVO

4.1. Recursos

4.1.1. Institucionales

Los recursos institucionales en el presente trabajo de investigación son: Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, Ministerio de Turismo, Empresas Hoteleras con características afines al proyecto, Junta Parroquial de Boyacá.

4.1.2. Humanos

Para la realización de la investigación, es necesario contar con el siguiente equipo de trabajo: los investigadores, la Tutora de Tesis Econ. Lucia Zambrano, el Director de Tesis, la población de la parroquia, los turistas y clientes potenciales, expertos y personas involucradas tanto en el área técnica, social, económica y financiera que contribuya a la obtención de información y facilite a realizar el trabajo, dentro de este ámbito de expertos se contará con apoyo de la Ing. en Administración de Empresas Turísticas Andrea Navarrete Briones y del Ing. Civil Miguel Ángel Bravo Ormaza quien forma parte del personal de la Cía. Ciudad Rodrigo Manta.

4.1.3. Materiales

Los materiales a emplearse en el proceso de investigación son: computadoras, cámara, grabadora, flash memory, impresora, internet, libros y documentos, materiales de oficina, teléfonos, transporte.

4.1.4. Económicos (presupuesto y financiamiento).

RUBROS DE GASTOS	VALOR
1.- Personal de apoyo	80
2.- Adquisición de equipos.	50
3.- Material de escritorio.	20
4.- Fotocopias	50
5.- Impresiones	70
6.- Material bibliográfico	50
7.- Transporte	100
8.- Viáticos	50
9.- Transcripción del informe	100
7. Imprevistos	57
TOTAL	627

**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
ESCUELA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA
BOYACÁ DEL CANTON CHONE**

OBJETIVO: Determinar la prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, Cantón Chone.

INFORMACION GENERAL

Edad _____

Sexo F () M ()

Procedencia _____

Ocupación () Profesional () Estudiante () Otro

Nivel de Educación () Primaria () Secundaria

() Superior () Otros

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y conteste con una x según su criterio

1. ¿Cuáles son los factores que usted considera como atractivos turísticos en la parroquia?

- () Paisajes
- () Recorrido y Excursión bosques y montañas
- () Convivencia con las actividades campestres
- () Cabalgatas
- () Juegos típicos
- () El ambiente de paz y tranquilidad alejado del bullicio de la ciudad

2. ¿Considera usted que las costumbre-tradiciones-cultura de la provincia de Manabí son un factor de atractivo turístico?

- () Si
- () No
- () ¿Por qué?

3. ¿Cuáles son las características por los que son identificados los habitantes de Manabí?

- () Hospitalidad
- () Cortesía
- () Humildad
- () Sus Creencias
- () Sus Paisajes

4. **¿Cuáles son las actividades económicas realizadas comúnmente en la zona?**
 Ganadería, Pesca y Agricultura
 Hotelería y Turismo
 Empresas Industriales
5. **¿Para usted, que actividad genera mayor rentabilidad económica en la Zona?**
 Ganadería, Pesca y Agricultura
 Hotelería y Turismo
 Empresas Industriales
6. **¿Cree usted que dentro de la localidad donde habita, las inversiones que tradicionalmente se realizan pueden tomar un giro diferente resaltando sus paisajes naturales como turismo?**
 Si
 No
 Tal Vez
7. **¿Cuáles son las razones que considera usted, influyen para que no apliquen nuevas alternativas de inversión?**
 Falta de Visión
 Descuido de las autoridades
 Migración de los habitantes a las zonas urbanas
 Limitada formación académica
8. **¿Le gustaría que exista un espacio físico en la zona donde se pueda dar a conocer a personas de afuera de todas las cualidades turísticas que posee su localidad?**
 Si
 No

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
ESCUELA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CLIENTES

OBJETIVO: Determinar la prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de negocio y desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, Cantón Chone.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y conteste con una x según su criterio

INFORMACION GENERAL

Edad _____

Sexo F () M ()

Procedencia _____

Ocupación () Profesional () Estudiante () Otro

Nivel de Educación () Primaria () Secundaria

() Superior () Otros

1. ¿Cuáles son sus preferencias a la hora de decidir por un lugar especial al momento de tomar un descanso?

- () Atractivos naturales
- () Ambientes urbanísticos
- () Visitas a las familias
- () Otros

2. ¿Qué atractivos naturales conoce usted de la provincia de Manabí?

- () Bosques
- () Playas
- () Ríos
- () Montañas
- () Ninguno

3. ¿Con que frecuencia visita estos atractivos naturales de la provincia de Manabí?

- () Siempre
- () Casi siempre
- () Nunca

4. ¿Ha visitado usted en alguna ocasión, algún sector campestre de la Provincia de Manabí?

- () Si
- () No

5. ¿Se siente usted conforme con los servicios hoteleros que se brindan actualmente en la Provincia?

- Si
 - No
 - ¿Por qué?
-
-

6. ¿Cuándo sale de paseo o vacaciones, con quienes los hace?

- Esposa
- Esposa - Hijos
- Amigos
- Parientes
- Otros

7. ¿Según su criterio cuales son las características que más le llaman la atención de un hotel Campestre?

- Atractivos Turísticos
- Lejanía de la ciudad
- Comida Típica
- Actividades de Recreación

8. ¿Le interesaría poder alojarse en un hotel que le brinde distracciones propias de Manabí situado en un sector propicio para el descanso con distintos atractivos naturales?

- Si
- No

9. ¿Le gustaría que estén incorporadas al servicio de un hotel campestre actividades como:

- Grupos de bailes y música típica
- Paseos por atractivos turísticos de la zona
- Convivencia con las actividades que realizan los habitantes
- Cabalgata
- Juegos típicos
- Otros

10. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en la hostería?

- Comida típica manabita
- Comida gourmet
- Ambas

¡GRACIAS POR SU COLABORACION

**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
ESCUELA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A INGENIEROS, ARQUITECTOS Y EXPERTOS
EN HOTELERÍA Y TURISMO**

OBJETIVO: Determinar la prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, Cantón Chone.

- 1. ¿Cuál debería ser las dimensiones necesarias del terreno para la construcción de cabañas?**

- 2. ¿Cuál sería la mejor infraestructura para la ubicación de las habitaciones?**

- 3. ¿Para una buena adecuación de los espacios de área verde, la instalación de las cabañas, y demás cual deberá ser el tamaño adecuado del terreno?**

- 4. ¿Cuál sería el tiempo aproximado de construcción, acorde a las especificaciones técnicas**

**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
ESCUELA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**ENTREVISTA DIRIGIDA HABITANTES DE LA ZONA, EXPERTOS EN
TEMAS TURÍSTICOS, AUTORIDADES DEL SECTOR TURISTICO**

OBJETIVO: Determinar la prefactibilidad para la construcción de una hostería campestre como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia Boyacá, Cantón Chone.

1. ¿Qué efectos sociales traería la implementación de la hostería turística al sector de la parroquia Boyacá?

- Generación de fuentes de Trabajo
- Rescate de las tradiciones y Costumbres
- Apertura para nuevas inversiones

2. ¿Cree usted que una hostería que resalte las bellezas de los paisajes y recursos naturales propios de la zona campestre de Manabí impulsen económicamente a la localidad?

3. ¿Considera usted que la Parroquia Boyacá tiene el suficiente potencial para desarrollar un turismo rural, diversificando a Manabí del turismo de playa?

4. ¿Cree usted que las personas de la localidad necesitan nuevas inversiones que generen trabajos para reducir la migración de los habitantes?

5. ¿Cree usted que la creación de la hostería campestre es un medio para promover la identidad manabita a través de vivencias propias de la vida en el sector rural?

- Si
- No
- ¿Por qué?

ANEXO 2.

LOGOTIPO DE LA HOSTERÍA CAMPESTRE.



PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA CAMPESTRE.

