



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
COMERCIAL**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA  
HOSTERÍA RECREATIVA “BRISA SANTA” COMO ALTERNATIVA  
PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN  
NOBOL”**

**AUTORES:**

**RENDÓN RENDÓN ELIZABETH ALEXANDRA  
ZHUNE VERA MARTHA LUCÍA**

**TUTOR:**

**ING. COM. IRMA AQUINO ONOFRE**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2013**



*DEDICATORIA*

*Quiero dedicar este trabajo a mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, tanto en mi educación académica, como en lo personal gracias por su incondicional apoyo mantenido a través del tiempo.*

*ELIZABETH ALEXANDRA RENDÓN RENDÓN.*

## *AGRADECIMIENTO*

*A Dios por darme la fuerza en los momentos necesarios bendiciendo a todos aquellos que hicieron posible la elaboración de este trabajo.*

*A mis padres por el esfuerzo incondicional por su paciencia y fe.*

*A nuestra tutora del proyecto de investigación, por su apoyo, confianza y capacidad para guiar nuestras ideas.*

*A mi compañera de tesis quien tuvo parte importante y hacer más grato el tiempo, esto ha significado el surgimiento de una sólida amistad.*

*A mi esposo, gracias por caminar a mi lado durante todo este tiempo y mostrarme con una sonrisa la esperanza.*

*Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.*

*ELIZABETH ALEXANDRA RENDÓN RENDÓN.*

## *DEDICATORIA*

*Dedico el presente trabajo especialmente a mi querida madre por estar siempre conmigo, a toda mi familia por su infinito apoyo y a mis queridos compañeros y amigos quienes me han honrado con su preciada amistad.*

*MARTHA LUCÍA ZHUNE VERA.*

## *AGRADECIMIENTO*

*A DIOS en primer lugar por iluminar mi vida darme salud y sabiduría, a mi madre a quien expreso mi más profundo agradecimiento por confiar en mí y apoyar mis deseos de superación, mis hermanos por acompañarme en este largo camino, mi compañera de proyecto de investigación por compartir sus conocimientos para alcanzar nuestra meta y permitirme contar con su amistad, a mi tutora y todos los profesores que fueron parte importante para poder culminar con éxito mi carrera.*

*MARTHA LUCÍA ZHUNE VERA.*

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad por las ideas, hechos y doctrinas expresadas en este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente a las autoras; el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”.

**RENDÓN RENDÓN ELIZABETH ALEXANDRA**

**ZHUNE VERA MARTHA LUCÍA**

## RESUMEN

La idea de crear una hostería recreativa surge de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar de la gastronomía, la convivencia y del contacto con la naturaleza, librándose de las tensiones de la vida cotidiana y del estrés de la ciudad. Para la implementación de la Hostería Recreativa es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de los turistas potenciales, así como también de la variedad de servicios que brindará. La Propuesta es convertir la hostería en uno de los lugares preferidos por los turistas religiosos impulsando el desarrollo económico del cantón.

La Hostería Recreativa estará ubicada en el Cantón Nobol de la Provincia del Guayas debido a su entorno natural, gastronómico y por ser el lugar donde nació la Beata Narcisa de Jesús, un lugar visitado por muchos turistas católicos creyentes de la Santa. El óptimo desarrollo de este proyecto está sustentado en la debida promoción del cantón Nobol que resulta como estrategia para integrar a la Hostería Recreativa, como parte de un destino turístico que permita describir y analizar la situación de factores físicos, sociales y económicos que inciden directa e indirectamente en la ejecución de la actividad logrando destacar como un atractivo turístico de la costa ecuatoriana.

## ÍNDICE GENERAL

Pág.

Portada.....	I
Página de respeto.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Declaración expresa.....	VII
Resumen.....	VIII
Índice General.....	IX
<b>CAPÍTULO I</b>	
1. Introducción.....	1
1.1. Tema.....	3
1.2. Diagnóstico: ámbito/contexto.....	3
1.3. Planteamiento del Problema.....	4
1.4. Justificación.....	5
1.5. Objetivos: General y específicos.....	7
1.6. Intencionalidad de la Investigación.....	8
<b>CAPÍTULO II</b>	
2. Marco teórico.....	9
2.1. Estado de conocimiento o estado de arte.....	9
2.2. Fundamentación teórica.....	15
2.2.1 Reseña del Cantón Nobol.....	15
2.2.2 Principales atractivos religiosos del Cantón Nobol.....	15
2.2.3 El cantón Nobol en cifras.....	16
2.2.4 Turismo en el Ecuador.....	22
2.2.5. Tipos de turismo.....	24
2.2.5.1 Turismo receptivo.....	24
2.2.5.2 Turismo interno.....	24
2.2.5.3 Turismo tradicional.....	24
2.2.5.4 Turismo social.....	24
2.2.5.5 Excursionismo.....	24
2.2.5.6 Turismo religioso.....	25
2.2.6. Filiación religiosa de los ecuatorianos.....	26
2.3 Marco Social.....	28
2.3.1 Ambiente cultural.....	28
2.3.2 Ambiente demográfico.....	29
2.3.2.1 Ubicación geográfica, clima y superficie.....	29
2.3.3 Ambiente político y económico.....	29
2.4 Marco Legal.....	30
2.4.1 Reglamento general de actividades turísticas.....	30
2.4.2 Regulación para las hosterías.....	32
2.4.3 Proceso de obtención de permisos para el funcionamiento de un negocio de servicio en Nobol.....	33

2.4.4	Permisos del municipio de Nobol.....	34
2.4.5	Requisito para el registro único de contribuyente.....	34
2.4.6	Permiso del ministerio de turismo.....	35
2.4.7	Requisitos para la constitución de la compañía en Ecuador.....	35
<b>2.5</b>	<b>Marco Conceptual.....</b>	<b>37</b>
2.5.1	Estudio de factibilidad.....	37
2.5.2	Estudio administrativo.....	37
2.5.3	Estudio técnico.....	37
2.5.4	Estudio de mercado.....	38
2.5.5	Demanda.....	38
2.5.6	Oferta.....	38
2.5.7	Producto.....	38
2.5.8	Precio.....	39
2.5.9	Promoción.....	39
2.5.10	Mercado meta o mercado objetivo.....	39
2.5.11	Estudio financiero.....	39
2.5.12	Inversión.....	39
2.5.13	Fuentes de financiación.....	40
2.5.14	Costos de producción.....	40
2.5.15	Gastos administrativos.....	40
2.5.16	Gastos de ventas.....	40
2.5.17	Ingresos.....	40
2.5.18	Egresos.....	41
2.5.19	Punto de equilibrio.....	41
2.5.20	Cálculo del valor presente o actual neto (van).....	41
2.5.21	Cálculo de la tasa interna del retorno (TIR).....	41
2.5.22	Periodo de recuperación de la inversión.....	42
<b>2.6.</b>	<b>Hipótesis o anticipaciones hipotéticas.....</b>	<b>42</b>
2.6.1	Hipótesis particulares.....	42
<b>2.7.</b>	<b>Variables o criterios de investigación.....</b>	<b>42</b>
<b>2.8.</b>	<b>Indicadores.....</b>	<b>43</b>

### CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>Metodología.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.</b>	<b>Universo muestral.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2.</b>	<b>Métodos, técnicas e instrumentos.....</b>	<b>45</b>
3.2.1	Métodos.....	45
3.2.1.1	Metodología cuantitativa.....	45
3.2.1.2	Metodología cualitativa.....	45
3.2.1.3	Método científico.....	45
3.2.1.4	Método inductivo.....	45
3.2.1.5	Método analítico y sintético.....	45
3.2.1.6	Investigación descriptiva.....	46
3.2.1.7	Investigación de campo.....	46
3.2.1.8	Investigación bibliográfica y documental.....	46

3.2.2	Técnicas de Investigación.....	46
3.2.2.1	Encuestas.....	47
3.2.2.2	Observación.....	47
3.2.2.3	Diseño y validación de instrumentos.....	47
3.3.	Aplicación de instrumentos.....	47
3.3.1	Observación directa.....	47
3.3.2	Encuesta.....	48
3.4.	Procesamiento de datos.....	48
3.5.	Recursos: Instrumentales, Cronogramas, Presupuesto.....	61

#### **CAPÍTULO IV**

4.	Informe Técnico final.- “Creación de la Hostería Recreativa Brisa Santa como alternativa para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol”.....	64
4.1.	Antecedentes de la Propuesta:.....	64
4.1.1	Planificación estratégica.....	65
4.1.1.1	Nombre de la Empresa.....	65
4.1.1.2	Misión de la Empresa.....	66
4.1.1.3	Visión de la Empresa.....	66
4.1.1.4	Objetivos de la Empresa.....	66
4.1.1.5	Objetivos específicos.....	66
4.1.1.6	Análisis FODA.....	67
4.1.1.7	Valores institucionales.....	68
4.1.1.8	Análisis del Mercado y Plan de Marketing.....	69
4.1.1.8.1	Mercado meta del producto(s) o servicio(s) del proyecto.....	69
4.1.1.8.2	Análisis Demanda de servicio.....	69
4.1.1.8.3	Tipo de Demanda – Producto.....	70
4.1.1.8.3.1	Comportamiento histórico de la demanda.....	71
4.1.1.8.3.2	Proyección de la demanda.....	72
4.1.1.8.3.3	Demanda actual del servicio.....	73
4.1.1.8.4	Análisis de la oferta.....	75
4.1.1.8.4.1	Capacidad de servicio.....	79
4.1.1.8.4.2	Tamaño Óptimo.....	79
4.1.1.9	Productos y/o servicios.....	82
4.1.1.9.1	Detalle de los productos y/o servicios a Ofrecer.....	82
4.1.1.10	Posicionamiento de los productos y/o servicios.....	83
4.1.1.11	Políticas de precios.....	83
4.1.1.11.1	Precios de los servicios relacionados.....	83
4.1.1.11.2	Factores que influyen en el comportamiento de los precios.....	84
4.1.1.11.3	Determinación de precios.....	84
4.1.1.11.4	Estrategias de precios.....	85
4.1.1.11.5	Estrategias de servicio.....	85
4.1.1.11.6	Estrategias de ventas.....	86
4.1.1.12	Estrategias de mercado.....	86
4.1.1.13	Estrategias publicitarias y de promoción.....	86

4.1.1.14	Políticas de servicio al cliente.....	87
4.1.2	Plan de Administración.....	87
4.1.2.2	Organigramas: Estructural y funcional.....	87
4.1.2.3	Descripción de puestos y responsabilidades.....	88
4.1.2.4	Plan de remuneraciones.....	90
4.1.3	Plan de operaciones.....	91
4.1.3.1	Ubicación y plano de las instalaciones.....	91
4.1.3.2	Descripción de maquinarias y equipos.....	96
4.1.4	Plan financiero.....	100
4.1.4.1	Requerimientos iniciales de fondos: Propios o por financiamiento.....	100
4.1.4.2	Capital de Trabajo.....	101
4.1.4.3	Financiamiento.....	101
4.1.4.4	Depreciación y Amortización Activos Fijos.....	102
4.1.4.5	Presupuesto de Ingresos Proyectados: Ventas.....	104
4.1.4.6	Presupuesto de gastos proyectados.....	105
4.1.4.7	Análisis del punto de Equilibrio.....	106
4.1.4.8	Flujo de efectivo.....	109
4.1.4.9	Estados de Resultados Proyectados.....	111
4.1.4.10	Evaluación Financiera.....	112
4.1.4.10.1	Determinación de la tasa de descuento.....	112
4.1.4.10.2	Valor Actual Neto.....	112
4.1.4.10.3	Tasa interna de retorno.....	112
4.1.4.10.4	Periodo de recuperación de la inversión.....	113
4.1.4.10.5	Relación Costo beneficio.....	113
<b>4.2</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>114</b>
<b>4.3</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>115</b>
<b>5.</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>116</b>
<b>6.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>118</b>

<b>Índice de Gráficos</b>	<b>Pág.</b>
Gráfico No.1: Población de Nobol.....	16
Gráfico No.2: Población por Género.....	17
Gráfico No.3: Población Activa e Inactiva.....	17
Gráfico No.4: Población Económicamente Activa.....	18
Gráfico No.5: Población Económicamente Inactiva.....	18
Gráfico No.6: Población Migrante.....	19
Gráfico No.7: Ingreso de Turistas al País.....	23
Gráfico No.8: Ingreso de Turistas a la Provincia del Guayas.....	23
Gráfico No.9: Filiación Religiosa en el Ecuador.....	26
Gráfico No.10: Tipos de Religión que practican los Ecuatorianos.....	27
Gráfico No.11: Frecuencia de Asistencia a Servicios Religiosos.....	28
Gráfico No.12: Conocimiento de la existencia de Nobol.....	49
Gráfico No.13: Primera vez que visita Nobol.....	50
Gráfico No.14: País, ciudad, cantón de Origen de los turistas.....	51
Gráfico No.15: Motivo de Visita a Nobol.....	52
Gráfico No.16: Cantidad de visitas a Nobol.....	53
Gráfico No.17: Conocimiento de alojamiento en Nobol.....	54
Gráfico No.18: ¿Con quién prefiere viajar? .....	55
Gráfico No.19: Pertenece a un grupo religioso.....	56
Gráfico No.20: Hospedaje si existieran lugares recreativos.....	57
Gráfico No.21: Necesidades de alojamiento.....	58
Gráfico No.22: Valor dispuesto a pagar por alojamiento.....	59
Gráfico No.23: Forma de cancelar los gastos por viaje.....	60
Gráfico No.24: Logo.....	65
Gráfico No.25: Piscina Club Garza Roja.....	77

Gráfico No.26: Vista área Club Garza Roja.....	77
Gráfico No.27: Ingreso Club Garza Roja.....	77
Gráfico No.28: Organigrama de la Hostería Brisa Santa.....	87
Gráfico No.29: Mapa de Ubicación de la Hostería Brisa Santa.....	91
Gráfico No.30: Plano Arquitectónico de la Hostería Brisa Santa.....	92
Gráfico No.31: Plano Eléctrico y Sanitario de la Hostería Brisa Santa.....	93
Gráfico No.32: Plano Estructural de la Hostería Brisa Santa.....	94
Gráfico No.33: Plano Implantación General de la Hostería Brisa Santa.....	95
Gráfico No.34: Imágenes de Nobol 1.....	119
Gráfico No.35: Imágenes de Nobol 2.....	119
Gráfico No.36: Imágenes de Nobol 3.....	119

<b>Índice de Tablas</b>	<b>Pág.</b>
Tabla No.1 Reseña del cantón Nobol.....	15
Tabla No.2 Los principales atractivos religiosos del cantón Nobol.....	16
Tabla No.3 Principales actividades económicas de la población de Nobol.....	20
Tabla No.4 Población por grupo de edad del cantón.....	21
Tabla No.5 Población por nivel de educación.....	21
Tabla No.6 Ingreso de turistas al país.....	22
Tabla No.7 Ingreso de turistas a la provincia del Guayas.....	23
Tabla No.8 Clasificación de Alojamientos.....	31
Tabla No.9 Nomenclaturas.....	32
Tabla No.10 Permiso del Ministerio de Turismo.....	35
Tabla No.11 Conoce el cantón Nobol .....	49
Tabla No.12 Es la primera vez que visita Nobol.....	50
Tabla No.13 De dónde proviene.....	51
Tabla No.14 Principal motivo de visita a Nobol.....	52
Tabla No.15 Cuantas veces al año visita Nobol.....	53
Tabla No.16 Conocen lugares de alojamiento en Nobol.....	54
Tabla No.17 Con quien prefiere viajar.....	55
Tabla No.18 Pertenecen a un grupo de formación religiosa.....	56
Tabla No.19 Turistas que vendrían con su grupo o familia.....	57
Tabla No.20 Necesidades de alojamiento.....	58
Tabla No.21 Valor dispuesto a pagar por alojamiento.....	59
Tabla No.22 Forma de pago para cancelar gastos.....	60
Tabla No.23 Instrumentos.....	61
Tabla No.24 Presupuesto de Proyecto en dólares.....	63
Tabla No.25 Análisis FODA.....	67

<b>Índice de Cuadros</b>	<b>Pág.</b>
Cuadro No.1 Demanda Histórica.....	71
Cuadro No.2 Turistas extranjeros que ingresaron a la provincia del Guayas.....	71
Cuadro No.3 Demanda proyectada turistas guayaquileños que visitan Nobol.....	72
Cuadro No.4 Demanda proyectada turistas que visitan Nobol.....	73
Cuadro No.5 Demanda proyectada de turistas dispuestos a hospedarse.....	73
Cuadro No.6 Demanda actual de pregunta 9.....	73
Cuadro No.7 Demanda actual de pregunta 5.....	73
Cuadro No.8 Demanda actual de pregunta 7.....	74
Cuadro No.9 Descripción de oferta.....	75
Cuadro No.10 Descripción del parque Club Garza Roja.....	75
Cuadro No.11 Demanda actual de pregunta 6.....	77
Cuadro No.12 Oferta total.....	77
Cuadro No.13 Oferta proyectada.....	77
Cuadro No.14 Proyección de la demanda insatisfecha de hospedaje.....	78
Cuadro No.15 Tamaño Óptimo.....	79
Cuadro No.16 Demanda captada según pregunta 5.....	79
Cuadro No.17 Captación de la demanda insatisfecha.....	79
Cuadro No.18 Demanda para uso de instalaciones sin hospedaje.....	80
Cuadro No.19 Demanda captada.....	80
Cuadro No.20 Precios del Club Garza Roja.....	82
Cuadro No.21 Plan de Remuneraciones.....	90
Cuadro No.22 Muebles y Enseres.....	96
Cuadro No.23 Maquinarias y Equipos.....	97

Cuadro No.24 Equipos de Computación.....	97
Cuadro No.25 Insumos.....	98
Cuadro No.26 Suministros de oficina.....	99
Cuadro No.27 Útiles de aseo y limpieza.....	100
Cuadro No.28 Estimación de inversiones.....	100
Cuadro No.29 Capital de trabajo.....	101
Cuadro No.30 Estructura de financiamiento.....	101
Cuadro No.31 Amortización de Activos Intangibles.....	107
Cuadro No.32 Presupuesto de ingresos proyectados.....	107
Cuadro No.33 Presupuesto de egresos proyectados.....	108
Cuadro No.34 Punto de equilibrio.....	109
Cuadro No.35 Clasificación de los Costos.....	110
Cuadro No.36 Punto de equilibrio proyectado.....	111
Cuadro No.37 Punto de equilibrio en cantidad de la demanda con hospedaje.....	111
Cuadro No.38 Punto de equilibrio en cantidad de la demanda sin hospedaje.....	111
Cuadro No.39 Punto de Equilibrio en cantidad Total.....	112
Cuadro No.40 Estado de Resultado sin financiamiento.....	113
Cuadro No.41 Estado de Resultado con financiamiento.....	114
Cuadro No.42 Flujo Neto sin financiamiento.....	115
Cuadro No.43 Flujo Neto de fondos con financiamiento.....	116
Cuadro No.44 Tasa de descuento.....	117
Cuadro No.45 Período de recuperación con financiamiento.....	117
Cuadro No.46 Período de recuperación sin financiamiento.....	117

Cuadro No.47 Relación Costo Beneficio con financiamiento.....	118
Cuadro No.48 Relación Costo Beneficio sin financiamiento.....	118

<b>Índice de Anexos</b>		<b>Pág.</b>
Anexo No.1	Imágenes de Nobol.....	119
Anexo No.2	Matriz auxiliar para el diseño de la investigación.....	120
Anexo No.3	Cuadro de diagnóstico para el planteamiento del problema.....	121
Anexo No.4	Encuesta .....	122
Anexo No.5	Tabla de amortización del préstamo bancario.....	123
Anexo No.6	Presupuesto de obra .....	125
Anexo No.7	Calendario de ejecución del proyecto.....	128
Anexo No.8	Menú del restaurant de la hostería "Brisa Santa".....	129

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación ha sido realizado para alcanzar el Título profesional de Ingeniero Comercial, de la prestigiosa Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas y con el cual se pretende demostrar que es factible establecer una Hostería Recreativa como alternativa para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol, aplicando conocimientos actualizados como las herramientas de marketing, conocimientos administrativos y financieros adquiridos a lo largo de nuestra carrera universitaria.

Este proyecto ha sido realizado con el propósito de incrementar fuentes de empleo, y crear un establecimiento referente como punto turístico religioso del Guayas, que ofrece recreación, lugares de esparcimiento y demás servicios afines que inviten cada vez a más turistas a conocer las bondades del Cantón.

Cabe recalcar que en Nobol es reducido el número de establecimientos turísticos y los pocos que existen carecen de espacios libres y demás servicio. La Hostería Brisa Santa está en la capacidad de atender diversos mercados y requerimientos como son: Gastronomía, recreación turístico y de alojamiento ya que las instalaciones, brindaran confort, comodidad y atenderá los requerimientos que el cliente solicite sin tener espacios restringidos.

En este proyecto se ha empleado el tiempo considerable para su realización, dando como fecha de inicio de esta investigación el mes de Noviembre del año 2012 y su culminación en Septiembre 2013. Las personas que colaboraron para hacer efectiva esta investigación mediante encuestas, fueron padres de familia, como turistas que visitan Nobol y residentes católicos de diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, considerados en la muestra.

El proyecto de investigación titulado “Estudio de factibilidad para la creación de la hostería recreativa "Brisa Santa" como alternativa para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol” contiene 4 capítulos los mismos que se describen brevemente a continuación:

Capítulo I: El diseño de la investigación, en donde se determina la forma en que se efectuó la investigación, se analiza en forma general el problema de investigación y se justifican las razones que motivaron llevar a cabo la misma.

Capítulo II: Marco Teórico, este capítulo sirve para fundamentar teóricamente y respaldar la investigación basándose en el criterio de otros autores, con esto se pudo formular la hipótesis que se espera ser comprobada una vez concluida la investigación.

Capítulo III: Metodología, se basa en fundamentar en los métodos y técnicas para la recolección de datos, básicamente se trata de recabar información del mercado objeto de estudio.

Capítulo IV: Informe técnico final, se realiza la descripción del negocio y situación actual, estructura organizacional y administrativa, plan de marketing e informe técnico y financiero.

Finalmente conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO I

### 1.1 TEMA:

“Estudio de factibilidad para la creación de la hostería recreativa "Brisa Santa" como alternativa para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol”

### 1.2 DIAGNÓSTICO

El Cantón Nobol es por tradición un sitio de visita religiosa para los católicos devotos de la Beata Narcisa de Jesús. Los turistas que visitan este Cantón, a menudo no encuentran un lugar adecuado para poder establecer una estadía y a la vez realizar actividades tales como retiros, convivencias, disfrutar de un lugar acogedor y de la naturaleza que ofrece este Cantón.

Los turistas religiosos que visitan este lugar no solo llegan de Ecuador, también del extranjero, muchos son migrantes que regresan al país llevados por el deseo de conocer el lugar donde nació y vivió la Santa Narcisa de Jesús.

Debido a lo expuesto hemos desarrollado un marco auxiliar identificando algunos factores involucrados, para poder definir correctamente nuestro problema en este proyecto de investigación. (Ver anexo 2)

#### Síntomas:

- Insatisfacción en los turistas religiosos que visitan este cantón.
- Déficit de nuevas propuestas de negocio que reactiven el sector económico del Cantón.
- Incremento de negocios informales en torno al sector turístico.
- Insuficiente promoción turística del país sobre el Cantón Nobol hacia el exterior.
- Precios bajos en los diferentes servicios hoteleros que se ofrecen a los turistas.
- La competencia es limitada.

- Dificultad para financiar nuevas propuestas de negocios
- Obstáculos y demora al momento de gestionar permisos de funcionamiento por parte de las entidades públicas del Cantón.

#### **Causas:**

- Déficit de un lugar adecuado para hospedarse y escases de guías para hacer un recorrido turístico.
- Falta de un plan estratégico para impulsar la economía y promover el desarrollo urbano en este Cantón.
- Reducidas fuentes de empleo formales para los habitantes del Cantón Nobol.
- Poca comunicación entre las autoridades locales y provinciales encargadas de impulsar el turismo en las diferentes instituciones gubernamentales fuera del país.
- Los servicios no son variados y la calidad es deficiente.
- El mercado hotelero no se ha desarrollado ni diversificado y la oferta es reducida.
- Desconocimiento por parte de los microempresarios sobre los requisitos para obtener un crédito bancario.
- Reducida información de los trámites necesarios para obtener permisos patente y demás requisitos legales de funcionamiento.

### **1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Luego del diagnóstico de las causas y efectos generados para el tema propuesto de investigación identificamos al problema de la siguiente manera:

¿El reducido número de lugares adecuados para la estadía de los turistas religiosos en el Cantón Nobol afecta al desarrollo económico y turístico del mismo?

## **Sistematización del problema.**

Si existiera la creación de áreas destinadas al hospedaje, encuentros y actividades pastorales de los turistas religiosos, esto dará solución a los siguientes problemas.

1. ¿Promoverá el desarrollo turístico del Cantón Nobol?
2. ¿Se impulsará la economía del Cantón y de sus habitantes, con la implementación del proyecto?
3. ¿Aceptarán la población la ejecución del proyecto y los turistas religiosos estarán dispuestos a pagar por el servicio?
4. ¿Realizar el proyecto generará plazas de empleos para los residentes del Cantón?
5. ¿Existirán inversionistas interesados en financiar este proyecto y se lograrán las ganancias esperadas con la ejecución del mismo?
6. ¿Se logrará satisfacer las necesidades de los turistas religiosos y llegar a ser competitivos en este mercado?

### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

Ecuador es un país de América del Sur que posee una infinidad de lugares de gran atractivo turístico, ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, flora y fauna. Se destaca por su diversidad cultural y las riquezas de sus regiones como lo son Costa, Sierra y Oriente. Dentro de la región Costa se encuentra la provincia del Guayas que posee una diversidad geográfica desde bosques tropicales, grandes ríos hasta las más hermosas playas que rodean la región Costa.

Al mencionar la provincia del Guayas y sus atractivos se debe resaltar el turismo en muchos de sus cantones como Guayaquil, Milagro, Yaguachi, Durán y cabe destacar al Cantón Nobol que tiene gran acogida por la asistencia al templo que contiene los restos de la Santa Narcisa, además de sus paisajes y el calor de su gente, han hecho de Nobol uno de los puntos turísticos religiosos de mayor

afluencia dentro del Guayas, es por tal motivo que surge la necesidad de potenciar los atractivos religiosos que ofrece este Cantón, optimizando su sistema turístico como la infraestructura hotelera, puntos de recreación, lugares de esparcimiento y demás servicios afines.

En la actualidad Nobol, cuenta con pocos hoteles los cuales no reúnen las características suficientes para satisfacer las necesidades del turista religioso. Estos hoteles no cuentan con la infraestructura adecuada para hospedar a los visitantes, ya que la mayoría de las personas viajan en familias o grupos pastorales y buscan un lugar acogedor que les brinde paz y confort.

Todo esto se justifica en el siguiente planteamiento de pronóstico y control del mismo como reflexiones a las que hemos llegado frente al tema y la forma que se ha escogido para analizarlo.

### **Pronóstico**

- La cantidad de turistas religiosos que visitan este Cantón a diario, supera la capacidad que tiene la población para poder atenderlos y ofrecerles comodidades.
- Los turistas solo viajarán a este Cantón por un motivo estrictamente religioso e ignorarán los demás atractivos que tiene el Cantón.
- Este Cantón seguirá siendo un pueblo rural alejado del desarrollo urbanístico, al no estar a la altura de los turistas que lo visitan.
- Sus habitantes perderán una valiosa fuente de ingresos al no explotar el gran atractivo turístico religioso de su Cantón.
- Esto generará que las bondades del Cantón Nobol no sean totalmente conocidas en el exterior restando muchos turistas sobre todo extranjeros que pudieran venir a visitar este lugar.
- Esto generará clientes insatisfechos al momento de relacionar el precio con la calidad.

- Al entrar en competencia la hostería se vería perjudicada por los precios del sector hotelero
- La escasa competencia se considera una oportunidad para el análisis FODA
- Existirá el descontento y la falta de predisposición de los microempresarios que no encuentran facilidades para poner en marcha sus ideas.
- La dificultad de tramitar los permisos requeridos genera barreras burocráticas, lo que prolonga el proceso para instalar un nuevo negocio.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un estudio de factibilidad sobre el proceso de creación de una Hostería en el Cantón Nobol, mediante la cual se logre promover el desarrollo económico del mismo.

### **1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Demostrar el impacto que genera la creación de una hostería en el sector turístico mediante un estudio de mercado.
- Diagnosticar si es viable esta propuesta de negocio, mediante un estudio técnico y económico.
- Cumplir con todos los requerimientos legales del Ministerio de Turismo, e Instituciones públicas para ofrecer un servicio de calidad a los turistas y una correcta implementación del proyecto.
- Comprobar la factibilidad de crear una hostería como alternativa para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol.
- Determinar mediante estudios financieros y variables económicas la rentabilidad del proyecto.

- Identificar a través de un estudio de mercado la demanda insatisfecha de turistas religiosos que visitan este Cantón y establecer estrategias competitivas dentro del sector turístico.

## **1.6 INTENCIONALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La intención de la presente investigación es analizar la factibilidad de crear un lugar apropiado para brindar hospedaje y poder realizar retiros, convivencias, reuniones de todo tipo en un ambiente rodeado de naturaleza, dirigido a los turistas religiosos y a la vez fomentar el desarrollo económico del Cantón Nobol atrayendo cada vez más turistas.

### **1.6.1 RESULTADOS ESPERADOS**

Al implementar este proyecto se logrará satisfacer la necesidad de los visitantes debido a la carencia de espacios destinados para recreación y recogimiento espiritual, al mismo tiempo que genera beneficios económicos tanto a la parroquia como también a los pobladores del Cantón. Para hacer realidad esta iniciativa, se debe contar con la aprobación y participación de la curia del Cantón en conjunto con el Muy Ilustre Municipio de Nobol.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Estado de Conocimiento o del arte

El Turismo es definido por la ley como el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

El turismo es una manifestación social, cultural y económica que genera el desplazamiento de personas de su lugar usual de residencia hacia diversos destinos por motivos personales, profesionales o de ocio. El turismo afecta directamente la economía, el entorno natural, la población, los lugares aledaños y a los mismos visitantes.

Con el afán de atender al turista y ofrecer una estancia placentera, han sido creados la diversa gama de lugares de hospedaje que existen en la actualidad, los cuales son regulados por el Ministerio de Turismo mediante el reglamento general de actividades turísticas dirigido a controlar los establecimientos de hospedaje.

#### **EL TURISMO COMO UNA FUENTE IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO**

Por ser el turismo un factor importante en la economía del país, es también el motor principal para aquellos pueblos o ciudades que se han convertido en un lugar turístico de preferencia y dependen del mismo como principal fuente de ingresos económicos.

- Silke Schulte en su libro “Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turístico”<sup>1</sup> indica:

El sector económico del turismo se ha convertido en los últimos años en el sector económico de mayor importancia en cuanto a generación de empleo, de exportación y de estímulo de inversión y crecimiento económico. Los ingresos

---

<sup>1</sup>Silke Schulte “Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turístico” julio 2003.

generados por el turismo sobrepasaron aquellos del comercio internacional en los años 80 y en la actualidad constituyen en proporción un valor mayor que los demás sectores económicos con excepción del petróleo y automotriz.

La industria turística privada cuenta con características únicas debido a la amplia gama de sectores productivos y de servicios que incorpora y a la vez cuenta con un sin número de industrias estrechamente vinculadas a su tipo de actividad. La industria turística comprende todo aquellas empresas que están relacionadas con: Alojamiento, Transporte, Abastecimiento de alimentos y otros, Recreación, Operadores de Tour, Agencias etc.

El sector turístico tiene factores positivos pero también negativos. Entre los positivos esta la creación de empleo, el incremento de ingresos económicos, el permitir mayores inversiones en la conservación de espacios naturales, el evitar la emigración de la población local, la mejora del nivel económico y sociocultural de la población local, la comercialización de productos locales, el intercambio de ideas, costumbres y estilos de vida.

Entre los efectos negativos tenemos: el incremento del consumo de suelo, agua y energía, el aumento de la producción de residuos y aguas residuales, la pérdida de valores tradicionales, el aumento de precios que afecta a la población local, entre otros”.

Tomado en cuenta la perspectiva de Schulte, podemos notar que son mucho más significativos los factores positivos que los negativos, si se logra contrarrestar los efectos negativos creando planes de acción efectivos se obtendrán mejores resultados y se beneficiara a la comunidad a través factores importantes como el incremento de ingresos económicos y la mejora en el nivel de vida lo cual hace del turismo la principal vía de desarrollo económico para comunidades rurales que dependen del mismo.

- Según Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solíz Carrión en su libro Turismo comunitario en el Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solíz Carrión en su libro Turismo comunitario en el Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social” octubre 2007.

“El mercado turístico es el sitio de encuentro de la oferta con la demanda; cada una tiene sus variables que deben ser conocidas e identificadas ya que de ello dependerá el éxito o el fracaso del negocio turístico. La demanda de hoy crece a un ritmo muy superior al promedio, quedan todavía muchas necesidades insatisfechas, continuamente aparecen segmentos nuevos en el mercado por tanto la industria turística está fragmentada y no se enfrenta a un problema de mercado, sino de producto. Las oportunidades de hacer buenos negocios en turismo son muchas y muy atractivas para quienes entienden la esencia del negocio y entran en la actividad con la capacidad de innovación y la calidad adecuada; quienes sean capaces de crear auténticas ventajas competitivas y ofrecer más valor que la industria actual, tienen un futuro muy prometedor. La industria no ha entendido todavía que su negocio no consiste en ofrecer transporte y alojamiento, sino en suministrar estados emocionales positivos y experiencias memorables.

Al ser considerado un producto turístico que posee gran demanda es importante para nosotros en este proyecto de investigación, reconocer las necesidades insatisfechas de los turistas, y crear estrategias innovadoras, en donde busquemos brindar una alternativa diferente que va más allá de la comodidad de un lugar de hospedaje, queremos que disfruten de una experiencia única invitando a los turistas a realizar diferentes actividades en un ambiente espiritual que lo llene de gozo y se lleve una grata impresión que asegure su retorno.

## **PROYECTOS INSPIRADOS EN EL CANTÓN NOBOL**

El Cantón Nobol por ser un lugar de gran acogida religiosa ha inspirado diversas ideas de proyectos de inversión que tienen como finalidad consolidar la económica del Cantón y lograr distinguirse como un destino turístico de gran importancia dentro de la provincia del Guayas.

Entre los proyectos de inversión sobresalen los siguientes:

1. “Diagnóstico de la realidad del turismo religioso en el cantón Nobol, y perfil de la propuesta casa museo Narcisa de Jesús” Elaborada por: Mayra Hun Martínez, Mariola Mancero Mora, Ms. Edmundo Aguilar; Licenciatura en Turismo de la Espol 2006.

En la referida investigación se propone un diagnóstico de la realidad turística del cantón y la creación de una casa museo, inspirada en la Santa Narcisa de Jesús con el fin de implementar un nuevo atractivo turístico para los visitantes religiosos.

La propuesta está basada en crear un museo para exhibir la historia religiosa que gira en torno al icono de Narcisa de Jesús, este proyecto estará ubicado en la hacienda San José propiedad de la curia del Cantón Nobol donde vivía y fue beatificada la Santa Narcisa. Nace de la necesidad de crear más atractivos turístico en dicho lugar ya que al visitar la hacienda “San José” se dieron cuenta que esta no llenaba las expectativas de las personas que la visitaban.

El objetivo de la propuesta es crear una réplica casi exacta de lo que fue la casa de Narcisa de Jesús y exhibir todos los accesorios y artículos relacionados a su devoción católica. Por motivo de que no existe ningún documento en el cual aparezca la casa donde vivió Narcisa de Jesús, la casa museo estará hecha basada en medidas de las casas de campo de esa época y con la ayuda de datos proporcionado por familiares de la Santa que aún viven y tiene recuerdos de dicha época. Este proyecto se podrá hacer realidad con el permiso de la Curia y con la colaboración del Ilustre Municipio de Nobol.

También existen proyectos turísticos dirigidos a la diversa gastronomía que son parte de los atractivos que ofrece este cantón entre los que cuales tenemos:

2. “Estrategias para la capacitación y control del servicio dirigidas a los restaurantes del cantón Nobol” Elaborada por: Johanna Espinoza P., Mercedes León T., Ing. Vanessa León L. (Directora) Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar; Licenciatura en Turismo. Escuela Superior Politécnica del Litoral Centro de Investigación Científica y Tecnológica.

Este proyecto propone aprovechar los recursos que poseen algunos pueblos del país para desarrollarlos como nuevos nichos turísticos como es el caso del Cantón Nobol en la provincia del Guayas, donde reposan los restos de la Santa Narcisa de Jesús y son venerados por miles de creyentes y devotos. Siendo la gastronomía de gran importancia para las nuevas tendencias de ocio y desplazamiento, se busca diseñar estrategias que integren a los prestadores de servicios gastronómicos para el desarrollo propicio de su actividad. Por tal razón

se propone un sistema de certificación que garantice la seguridad alimentaria del producto final.

La propuesta gira en torno a este privilegiado lugar que es visitado semana a semana por miles de turistas motivados por su fe. Solo en fieles Nobol recibe aprox. 360,000 visitas anuales según datos de la arquidiócesis de Guayaquil en las oficinas del Santuario, siendo el domingo el día de mayor concurrencia.

La creciente actividad turística religiosa difunde el comercio a través de tiendas de souvenirs y otros negocios además de contar con la venta de comida típica como el caldo de gallina, el seco de pato y los famosos maduros fritos con queso, en donde los restaurantes tradicionales están ubicados a lo largo de la Av. Amazonas y en las cercanías del Santuario.

El plan maestro de desarrollo turístico de la provincia del Guayas (2008) hace una evaluación de los servicios de los restaurantes y brinda la siguiente descripción de la realidad del cantón: “El sector carece de capacitación, tiene escasa asistencia técnica, poco acceso al mercado, falta de información, falta de conocimiento del mercadeo y empaquetamiento del producto. Además, hacen falta los incentivos que promuevan la coordinación entre las empresas, para así crear mayores oportunidades en la cadena de valores del producto”.

La finalidad de esta investigación basada en la situación descrita de Nobol en relación a su servicio manifiesta la necesidad de proyectos, políticas, y estrategias que contribuyan al desarrollo turístico del Cantón. Bajo este precepto se han formulado tres estrategias con el objetivo de impulsar el servicio profesional y competitivo en el lugar, las cuales son:

- Estrategia de Certificación: Capacitación, Control y Certificación.
- Estrategias de Apoyo – Complementarias
- Estrategia Alianza – Acuerdos Bancarios

La conclusión que presente el proyecto para que Nobol sea reconocido turísticamente por su oferta gastronómica, deberá cumplir un mínimo de requerimientos necesarios, atendiendo elementos tales como, adecuación de la

planta, sanidad, manipulación de los alimentos, presentación de los platos y del personal encargado de la atención. Pero al momento de implementar las mejoras, se deberán mantener los rasgos que identifican al lugar.

Dentro del sector hotelero se destaca el siguiente proyecto orientado a los turistas que visitan el Cantón Nobol.

3. “Proyecto de inversión para el desarrollo y construcción de un hotel en el Cantón Nobol provincia del Guayas” Tesis de Maestría presentada por: Jorge Armando León Torres. Para obtener el Grado de: Magíster en Administración de Empresas Mención Especial: Negocios Estratégicos y Fiduciarios, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas Unidad de Postgrados 2011.

Este proyecto busca enriquecer el turismo del Cantón y de la provincia del Guayas, beneficiar al sector hotelero, tener un gran impacto a nivel económico y social, fomentar la inversión de empresas privadas y del gobierno para financiar otros tipos de proyectos que favorezcan al pueblo de Nobol.

La problemática que existe en el Cantón Nobol por la falta de un hotel con la infraestructura adecuada para poder brindar un lugar de residencia temporal mientras se encuentra de visita el turista nacional o extranjero, se vería solucionada al poner en marcha este proyecto, logrando obtener mejores ingresos para el sector hotelero y desarrollando el turismo de la Provincia.

Con la creación de esta nueva alternativa hotelera se podrá vender de una mejor manera la belleza de la naturaleza de la costa ecuatoriana, se podrá satisfacer con la demanda de alojamiento y esparcimiento que tienen todos los visitantes de Nobol, y así poder lograr que Nobol se convierta en un Cantón altamente turístico para la visita de turistas nacionales y extranjeros.

El proyecto se desarrollará en un área de terreno de 1000 m<sup>2</sup> y área de construcción de 600 m<sup>2</sup>, que contará con 30 habitaciones (tv cable, A/C, Internet inalámbrico, teléfono y con una sala de eventos). El terreno donde se ubicará el proyecto tiene un costo de 20.000 y se encuentra cerca del santuario dentro de la

urbe, dicha propuesta se financiara con el 70% un préstamo a CNF y el 30 % aporte de accionistas.

El propósito de la construcción de este nuevo hotel en Nobol, es lograr aumentar el turismo del Cantón y de la provincia, originando un despunte del comercio, de la inversión privada y a su vez obtener la rentabilidad deseada de los inversionistas.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.2.1. RESEÑA DEL CANTÓN NOBOL

Nobol	Cantón de la Provincia del Guayas, su canonización se efectuó el 7 de agosto de 1992 antes fue parroquia rural del cantón Daule.
Territorio	Tiene una extensión aproximadamente de 127 Km <sup>2</sup> Un terreno fértil y propicio para toda clase de cultivos de productos tropicales.
Población	Su población es de 19.600 mil habitantes.
Ubicación del Cantón	Está ubicado en el centro de la provincia a orillas del río Daule.
Símbolo principal del Cantón	Santuario de Narcisa de Jesús que fue declarada santa en el 2008
Santa Narcisa de Jesús	Fue beatificada en Roma por el Papa Juan Pablo II el 25 de Octubre de 1992.
Actividad Comercial	Hay extensas zonas arroceras y cultivos de gran variedad de frutas como mangos, sandías, naranjas, ciruelas, y demás frutas tropicales. El Cantón Nobol mantiene una constante actividad comercial especialmente con Guayaquil por su cercanía.
Potencial Turístico	El potencial turístico de este Cantón es principalmente religioso siendo los lugares más visitados la iglesia de Nobol, el museo de Narcisa de Jesús, el Malecón de Nobol, la hacienda San José y el santuario de Narcisa de Jesús. También realizan paseos y existen zonas que se utilizan como balneario

Tabla N°1 Fuente: <http://www.guayas.gov.ec/html/cantones/nobol/historia>

Elaborado por: Las autoras

### 2.2.2. LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS RELIGIOSOS DEL CANTÓN NOBOL

El principal símbolo que identifica el Cantón Nobol es la Santa Narcisa de Jesús, y todo lo que gira en torno a la vida y obra de ella, se ha convertido en patrimonio turístico de este lugar.

El Santuario de la Santa Narcisa de Jesús.	Donde reposan los sus restos para ser venerados.
La Capilla Sacramental	Un lugar de oración para los peregrinos que la visitan.
El Museo de la Santa Narcisa de Jesús	Donde se encuentran los atuendos que utilizaba e incluso los silicios con los cuales hacían sus penitencias.
La hacienda San José	Lugar donde nació la Santa el cual es muy visitado por los turistas.
Quiosco de comidas Típicas	Donde ofrecen una variedad de platos desde el maduro con queso hasta platos más elaborados.
Las orillas del río Daule.	Un lugar que muchas veces los visitantes utilizan como bañeario.

Tabla Nº 2 Fuente: <http://www.guayas.gov.ec/html/cantones/nobol/historia>  
Elaborado por: Las autoras

### 2.2.3. EL CANTÓN NOBOL EN CIFRAS.

El Cantón Nobol cuenta con una población de 19600 habitantes según el último censo realizado en el 2010 por el INEC, entre lo cual la población urbana es de 8256 y la rural de 11344 habitantes, lo que se representa en el siguiente gráfico.

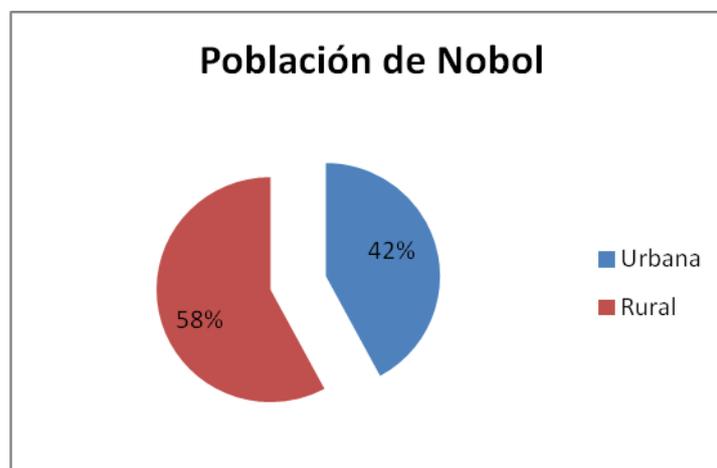


Gráfico No.1: Población de Nobol

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

Del total de pobladores de este cantón 9744 habitantes son mujeres y 9856 son hombres.

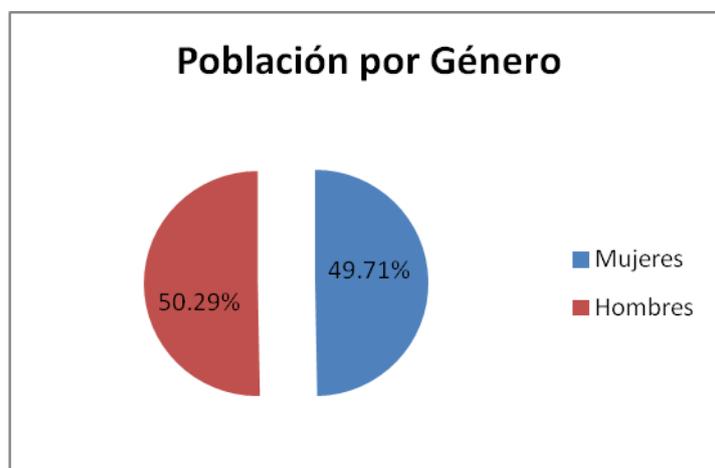


Gráfico No.2: Población por Género

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

La población de este cantón siempre se ha dedicado al comercio y a la agricultura de acuerdo a las estadísticas del INEC Nobol cuenta con una población económicamente activa de 7096 personas e inactiva de 8107 pobladores.

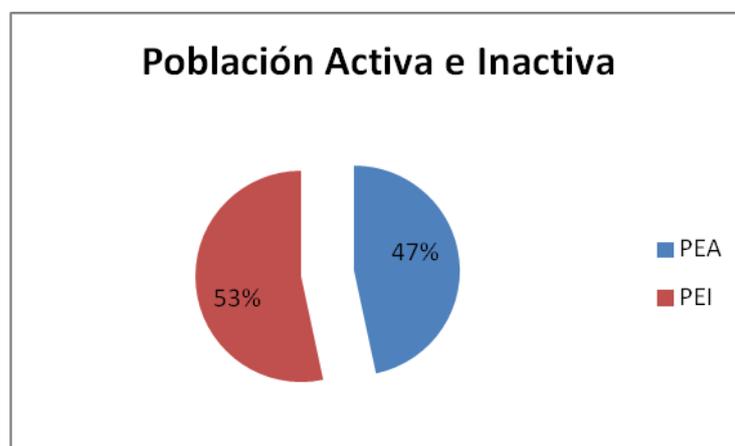


Gráfico No.3: Población Activa e Inactiva

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

De la población económicamente activa por género tenemos que 5316 son hombres y 1780 son mujeres.

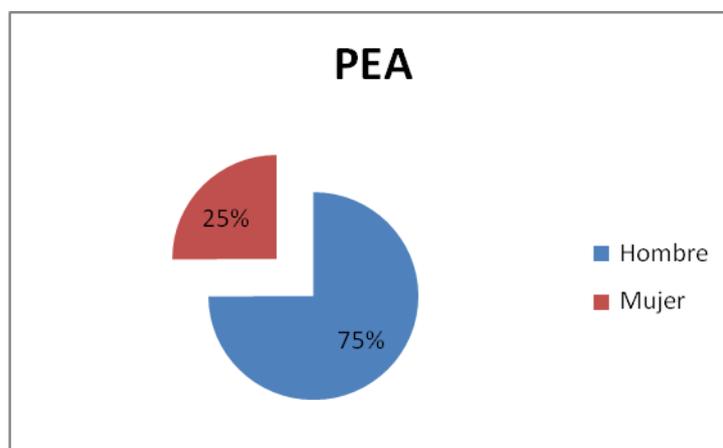


Gráfico No.4: Población Económicamente Activa

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

De la población económicamente inactiva por género tenemos que 2330 son hombres y 5777 son mujeres.

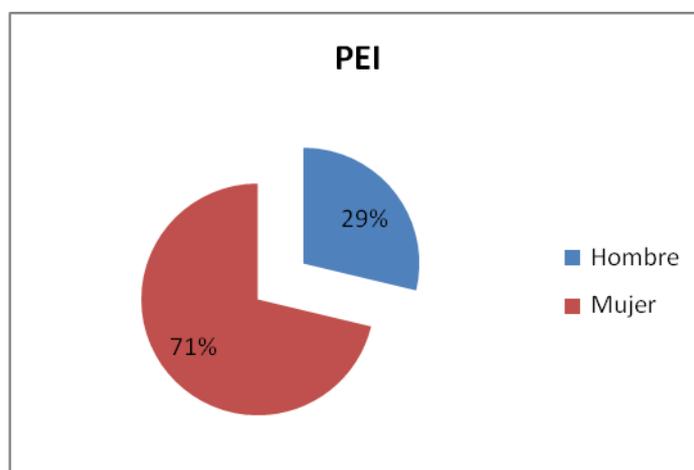


Gráfico No.5: Población Económicamente Inactiva

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

La población de Nobol también se sintió afectada por el fenómeno de la migración con un total de 137 personas que migraron de los cuales 67 son hombres y 70 mujeres.

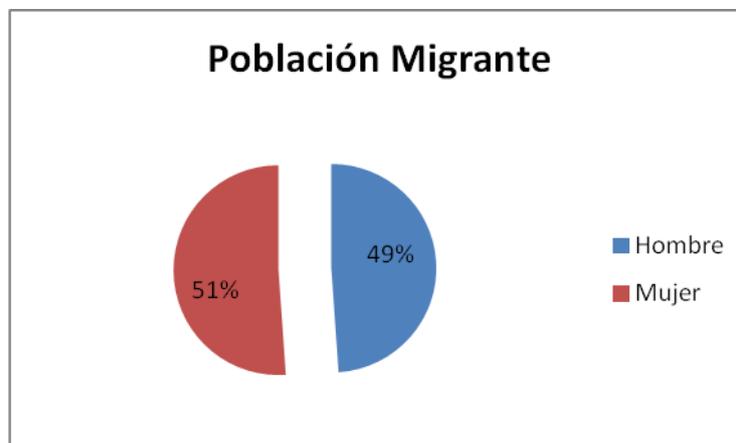


Gráfico No.6: Población Migrante

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

Según el Plan de desarrollo de la Provincia del Guayas 2012-2021.

Entre las actividades económicas del Cantón Nobol se destaca el turismo religioso y gastronómico, las extensas tierras arroceras y cultivos de gran variedad de frutas como el mango, sandía, naranja, ciruela, entre otros. La ganadería bovina, las fábricas de productos lácteos, piladoras y aprovechamiento de materiales de construcción y artículos de cuero.

En el siguiente cuadro se determina a que actividad se dedica la población de Nobol económicamente activa mayores de 12 años, entre las que se destacan por el mayor número de persona tenemos las siguientes:

- Las Actividades de alojamiento y servicios de comida.
- Arte entretenimiento y recreación.
- Otras actividades de servicio.

PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN DE NOBOL											
Agricultura ganadería y pesca	Explotación de minas y canteras	Industria manufactureras	Construcción	Comercio al por mayor y menor	Transporte y almacenamiento	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	Actividades inmobiliarias	Actividades profesionales científicas y técnicas	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	Arte entretenimiento y recreación	Otras actividades de servicios
2361	3	575	297	1127	315	340	12	33	139	16	113

Tabla Nº 3 Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

Según el INEC la población por grupos de edad del Cantón Nobol se divide de la siguiente forma:

	<b>URBANO</b>	<b>RURAL</b>
<b>De 15 a 19 años</b>	746	1036
<b>De 20 a 24 años</b>	703	869
<b>De 25 a 29 años</b>	680	911
<b>De 30 a 34 años</b>	652	851
<b>De 35 a 39 años</b>	563	819
<b>De 40 a 44 años</b>	536	633
<b>De 45 a 49 años</b>	446	527
<b>De 50 a 54 años</b>	347	446

Tabla N°4 Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

#### **POR NIVEL DE EDUCACIÓN:**

	<b>URBANO</b>	<b>RURAL</b>
<b>Ninguno</b>	458	828
<b>Centro de Alfabetización</b>	55	91
<b>Preescolar</b>	138	161
<b>Primario</b>	2721	4832
<b>Secundario</b>	2239	2468
<b>Educación Básica</b>	508	526
<b>Bachillerato</b>	521	358
<b>Superior</b>	452	334

Tabla N°5 Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: Las autoras

## 2.2.4 TURISMO EN EL ECUADOR

Ecuador actualmente muestra grandes perspectivas de desarrollo en diversas áreas de la actividad económica, entre las cuales las principales autoridades ecuatorianas citan el turismo, junto con el petróleo, minería, telecomunicaciones, generación de energía, pesquería, agroindustria y red vial.

El turismo es un campo fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador.

La variedad de paisajes, fauna, diversidad cultural y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico altamente atractivo, sobre todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta de Ecuador.<sup>3</sup>

Ecuador se está convirtiendo en un destino turístico importante para los extranjeros gracias al desarrollo que se evidencia en las diferentes regiones de nuestro país. Entre el año 2011 y 2012 se registró un ingreso considerable de turistas extranjeros que llegaron de diferentes países la mayoría procedentes de países vecinos.

### INGRESO DE TURISTAS AL PAÍS

ENERO - DICIEMBRE / 2011 - 2012			
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES	2011	2012	Var% 2012/2011
Colombia	265.557	349.457	31,59
Estados Unidos	241.605	248.064	2,67
Perú	144.905	137.096	-5,39
España	60.666	65.765	8,41
Argentina	37.465	46.203	23,32
Chile	34.864	41.647	19,46
Venezuela	38.308	45.704	19,31
Alemania	26.669	29.582	10,92
Canadá	24.834	26.980	8,64
Gran Bretaña	22.877	21.011	-8,16

Tabla Nº 6 Fuente: Dirección Nacional de Migración  
Elaboración: Dirección de Investigación - Ministerio de Turismo ene 2012

<sup>3</sup><http://www.suitesguayaquil.com/plan-maestro-turismo-guayas.html>

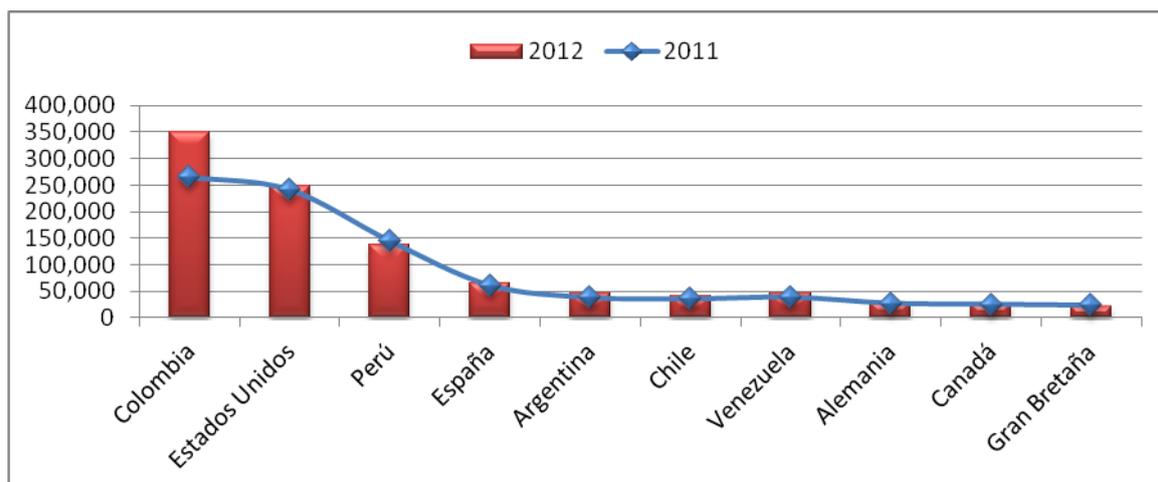


Gráfico No.7: Ingreso de Turistas al País  
 Elaboración: Dirección de Investigación - Ministerio de Turismo ene-2012  
 Fuente: Dirección Nacional de Migración

De los turistas extranjeros que durante el año 2011 – 2012 ingresaron al país, una cantidad considerable de este grupo visitó los distintos destinos que se encuentran en la Provincia del Guayas.

### INGRESO DE TURISTAS A LA PROVINCIA DEL GUAYAS

PROVINCIA	ACUMULADO	
	2011	2012
	Ene-Dic	Ene-Dic
Guayas	301602	316544

Tabla N°7 : Elaboración Dirección de Investigación - Ministerio de Turismo ene-2012  
 Fuente: Dirección Nacional de Migración

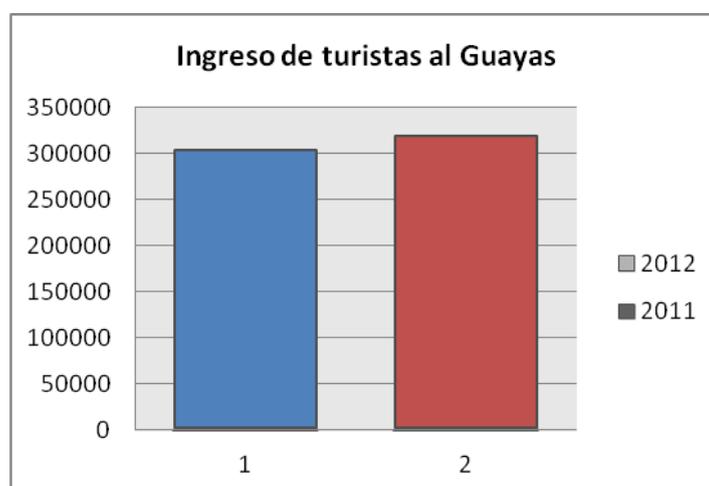


Gráfico No.8: Ingreso de Turistas a la Provincia del Guayas  
 Elaboración: Las autoras.  
 Fuente: Dirección Nacional de Migración

Como se puede observar Ecuador en los últimos años se está convirtiendo en un país muy atractivo para los turistas de diversas partes del mundo, esto debido a la modernización que atraviesan ciudades importantes del país, así como también el desarrollo de la infraestructura hotelera, la creación de espacios ecológicos, el clima, la diversidad de flora y sobre todo la importancia en destacar los principales atractivos turísticos que posee el país.

## **2.2.5 TIPOS DE TURISMO**

### **2.2.5.1 TURISMO RECEPTIVO**

Se denomina al turismo que se practica en los lugares de gran acogida turística y además toma en cuenta las actividades orientadas a la acogida de viajeros en donde se destacan los elementos del ambiente receptor y las condiciones de hospitalidad en el lugar de estancia.<sup>4</sup>

### **2.2.5.2 TURISMO INTERNO**

Se da cuando los turistas residentes del país viajan dentro del mismo. Son aquellas personas que prefieren viajar dentro de su país y conocer la diversidad de su propio entorno.

### **2.2.5.3 TURISMO TRADICIONAL**

Se refiere al segmento del mercado turístico que tiene hábito de viaje y se aloja, tanto internamente como en el extranjero.

### **2.2.5.4 TURISMO SOCIAL**

Se refiere al segmento del mercado turístico compuesto por familias y población en general de escasos recursos económicos, y que no tiene el hábito de viajar. Es el de menor gasto, suelen ser viajes colectivos, fuera de temporada vacacional. Es el que realizan las clases sociales con menor renta, como los jubilados, estudiantes, trabajadores medios, etc.

### **2.2.5.5 EXCURSIONISMO**

Se refiere al segmento del mercado turístico que tiene hábito de viaje y que no pernocta, es el visitante del día.

---

<sup>4</sup>MINISTERIO\_DE\_TURISMO,  
"Informe\_final\_del\_Diseño\_del\_Estratégico\_de\_Developmento\_del\_Turismo\_Sostenible\_para\_el\_Ecuador\_PLANDETUR\_20  
20"\_26\_septiembre\_del\_2007."

### 2.2.5.6 TURISMO RELIGIOSO

La diversificación de la oferta turística, fruto de las variaciones en los gustos de la demanda y de las modificaciones de los hábitos vacacionales de las clases media y alta, es una de las características del sector turístico en los últimos años.

A su vez, la alta frecuencia de visitantes en los destinos maduros, plantea problemas ambientales de saturación turística concentrados espacial y temporalmente.<sup>5</sup>

Según Blanco y Benayas (1994), la crisis del turismo tradicional ha ido dando paso al fenómeno del consumo masivo de "naturaleza", cultura y religiosidad, en sus formas recreativa y turística. El agotamiento de los destinos de sol y playa se va manifestando y en los últimos años se asiste a un redescubrimiento turístico de ciudades históricas o de otros territorios que aportan nuevos valores.<sup>6</sup>

La utilización de los espacios de interior y la reconversión del espacio-patrimonio arquitectónico ubicado en zonas rurales para usos turísticos viene acompañado de la revalorización de aspectos como la autenticidad, la identidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces y una concienciación medioambiental de las sociedades urbanas (Cánoves et al., 2005).<sup>7</sup>

El turismo religioso se da desde hace miles de años atrás cuando los humanos hacían peregrinaciones a lugares que consideraban santos, para orar, dar gracias, pedir favores etc., Ciudades importantes como Jerusalén, Roma y México convocan miles de peregrinos que visitan iglesias, santuarios y templos motivados por su creencias. La principal característica de este tipo de turismo es recurrente, fiel, se transmite de generación en generación desde el peregrino hasta toda la familia que se mantiene comprometida con la fe visitando los mismos lugares que sus contemporáneos. Esta clase de turismo representa una oportunidad para el desarrollo de actividades turísticas al mismo tiempo que se convierte en un aporte económico importante para aquellos lugares religiosos.

---

<sup>5</sup>ESTUDIO DEL CAMINO DE SANTIAGO Ma. Genoveva Millán Vásquez de la Torre, Emilio Morales Fernández, Leonor Pérez Naranjo. Gest.tur, N° 13, Jun. 2010, pg. 09 - 37

<sup>6</sup>Blanco, R. y Benayas, J. (1994) "El Turismo como Motor de Desarrollo Rural: Análisis de los Proyectos de Turismo Subvencionados por Leader I". Revista de Estudios Agro-Sociales, nº 169, pp. 119-147.

<sup>7</sup>Cánoves, G., Herrera, L. y Villarino, M. (2005) "Turismo Rural en España: Paisajes y Usurarios, Nuevos Usos y Nuevas Visiones". Cuadernos de Turismo, nº 15, pp. 63-76.

El Turismo Religioso, a diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe.

Ecuador no es ajeno a esta realidad donde la mayoría de los ecuatorianos tienen alguna creencia religiosa y motivados por la misma, son parte de los miles de turistas que visitan lugares santos representativos de su fe en nuestro país.

## 2.2.6 FILIACIÓN RELIGIOSA DE LOS ECUATORIANOS

Si hablamos del turismo religioso en el Ecuador es importante conocer qué tipo de creencia religiosa practica la población ecuatoriana. El INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) ha realizado la única estadística para conocer la filiación religiosa de los ecuatorianos que nos muestra lo siguiente:

Encuesta realizada en Agosto del 2012, en un grupo de personas de 16 años y más, con una muestra de 3960 viviendas con un total de 13211 personas y cobertura en 5 ciudades a nivel urbano entre ellas Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala, se obtuvieron los resultados que a continuación presentamos.

La mayoría de los ecuatorianos afirma pertenece algún grupo religioso como católica, evangélica, mormón, islámica, hinduismo, religiones indígenas, religiones afroamericanas y demás. Un grupo minoritario se consideran ateos no pertenecientes a ninguna religión y muy pocas personas son agnósticas solo creen en lo pueden ver.



Gráfico No.9: Filiación Religiosa en el Ecuador

Fuente: Sistema integrado de encuesta de hogares INEC

Elaborado por: Las autoras

## RELIGIÓN QUE PRACTICAN LOS ECUATORIANOS

Un 80% de ecuatorianos se define CATÓLICOS, un resultado que favorece esta investigación porque son los turistas religiosos específicamente católicos los probables clientes de la hostería que se pretende crear.

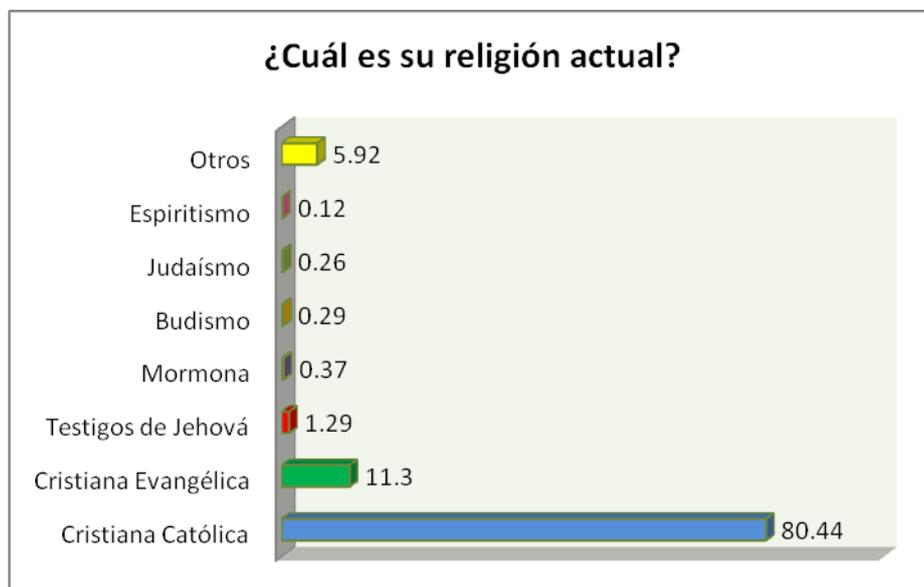


Gráfico No.10: Tipos de Religión que practican los Ecuatorianos

Otros: Islámica, Hinduismo, religiones indígenas, religiones afroamericanas, pentecostales y otras no consideradas

Fuente: Sistema integrado de encuesta de hogares INEC

Elaborado por: Las autoras

## FRECUENCIA DE ASISTENCIA A ENCUENTROS RELIGIOSOS DE LOS ECUATORIANOS

La mayor parte de ecuatorianos asiste al menos una vez por semanas a encuentros religiosos propios de su fe, en resumen se muestra que los ecuatorianos tiene la costumbre de acudir asiduamente a todas las actividades que ofrece su congregación.

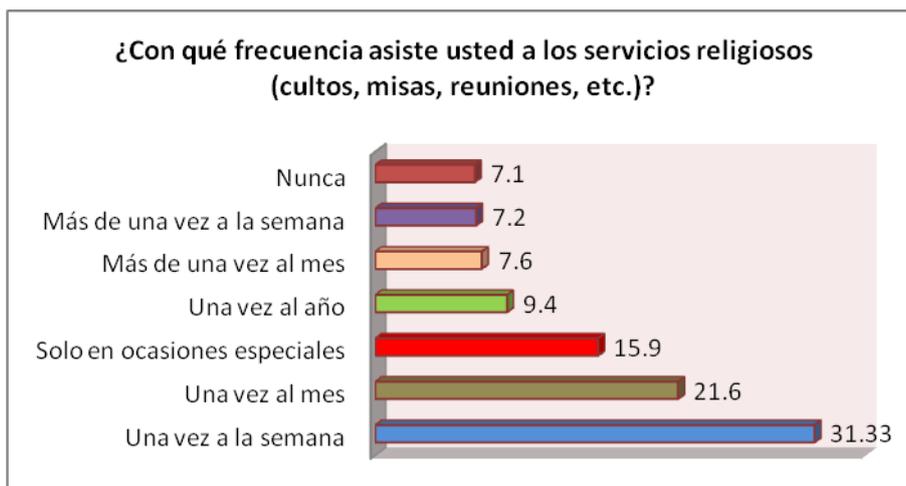


Gráfico No.11: Frecuencia de Asistencia a Servicios Religiosos

Fuente: Sistema integrado de encuesta de hogares INEC

Elaborado por: Las autoras

## 2.3 MARCO SOCIAL

### 2.3.1 AMBIENTE CULTURAL

Nobol es considerado un pueblo relativamente joven aunque sus recintos más antiguos ya estaban poblados desde la época de la colonia, por familias lugareñas vecindadas en la comarca por generaciones. Nobol se inició como un pueblo de familias migrantes que buscaban un pedazo de tierra para empezar a trabajar en labores agrícolas.

El 6 de Julio del 88 fue designada como parroquia rural del Cantón Daule, pero en Diciembre se constituyó un comité pro cantonización y fue elevada en el año 1992 a Cantón de la Provincia del Guayas, carece de parroquias rurales y está conformada por una comuna de 8 recintos.

El principal referente del Cantón Nobol es la Santa Narcisca de Jesús que se ha convertido en una importante fuente comercial y turística, donde todos los fines de semana el santuario y sus alrededores son el centro del turismo en este Cantón.

Se pueden apreciar muchos visitantes de diferentes partes que llegan al santuario para adquirir objetos religiosos inspirados en la Santa, que son ofrecidos en distintas carpas que se dedican al comercio de artículos alusivos a Narcisca, pero los visitantes no solo vienen al santuario, sino que aprovechan la ocasión para

disfrutar de un paseo familiar, degustar platos típicos del lugar, bañarse a las orillas del río Daule y pasar un momento agradable.

## **2.3.2 AMBIENTE DEMOGRÁFICO**

### **2.3.2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA, CLIMA Y SUPERFICIE**

El cantón Nobol limita al Norte, con el Cantón Daule, al Sur, con Guayaquil, al Este con Daule y Guayaquil, y al Oeste con Isidro Ayora y Lomas de Sargentillo. Se encuentra localizado al norte de Guayaquil entre un ramal de la cordillera de Congo y la ribera del Río Daule en 1°55'0" de latitud sur y en 80° 1' 0" de longitud Oeste.

Su superficie es plana con una altura promedio de 5 metros sobre el nivel del mar, tiene una superficie de 135,25 Km<sup>2</sup> y una densidad poblacional de 144,92 hab.

El clima Es ardiente y seco, en época de invierno hay abundantes lluvias y sequía en verano, con temperaturas altas la mayor parte del año, el promedio anual es de 27°C y su precipitación promedio anual es de 500 a 1000 ms.<sup>8</sup>

### **2.3.3 AMBIENTE POLÍTICO Y ECONÓMICO**

El Cantón Nobol tiene como Alcaldesa a la Sra. Mariana de Jesús Jácome Álvarez, quien está al frente del muy ilustre Municipio de Nobol, que es la entidad encargada de generar obras de infraestructura, obras civiles en la salud y la prevención, obras escolares y deportivas, obras públicas en calles y vías, obras urbanísticas y de embellecimiento con el fin de impulsar el desarrollo del Cantón.

En lo económico el Cantón Nobol es conocido por ser un sector agrícola de extensas zonas arroceras y de cultivos de frutas en donde sus habitantes se dedican a la agricultura y a la ganadería pero la mayor parte de la economía de este cantón gira en torno al turismo religioso y a la visita de peregrinos, que llegan al santuario de Narcisa de Jesús lo que genera un gran movimiento comercial en los alrededores del mismo y es una fuente importante de ingresos para sus habitantes.

---

<sup>8</sup><http://www.guayas.gov.ec/html/cantones/nobol/historia.asp>

## **2.4. MARCO LEGAL**

### **2.4.1. REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

Principales Regulaciones.

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.<sup>9</sup>

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

---

<sup>9</sup>Reglamento General de actividades turísticas. presidente constitucional Gustavo Noboa Bejarano Decreto N° 3400 (Registro oficial 726, 17-XII-2002)

**Art. 3.- Clasificación.-** Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.	Subgrupo 1.1. Hoteles.	1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
		1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
		1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).
	Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.	1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).
	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
		1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).
Grupo 2.- Alojamientos Extra hoteleros.	Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).	
	Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).	
	Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).	

Tabla N°8: **FUENTE:** Reglamento General de actividades turísticas  
**ELABORACIÓN:** Las autoras.

Art. 4.- Nomenclatura.- La nomenclatura que se usará para cada actividad será la siguiente:

ACTIVIDAD	NOMENCLATURA
Hotel	H
Hotel Residencia	HR
Hotel Apartamento	HA
Hostal	HS
Hostal Residencia	HSR
Pensión	P
Hostería	HT
Motel	M
Refugio	RF
Complejo vacacional	CV
Campamento Turístico o Camping	Silueta frontal de "carpa" con indicativo de categoría
Apartamento	AP
Cabaña	C

Tabla N°9: FUENTE: Reglamento General de actividades turísticas  
ELABORACIÓN: Las autoras.

## 2.4.2 REGULACIÓN PARA LAS HOSTERÍAS:

### Sección 6

#### HOSTERÍA, REFUGIOS, MOTELES Y CABAÑAS

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

### Sección 10

#### DISPOSICIONES GENERALES

Art. 55.- Recepción y conserjería.- La recepción y la conserjería constituirán el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información.

Art. 57.- Servicio de comedor.- La prestación del servicio de comedor tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del alojamiento, que en todo caso comprenderá un período mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda.

Art. 58.- Servicio telefónico.- El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible, directamente o a través de recepción o de conserjería, de haberla.

Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes.

#### **2.4.3 PROCESO DE OBTENCIÓN DE PERMISOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN NEGOCIO DE SERVICIO EN NOBOL.**

Uso y ocupación del suelo, Sanidad, Prevención de Incendios, Ambiental y Turismo

- Copia del RUC
- Copia de Cédula de Representante Legal
- Copia Papeleta de Votación de Rep. Legal
- Copia Escritura de Constitución de la empresa
- Copia de Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo ICUS en caso de ser requerido
- Pago de las tasas municipales
- Permiso Medioambiental otorgada por la Dirección de Medio Ambiente del Municipio
- Permiso de Salud otorgado por el Ministerio de Salud Pública
- Permiso de Bomberos otorgado por el Cuerpo de Bomberos

#### **2.4.4 PERMISOS DEL MUNICIPIO DE NOBOL**

La ordenanza de Tasa por habilitación o permiso anual de funcionamiento y control de establecimientos turísticos, Comerciales, Financieros e Industriales en esta Jurisdicción Cantonal.<sup>10</sup>

Obligaciones del Sujeto Pasivo.- Los sujetos pasivos de este tributo, sin excepción de persona sea natural o jurídica y las sociedades de hecho, presentarán en la oficina de Rentas los siguientes documentos:

- Copia de cédula y comprobante de votación;
- Solicitud;
- Certificado de no ser deudor a la Municipalidad;
- Nombres y apellidos completos o razón social del contribuyente;
- Última declaración del Impuesto a la Renta;
- Dirección completa del domicilio del contribuyente;
- Dirección del establecimiento;
- Tipo de actividad económica a la que se dedica;
- Indicación si el local es propio, arrendado o anticresis;
- Fecha de inicio de actividades,
- Informe si lleva o no contabilidad;
- Firma del sujeto pasivo o de su representante legal;
- Copia del balance presentado a la superintendencia de compañías; y,
- Copia de RUC.

#### **2.4.5 REQUISITO PARA EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE**

- Presentar el original y copia a color de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Presentar el último certificado de votación
- Original o copia del nombramiento de representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>[http://www.nobol.gob.ec/archivos\\_pdf](http://www.nobol.gob.ec/archivos_pdf)

<sup>11</sup><http://www.sri.gob.ec/web/guest>

## 2.4.6 PERMISO DEL MINISTERIO DE TURISMO

Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contribución 1 x mil Activos Fijos	Ministerio de Turismo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes Estadísticos	Ministerio Turismo	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

Tabla N°10: FUENTE: Ministerio de Turismo  
ELABORACIÓN: Ministerio de Turismo.

## 2.4.7 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA EN ECUADOR

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la superintendencia de compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad si la constitución es en numerario.  
Sociedad Anónima: Depósito de \$ 800  
Compañías Limitadas: Depósito de \$400  
Llevar una lista de accionistas y montos de aporte de cada uno
3. Elevar a Escritura Pública la constitución de la empresa en cualquier notaría
4. Presentación de 3 escrituras de constitución de la empresa, con oficio firmado por un abogado (adjuntar copia de cedula y papeleta de votación del abogado) En la Superintendencia de Compañías o en las ventanillas únicas.
5. Debe publicar en periódico de amplia circulación el domicilio de la empresa por un solo día.
6. Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaría en donde se obtuvo las escrituras.
7. Debe obtener la Patente Municipal:
  - Escritura de Constitución de la Compañía y resolución de la Superintendencia de Compañías original y copias.
  - Copias de Cedula de Identidad y Papeleta de votación actualizada del representante legal.
  - Dirección donde funciona la empresa.
8. Debe inscribir las escrituras en el Registro Mercantil, para ello debe presentar:
  - 3 escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías ya sentadas razón por la notaría.
  - Publicación original del extracto

- Copias de Cedula de Identidad y el certificado de votación del compareciente.
  - Certificado de inscripción en el registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio.
9. Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello debe presentar:
- Acta de Junta General en donde se nombran al representante legal y administrador
  - Y nombramientos originales de cada uno ( por lo menos 3 ejemplares)
10. Requisitos para inscribir nombramientos en el Registro Mercantil
- Tres ejemplares mínimos con firmas originales del nombramiento por cargo
  - Copias de acta de juntas accionistas o socios según corresponda.
  - Cédula de ciudadanía, identificación o pasaporte donde conste claramente el número y la firma, según si es ecuatoriano o extranjero.
  - Copia de papeleta de votación si es ecuatoriano.
11. Debe presentar en la superintendencia de Compañías:
- Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de
  - Compañías inscritas en el Registro Mercantil
  - Periódico en el cual se publicó el extracto
  - Original o copias certificadas de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil de representante Legal y Administrador.
  - Copias simples de cédula de ciudadanía o pasaporte de representante legal y administrador.
  - Formulario del RUC (01-A) original, lleno y firmado por el representante legal.
  - Copia simple de pago de agua, luz teléfono del domicilio de la empresa
  - Datos Generales
  - Formulario RUC
  - Cumplimiento de obligaciones y existencia legal
  - Nómina de accionistas
12. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas
13. Una vez obtenido el RUC debe regresar a la Superintendencia de Compañías y una copia simple legible del RUC, documento con los cuales se le entrega el oficio para la devolución de los fondos de la cuenta de Integración de Capital.

## **2.5. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.5.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

La información mínima que debe considerarse para determinar la viabilidad técnica y económica de todo proyecto, se agrupa en cinco aspectos básicos:

- Mercado y comercialización, para conocer el segmento de la población al que se va a dirigir el producto.
- Técnicos, para elegir adecuadamente los equipos y la tecnología que permitan producir con calidad y a costos competitivos.
- Administrativos, para definir la figura jurídica y la estructura organizacional, así como para identificar la capacidad de gestión empresarial.
- Económicos – Financieros, para confirmar cuantitativamente la conveniencia de llevar a cabo la inversión.
- Sociales, para evaluar el impacto que tendrá el proyecto en la sociedad.<sup>12</sup>

### **2.5.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocio ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezar por elaborar un Organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámite de constitución.<sup>7</sup>

### **2.5.3 ESTUDIO TÉCNICO**

En el estudio técnico no solo se debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto si no también debe mostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponden aplicar al proyecto.

Las decisiones que se tomen como parte del Estudio Técnico determinaran las necesidades de capital y de mano de obra que tendrá que atenderse para ejecutar el proyecto y ponerlo en operación<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Introducción a la Economía por José Ávila y Lugo pág. 14

#### **2.5.4 ESTUDIO DE MERCADO**

En un estudio de mercado intervienen distintos agentes económicos: productos, intermediarios, consumidores y son, estos últimos quienes generan una demanda verdadera, llamada también demanda básica.

El objetivo básico del estudio de mercado es lograr determinar el mercado objetivo al que se dirige la empresa así como su capacidad y potencial de compra por lo que habrá que determinar; cuantas personas componen el mercado, que ingresos tienen, cual es el nivel de vida, como gastan sus recursos.<sup>14</sup>

#### **2.5.5 DEMANDA**

Se define la demanda como “Las distintas cantidades de un producto que los compradores están dispuestos a adquirir a diferentes precios y en un momento determinado”.<sup>15</sup>

#### **2.5.6 OFERTA**

Oferta es la cantidad de un bien que los productores u oferentes están dispuestos a llevar al mercado de acuerdo a los precios que puedan alcanzar en un momento dado.

#### **2.5.7 PRODUCTO**

Es la variable básica del Marketing; nótese que no decimos la principal ni la más importante, sino básica. Y ello porque sin producto no hay nada que intercambiar y, por lo tanto, no habría función comercial, sin un producto no existe la empresa.<sup>16</sup>

#### **2.5.8 PRECIO**

Una relación formal que indica la cantidad de dinero (o bienes y servicios) que el consumidor está dispuesto a sacrificar o que le es necesario emplear para adquirir

---

<sup>13</sup>Guía para presentación de proyectos. Escrito por ILPES (Instituto Latinoamericano de planificación económica y social) pág. 91 y 92

<sup>14</sup>**Dirección de marketing** Escrito por Ana Belén, Casado Díaz, Ricardo Sellers Rubio pág. 95

<sup>15</sup>Estudio de Mercado y Comercialización- Guillermo Grajales V. Centro Interamericano de Desarrollo Rural y Reforma Agraria- Material Didáctico N° 154 – Bogotá, Julio de 1970

<sup>16</sup>Gestión, Dirección y Estrategia de Producto-Libros Profesionales de Empresa-ESIC EDITORIAL (Madrid) 2005

un producto que le cubrirá alguna necesidad insatisfecha o le reportará ciertos beneficios.<sup>17</sup>

### **2.5.9 PROMOCIÓN**

La promoción sin importar a quien vaya dirigida es un intento de influir en las personas, permiten que los empresarios puedan llegar a los clientes y dar a conocer los productos o servicios que se están ofertando y de qué manera van a satisfacer alguna necesidad.

### **2.5.10 MERCADO META O MERCADO OBJETIVO**

Puede definirse como el conjunto de consumidores pertenecientes al mercado disponible, que pueden formar parte del mercado real y potencial, al cual se dirigen todos los esfuerzos y acciones mercadológicas de la empresa, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en consumidores reales del producto.<sup>18</sup>

### **2.5.11 ESTUDIO FINANCIERO**

El análisis financiero de un proyecto comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y la forma de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y operación El estudio debe demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles donde también se utiliza la información obtenida en el estudio de mercado y el estudio Técnico.<sup>19</sup>

### **2.5.12 INVERSIÓN**

La inversión se define como el aporte de recursos con fines productivos o de reproducción de capital, es decir, que el valor de la cantidad o capital aportado aumente o produzca un retorno positivo para que haya una ganancia. Los periodos de vida de una inversión pueden ser de corto o largo plazo vencen al término de un año o antes mientras que las de largo plazo son aquellas con vencimiento más prolongado o mayores a un año.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup>Los Instrumentos del Marketing /Josefa Parreño Selva, Enar Ruiz Conde, Ana Belén Casado Díaz /4ª ed. / Editorial Club Universitario San Vicente (Alicante) / Pág. 98

<sup>18</sup>Segmentación de mercado por Ricardo Fernández Valiñas pág. 4

<sup>19</sup>Proyectos de inversión para las pyme. Creación de empresas Escrito por Juan Antonio Flórez Uribe

<sup>20</sup>LAWRENCE J. Gitman (2003) “Fundamentos de inversión” pág.13

### **2.5.13 FUENTES DE FINANCIACIÓN**

Las fuentes de financiamiento pueden ser de tipo interno o externo. Las internas corresponden a la generación interna de recursos y las externas, corresponden a la consecución de préstamos en el sector financiero.

Entre las fuentes internas tenemos la utilidad por distribuir, depreciación, la venta de activos fijos, carteras o disminución de inventarios.

### **2.5.14 COSTOS DE PRODUCCIÓN**

En la estructura de los costos de producción se debe tener en cuenta los costos de fabricación que son asociados en forma directa a la producción del bien o servicio, los gastos operativos tanto de administración como de ventas y los gastos financieros ocasionados por los créditos recibidos.

### **2.5.15 GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortización de diferidos, seguros; impuestos de catastro y otros como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transportes, viáticos, investigación y desarrollo, etc.

### **2.5.16 GASTOS DE VENTAS**

Son los relacionados con el área de ventas, como sueldos y prestaciones, comisiones de ventas, gastos de publicidad, asistencia técnica a clientes, gastos de distribución fletes empaques bodegaje operación de los puntos de venta etc. <sup>13</sup>

### **2.5.17 INGRESOS**

Las fuentes de ingresos pueden ser de carácter operacional o no operacional, Dentro de los operacionales se encuentran las ventas de productos o la prestación de servicios, los no operacionales pueden considerarse los rendimientos que pueden producir los activos por la colocación de los excedentes en efectivo.

### **2.5.18 EGRESOS**

Los egresos están relacionados con la compra de activos fijos, los gastos pre operativos, la compra de materia prima y productos terminados, pago a

proveedores, pago de nómina y los gastos financieros que incurren en el plan de negocio entre otros.

### **2.5.19 PUNTO DE EQUILIBRIO**

Es el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos operativos en lo cual no hay beneficio ni pérdida, es decir, cuando los costes totales igualan a los ingresos por ventas.

### **2.5.20 CÁLCULOS DEL VALOR PRESENTE O ACTUAL NETO (VAN)**

Es el valor del dinero en el tiempo se considera una técnica para preparar presupuestos de capital, donde se descuentan los flujos de efectivo de la empresa a una tasa específica. Para tomar decisiones se considera:

- Si el VAN mayor que cero, se acepta el proyecto.
- Si el VAN menor que cero, se rechaza el proyecto.

Si el VAN es mayor a cero esto significa que el proyecto producirá una ganancia mayor que su costo de capital, lo que genera que aumente el valor de la empresa y los beneficios para los inversionistas.

### **2.5.21 CÁLCULOS DE LA TASA INTERNA DEL RETORNO (TIR)**

Es la tasa de rendimiento anual compuesta que ganara la empresa si invierte en el proyecto y recibe los flujos positivos de efectivo dados

La tasa interna de retorno es la que permite conocer la rentabilidad del proyecto al final de su periodo de recuperación.<sup>21</sup>

### **2.5.22 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Es el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial en un proyecto y se calcula a partir de los flujos positivos de efectivo.

## **2.6 HIPÓTESIS**

La creación de una hostería en el Cantón Nobol incentivará a los turistas religiosos tanto internos como externos y aportará con el desarrollo económico del Cantón.

---

<sup>21</sup>Análisis de Estados Financieros JOHN J. Wild (2007), Pág. 348

## **2.6.1 HIPÓTESIS PARTICULARES**

- El estudio del mercado y los beneficios que genera esta propuesta demostrará el impacto que tendrá la misma.
- La viabilidad técnica y económica del proyecto será demostrada a través de un estudio respectivo en cada área.
- Las instituciones financieras y públicas permitirán el acceso a la información completa de los requisitos necesarios para la creación de negocios en el sector hotelero.
- La creación de una hostería servirá para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol.
- El análisis financiero arrojará los índices que reflejan la rentabilidad de la propuesta.
- La investigación de mercado será el mejor medio para analizar la demanda que captará esta propuesta de negocio.

## **2.7 VARIABLES O CRITERIOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE**

Creación de una hostería turística en el Cantón Nobol.

### **2.7.2 VARIABLES DEPENDIENTE**

- Existencia de un lugar de estadía para que los turistas religiosos puedan realizar convivencias o retiros.
- Ingreso de un mayor número de visitantes
- Los habitantes y sus negocios que dependen del turismo se beneficiarán entorno al proyecto.
- Cumplimiento de las normativas que regulen el sector hotelero certificará la calidad del servicio.

- Reactivación del sector económico mediante la creación de plazas de empleo.
- Se creará un modelo rentable de negocio dentro del sector turístico para atraer nuevos inversionistas.
- La llegada de nuevos turistas motivados por la existencia de turistas satisfechos.

## **2.8 INDICADORES**

- Número de lugares de alojamiento en el Cantón Nobol.
- Normas obligatorias a seguir.
- Plazas de empleo formal que se crearán entorno a la hostería.
- Porcentaje de Rentabilidad del negocio.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. UNIVERSO MUESTRAL

En primer lugar para diseñar una muestra debemos definir la población o universo de estudio. El universo es el conjunto de elementos a los cuales se desea extrapolar los resultados de la muestra. Todos los elementos del universo son homogéneos en cuanto a su definición. De esta forma definimos al universo de estudio en el presente proyecto como los turistas religiosos que provienen de otros lugares y usualmente visitan o tienen referencias del Cantón Nobol.<sup>22</sup>

#### Tamaño de la Muestra

Después de haber definido el universo o la población de estudio el siguiente paso consiste en determinar el tamaño de la muestra, la cual representa una proporción del universo y debe caracterizarse por ser representativa<sup>22</sup>.

Utilizaremos esta fórmula para determinar el tamaño de la muestra de una población infinita dado que no se conoce el dato exacto de turistas religiosos que visitan o tienen referencias de este cantón.

$$n = \frac{Z^2PQ}{e^2}$$

- Nivel de confianza = (95%)
- Z = 1.96 (correspondiente al 95%)
- e: Error muestral = (0,05)
- P: Probabilidad de que ocurra el evento = (0,50)
- Q: Probabilidad de que no ocurra el evento = (0,50)

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = 384,16 \gg 384$$

Se logra un total de **384** personas a encuestar.

---

<sup>22</sup>Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación escrito por Luis Jesús Galindo Cáceres pág. 48-49

## **3.2. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

### **3.2.1 MÉTODOS**

A continuación se detalla las diferentes metodologías que se ha utilizado en este proyecto investigativo como la metodología cuantitativa, cualitativa, científico, inductivo, analítico y sintético.

#### **3.2.1.1 METODOLOGÍA CUANTITATIVA**

La metodología cuantitativa presenta datos válidos, cuantificables y medibles, lo que en la presente investigación se demuestra realizando observaciones susceptibles de cuantificación y aplicando la estadística para analizar los datos.

#### **3.2.1.2 METODOLOGÍA CUALITATIVA**

La metodología cualitativa tiene como objetivo la descripción de un fenómeno, por lo cual interactuando con las personas que son parte de este estudio se conocen hechos, aspectos culturales, característica lo que permitió realizar el diagnóstico de la situación.

#### **3.2.1.3 MÉTODO CIENTÍFICO.**

En el presente estudio se utilizó el método científico siguiendo las fases de observación para examinar atentamente los hechos de mayor relevancia, crear la hipótesis, comprobar y demostrar la hipótesis y emitir conclusiones.

#### **3.2.1.4 MÉTODO INDUCTIVO**

Durante la investigación se utilizó el método inductivo que nos permite la observación de fenómenos particulares y establecer conclusiones empíricas basadas en experiencias propias logrando determinar causas y efectos para el planteamiento del problema.

#### **3.2.1.5 MÉTODO ANALÍTICO Y SINTÉTICO**

Utilizar el método analítico permitió empezar la recopilación de los datos para realizar el estudio y con el método sintético extraer los datos más relevantes.

## **TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1.6 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos.<sup>23</sup>

Este tipo de investigación se utilizó recursos correctos y válidos para poder conocer las características de los posibles consumidores de una hostería en el cantón Nobol.

### **3.2.1.7 INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Consiste en trabajos exploratorios, descriptivos, cuasi-experimentales y experimentales.<sup>24</sup>

Mediante este tipo de investigación se realizara el estudio del mercado, el análisis de la demanda, la oferta y la competencia.

### **3.2.1.8 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA Y DOCUMENTAL**

Análisis detallado de una situación específica, apoyándose estrictamente en documentos confiables y originales.

La investigación bibliográfica respaldara todos los conceptos y teorías que forman para del Marco teórico por lo cual se emplean datos de fuentes verídicas, citando todas las que serán utilizadas durante esta investigación aplicando las normas APA<sup>25</sup>.

## **3.2.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

La investigación se realizó en base a las técnicas de investigación de campo para recopilar la información útil y necesaria, siendo las más utilizadas.

---

<sup>23</sup>Metodología de la investigación pág. 24,25 – escrito por Ernesto A. Rodríguez Moguel 2005

<sup>24</sup>Metodología de la investigación de Derecho pág. 124,125 - Tarsicio Jáñez – 4ed. - Barrio Universidad Católica Andrés Bello 2008

<sup>25</sup>Página significado de APA actualizado

### **3.2.2.1 ENCUESTAS**

Las encuestas se realizaron a los turistas religiosos que visitan, conocen o tienen referencias del Cantón Nobol, personas entre 25 y 65 años de edad.

### **3.2.2.2 OBSERVACIÓN**

A demás de la técnica de la encuesta también se aplicó la de observación directa a los turistas religiosos que visitan el cantón y los hoteles considerados como competencia que operan en el lugar.

### **3.2.2.3 DISEÑO Y VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Para que la presente investigación cumpla con los objetivos trazados; se diseñó el formulario de encuestas dirigidas a los turistas religiosos que visitan el cantón y también aquellos que no lo han visitado pero tienen referencias acerca del lugar.

## **INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Para realizar el presente estudio se utilizó como instrumento de investigación un cuestionario para realizar las encuestas, una cámara fotográfica para obtener evidencia de lo observado y un diario de apuntes donde se anotaron datos relevantes.

## **3.3 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS**

### **3.3.1 OBSERVACIÓN DIRECTA**

Mediante la observación realizada en el Cantón Nobol en los sitios religiosos representativos se pudo analizar que existe una gran acogida por parte de los turistas religiosos, principalmente los fines de semana y en fechas especiales, vienen de todas partes del país en su mayoría de la costa pero también existe un gran número de turistas creyentes que provienen de la región sierra, son personas devotas y no devotas de la Santa Narcisa de Jesús en general todos se definen como católicos. Tradicionalmente además de asistir al encuentro religioso los turistas se dan tiempo de visitar sus alrededores como el malecón, el museo, la hacienda San José, disfrutan de paseos en canoa por el Rio Daule, degustan las comidas típicas de la zona y además compran artesanías del lugar.

### **3.3.2 ENCUESTA**

Se realizó un cuestionario con 12 preguntas dirigido a los turistas que visitan Nobol pero que no son residentes del Cantón, así como también se consultó a personas Católicas que pertenecen a grupos religiosos de sus propias parroquias y aquellos que pertenecen a movimientos católicos como Schoenstatt, Matrimonios para Cristo, Infancia misionera, Alianza de amor entre otros, con edades entre 25 y 65 años y muchos de los cuales son Jefes de Familia.

La encuesta está orientada para saber si las personas conocen el lugar, de donde provienen los visitantes, el motivo de la visita, la frecuencia con que visitan, sus gustos y preferencia etc., también se busca conocer el grado de acogida que tendría el presente proyecto.

### **3.4. PROCESAMIENTO DE DATOS.**

Encuesta aplicada a los consumidores (Ver Anexo 4)

1. ¿CONOCE EL CANTÓN NOBOL?

Conoce del Cantón Nobol		
ALTERNATIVA	Nº	%
Si	251	62,75
No	112	28
Solo tiene referencia de visitantes	37	9,25
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Tabla Nº 11: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

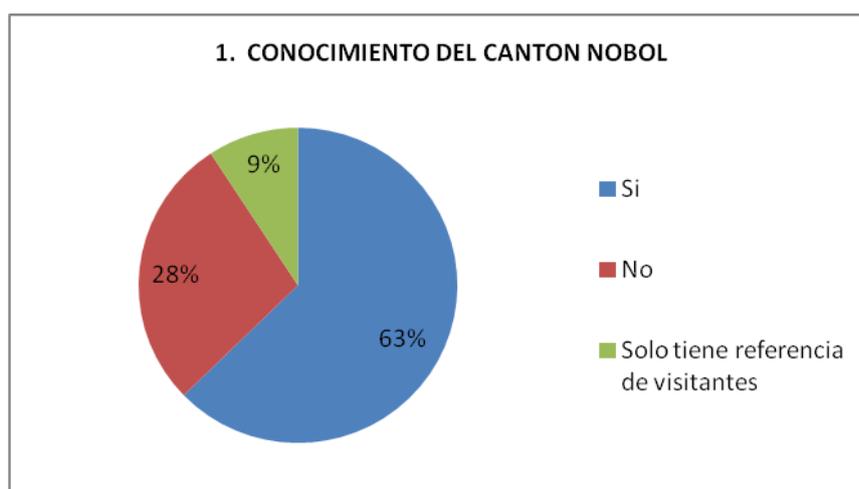


Gráfico No.12: Conocimiento del Cantón de Nobol

ELABORACION: Las autoras.

Análisis: Se puede evidenciar que la mayoría de los turistas encuestados conocen el cantón Nobol y un pequeño porcentaje solo tiene referencias de personas que lo han visitado.

## 2. ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA NOBOL?

Es la primera vez que visita Nobol		
ALTERNATIVA	N°	%
Si	32	12,75
No	219	87,25
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100</b>

Tabla N° 12: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

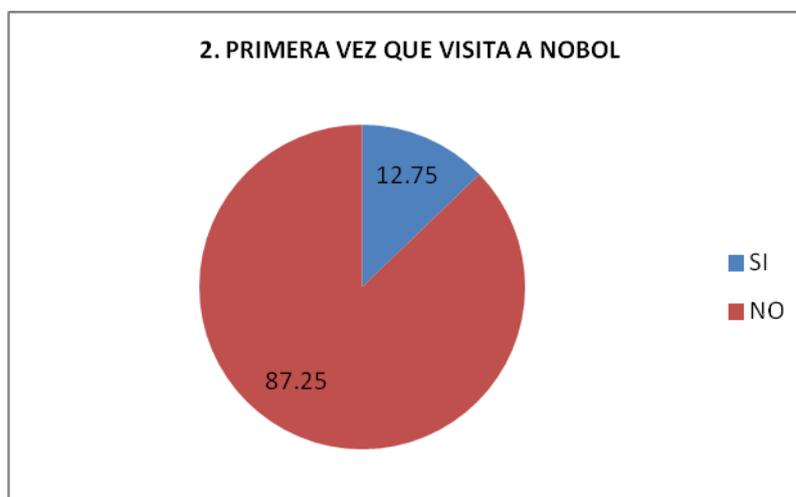


Gráfico No.13: Primera vez que visita Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

Análisis: De acuerdo al Gráfico se puede apreciar que la mayoría de los turistas ya han visitado con anterioridad el cantón Nobol y son muy pocos aquellos que no lo conocen.

### 3. ¿DE DÓNDE VIENE USTED?

De dónde proviene		
ALTERNATIVA	Nº	%
Guayaquil	245	61,25
Otra provincia	144	36
Fuera del Ecuador	11	2,75
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Tabla Nº 13: FUENTE: Turistas del cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras

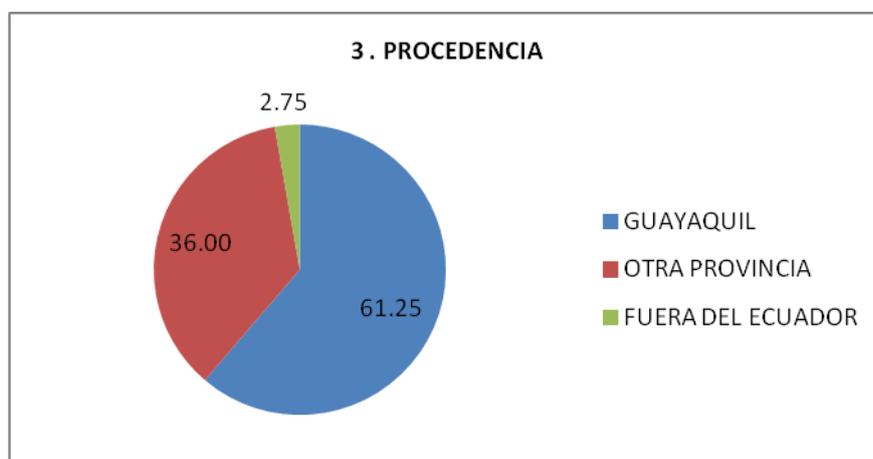


Gráfico No.14: País, ciudad, cantón de Origen

ELABORACIÓN: Las autoras.

Análisis: Se puede observar que gran parte de los encuestados proviene de la ciudad de Guayaquil lo cual determina que por su cercanía son quienes más frecuentan este lugar, seguido de un número importante de visitantes de otras provincias del Ecuador quienes viajan de lugares muy lejanos guiados por su fe y un porcentaje mínimo de los encuestados corresponden a turistas extranjeros.

#### 4. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO DE SU VISITA A NOBOL?

PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA A NOBOL		
ALTERNATIVA	N°	%
Turístico	44	17,53
Religioso	144	57,37
Familiar	53	21,12
Otros	10	3,98
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100</b>

Tabla Nº14: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

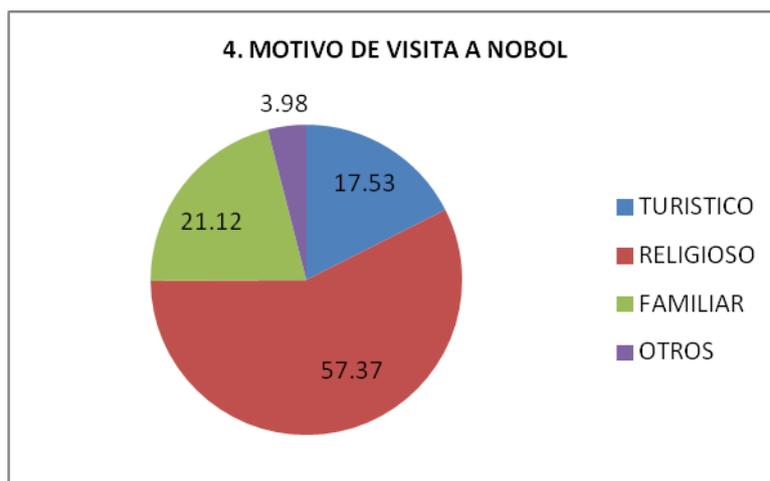


Gráfico No.15: Motivo de Visita a Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

Análisis: Un porcentaje significativo de turistas visita Nobol por motivos religiosos, seguido de un número menor que viene por paseos familiares y turísticos.

### 5. ¿CUÁNTAS VECES AL AÑO VIENE USTED A NOBOL?

CUANTAS VECES AL AÑO VISITA NOBOL		
ALTERNATIVA	Nº	%
Semanalmente	22	8,76
Una vez por mes	49	19,52
Solo fiestas patronales	43	17,13
Varias veces al año	137	54,58
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100</b>

Tabla Nº 15: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

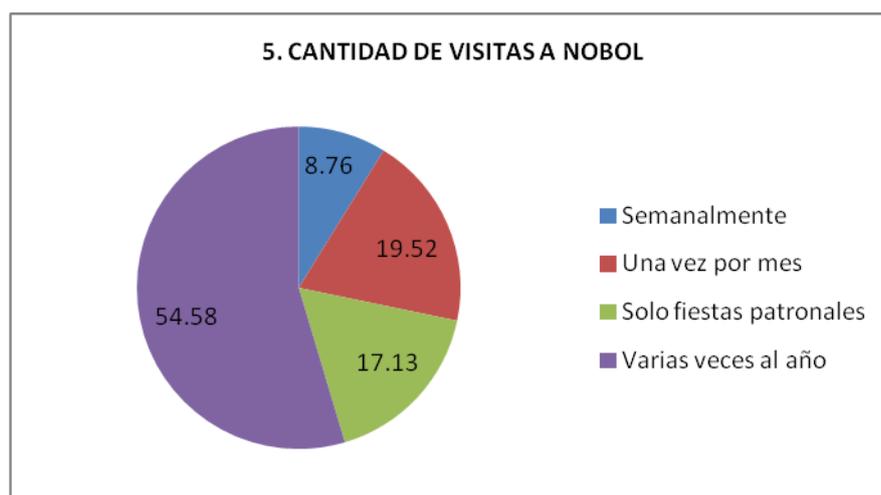


Gráfico No.16: Cantidad de visitas a Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

Análisis: El gráfico nos muestra que la mayoría de los encuestados acude a Nobol varias veces al año a diferencia de un número menor de encuestados que solo visita Nobol en fiestas patronales (fechas especiales que atrae más fieles católicos al cantón).

## 6. ¿CONOCE LUGARES DE ALOJAMIENTO EN NOBOL?

CONOCEN LUGARES DE ALOJAMIENTO EN NOBOL		
ALTERNATIVA	Nº	%
Si	37	14,74
No	214	85,26
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100</b>

Tabla Nº 16: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

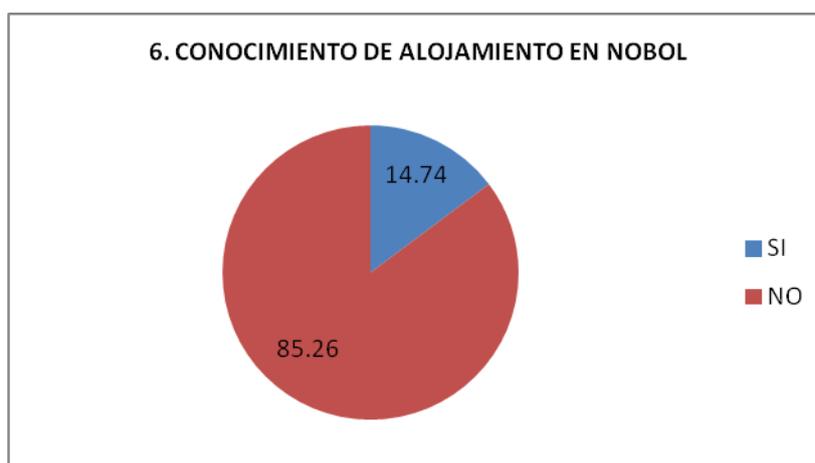


Gráfico No.17: Conocimiento de alojamiento en Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

Análisis: En su mayoría los encuestados reportaron no conocer lugares de alojamiento en Nobol.

### 7. ¿CUÁNDO VIAJA, ACUDE?

CON QUIEN PREFERE VIAJAR		
ALTERNATIVA	N°	%
Solo (a)	23	5,49
Familia	288	68,74
Amigos	102	24,34
Otros	6	1,43
<b>TOTAL</b>	<b>419</b>	<b>100</b>

Tabla N°17: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

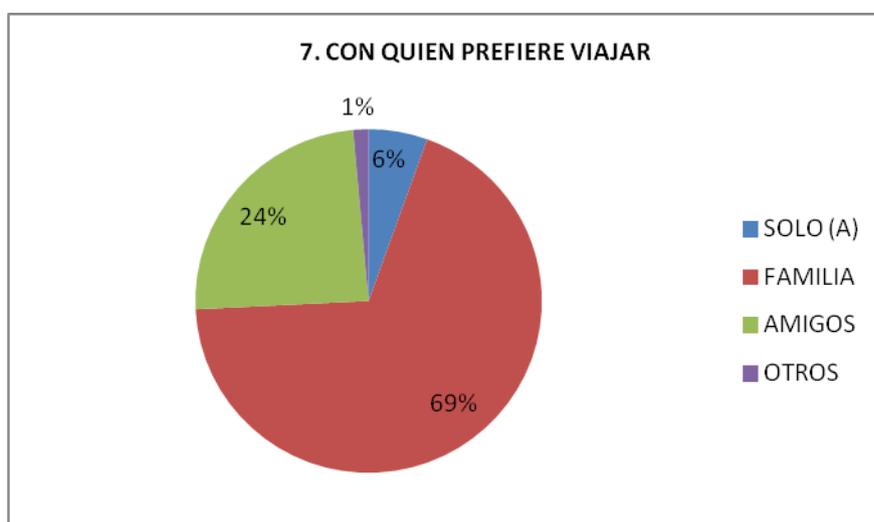


Gráfico No.18: Con quien prefiere viajar

ELABORACIÓN: Las autoras

Análisis: Más de la mitad de los encuestados prefiere viajar en familia, seguido de un grupo menor que prefiere viajar con los amigos.

## 8. ¿PERTENECE A UN GRUPO DE FORMACIÓN RELIGIOSA?

PERTENECEN A UN GRUPO DE FORMACIÓN RELIGIOSA		
ALTERNATIVA	N°	%
Si	177	44,25
No	223	55,75
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Tabla N°18: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

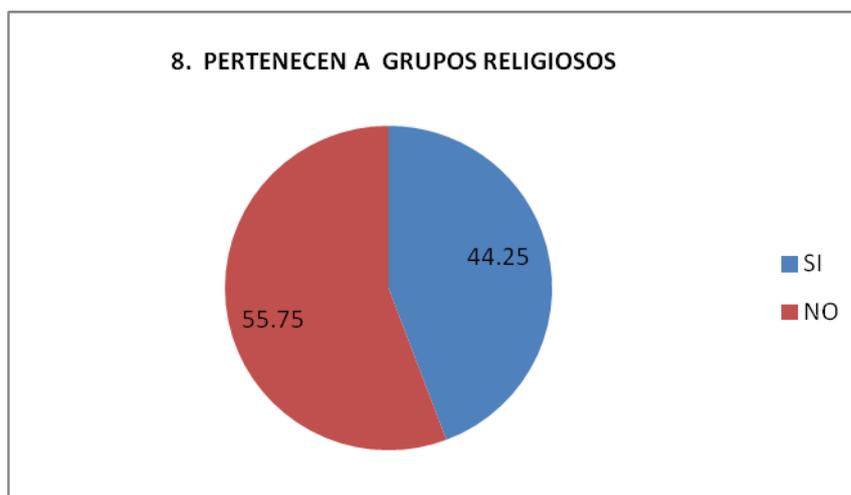


Gráfico No.19: Pertenecen a grupos religiosos

ELABORACIÓN: Las autoras

Análisis: La mayor parte de los encuestados dice no pertenecer a ningún grupo católico pero un porcentaje muy representativo si manifiesta ser parte de alguno.

**9. SI EXISTIERA UN LUGAR DE ALOJAMIENTO RECREATIVO EN NOBOL DONDE TAMBIÉN SE PUEDAN HACER CONVIVENCIAS, ¿USTED VENDRÍA CON SU GRUPO O FAMILIA?**

TURISTAS QUE VENDRÍAN CON SU GRUPO O FAMILIA		
ALTERNATIVA	N°	%
SI	217	54,95
No	67	16,75
Tal vez	116	29
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Tabla N° 19: FUENTE: Turistas del Cantón Nobol

ELABORACIÓN: Las autoras.

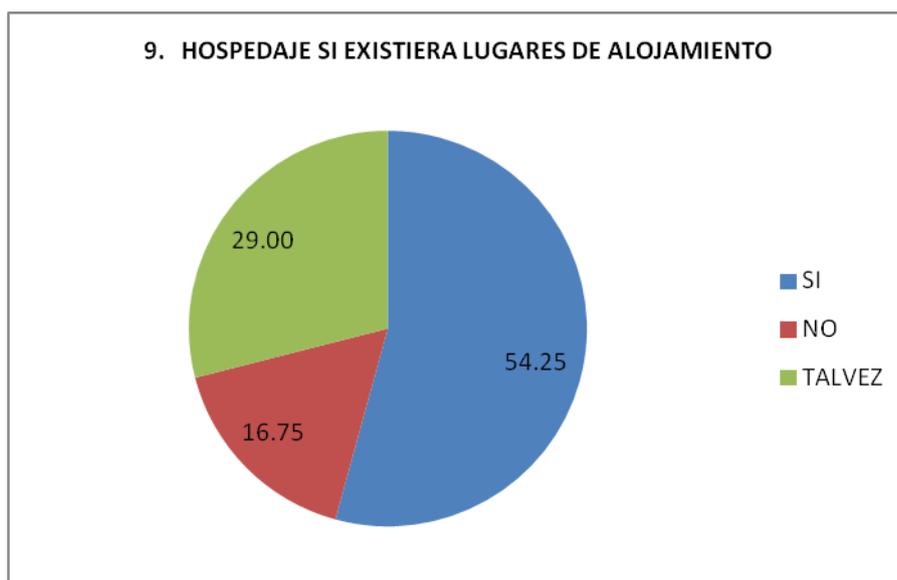


Gráfico No.20: Hospedaje si existieran lugares recreativos

ELABORACIÓN: Las autoras

Análisis: La mayoría de los encuestados respondieron que si se hospedarían si existiera un lugar de alojamiento recreativo en Nobol, lo que represente una ventaja importante para el presente proyecto.

### 10. ¿QUÉ BUSCA EN UN LUGAR DE ALOJAMIENTO?

NECESIDADES DE ALOJAMIENTO		
ALTERNATIVA	N°	%
Excelentes Instalaciones	60	8,24
Un menú variado	102	14,01
Comodidad	166	22,80
Actividades Recreativas	157	21,57
Internet y Tv. Cable	91	12,50
Servicio Personalizado	65	8,93
Todas las anteriores	87	11,95
<b>TOTAL</b>	<b>728</b>	<b>100</b>

Tabla Nº20: FUENTE: Turistas Religiosos.

ELABORACIÓN: Las autoras

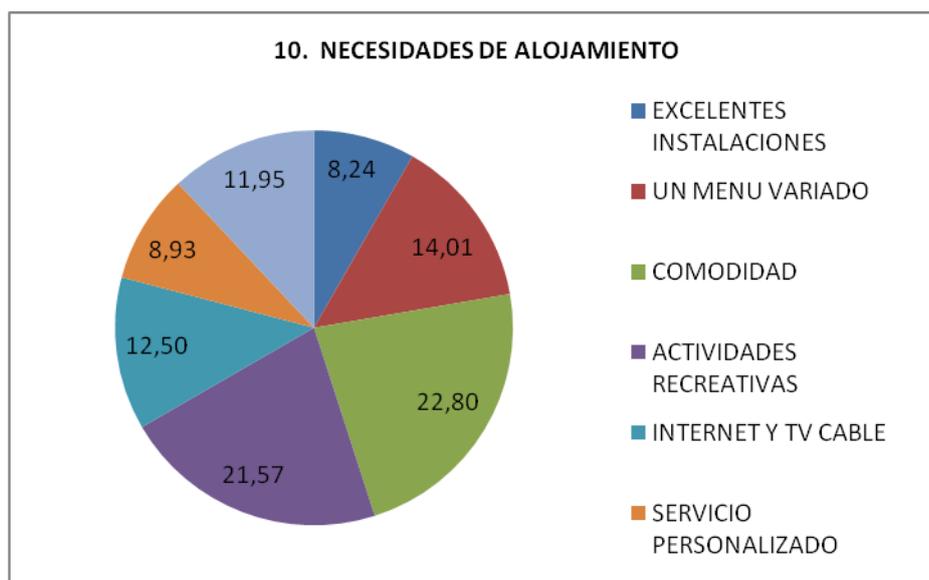


Gráfico No.21: Necesidades de alojamiento

ELABORACIÓN: Las autoras

Análisis: Las personas al momento de elegir un lugar de esparcimiento cada vez son más exigentes en cubrir con todas las necesidades de alojamiento, entre las características preferentes por los encuestados destacan: la comodidad, actividades recreativas, un menú variado entre otras.

**11. ¿CUÁNTO ESTARÍA USTED DISPUESTO A PAGAR POR ALOJAMIENTO DIARIO POR PERSONA?**

VALOR DISPUESTO A PAGAR POR ALOJAMIENTO		
ALTERNATIVA	Nº	%
10 A 15 DOLARES	85	21,25
15 A 25 DOLARES	290	72,50
Más de 25 dólares	25	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Tabla Nº 21: FUENTE: Turistas Religiosos.  
ELABORACIÓN: Las autora.

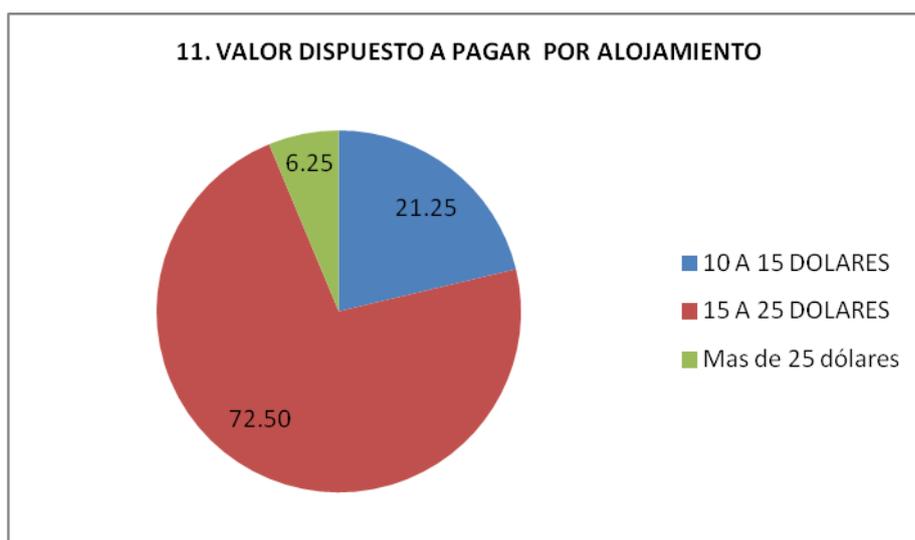


Gráfico No.22: Valor dispuesto a pagar por alojamiento

ELABORACIÓN: Las autoras

Análisis: La mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar entre 15 a 25 dólares en alojamiento por personas.

**12. ¿HABITUALMENTE COMO CANCELA SUS GASTOS POR VIAJE Y HOSPEDAJES?**

<b>FORMA DE PAGO PARA CANCELAR GASTOS</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Tarjeta de crédito	217	54,25
Efectivo	183	45,75
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Tabla Nº22: FUENTE: Turistas Religiosos.

ELABORACIÓN: Las autoras.

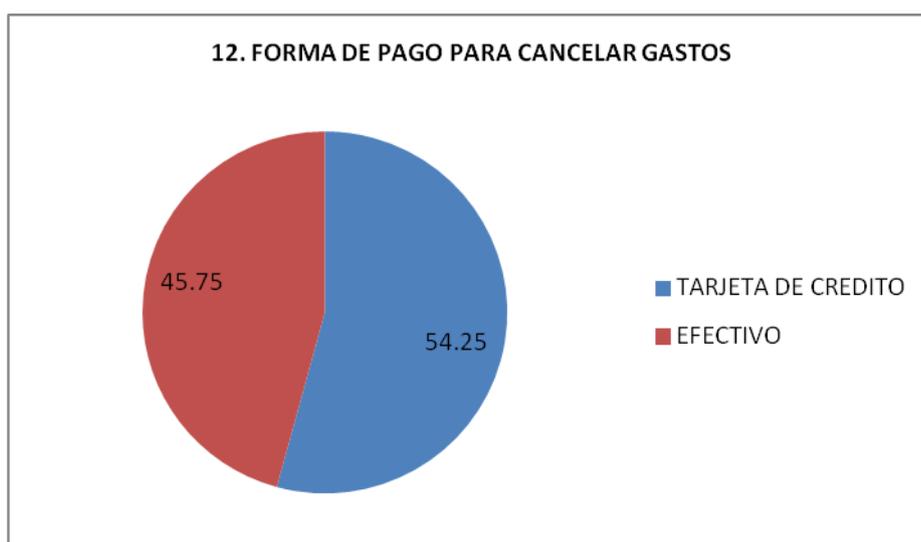


Gráfico No.23: Forma de pago para cancelar gastos

ELABORACIÓN: Las autoras

Análisis: La preferencias de pago se encuentran compartidas entre pagos en efectivo y tarjeta de crédito, con una mínima diferencia.

### 3.5. RECURSOS: INSTRUMENTALES, CRONOGRAMAS, PRESUPUESTO

Instrumentos:

Recursos Humanos	Recursos Materiales
Tutor	Resma de hojas
Investigadores	Cámara fotográficas
Encuestadores	Celulares
	Plumas
	Cuadernos
	Impresora

Tabla N°23: Instrumentales

ELABORACIÓN: Las autoras.

Cronograma:



Presupuesto:

Los recursos estimados para la presente investigación se detallan a continuación:

<b>Presupuesto de Proyecto en dólares</b>	
Recursos	Presupuesto
1. Compra de Laptop	300
2. Pago de Internet	180
3. Útiles de oficina	30
4. Presupuesto de Obra	200
5. Diseño de planos	200
6. Impresión de encuestas	20
7. Impresión de ejemplares del proyecto de investigación	400
8. Copias de materiales varios	10
9. Refrigerios de los encuestadores	50
10. Transporte	70
11. Gastos varios	15
<b>Total</b>	<b>1475</b>

Tabla Nº24: Presupuesto de Proyecto en dólares

**ELABORACIÓN:** Las autoras.

## CAPÍTULO IV

### **4. INFORME TÉCNICO FINAL.- TEMA: “CREACIÓN DE LA HOSTERÍA RECREATIVA "BRISA SANTA” COMO ALTERNATIVA PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN NOBOL”**

**BENEFICIARIOS:** Turistas religiosos que acuden al Cantón Nobol.

**UBICACIÓN:** Hacienda San José km. 36 Vía Daule.

#### **4.1 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.**

La idea de este proyecto nace inspirada por la fe católica compartida con la gran cantidad de personas que acostumbra visitar el cantón y también sienten la ausencia de un lugar que ofrezca las comodidades para que además de visitar el santuario se puedan realizar diversas actividades recreativas y religiosas como convivencias, retiros, reuniones y demás; a la vez que brinde hospedaje a los turistas que deseen conocer las bondades del Cantón.

En las múltiples visitas realizadas al Cantón Nobol y a la hacienda San José se puede constatar que en la misma actualmente se exhiben artículos personales y religiosos que le pertenecieron a la Santa. Así como también es un sitio utilizado por los fieles para peregrinaciones y retiros en fechas importantes, en otros casos este lugar se ha convertido en un balneario para los turistas que lo visitan, donde puestos informales alquilan hamacas para descansar y admirar la naturaleza, además de ofrecer comida típica dentro de la hacienda.

Este lugar actualmente no genera ningún beneficio a la parroquia ni a los feligreses, se ha convertido en un espacio donde los negocios informales se multiplican; como también el desorden y la mala imagen que ofrecen, quienes solo buscan su propio provecho.

Al ser parte de los turistas que acuden a este sitio y percibiendo los mencionados escenarios, se presenta la siguiente propuesta mediante este proyecto investigativo como una iniciativa para que la hacienda San José se transforme en un lugar integro, religioso y representativo del Cantón.

La propuesta pretende la creación de una hostería, que a la vez sea recreativa, un lugar rodeado de una atmósfera familiar, de naturaleza, lleno de vida que invita a un momento de reflexión, completamente diferente a un hotel el cual se limita a ofrecer al cliente un lugar cómodo donde pasar la noche. Además se brindará una serie de servicios no proporcionados por sus competidores indirectos.

#### 4.1.1 Planificación Estratégica

##### 4.1.1.1 Nombre de la Empresa.

Hostería Recreativa “Brisa Santa”



Gráfico No.24: Logo

ELABORACIÓN: Las autoras

La Hostería llevará el nombre “Brisa Santa”, debido al lugar en el cual está ubicada, donde nació La Santa Narcisca de Jesús, un lugar venerable que se encuentra a orillas del río Daule, donde llega un viento suave y delicado, refrescante como la brisa que crea un ambiente que inspira paz y armonía.

#### **4.1.1.2 Misión de la Hostería**

Brindar en la hostería recreativa un servicio de calidad junto a un entorno rodeado de naturaleza, que invita a la reflexión, el descanso y esparcimiento, ofreciendo alojamiento, servicios gastronómicos y recreativos, orientado a satisfacer a los clientes y convertir su estadía en el Cantón Nobol en un momento único e inolvidable.

#### **4.1.1.3 Visión de la Hostería**

Ser al 2018 una hostería líder en turismo religioso, basados en la satisfacción y calidad que se ofrecerá a los clientes junto a un sólido equipo de trabajo, siendo reconocidos por brindar a los visitantes la más alta calidad en confort y el relax que marcará la diferencia de Brisa Santa.

#### **4.1.1.4 Objetivos Generales de la Hostería**

- Promover el desarrollo económico del cantón Nobol a través de la generación de fuentes de trabajo directas e indirectas a los habitantes residentes en el Cantón.
- Brindar atención y el servicio adecuado, para mantener la Hostería como uno de los principales lugares turísticos del Ecuador.
- Crear una imagen positiva de la Hostería participando activamente en las fechas festivas o de canonización.

#### **4.1.1.5 Objetivos Específicos**

- Brindar una asistencia gastronómica de excelencia con calidad, ofreciendo un menú de comidas típicas de la Costa para atraer turistas de todo el país y demás extranjeros.
- Dar a nuestros clientes comodidad, confort y recreación.

- Ofrecer precios razonables que sean accesibles al cliente.
- Brindar oportunidad laboral a personas de la zona con responsabilidad social.
- Elevar los estándares de calidad de los servicios que se brindan al turista a través de programas de formación a los habitantes de la zona.
- Realizar análisis periódicamente de logros y las dimensiones de los resultados obtenidos

#### 4.1.1.6 Análisis FODA

<b>Hostería Recreativa</b> <i>Brisa Santa</i>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. La ubicación estratégica de la hostería que cumple con la misión establecida.	1.- No tiene competencia directa.
2.- Ser únicos en brindar servicios de recreación y reflexión para grupos católicos.	2.- Incremento económico por fiestas patronales y nacionales debido a la alta población católica.
3.- Precios competitivos.	3.- Apoyo Estatal para inversiones en proyectos novedosos.
4.- Cercano a las principales vías de acceso y formar parte de la ruta de la fe.	4.- Ubicación estratégicamente cerca del río lo que hace más atractivo el lugar.
5.-Oferta turística definida al mercado del Turismo Religioso.	5.- Apoyo de Ministerio de Turismo que desarrolla programas para impulsar la promoción turística del Cantón.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1.- Falta de información turística en el país.	1.- Vía de acceso a la entrada de la hacienda en malas condiciones.
2.- Falta de promoción turística extranjera.	2.- No recibir apoyo de las instituciones financieras estatales para el crédito necesario.
3.- Reciente introducción al mercado turístico.	3.- Factores ambientales como inundaciones.
4.- Ser vulnerable a que los turistas de vital importancia no se encuentren a gusto y no tenga acogida la hostería.	4.- Construcción de un nuevo hospital cercano a la Hostería.
5.- El Flujo de fondos esta recién en primeras instancias.	5.- Renuencia de los vendedores informales (Grupo de interés) en abandonar el lugar para establecer la hostería.
6.-Falta de infraestructura turística en el Cantón por parte de la empresa privada.	6.- Futuras inversiones de nuevos hoteles en el Cantón.

Tabla No.25: Análisis FODA

**ELABORACIÓN:** Las autoras

#### **4.1.1.7 Valores Institucionales.**

**Creatividad:** Generar nuevas ideas encontrando soluciones originales con imaginación constructiva, con el objetivo fundamental de mejorar, buscando objetivos y metas precisas.

**Responsabilidad:** es la visión de la empresa que integra de forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente esto conlleva al desarrollo social para un incremento económico, desarrollo del talento humano o social y el equilibrio ambiental de la empresa.

**Compromiso:** es la asunción profunda de una obligación, que se plasma en la actitud proactiva tras las metas que se compartirán en la empresa.

**Eficiencia:** Poner el mayor esfuerzo y dedicación en cada actividad que se realice utilizando todos los recursos con los que se cuenta para alcanzar los objetivos y metas programadas.

**Ética:** Todo se maneja bajo este valor, ya que sin él no puede existir una cultura de valores y moral en el hombre incluyendo a los profesionales como una forma específica de su conducta humana.

**Honestidad:** Ser honesto es ser real, actuando con base a la verdad y en la auténtica justicia hace de esta, una cualidad humana.

**Comunicación:** desarrollaremos un programa de comunicación siendo esta una herramienta como un proceso de interrelación alcanzando mejores rendimientos y desempeño dentro de la organización.

**Excelencia:** realizando bien las actividades y logrando mejorar cualquier acción basados a conceptos fundamentales que incluyen la orientación hacia los resultados, orientación al cliente, liderazgo y perseverancia.

#### **4.1.1.8 Análisis del Mercado y Plan de Marketing**

##### **4.1.1.8.1 Mercado meta**

El mercado objetivo de este proyecto pertenece a un nivel medio a medio-alto, se basa en grupos de visitantes que gusten disfrutar del turismo religioso en este Cantón, por los siguientes motivos: visitantes religiosos en busca de esparcimiento, cada vez más exigentes en cubrir con todas las necesidades para alojarse ya sea por diferentes gustos, preferencias gastronómicas, comodidad y actividades recreativas, que buscan visitar lugares cercanos. Así como también el proyecto va dirigido a recibir grupos católicos que deseen únicamente utilizar las instalaciones para reuniones, convivencias, paseos en canoa y demás actividades sin hospedarse en el lugar y están dispuestos a pagar entre 15 a 25 USD diarios por persona. Según encuesta realizada estos corresponden al 72,5% de las personas que visitan Nobol siendo un indicador promedio de los posibles clientes.

##### **4.1.1.8.2 Análisis Demanda del servicio.**

El propósito que se busca con el análisis de la demanda es estudiar los requerimientos de los clientes con respecto a los servicios de la Hostería que se desea implementar, para satisfacer las necesidades del mercado al que nos dirigimos.

Mediante la creación de la Hostería, se logrará afluencia del turismo a un precio justo, lo que dará como resultado un incremento del rédito económico para el Cantón. En este lugar se hizo el estudio de la zona, se definió la afluencia de visitantes de distintas partes, entre turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la provincia del Guayas, para este análisis se tomó en cuenta los datos del anuario de entradas y salidas internacionales del Ministerio de Turismo del Ecuador.

La demanda del presente proyecto son los diversos grupos católicos de las distintas iglesias tanto de la Provincia del Guayas como el resto del Ecuador y religiosos del exterior.

Se busca captar la atención de los padres de familia que forman parte de los grupos de oración para de esta manera también captar la demanda de jóvenes y niños de los diferentes colegios religiosos y lograr que la hostería Brisa Santa sea también su destino preferido para las reuniones y convivencias estudiantiles.

Entre los principales grupos de la Iglesia Católica del Ecuador tenemos: El movimiento de Shoenstatt, Matrimonios para Cristo, Infancia Misionera, Ecuménicos, Carismáticos, Los Salesianos, Alianza de Amor, etc. Estos grupos están integrados por personas de clase media, profesionales, con empleo fijo en empresas reconocidas, o dueños de negocios, con un alto valor de la vida y gustos exigentes.

Son personas interesadas en su desarrollo espiritual, en el bienestar del prójimo, en la meditación profunda y en desarrollar lazos estrechos con su grupo de oración.

Por lo que valoran mucho un ambiente de paz y aun mejor rodeado de naturaleza en donde además de la oración puedan disfrutar de actividades sanas y de un momento de esparcimiento. La Hostería busca satisfacer las necesidades de todos los turistas religiosos que deseen compartir una estadía con su grupo o un encuentro familiar.

#### **4.1.1.8.3 Tipo de Demanda**

Demanda Latente: “Se da cuando un considerable número de personas comparte una fuerte necesidad de un producto o servicio social efectivo que no existe. La tarea de los expertos es transformar la demanda latente en demanda real por medio de un producto o servicio eficaz”<sup>26</sup>

Como demanda latente se clasifico en el presente proyecto a los turistas religiosos que visitan Nobol, por ser un considerable número de personas que comparten la necesidad de que exista un lugar donde llegar a pasar una estadía cómoda y ser un a la vez propicio para realizar actividades propias de su fe.

---

<sup>26</sup> Demanda Latente según Kloter y Roberto.  
Elizabeth Rendón y Martha Zhune

#### 4.1.1.8.3.1 Comportamiento Histórico de la Demanda

El ingreso de turistas nacionales a la provincia del Guayas durante el 2010 hasta el 2012 se representa en el siguiente cuadro, tomando como referencia que el 80% de la población es católica y solo 15 % católicos practicante (según datos del INEC), para la presente investigación solo se toma en consideración el 15% de católicos practicantes.

<b>DEMANDA HISTÓRICA</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>ECUATORIANOS</b>	<b>CÁTOLICOS</b>
2010	118921	14349
2011	120396	14527
2012	121889	14707
<b>TOTAL</b>	<b>361.205,15</b>	<b>43.583,01</b>

Cuadro N°1

Fuentes: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Las autoras

El siguiente cuadro representa los turistas extranjeros que ingresaron a la provincia del Guayas durante el año 2010 al 2012

<b>AÑOS</b>	<b>EXTRANJEROS</b>
2010	282032
2011	301602
2012	316544
<b>TOTAL</b>	<b>900.178,00</b>

Cuadro N° 2

Fuentes: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.1.8.3.2 Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda se tomó como indicador para población ecuatoriana el 1,24% que es la tasa de crecimiento poblacional anual del Ecuador según datos preliminares del censo 2010 realizado por el INEC.

Para proyectar la demanda de extranjeros se tomó como indicador el promedio de la variación porcentual de la demanda histórica de extranjeros que ingresan a la provincia del Guayas, dando como resultado una variación del 3,96%.

<b>DEMANDA PROYECTADA</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>ECUATORIANOS</b>	<b>CÁTOLICOS</b>	<b>EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL (CAT + EXT)</b>
2012	121889	14707	316544	331251
2013	123400	14889	329079	343969
2014	124930	15074	342111	357185
2015	126479	15261	355658	370919
2016	128048	15450	369742	385193
2017	129635	15642	384384	400026
2018	131243	15836	399606	415441

Cuadro N°3  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

Para proyectar la demanda de los turistas Guayaquileños que visitan Nobol se tomo como referencia la población de Guayaquil según datos oficiales del INEC censo 2012, considerando solo a la población católica practicante que son quienes a menudo visitan el Santuario.

<b>DEMANDA PROYECTADA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>GUAYAQUIL/POBLACIÓN</b>	<b>CÁTOLICOS 80,44%</b>	<b>CÁTOLICOS PRACTICANTES 15%</b>
2010	2.291.158	1.843.007	276.451
2011	2.319.568	1.865.861	279.879
2012	2.348.331	1.888.997	283.350
2013	2.377.450	1.912.421	286.863
2014	2.406.931	1.936.135	290.420
2015	2.436.777	1.960.143	294.021
2016	2.466.993	1.984.449	297.667
2017	2.497.583	2.009.056	301.358
2018	2.528.553	2.033.968	305.095

Cuadro N°4  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

La demanda real del proyecto Hostería Recreativa Brisa Santa se ha obtenido considerando los resultados de la encuesta que indica el porcentaje de turistas que visitan nobol según su origen y el porcentaje de turistas que estarían dispuestos a hospedarse en la hostería.

<b>DEMANDA DEL PROYECTO BRISA SANTA</b>					
<b>AÑO</b>	<b>ECUATORIANOS CATÓLICOS</b>	<b>GUAYAQUIL 61,25%</b>	<b>EXTRANJEROS 2,75%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>DEMANDA DE HOSPEDAJE 54,25%</b>
2013	5.360	175.704	9.050	190.114	103.137
2014	5.427	177.882	9.408	192.717	104.549
2015	5.494	180.088	9.781	195.363	105.984
2016	5.562	182.321	10.168	198.051	107.443
2017	5.631	184.582	10.571	200.784	108.925
2018	5.701	186.871	10.989	203.561	110.432

Cuadro N°5  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.1.8.3.3 Demanda actual del servicio

La demanda actual del presente proyecto para el año en estudio es de 103.137 turistas.

<b>DEMANDA ACTUAL</b>		
<b>PREGUNTA 9. TURISTAS DISPUESTOS A HOSPEDARSE EN NOBOL</b>		
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA DE TURISTAS</b>	<b>DEMANDA DE HOSPEDAJE 54,25%</b>
2013	190.114	103.137

Cuadro N°6  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

En los siguientes cuadros se determinó la demanda del proyecto según pregunta 5 y 7 para obtener datos importantes que permitan conocer en promedio cuantos clientes espera recibir la hostería.

<b>DEMANDA PREGUNTA 5</b>					
<b>¿CUÁNTAS VECES AL AÑO VIENE USTED A NOBOL?</b>					
Semanalmente	103.137 * 8,76%	9035	52	semanas	469.810
Una vez por mes	103.137 * 19,52	20132	12	meses	241.588
Solo fiestas patronales	103.137 * 17,13	17667	3	días	53.002
Varias veces al año	103.137 * 54,58	56292	6	días	337.753

Cuadro N°7  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

<b>DEMANDA PREGUNTA 7</b>					
<b>¿CUÁNDO VIAJA LO HACE?</b>					
SOLO (A)	103.137 * 5,48%	5652	1	personas	5652
FAMILIA	103.137 * 68,73%	70886	4	"	283544
AMIGOS	103.137 * 24,34%	25104	3	"	75311
OTROS	103.137 * 1,43%	1475	6	"	8849

Cuadro N°8  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

Según el INEC 3,8 personas por familia es el promedio de los miembros de los hogares en el Ecuador, datos del último censo realizado en el 2010.

#### 4.1.1.8.4 Análisis de la oferta

En la investigación de campo realizada en el cantón Nobol se pudo constatar que realmente no existe competencia directa debido a la falta de un lugar recreativo que ofrezca alojamiento a los visitantes.

También se observó que existen dos lugares que se consideran competencia indirecta, en lo que se refiere alojamiento, existe un solo lugar que funciona como un pequeño hostel residencial que ofrece hospedaje a bajo costo sin ningún servicio adicional y otro lugar ofrece actividades recreativas en un espacio al aire libre.

Descripción de la oferta:

NOMBRE	YUSHEIRO
Provincia	Guayas
Cantón	Nobol
Parroquia	Narcisa de Jesús, Cabecera cantonal
Dirección	Barrio ocho de diciembre calle rio amazonas
Teléfono	2708048
Actividad Turística	Aplica solo para alojamiento
Tipo de actividad	Hostal residencia
Categoría	Tercera

Tecnología disponible	Máquinas y equipos
Máquinas: Tanque reserva de Agua, tratamiento de aguas servida, lavadoras y secadoras	Equipos: Teléfonos, equipos audiovisuales, equipos de seguridad etc.
Servicios :	No ofrece servicios adicionales ni complementarios
Cantidad de Empleados	1 hombre y 1 mujer.

Cuadro N° 9

Fuentes: Investigación de Campo

Elaborado por: Las autoras

En la parte recreativa la oferta se centra en el PARQUE CLUB GARZA ROJA ubicado a 1.5 km de Nobol, el cual ofrece diversos servicios desde paseos a caballos, piscinas incluso de puede alquilar sus instalaciones para eventos sociales como matrimonios, bautizos etc.

NOMBRE:	GARZA ROJA
Dirección:	km 37.5 vía Daule, pasando Nobol
Teléfono:	telf.: 04 600 1354 / 600 1355 / 099 1226563
Servicios que ofrece:	
Recorrido Guiado a Museo Filosófico	Refrigerio de bienvenida
Uso de las instalaciones: piscinas, toboganes, canchas deportivas, sala de convenciones, etc.	Paseos en Chivas
Paseos en Caballos	Salto en Canope, etc.

Cuadro N° 10

Fuentes: [www.garzaraja.com](http://www.garzaraja.com)

Elaborado por: Las autoras



Gráfico No.25: Piscina Club Garza Roja

**ELABORACIÓN:** Las autoras



Gráfico No.26: Vista área Club Garza Roja

**ELABORACIÓN:** Las autoras



Gráfico No.27: Ingreso Club Garza Roja

**ELABORACIÓN:** Las autoras

Fuente: [www.garzaroja.com](http://www.garzaroja.com)

Para estimar la demanda que actualmente cubre la oferta tanto en alojamiento como en actividades recreativas en el Cantón Nobol, hemos considerado los datos de la demanda actual del 2013 de turistas nacionales como extranjeros.

<b>OFERTA SEGÚN PREGUNTA 6</b>		
<b>¿CONOCE LUGARES DE ALOJAMIENTO EN NOBOL?</b>		
SI	103137 * 14,74	15202
NO	103137 * 85,26	87924
<b>DEMANDA CUBIERTA POR LA OFERTA</b>		<b>15202</b>

Cuadro N°11  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

<b>OFERTA TOTAL</b>				
AÑO	ECUATORIANOS CATÓLICOS 36%	GUAYAQUIL 61,25	EXTRANJEROS 2,75	TOTAL
2013	5.472,86	9.311,47	418,07	15.202,39

Cuadro N°12  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

<b>OFERTA PROYECTADA</b>				
AÑO	ECUATORIANOS CATÓLICOS	GUAYAQUIL	EXTRANJEROS	TOTAL
2013	5472,86	9311,47	418,07	15202,39
2014	5540,73	9426,93	434,62	15402,27
2015	5609,43	9543,82	451,83	15605,08
2016	5678,99	9662,17	469,72	15810,88
2017	5749,41	9781,98	488,33	16019,71
2018	5820,70	9903,27	507,66	16231,64

Cuadro N°13  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

La demanda cubierta por la oferta tanto de alojamiento como recreación es de 15.202 turistas aprox.

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA DE HOSPEDAJE</b>			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	103.136,60	15.202,39	87.934,21
2014	104.549,04	15.402,27	89.146,76
2015	105.984,27	15.605,08	90.379,18
2016	107.442,80	15.810,88	91.631,92
2017	108.925,12	16.019,71	92.905,41
2018	110.431,77	16.231,64	94.200,14

Cuadro N°14  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

Como resultado tenemos una demanda insatisfecha alta lo que refleja una oportunidad para que la Hostería Brisa Santa logre captar y satisfacer las necesidades de una parte representativa de la demanda.

#### **4.1.1.8.4.1 Capacidad del Servicio**

La capacidad de la hostería será 28 plazas las cuales están comprendidas en siete habitaciones dobles en la primera y segunda planta, además de dos salones con una capacidad total de 70 personas.

#### **4.1.1.8.4.2 Tamaño Óptimo.**

La meta de la hostería es brindar un servicio de calidad y diferenciado al 6,65% de la demanda insatisfecha.

Se estima que se hospedarán el 54,25% de la demanda de turistas lo que representa a 15 plazas diarias, y durante los meses de fiestas patronales se espera que el número de turistas aumente según resultado de la encuesta preliminar hecha en el presente estudio.

CAPACIDAD	DEMANDA	FORMULA	PLAZAS		TOTAL
28 plazas	Se hospedarían en Nobol 54,25 % de la Demanda	28 * 54,25%	15	15 plazas * 270 días(9 meses)	4050 personas

Cuadro N°15  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

<b>DEMANDA CAPTADA SEGÚN PREGUNTA</b>							
<b>5. ¿CUÁNTAS VECES AL AÑO VIENE USTED A NOBOL?</b>							
Semanalmente	8,76						
Una vez por mes	19,52						
Solo fiestas patronales	17,13	28 plazas * 17,13 = 5	5 plazas por fiestas + 15 plazas normales	20 plazas	Mayo Octubre Diciembre	90 días	20*90 = 1800 plazas
Varias veces al año	54,58						

Cuadro N°16  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

DEMANDA QUE CAPTARIA LA HOSTERIA BRISA SANTA	4050 + 1800	5850
REPRESENTA EL 6,65% DE LA DEMANDA INSATISFECHA		

<b>CAPTACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA</b>		
AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPTACIÓN DE DEMANDA 6,65 %
2013	87.934,21	5850
2014	89.146,76	5931
2015	90.379,18	6013
2016	91.631,92	6096
2017	92.905,41	6181
2018	94.200,14	6267

Cuadro N°17  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

Para los Grupos de convivencias y retiros espirituales se estima que los salones estarán ocupados en un 16,75% que representa a los turistas que forman parte de un grupo religioso y no desean hospedarse en Nobol como son alumnos de escuela, colegios o que pertenezcan a grupos pastorales. En fiestas patronales se espera que exista un mayor movimiento de grupos religiosos que visiten la hostería.

### DEMANDA SOLO PARA EL USO DE LAS INSTALACIONES Y SALONES DE REUNIÓN SIN HOSPEDARSE

CAPACIDAD	DEMANDA	FORMULA	PLAZAS		TOTAL
2 Salones total 70 personas	PERSONAS QUE NO NECESITAN HOSPEDAJE 16,75%	140 * 16,75%	23	23 plazas * 270 días(9 meses)	6210 personas

Cuadro N°18

Fuentes: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Las autoras

<b>5. ¿CUÁNTAS VECES AL AÑO VIENE USTED A NOBOL?</b>							
Semanalmente	8,76						
Una vez por mes	19,52						
Solo fiestas patronales	17,13	23 plazas * 17,13 = 4	4 plazas por fiestas + 23 plazas normales	27 plazas	Mayo Octubre Diciembre	90 días	27*90 = 2430 plazas
Varias veces al año	54,58						

DEMANDA SIN HOSPEDAJE CAPTADA POR LA HOSTERÍA BRISA SANTA	6210 + 2430	8640
REPRESENTA EL 27,69% DE LA DEMANDA INSATISFECHA		

AÑO	DEMANDA DE TURISTAS	PERSONAS QUE NO NECESITAN HOSPEDAJE 16,75%	DEMANDA CAPTADA 27,13%
2013	190.114	31.844	8.640
2014	192.717	32.280	8.758
2015	195.363	32.723	8.879
2016	198.051	33.174	9.001
2017	200.784	33.631	9.125
2018	203.561	34.096	9.251

Cuadro N°19  
Fuentes: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Las autoras

#### **4.1.1.9 Productos y/o Servicios**

##### **4.1.1.9.1 Detalle de los productos y/o servicios a ofrecer**

La Hostería Recreativa Brisa Santa ofrecerá a sus visitantes, en forma permanente un servicio eficiente y de gran calidad detallado a continuación:

- Edificación Moderna de 3 plantas acogedora bien equipada que consta de 14 habitaciones con baño privado en la planta alta.
- En la planta baja tendremos el Restaurante con platos típicos del Cantón y de la Costa ecuatoriana.
- 2 salones con capacidad para 35 personas cada uno, ubicado en la planta baja destinado para las reuniones de los grupos religiosos que nos visiten.
- Tour a canoa por el río Daule para un paseo agradable.
- Chozas con hamacas.
- Área para realizar deportes al aire libre
- Paseos a caballo.
- Camping
- Fogatas.

#### 4.1.1.10 Posicionamiento del Servicio.

La Hostería está en la capacidad de atender diversos mercados y requerimientos como son: Gastronomía, de recreación, turístico y de alojamiento ya que las instalaciones, brindaran confort y comodidad para los diferentes servicios y requerimientos que el cliente solicite. Esta imagen permitirá que el mercado relacione con mayor facilidad las ventajas que se posee y la diferencian de la competencia indirecta.

#### 4.1.1.11 Políticas de Precios

##### 4.1.1.11.1 Precios de los servicios relacionados

Hostal Residencial Yusheiro

Precio por persona \$12 dólares incluye impuestos.

CLUB GARZA ROJA	
PAQUETES	PRECIOS
Público en general	\$3,5
Paseo a Caballo	\$2,5
Paseo en bote	\$2,5
Paintball <sup>27</sup>	\$30 por persona + 10 (almuerzo)

Cuadro N° 20

Fuentes: Club Garza Roja  
Elaborado por: Las autoras

##### 4.1.1.11.2 Factores que influyen en el comportamiento de los precios.

Los factores que influyen en el comportamiento de los precios son:

- Temporada alta y baja que este caso serán las fechas festivas temporadas alta y el resto de año se considera temporada baja.
- Tipo de paquetes depende del grupo que vaya alojarse.

<sup>27</sup> Paintball: juegos con balas de pintura

- Número de turistas se refiere a la afluencia de visitantes que tenga la hostería
- Riesgos naturales como inundaciones o incendios.
- Riesgos generados por el hombre como huelgas, paros, especulaciones etc.

#### **4.1.1.11.3 Determinación de precios.**

Los precios de la hostería se establecen de acuerdo al servicio que se prestara y la capacidad instalada que tendrá la hostería, por lo cual mediante un análisis empírico tomando como base la encuesta realizada a los turistas y los precios preferentes sin deducir costos de construcción, equipos, materiales etc. ya que aún no han sido determinados, se establece el precio de la siguiente manera:

- Tarifas de habitación, por noche
- Tarifas sujetas al IVA vigente y 10% de servicios.
- La Hostería se reserva el derecho de asignar habitaciones de acuerdo a la disponibilidad.
- Por persona se cobrará \$20 US más impuestos por noche incluye desayuno
- Por condiciones gubernamentales, puede afectar las tarifas y condiciones del convenio. Esto será notificado con anticipación.
- Las convivencias y reuniones sin hospedaje tendrán un precio de \$12 más impuestos.
- Los paseos a canoa y en caballos cuestan \$1.
- El almuerzo en el restaurant de la hostería tendrá un costo de \$2,00 y la merienda \$1,50.

#### **4.1.1.11.4 Estrategias de Precio:**

Los clientes son más sensibles al precio cuando este se encuentra fuera del rango de los que ellos consideran justo con el contexto de la compra. Es por tal razón, que

para fijar el precio se respaldó en las encuestas realizadas y se pudo considerar un nivel de precio justo basado en la percepción que el turista tiene sobre el servicio y el valor que le da al mismo.

#### **4.1.1.11.5 Estrategia de servicio:**

Una estrategia que se debe implementar en la hostería “Brisa Santa” es crear una alianza con los pobladores que actualmente brindan el servicio de paseos a canoa por el Río Daule y paseos a caballo. Trabajar en conjunto haciendo que formen parte del proyecto, mediante el cual se promocionara los paseos junto a los demás servicios logrando captar clientes que beneficiara ambas partes, atrayendo más turistas a la hostería y aumentando los ingresos de los pobladores quienes cobrarán directamente al turista el valor por el servicio que prestan.

#### **4.1.1.11.6 Estrategia de Venta:**

Tener una decoración acogedora con distintos ambientes y un diseño especial en las áreas recreativas hará que la impresión de los clientes sobre la hostería, perdure y sea transmitida a sus conocidos más cercanos. Además de estar atentos a sus necesidades lo que significa brindarles la oportunidad de dejar comentarios sobre la atención que recibieron. Otra estrategia que permitirá estar al tanto de la impresión que se llevan los turistas que visitan la hostería, será la de enviar una encuesta por correo electrónico luego de que el cliente haya concluido su estadía, esto conlleva a esforzarse por satisfacer el mercado meta y sus necesidades.

#### **4.1.1.12 Estrategias de Mercado**

El proyecto al tratarse de un servicio, se tiene que plantear de una manera diferente que un producto. La estrategia de distribución del presente proyecto será por medio de campañas publicitaria a través de volantes, La creación de un sitio Web y correo electrónico que obtenga información relevante, actualizada, completa, atractiva que responda a las expectativas del usuario que visite por este medio, además de anuncios en revistas católicas que imparte la Arquidiócesis de Guayaquil, como

“Cristo Hoy”, “La revista” entre otras. La ubicación en una isla de un centro comercial de la ciudad de Guayaquil, es una excelente manera de dar a conocer un nuevo servicio a futuros clientes , una vez ya en marcha la empresa lo más importante va a ser la promoción que hará un cliente satisfecho.

#### **4.1.1.13 Estrategias Publicitarias y de Promoción**

Estrategias de Publicitarias:

Señalización interna sobre los servicios que se ofrecen, es muy importante que dentro del establecimiento haya información de los servicios que se ofrecerán.

Participar en Ferias Turísticas y Hoteleras que se realicen en el País.

Elaboración de la Carta del Restaurante esta será una publicidad directa la misma que servirá como instrumento de venta para los clientes.

Campañas publicitarias a través de diferentes medios de comunicación ya sea radio o prensa escrita, esto mejora las relaciones comerciales.

Repartir hojas volantes en las afuera de las iglesias católicas más conocidas de las principales ciudades del país, dando a conocer los servicios y la ubicación de la hostería.

Mantener un servicio de información acerca de la Hostería por medio de letreros y trípticos que contengan fotos de las instalaciones y de los servicios que se ofrece con el fin de persuadir al cliente.

Entregar tarjetas de presentación a los clientes al momento de finalizar su estadía, para que den a conocer los servicios de la hostería a los amigos y familiares más cercanos.

#### Estrategias de Promoción:

Descuentos especiales del 5% a las familias o amigos de más de 4 personas que se hospeden en la hostería.

Si las familias o grupo de amigos superan las 6 personas el descuento será del 10%.

Para grupos o familia mayor a 8 personas, se les hará un descuento del 15%.

#### **4.1.1.14 Políticas de servicio al cliente**

La recepcionista, camareros etc. Deben mostrar amabilidad y cortesía al cliente.

Siempre dar la bienvenida, mostrando interés y una sonrisa sincera al cliente ofreciendo toda la información necesaria que este solicite.

Nunca entrar en conflicto con el cliente, ante alguna queja que presente, el cliente tiene la razón, pero cuando este no la tenga decirle amablemente que no está en lo cierto y ofrecer argumentos válidos.

Siempre procurar ser flexibles a las necesidades y peticiones del cliente.

La limpieza e higiene de la Hostería es un factor fundamental, todo debe estar impecable desde la recepción, el Salón, al igual que las habitaciones ya que este será el hogar del cliente durante su estancia.

## 4.1.2 Plan de Administración

### 4.1.2.2 Organigramas: Estructural y Funcional

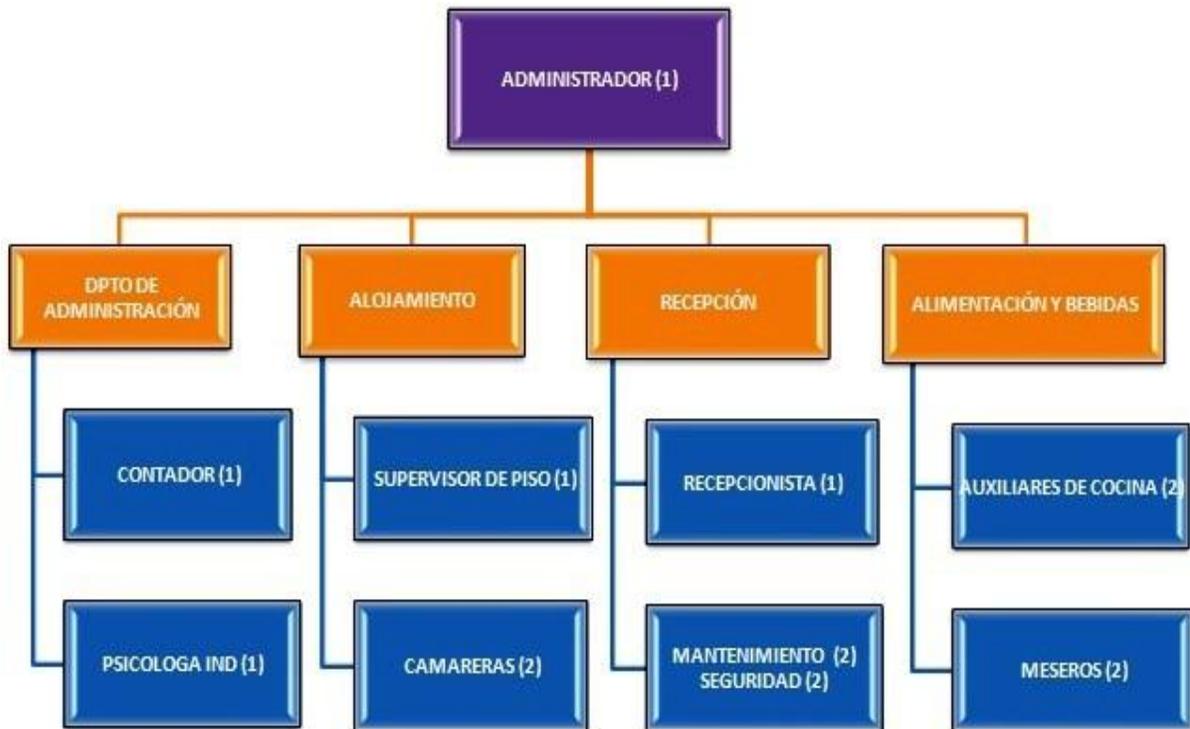


Gráfico No.28: Organigrama

Elaborado por: Las autoras

#### **4.1.2.3 Descripción de Puestos y Responsabilidades.**

**ADMINISTRADOR:** Mantener un elevado nivel de eficiencia entre el personal de recepción manejando quejas, manteniendo una buena relación con el cliente y el buen funcionamiento de la Hostería.

**CONTABILIDAD:** funciones contable y legal, por lo cual debe estar muy bien asesorado. Este departamento además realiza estadísticas y presupuesto, manejo de fondos, valores de conformidad con lo establecido con las directrices señaladas por la presidencia.

**TALENTO HUMANO:** encargado de manejar Recursos Humanos, haciendo referencia al manejo, administración, gestión o dirección del personal del negocio.

**SUPERVISOR DE PISO:** participar en el adiestramiento y evaluación de los auxiliares de habitaciones, este asignará el trabajo diario según su turno, supervisando el arreglo y limpieza de las habitaciones.

**CAMARERAS:** revisar si el huésped ha olvidado algo, limpieza de las habitaciones y baños cambio de sábanas, reposición de suministros, cambio de toallas, jabones etc., informar al supervisor sobre cualquier objeto roto o descompuesto.

**RECEPCIÓN:** este departamento de recepción es el primero y último que recibe al huésped, es el encargado de todo el proceso desde que el huésped decide hospedarse con nosotros hasta donde cancela su cuenta.

**MANTENIMIENTO:** tiene que estar pendiente de las diversas áreas del hotel manteniendo control y seguimiento de manera cualificada, dirigir, supervisar, controlar y ejecutar el cálculo de costes de las reparaciones, modificaciones y mantenimiento de las instalaciones.

**SEGURIDAD:** hacer cumplir el reglamento interior de la Hostería, también deberá llevar el control de entrada y salidas realizando recorridos constantes en las áreas que así lo requieran.

**AUXILIAR DE COCINA:** este será el encargado de realizar labores auxiliares en la cocina, como son: limpiar y ordenar su puesto de trabajo y colaborar con el cocinero en el servicio, bajo supervisión.

**MESEROS:** interviene en el trato con los clientes, a fin de dar una buena impresión aplicando técnicas correctas de servicio para ofrecer la atención específica que necesitan.

#### 4.1.2.4 Plan de remuneraciones

El Empleado de la hostería por la prestación de sus servicios, percibirá mensualmente lo establecido en la Ley de Sueldos y Salarios, más todos los beneficios legales vigentes.

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA										
Cargo	N°	Sueldo Básico	Aporte Patronal 12.15%	Aporte Personal 9.35%	Décimo 13° Sueldo	Décimo 14° Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Administrador	1	1300	157,95	121,55	1300	318	1300	650	1178,45	20413
Supervisor de Piso	1	700	85,05	65,45	700	318	700	350	634,55	11139
Contador	1	800	97,20	74,80	800	318	800	400	725,20	12684
Psicóloga Ind.	1	800	97,20	74,80	800	318	800	400	725,20	12684
Recepcionista	1	400	48,60	37,40	400	318	400	200	362,60	6501
Auxiliares de Cocina	2	500	60,75	46,75	500	318	500	250	453,25	8047
Meseros	2	400	48,60	37,40	400	318	400	200	362,60	6501
Camareras	2	400	48,60	37,40	400	318	400	200	362,60	6501
Auxiliares de Limpieza	2	400	48,60	37,40	400	318	400	200	362,60	6501
Guardias	2	400	48,60	37,40	400	318	400	200	362,60	6501
Total	15									97474

Cuadro N° 21  
Fuentes: Plan de Remuneraciones  
Elaborado por: Las autoras

### 4.1.3 Plan de Operaciones

#### 4.1.3.1 Ubicación y Planos de las Instalaciones



Gráfico N°29: Mapa de Ubicación  
Elaborado por: Las autoras



Gráfico N°30 Plano Arquitectónico del Edificio  
Elaborado por: Arq. Roberto León R.

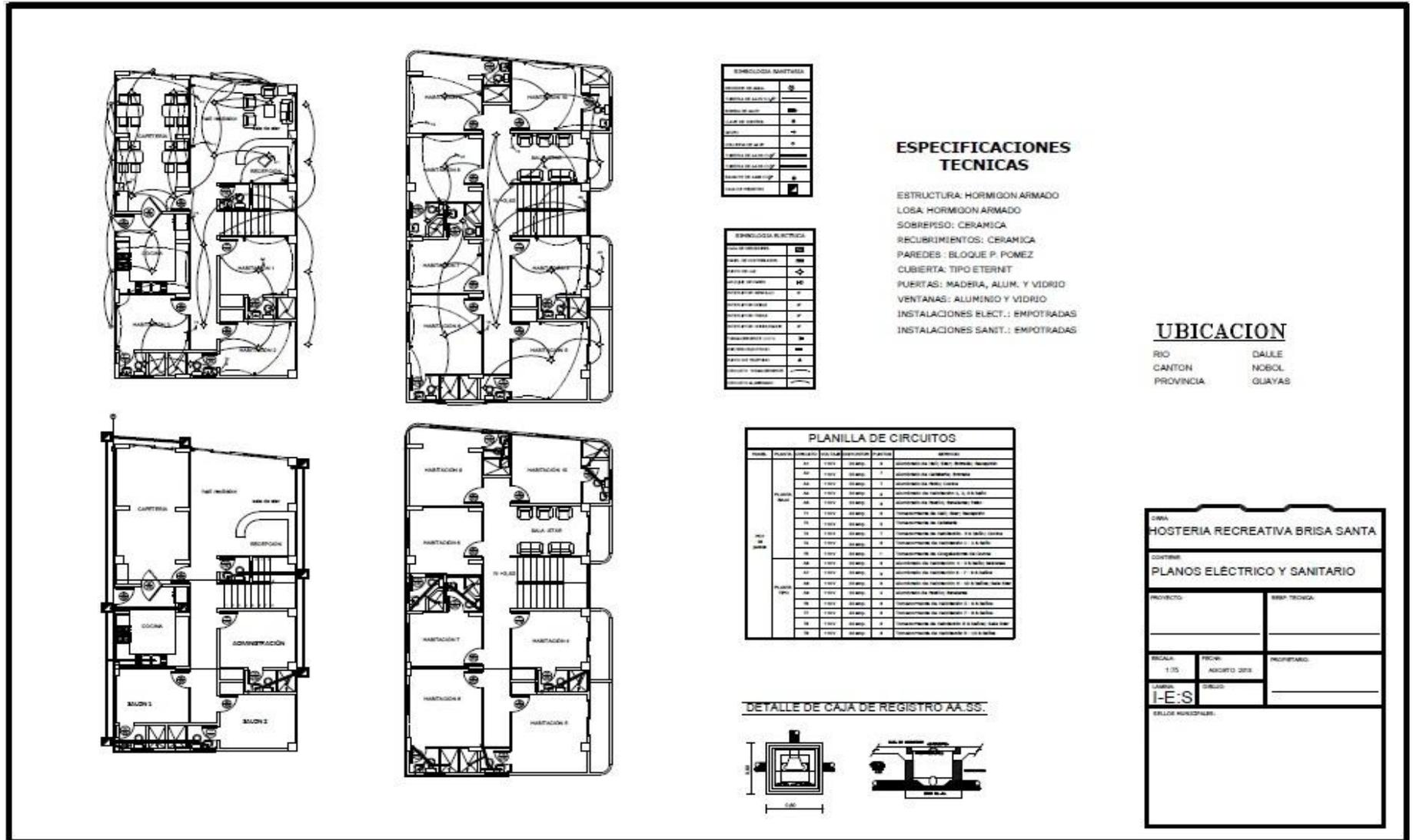


Gráfico N°31: Plano Eléctrico y Sanitario del Edificio  
 Elaborado por: Arq. Roberto León R.

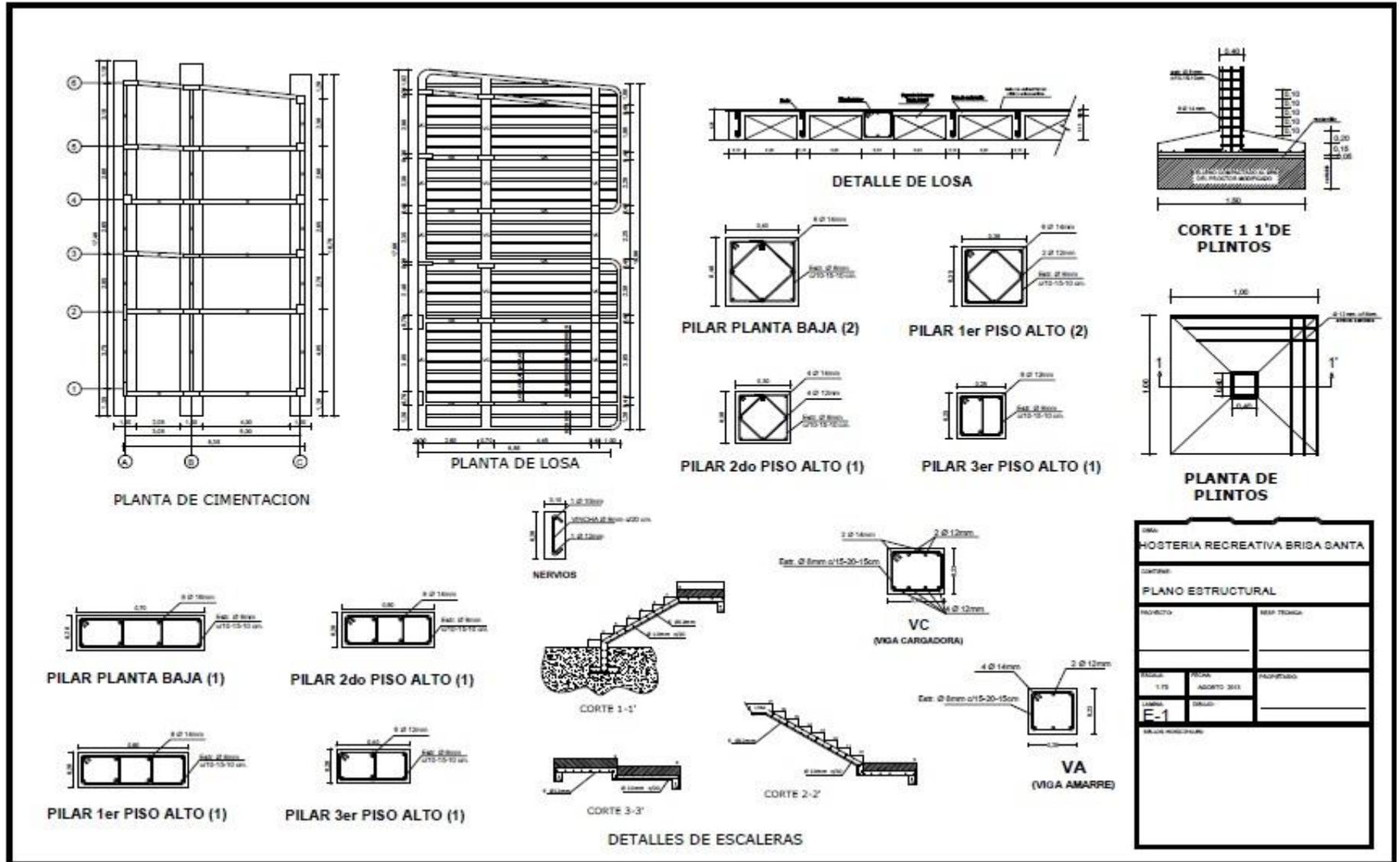


Gráfico N°32 Plano Estructural del Edificio  
Elaborado por: Arq. Roberto León R.

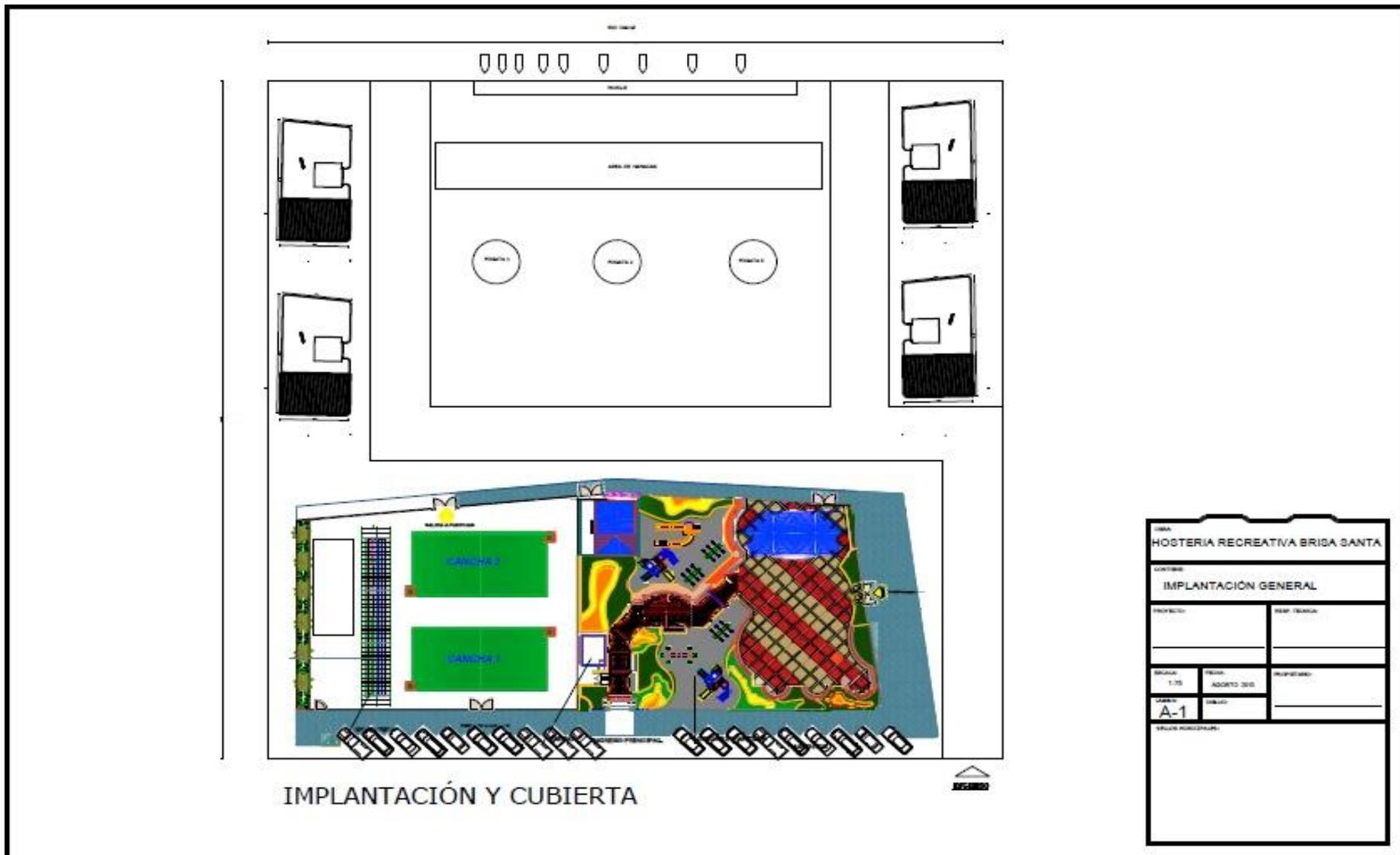


Gráfico N°33 Plano Implementación General del Edificio

Elaborado por: Arq. Roberto León R.

#### 4.1.3.2 Descripción de Maquinarias y Equipos, Materiales e Insumos.

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	N°	Precio Unitario	Valor Total Anual
Camas 1 plaza y media	28	179	5012
Veladores	14	58,99	825,86
Sillas para oficina	3	92,95	278,85
Escritorios para oficina	2	179,01	358,02
Almohadas	28	6,99	195,72
Colchón de 105 x 90	28	160,55	4495,4
Sábanas plaza y media	28	41,99	1175,72
SILLAS INTERIORES	70	89,4	6258
SILLAS APILABLES USOS MULTIPLES	80	9,79	783,2
MESAS PARA 4 PERSONAS	7	189	1323
MESAS PARA 6 PERSONAS	7	249,27	1744,89
MESAS DE EXTERIOR CON SILLAS Y PARASOL	6	298,21	1789,26
MANTELES PARA MESA DE 6P	16	4,91	78,56
MANTELES PARA MESA DE 4P	14	3,66	51,24
SOBREMANTELES	40	1,88	75,2
CUBIERTOS 24 PIEZAS 6 PERSONAS	17	24,91	423,47
VAJILLAS 20 PIEZAS 4 PERSONAS	25	31,43	785,75
VASOS 8 ONZAS	100	0,63	63
COPAS DE AGUA	100	1,07	107
COPAS DE VINO TINTO	100	12,95	1295
COPAS DE VINO BLANCO	100	12,5	1250
SERVILLETAS DE TELA	100	7,77	777
CENTROS DE MESA	14	18,21	254,94
SERVILLETEROS	14	7,13	99,82
DESTAPADORES-SACACORCHOS	2	7,14	14,28
CEPILLOS PARA LAVAR VASOS	2	2,05	4,1
ESTANTE DE BOTELLAS Y COPA	2	16,52	33,04
LÁMPARAS DE TECHO	4	76,34	305,36

CORTINAS BAÑOS	14	5,26	73,64
MUEBLE DE BAR	1	391,96	391,96
ANAQUELES SUPERIORES DE COCINA	5,6 mts	130	728
ANAQUELES INFERIORES DE COCINA	5,6 mts	100	560
TACHOS DE BASURA	14	13,19	184,66
BANCAS DE ACERO	6	93,97	563,82
FAROLAS	5	45,45	227,25
JUEGO ACCESORIOS DE BANO	17	29,02	493,34
ESPEJO PARA BANO	17	35,7	606,9
HAMACAS	7	21	147
Total			33834,25

Cuadro N° 22 Muebles y enseres.  
Elaborado por: Las autoras

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Descripción	N°	Precio Unitario	Valor Total Anual
CONGELADOR DE CARNES	1	706,23	706,23
CONGELADOR DE LEGUMBRES	1	706,22	706,22
REFRIGERADOR	2	721,49	1442,98
MICROONDAS	3	204,73	614,19
BANDEJAS	20	8,92	178,4
COCINA Y HORNO	2	605,56	1211,12
LICUADORA OSTER	4	108,1	432,4
BATIDORA OSTER	2	35,27	70,54
TOSTADORA OSTER	2	30,08	60,16
SANDUCHERA OSTER	2	115,11	230,22
Equipo de Sonido	2	228	456
Televisión	14	400,58	5608,12

Split	14	514,69	7250,66
Teléfono	2	62,49	124,98
RESBALADERA DE 5 PIES	1	388,1	388,1
JUEGO BALANCE 5 UNIDADES	1	440,68	440,68
CLOVER CLIMBER	1	470,52	470,52
ESTRUCTURA PARA COLUMPIO 3 ASIENT	1	1068,62	1068,62
ESCALADOR	1	551,42	551,42
<b>Total</b>			<b>21966,56</b>

Cuadro N° 23 Maquinaria y equipo.  
Elaborado por: Las autoras

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
Descripción	N°	Precio Unitario	Valor Total Anual
Computadora de escritorio	3	786,4	2359,2
Impresora Epson	1	343,65	343,65
PROYECTOR INFOCUS	2	623,04	1246,08
<b>Total</b>			<b>3948,93</b>

Cuadro N° 24 Equipo de Cómputo.  
Elaborado por: Las autoras

<b>INSUMOS PARA RESTAURANT</b>			
Descripción	N°	Precio Unitario	Valor Total Anual
Achiote Litro	3	0,50	1,5
Queso criollo por libra	10	1,50	15
Aceite vegetal 1 litro	6	2,70	16,2
Sal por libra	3	0,30	0,9

Pimienta sachet	3	0,10	0,3
Azúcar por libra	10	0,60	6
Huevo	50	0,12	6
Leche 1 litro	10	0,80	8
Pan de molde por unidad	10	1,40	14
Mantequilla 250g.	5	2,50	12,5
Mayonesa Maggi 250g.	5	1,40	7
Mermelada 250g.	3	1,20	3,6
Salchicha por docena	6	1,80	10,8
Mostaza 250g.	2	1,20	2,4
Papa por libra	10	0,25	2,5
Jamón por libra	4	1,50	6
Pollo entero	5	7,00	35
Pierna de cerdo 20 lb	2	85,29	170,58
Carne entera por libra	10	2,60	26
Costillas por kilo	10	1,90	19
Carne fileteada por libra	10	2,00	20
Gallina entera	3	15,00	45
Pato entero	2	20,00	40
Racima de Verde	5	6,00	30
Racima de Maduro	5	6,00	30
Lenteja por libra	6	0,80	4,8
Yuca por unidad	7	1,00	7
Choclo por unidad	8	0,40	3,2
Cebolla perla por atado	6	0,60	3,6
Cebolla blanca por atado	6	1,00	6

Fideo Cabello por libra	3	1,00	3
Atado de ajo pelado	3	2,00	6
Tomate lb	5	0,50	2,5
Lechuga por unidad	4	0,40	1,6
Atado de yerba buena	3	0,70	2,1
Zanahoria por unidad	10	0,25	2,5
Brócoli por unidad	4	0,50	2
Atado de espinaca	3	0,30	0,9
Maracuyá por unidad	6	0,20	1,2
Cerveza por unidad	5	1,00	5
Papaya por unidad	3	1,00	3
Piña por unidad	3	1,00	3
Sandía por unidad	3	2,00	6
Melón por unidad	3	0,40	1,2
Limón por unidad	10	0,03	0,3
Naranjas por unidad	7	0,10	0,7
Agua por unidad	50	0,30	15
Cola personal por unidad	50	0,30	15
Cola de 3 litros	50	2,00	100
Total			723,88

Cuadro N° 25 Insumos.  
Elaborado por: Las autoras

SUMINISTROS DE OFICINA			
Descripción	N°	Precio Unitario	Valor Total Anual
Resma de papel bond tamaño A4	10	4,99	49,9
Archivador Negro tamaño oficio	5	2,91	14,55
Bolígrafos Negro	5	3,32	16,6
Bolígrafos Azul	5	3,32	16,6
Perforadora Grande	1	10,1	10,1
Dispensador de Cinta	1	4,44	4,44
Papelera 3 niveles	2	17,42	34,84
Tijera	1	2,16	2,16
Regla	1	0,27	0,27
Goma en barra	1	1,84	1,84
Calculadora de escritorio	1	22,31	22,31
Caja registradora	1	400	400
Total			573,61

Cuadro N° 26 Suministros de oficina.  
Elaborado por: Las autora

ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA			
Descripción	N°	Precio Unitario	Valor Total Anual
Papel higiénico Scott doble hoja	15	3,22	48,3
Rollo de papel de Mano	15	9,43	141,45
Escoba cerdas suaves	2	11,89	23,78
Guantes N° 9	2	1,43	2,86
Trapeador de pisos	2	1,57	3,14

Fundas de basura negra doméstica	20	0,55	11
Fundas de basura negra industrial	20	4,77	95,4
Galón de Jabón Líquido	4	5,35	21,4
Galón de Desinfectante	4	5,11	20,44
Galón de ambiental	4	24,01	96,04
Total			463,81

Cuadro N° 27 Útiles de aseo y limpieza.  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4 Plan financiero

##### 4.1.4.1 Requerimientos iniciales de fondos: Propios o por financiamiento

ESTIMACIÓN DE INVERSIONES		
DETALLE		Valor
<b>ACTIVOS TANGIBLE</b>		
Construcción		214.734,53
Maquinaria y Equipo		21.966,56
Muebles y enseres		33.834,25
Equipos de Computación		3.948,93
<b>Total Activos Tangibles</b>		<b>274.484,27</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>		
Gastos de Constitución		1.200,00
<b>Total Activos Intangibles</b>		<b>1.200,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
		8.269,61
<b>Total Activos fijos</b>		<b>283.953,88</b>

Cuadro N° 28 Estimación de inversiones.  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.2 Capital de Trabajo

Para obtener el capital de trabajo se utilizará el método de ciclo de caja.

CAPITAL DE TRABAJO	<u>TOTAL DESEMBOLSOS ANUALES</u>
	Rotación Efectivo
Rotación efectivo =	360
	Ciclo de caja
Ciclo de caja =	360
	30
Rotación de efectivo	12
Total desembolsos anuales =	Insumos + Gastos Administrativos + Sueldos
Total desembolsos anuales =	723,88 + 1037,42 + 97474 = 99235,30
Capital de Trabajo =	99235,30
	12
CAPITAL DE TRABAJO	8269,61

Cuadro N° 29 Capital de trabajo.  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.3 Financiamiento

Al ser la Hostería Brisa Santa un proyecto dirigido para el desarrollo económico de la comunidad del Cantón Nobol se aconseja financiarlo de la siguiente forma:

<b>ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO</b>		
<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>% APORTE</b>	<b>VALOR EN DOLARES</b>
Aporte de los Socios	30%	85.186,16
Préstamo Bancario	40%	113.581,55
Organismo Público	30%	85.186,16
Total Inversión	100%	283.953,88

Cuadro N° 30 Estructura de financiamiento.  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.4 Depreciación y Amortización de Activos Fijo

Depreciación de Activos Fijos									
Nombre	Precio Unitario	Precio Total	Vida Útil	% Depreciación	AÑOS				
					1	2	3	4	5
Construcción	214734,53	214.734,53	20	5%	10.736,73	10.736,73	10.736,73	10.736,73	10.736,73
Equipo de Sonido	228	456,00	10	10%	45,60	45,60	45,60	45,60	45,60
Televisión	400,58	5.608,12	10	10%	560,81	560,81	560,81	560,81	560,81
Split	514,69	7.250,66	10	10%	720,57	720,57	720,57	720,57	720,57
Teléfono	62,49	124,98	10	10%	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50
CONGELADOR DE CARNES	706,23	706,23	10	10%	70,62	70,62	70,62	70,62	70,62
CONGELADOR DE LEGUMBRES	706,22	706,22	10	10%	70,62	70,62	70,62	70,62	70,62
REFRIGERADOR	721,49	1.442,98	10	10%	144,30	144,30	144,30	144,30	144,30
MICROONDAS	204,73	614,19	10	10%	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42
BANDEJAS	8,92	178,40	10	10%	17,84	17,84	17,84	17,84	17,84
COCINA Y HORNO	605,56	1.211,12	10	10%	121,11	121,11	121,11	121,11	121,11
LICUADORA OSTER	108,1	432,40	10	10%	43,24	43,24	43,24	43,24	43,24
BATIDORA OSTER	35,27	70,54	10	10%	7,05	7,05	7,05	7,05	7,05
TOSTADORA OSTER	30,08	60,16	10	10%	6,02	6,02	6,02	6,02	6,02
SANDUCHERA OSTER	115,11	230,22	10	10%	23,02	23,02	23,02	23,02	23,02
RESBALADERA DE 5 PIES	388,1	388,10	10	10%	38,81	38,81	38,81	38,81	38,81
JUEGO BALANCE 5 UNIDADES	440,68	440,68	10	10%	44,07	44,07	44,07	44,07	44,07
CLOVER CLIMBER	470,52	470,52	10	10%	47,05	47,05	47,05	47,05	47,05
ESTRUCTURA PARA COLUMPIO 3 ASIENTOS	1068,62	1.068,62	10	10%	106,86	106,86	106,86	106,86	106,86
ESCALADOR	551,42	551,42	10	10%	55,14	55,14	55,14	55,14	55,14
Muebles y Enseres	-	33.834,25	10	10%	3.383,43	3.383,43	3.383,43	3.383,43	3.383,43
Computadora de escritorio	786,4	2.359,20	3	33%	778,54	778,54	778,54	778,54	778,54
Impresora Epson	343,65	343,65	3	33%	113,40	113,40	113,40	113,40	113,40
PROYECTOR INFOCUS	623,04	1.246,08	3	33%	411,21	411,21	411,21	411,21	411,21
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>					<b>17.619,95</b>	<b>17.619,95</b>	<b>17.619,95</b>	<b>17.619,95</b>	<b>17.619,95</b>

<b>Mantenimiento de Activos fijos</b>								
Nombre	Precio Unitario	Precio Total	% Mantenimiento	AÑOS				
				1	2	3	4	5
Construcción	214.734,53	214.734,53	1%	2147,35	2147,35	2147,35	2147,35	2147,35
Equipo de Sonido	228,00	456,00	2%	9,12	9,12	9,12	9,12	9,12
Televisión	400,58	5.608,12	2%	112,16	112,16	112,16	112,16	112,16
Split	514,69	7.250,66	2%	144,11	144,11	144,11	144,11	144,11
Teléfono	62,49	124,98	2%	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
CONGELADOR DE CARNES	706,23	706,23	2%	14,12	14,12	14,12	14,12	14,12
CONGELADOR DE LEGUMBRES	706,22	706,22	2%	14,12	14,12	14,12	14,12	14,12
REFRIGERADOR	721,49	1.442,98	2%	28,86	28,86	28,86	28,86	28,86
MICROONDAS	204,73	614,19	2%	12,28	12,28	12,28	12,28	12,28
BANDEJAS	8,92	178,40	2%	3,57	3,57	3,57	3,57	3,57
COCINA Y HORNO	605,56	1.211,12	2%	24,22	24,22	24,22	24,22	24,22
LICUADORA OSTER	108,10	432,40	2%	8,65	8,65	8,65	8,65	8,65
BATIDORA OSTER	35,27	70,54	2%	1,41	1,41	1,41	1,41	1,41
TOSTADORA OSTER	30,08	60,16	2%	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
SANDUCHERA OSTER	115,11	230,22	2%	4,60	4,60	4,60	4,60	4,60
RESBALADERA DE 5 PIES	388,10	388,10	2%	7,76	7,76	7,76	7,76	7,76
JUEGO BALANCE 5 UNIDADES	440,68	440,68	2%	8,81	8,81	8,81	8,81	8,81
CLOVER CLIMBER	470,52	470,52	2%	9,41	9,41	9,41	9,41	9,41
ESTRUCTURA PARA COLUMPIO 3 ASIENTOS	1.068,62	1.068,62	2%	21,37	21,37	21,37	21,37	21,37
ESCALADOR	551,42	551,42	2%	11,03	11,03	11,03	11,03	11,03
Muebles y Enseres	-	32.273,43	2%	645,47	645,47	645,47	645,47	645,47
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	786,40	2.359,20	2%	47,18	47,18	47,18	47,18	47,18
Impresora Epson	343,65	343,65	2%	6,87	6,87	6,87	6,87	6,87
PROYECTOR INFOCUS	623,04	1.246,08	2%	24,92	24,92	24,92	24,92	24,92
<b>TOTAL MANTENIMIENTO</b>				<b>\$ 3.311,1</b>				

Amortización de Activos Intangibles							
Nombre	Precio Total	% Amortización	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	1200	20%	240	240	240	240	240
TOTAL AMORTIZACIÓN			240	240	240	240	240

Cuadro N° 31 Amortización.  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.5 Presupuesto de Ingresos Projectados: Ventas

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
	Años				
	1	2	3	4	5
DEMANDA DE HOSPEDAJE	87.934,21	89.146,76	90.379,18	91.631,92	92.905,41
DEMANDA POR CUBRIR	5.850	5.931	6.013	6.096	6.181
PRECIO C/U	24,40	24,40	24,40	24,40	24,40
TOTAL INGRESOS	142.739,98	144.708,26	146.708,80	148.742,32	150.809,53
DEMANDA SIN HOSPEDAJE	31.844,02	32.280,12	32.723,25	33.173,58	33.631,26
DEMANDA POR CUBRIR	8.640	8.758	8.879	9.001	9.125
PRECIO C/U	14,64	14,64	14,64	14,64	14,64
TOTAL INGRESOS	126.489,59	128.221,83	129.982,04	131.770,82	133.588,79
DEMANDA RESTAURANT	819,58	830,89	842,37	854,05	865,92
PRECIO C/U	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
TOTAL INGRESOS	2.868,55	2.908,10	2.948,31	2.989,17	3.030,72
INGRESOS ANUALES	272.098,12	275.838,20	279.639,15	283.502,31	287.429,04

Cuadro N° 32 Presupuesto de Ingreso.  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.6 Presupuesto de Egresos Projectados

Los gastos administrativos y de ventas se proyectan a 5 años con un incremento anual promedio del 10%.

PRESUPUESTO DE EGRESOS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS</b>						
Predios Municipales		150,00	165,00	181,50	199,65	219,62
Suministros de oficina		6.883,32	7.571,65	8.328,82	9.161,70	10.077,87
Útiles de Limpieza		5.565,72	6.122,29	6.734,52	7.407,97	8.148,77
Insumos		8.686,56	9.555,22	10.510,74	11.561,81	12.717,99
Sueldos / Salarios		97.473,80	107.221,18	117.943,30	129.737,63	142.711,39
Publicidad y Promoción		2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00	2.928,20
Servicios Básicos		2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
Mantenimiento Activos Fijos		3.311,12	3.311,12	3.311,12	3.311,12	3.311,12
Depreciación		17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95
Amortización		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS</b>		144.330,48	156.646,42	170.193,95	185.096,24	201.488,76
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés por pagar		11.818,12	9.700,95	7.334,10	4.688,12	1.730,09
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>		11.818,12	9.700,95	7.334,10	4.688,12	1.730,09
INVERSIÓN INICIAL	283.953,88					
<b>TOTAL</b>		156.148,60	166.347,37	177.528,05	189.784,36	203.218,85

Cuadro N° 33 Presupuesto de Egreso.  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.7 Análisis del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO	COSTO FIJO 1-(CVT / VT)		
P.E = Punto de Equilibrio M.			
C.F = Costo Fijo			
C.V = Costo Variable			
V.T = Ventas Totales			
PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD	CFT PRECIO - CVU		
P.E = Punto de Equilibrio Cantidad			
C.F.T = Costo Fijo Total			
C.V.U = Costo Variable Unitario			

Cuadro N° 34 Punto de Equilibrio.  
Elaborado por: Las autoras

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS					
AÑOS	1	2	3	4	5
<b>COSTOS FIJOS</b>					
SUELDOS Y SALARIOS	97.473,80	107.221,18	117.943,30	129.737,63	142.711,39
SERVICIOS BASICOS	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	3.311,12	3.311,12	3.311,12	3.311,12	3.311,12
DEPRECIACIONES	17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95
AMORTIZACIÓN	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
PREDIOS MUNICIPALES	150,00	165,00	181,50	199,65	219,62
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>121.194,88</b>	<b>131.197,26</b>	<b>142.199,88</b>	<b>154.302,76</b>	<b>167.615,92</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
SUMINISTROS DE OFICINA	6.883,32	7.571,65	8.328,82	9.161,70	10.077,87
ÚTILES DE LIMPIEZA	5.565,72	6.122,29	6.734,52	7.407,97	8.148,77
INSUMOS	8.686,56	9.555,22	10.510,74	11.561,81	12.717,99
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>21.135,60</b>	<b>23.249,16</b>	<b>25.574,08</b>	<b>28.131,48</b>	<b>30.944,63</b>
<b>TOTAL</b>	<b>142.330,48</b>	<b>154.446,42</b>	<b>167.773,95</b>	<b>182.434,24</b>	<b>198.560,56</b>

Cuadro N° 35 Clasificación de Costos  
Elaborado por: Las autoras

### Punto de Equilibrio en valores monetarios.

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	121.194,88	131.197,26	142.199,88	154.302,76	167.615,92
<b>COSTOS VARIABLES</b>	21.135,60	23.249,16	25.574,08	28.131,48	30.944,63
<b>INGRESOS</b>	272.098,12	275.838,20	279.639,15	283.502,31	287.429,04
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	131.401,69	143.273,10	156.513,65	171.300,65	187.838,65

Cuadro N° 36 Punto de Equilibrio en \$  
Elaborado por: Las autoras

### Punto de Equilibrio en Cantidad de la Demanda con hospedaje.

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	121.194,88	131.197,26	142.199,88	154.302,76	167.615,92
<b>DEMANDA A CAPTAR HOSP.</b>	5.850	5.931	6.013	6.096	6.181
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	3,61	3,92	4,25	4,61	5,01
<b>PRECIO UNITARIO</b>	24,40	24,40	24,40	24,40	24,40
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	5.830	6.406	7.058	7.799	8.643

Cuadro N° 37 Punto de Equilibrio en cantidad demanda con hospedaje.  
Elaborado por: Las autoras

### Punto de Equilibrio en Cantidad de la Demanda sin hospedaje

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	121.194,88	131.197,26	142.199,88	154.302,76	167.615,92
<b>DEMANDA A CAPTAR SIN HOSP.</b>	8.640	8.758	8.879	9.001	9.125
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	2,45	2,65	2,88	3,13	3,39
<b>PRECIO UNITARIO</b>	14,64	14,64	14,64	14,64	14,64
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	9939	10946	12092	13401	14901

Cuadro N° 38 Punto de Equilibrio en cantidad demanda sin hospedaje.  
Elaborado por: Las autoras

### Punto de Equilibrio en Cantidad Total

PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD					
AÑOS	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS	121.194,88	131.197,26	142.199,88	154.302,76	167.615,92
DEMANDA A CAPTAR TOTAL	14.490	14.689	14.891	15.097	15.306
COSTO VARIABLE UNITARIO	1,46	1,58	1,72	1,86	2,02
PRECIO UNITARIO	19,52	19,52	19,52	19,52	19,52
PUNTO DE EQUILIBRIO	6.710	7.314	7.988	8.739	9.579

Cuadro N° 39 Punto de Equilibrio en cantidad total.

Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.9 Estado de Resultado Proyectados

ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIAMIENTO					
DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	272.098,12	275.838,20	279.639,15	283.502,31	287.429,04
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	144.330,48	156.646,42	170.193,95	185.096,24	201.488,76
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	127.767,64	119.191,78	109.445,20	98.406,07	85.940,28
- PART. DE LOS TRABAJADORES (15%)	19.165,15	17.878,77	16.416,78	14.760,91	12.891,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	108.602,49	101.313,01	93.028,42	83.645,16	73.049,24
- IMPUESTO A LA RENTA (22%)	23.892,55	22.288,86	20.466,25	18.401,94	16.070,83
UTILIDAD NETA	84.709,94	79.024,15	72.562,17	65.243,23	56.978,41

Cuadro N° 40 Estado de Resultado sin Financiamiento  
Elaborado por: Las autoras

ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIAMIENTO					
DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	272.098,12	275.838,20	279.639,15	283.502,31	287.429,04
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	144.330,48	156.646,42	170.193,95	185.096,24	201.488,76
- GASTOS FINANCIEROS	11.818,12	9.700,95	7.334,10	4.688,12	1.730,09
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	115.949,52	109.490,83	102.111,11	93.717,96	84.210,19
- PART. DE LOS TRABAJADORES (15%)	17.392,43	16.423,62	15.316,67	14.057,69	12.631,53
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	98.557,09	93.067,21	86.794,44	79.660,26	71.578,66
- IMPUESTO A LA RENTA (22%)	21.682,56	20.474,79	19.094,78	17.525,26	15.747,31
UTILIDAD NETA	76.874,53	72.592,42	67.699,66	62.135,00	55.831,36

Cuadro N° 41 Estado de Resultado sin Financiamiento  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.8 Flujo de efectivo

<b>FLUJO NETO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑOS</b>					
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
INGRESOS		272.098,12	275.838,20	279.639,15	283.502,31	287.429,04
- GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		144.330,48	156.646,42	170.193,95	185.096,24	201.488,76
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS		127.767,64	119.191,78	109.445,20	98.406,07	85.940,28
- PART. DE LOS TRABAJADORES (15%)		19.165,15	17.878,77	16.416,78	14.760,91	12.891,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		108.602,49	101.313,01	93.028,42	83.645,16	73.049,24
- IMPUESTO A LA RENTA (22%)		23.892,55	22.288,86	20.466,25	18.401,94	16.070,83
UTILIDAD NETA		84.709,94	79.024,15	72.562,17	65.243,23	56.978,41
+ DEPRECIACIÓN		17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95
+ AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
INVERSIÓN INICIAL	283.953,88					
- INVERSIÓN DE REPLAZO				3948,93		
+ VALOR DE DESECHO						190.293,94
+ RECUPERACIÓN DEL CAPITAL						8269,61
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	283.953,88	102.569,90	96.884,11	86.473,19	83.103,18	273.401,91
FLUJO ACUMULADO	283.953,88	102.569,90	199.454,00	285.927,20	369.030,38	642.432,29

Cuadro N° 42 Flujo neto sin Financiamiento  
Elaborado por: Las autoras

<b>FLUJO NETO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑOS</b>					
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
INGRESOS		272.098,12	275.838,20	279.639,15	283.502,31	287.429,04
- GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		144.330,48	156.646,42	170.193,95	185.096,24	201.488,76
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS		127.767,64	119.191,78	109.445,20	98.406,07	85.940,28
- PART. DE LOS TRABAJADORES (15%)		19.165,15	17.878,77	16.416,78	14.760,91	12.891,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		108.602,49	101.313,01	93.028,42	83.645,16	73.049,24
- IMPUESTO A LA RENTA (22%)		23.892,55	22.288,86	20.466,25	18.401,94	16.070,83
UTILIDAD NETA		84.709,94	79.024,15	72.562,17	65.243,23	56.978,41
+ DEPRECIACIÓN		17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95	17.619,95
+ AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
INVERSIÓN INICIAL	283.953,88					
- PRÉSTAMO	113.581,55					
- OBLIGACIÓN FINANCIERA		29.770,58	29.770,58	29.770,58	29.770,58	29.770,58
- INVERSIÓN DE REPLAZO				3948,93		
+ VALOR DE DESECHO						190.293,94
+ RECUPERACIÓN DEL CAPITAL						8269,61
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	170.372,33	72.799,31	67.113,52	60.651,54	53.332,60	243.631,32
FLUJO ACUMULADO	170.372,33	72.799,31	139.912,84	200.564,37	253.896,97	497.528,29

Cuadro N° 43 Flujo neto con financiamiento  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.4.10 Evaluación Financiera

##### 4.1.4.10.1 Determinación de la tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO	
Tasa Pasiva	4,53
Tasa de inflación global de la economía	2,68
Riesgo País	6,21
<b>TMAR</b>	<b>13,42</b>

Cuadro N° 44 Tasa de descuento  
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Las autoras

##### 4.1.4.10.2 Valor Actual Neto

FF = Flujo de efectivo de cada periodo

N = Número de periodos

TMAR = Tasa mínima aceptable de rendimiento

FF0 = Flujo de efectivo en el año 0

$$VAN = \frac{FF_1}{(1+TRMAR)_n} + \frac{FF_2}{(1+TRMAR)_n} + \frac{FF_3}{(1+TRMAR)_n} + \frac{FF_4}{(1+TRMAR)_n} + \frac{FF_5}{(1+TRMAR)_n} - FF_0$$

$$\underline{VAN = 149.584,90}$$

##### 4.1.4.10.3 Tasa Interna de Retorno

$$TIR = 39,16 \%$$

$$TMAR = 13,42$$

MÉTODO	DECISIÓN A TOMAR	
	Si es rentable	No es rentable
TIR	$\geq TMAR$	$< TMAR$

La tasa interna de retorno, nos muestra que es factible la realización del proyecto.

#### 4.1.4.10.4 Período de Recuperación de la inversión

<b>Período de Recuperación con financiamiento</b>			
AÑO	INVERSIÓN	P/R	P/R
0	170.372,33		
1	72.799,31		
2	67.113,52	139.912,84	30.459,49
3	60.651,54		0,50
4	53.332,60		
5	243.631,32		
Periodo de Recuperación			3,50

Cuadro N° 45 Período de recuperación de la inversión con financiamiento.  
Elaborado por: Las autoras

<b>Período de Recuperación sin financiamiento</b>			
AÑO	INVERSIÓN	P/R	P/R
0	283.953,88		
1	102.569,90		
2	96.884,11	199.454,00	84.499,87
3	86.473,19		0,98
4	83.103,18		
5	273.401,91		
Periodo de Recuperación			3,98

Cuadro N° 46 Período de recuperación de la inversión sin financiamiento.  
Elaborado por: Las autoras

- El período de recuperación de la inversión en este proyecto es al 3er año en ambos escenarios con financiamiento y sin financiamiento.

#### 4.1.4.10.5 Relación Costo Beneficio

$$\text{Relación C/B} = \frac{\text{VAFF}}{\text{INVERSIÓN}}$$

<b>Relación Costo Beneficio con financiamiento</b>			
AÑO	VAFF	INVERSIÓN	RELACIÓN C/B
1	72.799,31		
2	67.113,52		
3	60.651,54		
4	53.332,60		
5	243.631,32		
<b>TOTAL</b>	<b>497.528,29</b>	<b>170.372,33</b>	<b>2,92</b>

Cuadro N° 47 Relación Costo Beneficio con financiamiento.  
Elaborado por: Las autoras

Análisis: La relación costo/beneficio con financiamiento es mayor que 1, ya que los ingresos son mayores que los egresos, por lo que el proyecto es aconsejable, por cada dólar invertido se obtendría de beneficio 2,92.

<b>Relación Costo Beneficio sin financiamiento</b>			
AÑO	VAFF	INVERSIÓN	RELACIÓN C/B
1	102.569,90		
2	96.884,11		
3	86.473,19		
4	83.103,18		
5	273.401,91		
<b>TOTAL</b>	<b>642.432,29</b>	<b>283.953,88</b>	<b>2,26</b>

Cuadro N° 48 Relación Costo Beneficio sin financiamiento.  
Elaborado por: Las autoras

Análisis: La relación costo/beneficio sin financiamiento también es mayor que 1, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendría de beneficio 2,26 un poco menos que el escenario con financiamiento debido a una mayor inversión.

## 4.2 CONCLUSIONES

- ✓ Al final del proceso de investigación se ha llegado a la conclusión, que el Cantón Nobol a pesar de ser una parroquia rural muy alejada de la vida Cosmopolita de las grandes ciudades, mantiene un gran atractivo que hace que sea reconocida por la mayoría de los Ecuatorianos y preferente como un lugar de visita religiosa.
- ✓ El Cantón Nobol cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos que no han sido debidamente promocionados y que pueden generar no solo ingresos económicos sino también un gran número de fuentes de empleo.
- ✓ La existencia de una hostería en la zona incrementara la permanencia del turista evitando que los mismos viajen a otros lugares en busca de alojamiento o regresen a su ciudad y su visita se limite solo al santuario, ignorando los demás atractivos turísticos del sector.
- ✓ La hostería recreativa contara con la infraestructura necesaria para su implementación, con la construcción de un salón de usos múltiples, áreas recreativas, un restaurant, dormitorios, zonas verdes en donde se pueda disfrutar del paisaje que brinda su perfecta ubicación al pie del río Daule.
- ✓ El estudio económico realizado ha permitido confirmar la rentabilidad del presente proyecto. La creación de la hostería recreativa “BRISA SANTA” es un proyecto totalmente ejecutable y altamente rentable no solo para los inversionistas sino también para toda comunidad del Cantón Nobol.

### 4.3 RECOMENDACIONES

- ✓ Este proyecto se vería beneficiado si el Gobierno incrementara su apoyo estatal al Cantón Nobol, invirtiendo en mayores obras de desarrollo urbano que le permitan ser más competitivos en el mercado turístico.
- ✓ El Ministerio de Turismo debe poner énfasis en promocionar en el exterior e incentivar al turista extranjero a conocer los principales atractivos del Cantón Nobol.
- ✓ La hostería Brisa Santa debe trabajar directamente con los pobladores creando alianzas estratégicas para promocionar los paseos a caballos y los viajes en canoa por el Río Daule, cooperando estrechamente con la comunidad.
- ✓ La hostería deberá coordinar con la Prefectura del Guayas las capacitaciones a los guías turísticos de la comunidad que ofrecen sus servicios a los visitantes, para que se mantengan constantemente motivados.

## 5.- BIBLIOGRAFÍA

- Guillermo Grajales V. Centro Interamericano de Desarrollo Rural y Reforma Agraria- Material Didáctico N° 154 – Bogotá, Julio de 1970. Estudio de Mercado y Comercialización.
- Profesionales de Empresa - ESIC EDITORIAL (Madrid) 2005. Gestión, Dirección y Estrategia de Producto-Libros.
- Silke Schulte julio 2003 “Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turístico”
- Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solíz Carrión octubre 2007 Desarrollo y sostenibilidad social”. Turismo comunitario en el Ecuador.
- Presidente constitucional Gustavo Noboa Bejarano Decreto N° 3400 (Registro oficial 726, 17-XII-2002). Reglamento General de actividades turísticas.
- Creación de empresa Juan Antonio Flórez Uribe. Proyectos de inversión para las Pyme.
- Ministerio de turismo, Plan de desarrollo de la provincia del Guayas 2012-2021 “Informe final del diseño del Estratégico del Desarrollo del Turismo sostenible para el Ecuador.
- Ma. Genoveva Millán Vásquez de la Torre, Emilio Morales Fernández, Leonor Pérez Naranjo. (2010) Gest.tur, N°13 Estudio del Camino de Santiago pg. 09 - 37
- Blanco, R. y Benayas, J. (1994) “El Turismo como Motor de Desarrollo Rural: Análisis de los Proyectos de Turismo Subvencionados por Leader I”. Revista de Estudios Agro-Sociales, n° 169 pg. 119-147.

- Cánoves, G., Herrera, L. y Villarino, M. (2005) “Turismo Rural en España: Paisajes y Usurarios, Nuevos Usos y Nuevas Visiones”. Cuadernos de Turismo, nº 15 pg. 63-76.
- Luis Jesús Galindo Cáceres Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación pág. 48-49
- Ernesto A. Rodríguez Moguel (2005) Metodología de la investigación pág. 24,25.
- Tarsicio Jáñez 4ed. Barrio Universidad Católica Andrés Bello (2008) Metodología de la investigación de Derecho pág. 124,125.
- Dirección Nacional de Migración- Ministerio de Turismo ene 2012.
- Sistema integrado de encuesta de hogares INEC censo 2010.
- <http://www.sri.gob.ec/web/guest>
- <http://www.guayas.gov.ec/html/cantones/nobol/historia>
- <http://www.suitesguayaquil.com/plan-maestro-turismo-guayas.html>
- [www.garzarroja.com](http://www.garzarroja.com)

**ANEXOS**

## ANEXO N°1



Gráfico 34: Imágenes de Nobol  
Elaborado por: Las autoras



Gráfico 35: Imágenes de Nobol  
Elaborado por: Las autoras



Gráfico 36: Imágenes de Nobol  
Elaborado por: Las autoras

## ANEXO N°2

<b>PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA RECREATIVA "BRISA SANTA"                      COMO ALTERNATIVA PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN NOBOL                      MATRIZ AUXILIAR PARA EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	ORGANIZACIÓN DE LAS VARIABLES	
GENERAL	GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADORES
¿El reducido número de lugares adecuados para estadía de los turistas religiosos en el cantón Nobol afecta al desarrollo económico y turístico del mismo?	Desarrollar un estudio de factibilidad sobre el proceso de creación de una Hostería en el Cantón Nobol, mediante la cual se logre promover el desarrollo económico del mismo.	La creación de una hostería en el Cantón Nobol incentivará a los turistas religiosos tanto internos como externos y aportará con el desarrollo económico del Cantón.	Creación de una hostería turística en el Cantón Nobol.	
SUBPROBLEMAS	ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS PARTICULARES	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES
1. ¿Promoverá el desarrollo turístico del Cantón Nobol?	Demostrar el impacto que genera la creación de una hostería en el sector turístico mediante un estudio de mercado.	El estudio del mercado y los beneficios que genera esta propuesta demostrará el impacto que tendrá la misma.	Existencia de un lugar de estadía para que los turistas religiosos puedan realizar convivencias o retiros. Ingreso de un mayor número de visitantes.	Número de lugares de alojamiento en el Cantón Nobol.
2. ¿Se impulsará la economía del cantón y de sus habitantes, con la implementación del proyecto?	Diagnosticar si es viable esta propuesta de negocio, mediante un estudio técnico y económico.	La viabilidad técnica y económica del proyecto será demostrada a través de un estudio respectivo en cada área.	Los habitantes y sus negocios que dependen del turismo se beneficiarán entorno al proyecto.	Normas obligatorias a seguir.
3. ¿Aceptará la población la ejecución del proyecto y los turistas religiosos estarán dispuestos a pagar por el servicio?	Cumplir con todos los requerimientos legales del Ministerio de Turismo e Instituciones públicas para ofrecer un servicio de calidad a los turistas y una correcta implementación del proyecto.	Las instituciones financieras y públicas permitirá el acceso a la información completa de los requisitos necesarios para la creación de negocios en el sector hotelero.	Cumplimiento de las normativas que regulen el sector hotelero certificará la calidad del servicio.	Número de plazas de empleo formal que se crearán entorno a la hostería.
4. ¿Realizar el proyecto generará plazas de empleos para los residentes del Cantón?	Comprobar la factibilidad de crear una hostería como alternativa para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol	La creación de una hostería servirá para promover el desarrollo económico del Cantón Nobol.	Reactivación del sector económico mediante la creación de plazas de empleo.	Porcentaje de Rentabilidad del negocio.
5. ¿Existirán inversionistas interesados en financiar este proyecto y se lograrán las ganancias esperadas con la ejecución del mismo?	Determinar mediante estudios financieros y variables económicas la rentabilidad del proyecto	El análisis financiero arrojará los índices que reflejan la rentabilidad de la propuesta.	Se creará un modelo rentable de negocio dentro del sector turístico para atraer nuevos inversionistas.	
6. ¿Se logrará satisfacer las necesidades de los turistas religiosos y llegar a ser competitivos en este mercado?	Identificar a través de un estudio de mercado la demanda insatisfecha de turistas que visitan este Cantón y establecer estrategias competitivas dentro del sector turístico.	La investigación de mercado será el mejor medio para analizar la demanda que captará de esta propuesta de negocio.	La llegada de nuevos turistas motivados por la existencia de turistas satisfechos.	

## ANEXO N°3

### CUADRO DE DIAGNÓSTICO PARA EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

	SÍNTOMAS	CAUSAS	PRONÓSTICO	CONTROL DEL PRONÓSTICO
<b>CLIENTES</b>	Insatisfacción en los turistas religiosos que visitan este Cantón.	Déficit de un lugar adecuado para hospedarse y a la vez que ofrezca alojamientos recreativos.  Escases de guías para hacer un recorrido turístico total.	La cantidad de turistas que visitan este cantón a diario, supera la capacidad que tiene la población para poder atenderlos y ofrecerles comodidades. Los turistas solo viajarán a este Cantón por un motivo estrictamente religioso e ignorarán los demás atractivos que tiene el Cantón.	Ampliar la oferta de lugares de hospedaje y recreación dirigidos al sector turístico.
<b>ASPECTOS ECONÓMICOS</b>	Déficit de nuevas propuestas de negocio que reactiven el sector económico del Cantón.	Falta de un plan estratégico para impulsar la económica y promover el desarrollo urbano en este Cantón.	Este Cantón seguirá siendo un pueblo rural alejado del desarrollo urbanístico, al no estar a la altura de los turistas que lo visitan.	Promocionar nuevas fuentes de trabajo al crear una hostería donde se empleará de mucho talento humano para cada una de las áreas.
<b>ASPECTO SOCIAL</b>	Incremento de negocios informales en torno al sector turístico.	Reducidas fuentes de empleo formales para los habitantes del Cantón Nobol.	Sus habitantes perderán una valiosa fuente de ingresos al no explotar el gran atractivo turístico de su Cantón.	Capacitar a sus habitantes como guías turísticos generando una fuente de empleo formal y así reducir la oferta informal lo cual genera una mala imagen hacia los turistas.
<b>ASPECTO POLÍTICO</b>	Insuficiente promoción turística del país sobre el Cantón Nobol hacia exterior.	Poca comunicación entre las autoridades locales y provinciales encargadas de impulsar el turismo en las diferentes Instituciones gubernamentales fuera del país.	Esto generará que las bondades del Cantón Nobol no sean totalmente conocidas en el exterior restando muchos turistas sobre todo extranjeros que pudieran venir a visitar este lugar.	Utilizar redes sociales para promocionar la hostería y a la vez socializar las bondades del Cantón Nobol.
<b>PRECIO</b>	Precios bajos en los diferentes servicios hoteleros que se ofrecen a los turistas.	Los servicios no son variados y la calidad es deficiente.	Esto generará clientes insatisfechos al momento de relacionar el precio con la calidad. Al entrar en competencia la hostería se vería perjudicada por los precios del sector hotelero.	Establecer un precio en base al costo y una utilidad razonable sosteniendo la calidad del servicio.
<b>COMPETENCIA</b>	La competencia es limitada.	Debido a que el mercado hotelero no se ha desarrollado ni diversificado y la oferta es reducida.	La escasa competencia se considera una oportunidad para el análisis FODA.	Mediante la creación de la hostería se diversificará la oferta dentro del sector hotelero de este Cantón y así incentivar la competencia.
<b>FINANCIAMIENTO</b>	Dificultad para financiar nuevas propuestas de negocios.	Desconocimiento por parte de los microempresarios sobre los requisitos para obtener un crédito bancario.	Existirá el descontento y la falta de predisposición de los microempresarios que no encuentran facilidades para poner marcha sus ideas.	Investigar los requisitos que solicitan las instituciones que ofrecen apoyo a los microempresarios para financiar proyectos de inversión y poder elegir la más conveniente.
<b>ASPECTOS LEGALES</b>	Obstáculos y demora al momento de gestionar permisos de funcionamiento por parte de las entidades públicas del Cantón.	Reducida información de los trámites necesarios para obtener permisos patente y demás requisitos legales de funcionamiento.	La dificultad de tramitar los permisos requeridos genera barreras burocráticas, lo que prolonga el proceso para instalar un nuevo negocio.	Levantamiento de información en las instituciones públicas pertinentes del Cantón como el Municipio, la Gobernación y otras entidades involucradas en el proceso.

## ANEXO N°4

### ENCUESTA

SOMOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL Y ESTAMOS EN PROCESO DE RECAUDACIÓN DE INFORMACIÓN DE NUESTRO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

**OBJETIVOS: Investigar el impacto que genera la creación de una hostería en el sector turístico de Nobol.**

**SU RESPUESTA SERA DE MUCHO VALOR PARA NUESTRO ANÁLISIS**

<b>Sexo:</b>	M	F	<b>EDAD:</b> _____
<b>1</b>	<b><u>¿CONOCE EL CANTÓN NOBOL?</u></b>		
	Si		<input type="checkbox"/> Pasar a la P 2
	No		<input type="checkbox"/> Pasar a la P 3; P 7
	Solo tiene referencia de visitantes		<input type="checkbox"/> Pasar a la P 3; P 7
<b>2</b>	<b><u>¿ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA NOBOL?</u></b>		
	SI		<input type="checkbox"/>
	NO		<input type="checkbox"/>
<b>3</b>	<b><u>¿DE DÓNDE VIENE USTED?</u></b>		
	GUAYAQUIL		<input type="checkbox"/>
	OTRA PROVINCIA		<input type="checkbox"/>
	FUERA DEL ECUADOR		<input type="checkbox"/>
<b>4</b>	<b><u>¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO DE SU VISITA A NOBOL?</u></b>		
	TURÍSTICO		<input type="checkbox"/>
	RELIGIOSO		<input type="checkbox"/>
	FAMILIAR		<input type="checkbox"/>
	OTROS		<input type="checkbox"/>
<b>5</b>	<b><u>¿CUÁNTAS VECES AL AÑO VIENE USTED A NOBOL?</u></b>		
	Semanalmente		<input type="checkbox"/>
	Una vez por mes		<input type="checkbox"/>
	Solo fiestas patronales		<input type="checkbox"/>
	Varias veces al año		<input type="checkbox"/>
<b>6</b>	<b><u>¿CONOCE LUGARES DE ALOJAMIENTO EN NOBOL?</u></b>		
	SI		<input type="checkbox"/>
	NO		<input type="checkbox"/>
<b>7</b>	<b><u>¿CUÁNDO VIAJA LO HACE?</u></b>		
	SOLO (A)		<input type="checkbox"/>
	FAMILIA		<input type="checkbox"/>
	AMIGOS		<input type="checkbox"/>
	OTROS		<input type="checkbox"/>
<b>8</b>	<b><u>¿PERTENECE A UN GRUPO DE FORMACIÓN RELIGIOSA?</u></b>		
	SI		<input type="checkbox"/>
	NO		<input type="checkbox"/>

9 **SI EXISTIERA UN LUGAR DE ALOJAMIENTO RECREATIVO EN NOBOL DONDE TAMBIÉN SE PUE DAN HACER CONVIVENCIAS ¿USTED VENDRÍA CON SU GRUPO O FAMILIA?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
TALVEZ	<input type="checkbox"/>

10 **¿QUÉ BUSCA EN UN LUGAR DE ALOJAMIENTO?**

EXCELENTES INSTALACIONES	<input type="checkbox"/>
UN MENÚ VARIADO	<input type="checkbox"/>
COMODIDAD	<input type="checkbox"/>
ACTIVIDADES RECREATIVAS	<input type="checkbox"/>
INTERNET Y TV CABLE	<input type="checkbox"/>
SERVICIO PERSONALIZADO	<input type="checkbox"/>
TODAS LAS ANTERIORES	<input type="checkbox"/>

11 **¿CUÁNTO ESTARÍA USTED DISPUESTO A PAGAR POR ALOJAMIENTO DIARIO POR PERSONA?**

10 A 15 DÓLARES	<input type="checkbox"/>
15 A 25 DLARES	<input type="checkbox"/>
Más de 25 dólares	<input type="checkbox"/>

12 **HABITUALMENTE ¿CÓMO CANCELA SUS GASTOS POR VIAJE Y HOSPEDAJES?**

TARJETA DE CRÉDITO	<input type="checkbox"/>
EFFECTIVO	<input type="checkbox"/>

**AGRADECEMOS SU OPINIÓN**

## ANEXO N°5

### PRÉSTAMO BANCO PICHINCHA

#### Tabla de Amortizaciones

Monto del préstamo	113.581,55
Tasa de interés anual	11,20%
Período de pago (en meses)	1
Duración (períodos)	60

Número de pago	Pago	Cuota de Interés	Cuota de Capital	Saldo	Capital Amortizado
				113.581,55	
1	2.480,88	1.060,09	1.420,79	112.160,76	1.420,79
2	2.480,88	1.046,83	1.434,05	110.726,72	2.854,84
3	2.480,88	1.033,45	1.447,43	109.279,28	4.302,27
4	2.480,88	1.019,94	1.460,94	107.818,34	5.763,21
5	2.480,88	1.006,30	1.474,58	106.343,76	7.237,79
6	2.480,88	992,54	1.488,34	104.855,42	8.726,13
7	2.480,88	978,65	1.502,23	103.353,19	10.228,36
8	2.480,88	964,63	1.516,25	101.836,94	11.744,61
9	2.480,88	950,48	1.530,40	100.306,54	13.275,02
10	2.480,88	936,19	1.544,69	98.761,85	14.819,70
11	2.480,88	921,78	1.559,10	97.202,74	16.378,81
12	2.480,88	907,23	1.573,66	95.629,09	17.952,47
13	2.480,88	892,54	1.588,34	94.040,74	19.540,81
14	2.480,88	877,71	1.603,17	92.437,57	21.143,98
15	2.480,88	862,75	1.618,13	90.819,44	22.762,11
16	2.480,88	847,65	1.633,23	89.186,21	24.395,34
17	2.480,88	832,40	1.648,48	87.537,73	26.043,82
18	2.480,88	817,02	1.663,86	85.873,87	27.707,68
19	2.480,88	801,49	1.679,39	84.194,48	29.387,08
20	2.480,88	785,82	1.695,07	82.499,41	31.082,14
21	2.480,88	769,99	1.710,89	80.788,52	32.793,03
22	2.480,88	754,03	1.726,86	79.061,66	34.519,89
23	2.480,88	737,91	1.742,97	77.318,69	36.262,86
24	2.480,88	721,64	1.759,24	75.559,45	38.022,10
25	2.480,88	705,22	1.775,66	73.783,79	39.797,76
26	2.480,88	688,65	1.792,23	71.991,56	41.589,99
27	2.480,88	671,92	1.808,96	70.182,60	43.398,96
28	2.480,88	655,04	1.825,84	68.356,75	45.224,80
29	2.480,88	638,00	1.842,89	66.513,87	47.067,69
30	2.480,88	620,80	1.860,09	64.653,78	48.927,77
31	2.480,88	603,44	1.877,45	62.776,33	50.805,22
32	2.480,88	585,91	1.894,97	60.881,36	52.700,19
33	2.480,88	568,23	1.912,66	58.968,71	54.612,84
34	2.480,88	550,37	1.930,51	57.038,20	56.543,35
35	2.480,88	532,36	1.948,53	55.089,67	58.491,88
36	2.480,88	514,17	1.966,71	53.122,96	60.458,59

## ANEXO N°5

### PRÉSTAMO BANCO PICHINCHA

#### Tabla de Amortizaciones

Monto del préstamo	113.581,55
Tasa de interés anual	11,20%
Período de pago (en meses)	1
Duración (períodos)	60

Número de pago	Pago	Cuota de Interés	Cuota de Capital	Saldo	Capital Amortizado
37	2.480,88	495,81	1.985,07	51.137,89	62.443,66
38	2.480,88	477,29	2.003,60	49.134,30	64.447,25
39	2.480,88	458,59	2.022,30	47.112,00	66.469,55
40	2.480,88	439,71	2.041,17	45.070,83	68.510,72
41	2.480,88	420,66	2.060,22	43.010,61	70.570,94
42	2.480,88	401,43	2.079,45	40.931,16	72.650,39
43	2.480,88	382,02	2.098,86	38.832,31	74.749,25
44	2.480,88	362,43	2.118,45	36.713,86	76.867,69
45	2.480,88	342,66	2.138,22	34.575,64	79.005,91
46	2.480,88	322,71	2.158,18	32.417,46	81.164,09
47	2.480,88	302,56	2.178,32	30.239,14	83.342,41
48	2.480,88	282,23	2.198,65	28.040,49	85.541,06
49	2.480,88	261,71	2.219,17	25.821,32	87.760,23
50	2.480,88	241,00	2.239,88	23.581,44	90.000,11
51	2.480,88	220,09	2.260,79	21.320,65	92.260,90
52	2.480,88	198,99	2.281,89	19.038,76	94.542,79
53	2.480,88	177,70	2.303,19	16.735,58	96.845,98
54	2.480,88	156,20	2.324,68	14.410,89	99.170,66
55	2.480,88	134,50	2.346,38	12.064,51	101.517,04
56	2.480,88	112,60	2.368,28	9.696,23	103.885,32
57	2.480,88	90,50	2.390,38	7.305,85	106.275,70
58	2.480,88	68,19	2.412,69	4.893,15	108.688,40
59	2.480,88	45,67	2.435,21	2.457,94	111.123,61
60	2.480,88	22,94	2.457,94	0,00	113.581,55

# ANEXO N°6

## PRESUPUESTO DE OBRA

PROPIETARIO: HOSTERÍA BRISA SANTA

PROYECTO: TURÍSTICO

UBICACIÓN: CANTÓN NOBOL

FECHA: SEPTIEMBRE/2013

Pág. 1 de 2

ÍTEM	RUBRO	UNID.	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>01</b>	<b>INSTALACIÓN DE OBRA</b>				
01.01	TRAZADO Y REPLANTEO	M2.	1800,00	0,92	1.656,00
01.02	CASETA DE GUARDIÁN	GLOB.	1,00	420,00	420,00
01.03	INSTALACIÓN DE AGUA	GLOB.	1,00	320,00	320,00
01.04	INSTALACIÓN DE LUZ	GLOB.	1,00	320,00	320,00
<b>02</b>	<b>MOVIMIENTO DE TIERRA</b>				
02.01	EXCAVACIÓN Y DESALOJO MANUAL	M3.	720,00	5,00	3.600,00
02.02	RELLENO COMPACTADO	M3.	720,00	4,90	3.528,00
02.03	PREPARACIÓN Y NIVELACIÓN DE TERRENO	M2.	1800,00	2,80	5.040,00
<b>03</b>	<b>OBRAS DE HORMIGÓN SIMPLE</b>				
03.01	CONTRAPISO e=0,08 mts.	M2.	1200,00	11,00	13.200,00
03.02	REPLANTILLO e=0,05 mts.	M2.	1200,00	2,90	3.480,00
03.03	PALETEADO FINO DE CONTRAPISO	M2.	1200,00	2,10	2.520,00
03.04	ADOQUIN CALLE SECUNDARIA	M2.	500,00	8,30	4.150,00
03.05	PIEDRA 3/4 PATIOS	M3.	100,00	12,50	1.250,00
<b>04</b>	<b>OBRAS DE HORMIGÓN ARMADO</b>				
04.01	RIOSTRAS	M3.	18,00	280,00	5.040,00
04.02	PILARES	M3.	28,00	260,00	7.280,00
04.03	PLINTOS	M3.	22,00	260,00	5.720,00
04.04	MURO BASE	M3.	54,00	15,00	810,00
04.05	PILARETES - DINTELES	ML.	320,00	9,00	2.880,00
04.06	ACERAS	M2.	200,00	14,00	2.800,00
04.07	LOSA 0,20 cm	M2.	620,00	70,00	43.400,00
04.08	MESONES	M2.	45,00	32,00	1.440,00
04.09	ESCALERAS	M3.	8,00	290,00	2.320,00
04.10	LOSETAS CL.	M2.	75,00	34,00	2.550,00
<b>05</b>	<b>ALBAÑILERÍA</b>				
05.01	PAREDES DE BLOQUES ROCAFUERTE PL-9	M2.	820,00	7,50	6.150,00
05.02	ENLUCIDO INTERIOR Y EXTERIOR	M2.	1640,00	5,50	9.020,00
05.03	FILOS, RAYAS	ML.	320,00	2,10	672,00
05.04	CUADRADA DE BOQUETES	ML.	320,00	3,20	1.024,00
<b>06</b>	<b>PINTURA</b>				
06.01	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR	M2.	520,00	3,50	1.820,00
06.02	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR	M2.	320,00	4,50	1.440,00
06.03	PINTURA DE CAUCHO EN TUMBADO	M2.	480,00	3,80	1.824,00
06.04	EMPASTADO INTERIOR (2 MAMOS)	M2.	520,00	2,50	1.300,00
06.05	EMPASTADO EXTERIO ( 2 MANOS)	M2.	320,00	4,50	1.440,00
06.06	EMPASTADO DE TUMBADO	M2.	480,00	4,20	2.016,00
<b>07</b>	<b>INSTALACIÓN SANITARIA</b>				
07.01	PUNTOS DE AGUA POTABLE	PTO.	40,00	32,00	1.280,00

**ANEXO N°6**

					Pág. 1 de 2
ÍTEM	RUBRO	UNID.	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
07.02	PUNTOS DE AGUAS SERVIDAS	PTO.	40,00	35,00	1.400,00
07.03	DISTRIBUCIÓN DE AGUA POTABLE	ML.	45,00	14,00	630,00
07.04	ACOMETIDA AGUA POTABLE	ML.	48,00	24,50	1.176,00
07.05	INSTALACIÓN TUBERÍA AA.SS. 4".	ML.	68,00	30,00	2.040,00
07.06	INSTALACIÓN TUBERÍA AA.SS. 2".	ML.	35,00	21,02	735,70
07.07	CAJA DE REGISTRO	U.	18,00	65,00	1.170,00
07.08	INODORO	U.	20,00	110,00	2.200,00
07.09	LAVA PLATOS	U.	2,00	130,00	260,00
07.10	LAVAMANO	U.	20,00	102,50	2.050,00
07.11	BOMBA DE AGUA	U.	3,00	340,00	1.020,00
07.12	DUCHAS	U.	20,00	65,00	1.300,00
07.13	LAVADERO	1,00	3,00	55,00	165,00
07.14	CALEFÓN	1,00	10,00	360,00	3.600,00
SUBTOTAL					157.060,70

**PRESUPUESTO DE OBRA**

					Pág. 2 de 2
ÍTEM	RUBRO	UNID.	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>08</b>	<b>INSTALACIÓN ELÉCTRICA</b>				
08.01	PUNTO DE LUZ DE 110V.	PTO.	82,00	32,00	2.624,00
08.02	PUNTO TOMACORRIENTE 110V.	PTO.	85,00	33,00	2.805,00
08.03	PUNTO DE TOMACORRIENTE 240V	PTO.	24,00	35,00	840,00
08.04	PANEL DE BREAKERS 12-24 G.E.	U.	4,00	380,00	1.520,00
08.05	BREAKERS 1P-20 AMP.	U.	45,00	5,00	225,00
08.06	BREAKERS 1P-30 AMP.	U.	25,00	7,95	198,75
08.07	ROCETÓN Y FOCO AHORRADOR 40W	U.	60,00	4,50	270,00
08.08	DICROICOS EXTERIOTES	U.	22,00	12,50	275,00
08.09	ACOMETIDA ELÉCTRICA GENERAL	ML.	82,00	22,00	1.804,00
08.10	VARILLA PUESTA A TIERRA	U.	6,00	31,54	189,24
08.11	PUNTO DE TELÉFONO	U.	22,00	31,54	693,88
08.12	ACOMETIDA TELEFÓNICA	U.	45,00	17,00	765,00
08.13	PUNTO DE TV	U.	24,00	31,54	756,96
08.14	ACOMETIDA DE TV	U.	35,00	22,00	770,00
08.15	TABLERO MEDIDOR	U.	2,00	285,00	570,00
08.16	BREKER PRINCIPAL	U.	4,00	195,00	780,00
<b>09</b>	<b>OBRAS DE ALUMINIO Y VIDRIO</b>				
09.01	VENTANAS ALUMINIO Y VIDRIO	M2.	45,00	75,00	3.375,00
09.02	PUERTAS ALUMINIO Y VIDRIO	M2.	15,00	85,00	1.275,00
<b>10</b>	<b>CERRAJERÍA</b>				
10.01	PUERTAS METÁLICAS	U.	6,00	240,00	1.440,00
10.02		U			0,00
<b>11</b>	<b>CARPINTERÍA</b>				
11.01	PUERTAS	U.	44,00	110,00	4.840,00

# ANEXO N°6

## PRESUPUESTO DE OBRA

PROPIETARIO: HOSTERÍA BRISA SANTA

PROYECTO: TURÍSTICO

UBICACIÓN: CANTÓN NOBOL

FECHA: SEPTIEMBRE/2013

					Pág. 2 de 2
ÍTEM	RUBRO	UNID.	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>12</b>	<b>CUBIERTA</b>				
12.01	ETERNIT	m2.	240,00	15,00	3.600,00
<b>13</b>	<b>REVESTIMIENTO</b>				
13.01	PORCELANATO PISO	M2	480,00	19,50	9.360,00
13.02	PORCELANATO ANTIDESLIZANTE	M2	258,00	20,00	5.160,00
13.03	CERÁMICA	M2	135,00	15,00	2.025,00
13.04	RECUBRIMIENTO GRANITO PLASMODE	ML	45,00	50,00	2.250,00
13.05	PIEDRA TEXTURIZADA	M2	23,00	34,00	782,00
<b>14</b>	<b>VARIOS</b>				
14.02	MUEBLES DE COCINA	GLB.	4,00	510,00	2.040,00
14.03	TUMBADO DE GIPSUM CON DESNIVELES	M2	220,00	12,00	2.640,00
14.04	ÁREAS VERDES	GLB.	1,00	1.400,00	1.400,00
14.05	CISTERNA 4M3	GLB.	1,00	1.600,00	1.600,00
14.06	LIMPIEZA Y DESALOJO GENERAL	GLB.	1,00	800,00	800,00
<b>TOTAL</b>					<b>214.734,53</b>

SON: DOSCIENTOS CATORCE MIL SETECIENTOS TREINTA Y CUATRO CON 53/100 DOLARES.

FORMA DE PAGO: 50% FIRMA DEL CONTRATO 50% POR AVANCE DE OBRA

TIEMPO DE ENTREGA: 6 MESES

ARQ. ROBERTO LEÓN RAMÍREZ



## ANEXO N°8



**RESTAURANT**  
**HOSTERIA RECREATIVA "BRISA SANTA"**

**MENÚ**

DESAYUNOS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
	Café / Jugo / Leche						
	Tostada / huevo / sandwiches						
	Ensalada de frutas						
ALMUERZOS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
<b>Sopa</b>	Chupe de pescado	Locro de papa	Aguado de Gallina	Locro de zambo y choclo	Sopa de pollo	Caldo de bola	Caldo de Pata
<b>Opción 1</b>	Salón guisado	Seco de Pato	Churrasco Criollo	Seco de Pollo	Hornado en salsa criolla	Carne asada/ Chuleta/Pollo	Pollo guisado
<b>Guarnición</b>	Muchines de yuca	Maduro frito	Tortilla de yuca	Puré de papa	Tortilla papa salsa maní	Papas fritas	Maduro al vapor
<b>Opción 2</b>	Pollo glaseado a la parrilla	Sudado de pescado	Pollo a la parrilla	Pollo al vino	Medallón cerdo s. criolla	Pechuga apanada	Pescado s. cebolla
<b>Guarnición</b>	Guiso de legumbres	Patacones	Choclo asado	Puré de papa	Papa salteada perejil	Puré de papa	Patacones
<b>Jugo / Cola</b>							
CENAS SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
<b>Proteína</b>	Pollo a la parrilla	Medallón cerdo s. criolla	Salón guisado	Chaulafán	Pechuga apanada	Lomo salsa champiñones	Pescado s. cebolla
<b>Guarnición</b>	Menestra de fréjol	Papa salteada perejil	Maduro con queso	Wan tan	Puré de papa	Papa salteada	Patacones
<b>Jugo / Cola</b>							