



## **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Economía y Negocios**

**“Análisis de Factibilidad para la Creación de un Resort  
en el Balneario Las Núñez”**

### **TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**Ingeniero Comercial y Empresarial**

Presentada por:

**ANDREA DENISSE PACHECO RODRÍGUEZ**

**BRYAN WLADIMIR NÚÑEZ DE LA CRUZ**

Guayaquil – Ecuador

2011 – 2012

## **DEDICATORIA**

Este proyecto se lo dedico a mis padres por ser un pilar importante en mi vida, quienes han sido un gran ejemplo de lucha constante y perseverancia. Y a mi enamorado por apoyarme en cada momento difícil de mi vida, por su infinita paciencia y amor.

Andrea Pacheco Rodríguez

Dedico este proyecto a mis padres quienes son el soporte fundamental en mi vida y son aquellos que me inspiran a ser mejor cada día, a mi hermana que día a día me apoyó y me brindó su ayuda incondicionalmente, a mi mejor amiga que ha hecho de mi vida una divertida comedia, y al resto de familiares y amigos que me han apoyado en todo momento.

Bryan Núñez De la Cruz

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios en primer lugar por no abandonarme nunca, por darme salud y todas sus bendiciones para culminar con éxito esta etapa de mi vida. A mis padres por darme la vida y apoyarme en cada una de las etapas vividas, gracias por haberme inculcado los valores y principios que han hecho de mi lo que soy. Gracias a mi papá por compartirme cada uno de sus conocimientos para poder elaborar este proyecto de la mejor manera. Gracias a mi novio que con su paciencia y amor me ha enseñado a ser una mejor persona.

Andrea Pacheco Rodríguez

Agradezco a Dios quien ha hecho posible todo esto, por prestarme salud y guiarme durante la realización de este proyecto y toda de mi vida, por darme la familia que tengo ya que sin ellos no sería nadie. Agradezco a mis padres que se han sacrificado por darme la educación que he recibido y apoyarme incondicionalmente en todo momento. A mi hermana quien me brindó su ayuda en la realización de este proyecto; y sobre todo a mi compañera de tesis y gran amiga, quien tuvo una infinita paciencia conmigo durante todo este periodo.

Bryan Núñez De la Cruz

# TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

---

Ing. Oscar Mendoza Macías

VOCAL PRINCIPAL

---

Ec. Gustavo Solórzano Andrade

DIRECTOR DE TESIS

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Grado corresponde exclusivamente a los autores Andrea Pacheco Rodríguez y Bryan Núñez De la Cruz; con la ayuda del director de tesis, Ec. Gustavo Solórzano Andrade; y el patrimonio intelectual de la misma Escuela Superior del Litoral”.

---

Andrea Pacheco Rodríguez

---

Bryan Núñez De la Cruz

## RESUMEN

DelaMar Resort es un proyecto que surgió de la necesidad de satisfacer una demanda insatisfecha en el balneario Las Núñez, en la Ruta del Spondylus. Demanda que año a año va incrementándose a un nivel un tanto acelerado ya que en el país se está fomentando mucho el turismo.

Este balneario es un excelente lugar para explotar el turismo, ya que posee un clima excepcional y paisajes inigualables, las cuales serían disfrutadas por los visitantes nacionales y extranjeros.

Hoy en día nuestro país, Ecuador, tiene un mayor nivel de turismo nacional e internacional. Esto debido a su clima tropical, diversidad de flora y fauna, maravillosos paisajes y excelente ubicación geográfica. Todos estos factores hacen a nuestras playas distinguirse por su singularidad y extraordinaria belleza, convirtiéndonos así en un país con gran potencial turístico.

Con este proyecto se analizará si es factible la creación de DelaMar Resort en el balneario Las Núñez basándonos en los resultados obtenidos en el estudio de mercado y el flujo de caja proyectado de la compañía, aplicando los conocimientos previamente obtenidos en la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

# ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	I
AGRADECIMIENTO .....	II
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN .....	III
DECLARACIÓN EXPRESA .....	IV
RESUMEN.....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
ÍNDICE DE TABLAS .....	XI
1. Aspectos Generales y Estado del Conocimiento. ....	1
1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.2. Justificación.....	3
1.3. Reseña Histórica y Etimología .....	5
1.4. Antecedentes Geográficos.....	6
1.4.1. Límites .....	7
1.4.2. Principales vías de acceso.....	7
1.5. Clima y Temperatura.....	8
1.6. Principales Atractivos Turísticos de sus alrededores .....	9
1.7. Marco de Referencia.....	13
1.8. Objetivos del Proyecto.....	14
1.8.1. Objetivo General.....	14
1.8.2. Objetivos Específicos.....	14
1.9. Metodología.....	15
1.9.1. Tratamiento de Datos. ....	15
1.9.2. Difusión Turística.....	15
1.9.3. Plan de Marketing.....	16
1.9.4. Aspectos Metodológicos. ....	16
1.9.5. Desarrollo Económico.....	16

1.10.	Características del Servicio. ....	17
1.10.1.	Definición del Servicio. ....	17
1.10.2.	Naturaleza del Servicio.....	18
2.	Estudio de Mercado. ....	19
2.1.	Análisis de la Oferta. ....	19
2.1.1.	Amenazas de Nuevos Competidores.....	19
2.1.2.	Rivalidad de la Competencia. ....	20
2.2.	Análisis de la Demanda.....	22
2.2.1.	Potenciales Clientes.....	22
2.2.2.	Base de decisión de compra de los clientes. ....	22
2.2.3.	Clasificación de la Demanda. ....	23
2.2.4.	Poder Adquisitivo de los Consumidores .....	24
2.2.5.	Demanda Potencial .....	25
2.3.	Análisis de los Precios.....	26
2.3.1.	Análisis del Sector .....	26
2.3.2.	Tendencias Económicas .....	27
2.4.	Marketing Mix.....	31
2.4.1.	Producto.....	31
2.4.2.	Precio. ....	34
2.4.3.	Plaza o Canales de Distribución. ....	35
2.4.4.	Promoción o Comunicación.....	36
2.5.	Marketing Estratégico. ....	42
2.5.1.	Fuerzas de Porter.....	42
2.5.2.	Análisis FODA.....	43
2.6.	Investigación de Mercado. ....	44
2.6.1.	Objetivos. ....	44
2.6.2.	Determinación de las Necesidades de Información.....	44
2.6.3.	Determinación de las Fuentes de Información. ....	45
2.6.4.	Plan de Muestreo. ....	45
2.6.5.	Modelo de Encuesta. ....	47
2.6.6.	Análisis de las Encuestas. ....	49
2.6.7.	Conclusiones.....	63



3.	Estudio Técnico o de Ingeniería.....	64
3.1.	Antecedentes del Estudio Técnico. ....	64
3.1.1.	Balance de Equipos y Mobiliario.....	65
3.1.2.	Balance del Personal Técnico.....	69
3.1.3.	Balance de las Obras Físicas.....	71
3.2.	Determinación del Tamaño.....	73
3.2.1.	Tamaño de las Instalaciones.....	73
3.2.2.	Capacidad de Diseño y Capacidad Máxima.....	77
3.3.	Estudio de Localización.....	78
3.3.1.	Factores de Localización.....	80
4.	Estudio Organizacional.....	84
4.1.	Misión.....	84
4.2.	Visión.....	84
4.3.	Organigrama.....	85
4.4.	Descripción del Equipo de Trabajo.....	86
5.	Estudio Financiero.....	88
5.1.	Estimación de Costo.....	89
5.1.1.	Costos Directos de Producción.....	89
5.1.2.	Mano de Obra Directa.....	103
5.1.3.	Costos Indirectos de Fabricación.....	104
5.2.	Demanda.....	105
5.3.	Plan de Ventas.....	107
5.4.	Plan de Costos Directos.....	109
5.5.	Gastos.....	110
5.5.1.	Gastos Operacionales.....	110
5.6.	Inversión Inicial y Financiamiento.....	114
5.7.	Estado de Resultados Integrales.....	116
5.8.	Flujo de Caja.....	120
5.9.	Estado de Situación Financiera.....	125
5.10.	Tasa de Descuento.....	126
5.10.1.	Modelo CAPM.....	126
5.11.	Valor actual Neto.....	127

5.12. Tasa Interna de Retorno.....	128
CONCLUSIONES.	
RECOMENDACIONES.	
BIBLIOGRAFÍA.	
ANEXOS	

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de Las Núñez .....	6
Figura 2: Rutas de Acceso a Las Núñez .....	7
Figura 3: Atardecer en Las Núñez.....	9
Figura 4: Ballenas Jorobadas - Puerto López .....	10
Figura 5: Surf en Montañita .....	11
Figura 6: Cascada de Dos Mangas y Cascadas de Alex .....	12
Figura 7: Banner Publicitario .....	38
Figura 8: Anuncio de Revista .....	39
Figura 9: Volantes .....	40
Figura 10: Plano General del Resort .....	74
Figura 11: Planta Baja .....	75
Figura 12: Planta Baja .....	76
Figura 13: Cabaña Familiar .....	77
Figura 14: Localización del Resort .....	78
Figura 15: Terreno.....	79

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Entrada de Extranjeros al Ecuador 2010 - 2011 .....	29
Gráfico 2: Fuerzas de Porter .....	42
Gráfico 3: Encuestas Tabuladas, Género .....	49
Gráfico 4: Encuestas Tabuladas, Edad .....	50
Gráfico 5: Encuestas Tabuladas, Nacionalidad.....	51
Gráfico 6: Encuestas Tabuladas, Pregunta 1 .....	52
Gráfico 7: Encuestas Tabuladas, Pregunta 2 .....	53
Gráfico 8: Encuestas Tabuladas, Pregunta 3 .....	54
Gráfico 9: Encuestas Tabuladas, Pregunta 4 .....	55
Gráfico 10: Encuestas Tabuladas, Pregunta 5 .....	56
Gráfico 11: Encuestas Tabuladas, Pregunta 6 .....	57
Gráfico 12: Encuestas Tabuladas, Pregunta 7 .....	58
Gráfico 13: Encuestas Tabuladas, Pregunta 8 .....	59
Gráfico 14: Encuestas Tabuladas, Pregunta 9 .....	60
Gráfico 15: Encuestas Tabuladas, Pregunta 10 .....	61
Gráfico 16: Encuestas Tabuladas, Pregunta 11 .....	62
Gráfico 17: Organigrama.....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ingreso de Extranjeros en los últimos 5 años .....	28
Tabla 2: Divisas - Balanzas de Pagos .....	30
Tabla 3: Análisis FODA .....	43
Tabla 4: Definición de la Población .....	45
Tabla 5: Datos para el Cálculo de la Muestra.....	46
Tabla 6: Encuestas Tabuladas, Género .....	49
Tabla 7: Encuestas Tabuladas, Edad.....	50
Tabla 8: Encuestas Tabuladas, Nacionalidad .....	51
Tabla 9: Encuestas Tabuladas, Pregunta 1 .....	52
Tabla 10: Encuestas Tabuladas, Pregunta 2 .....	53
Tabla 11: Encuestas Tabuladas, Pregunta 3 .....	54
Tabla 12: Encuestas Tabuladas, Pregunta 4 .....	55
Tabla 13: Encuestas Tabuladas, Pregunta 5 .....	56
Tabla 14: Encuestas Tabuladas, Pregunta 6 .....	57
Tabla 15: Encuestas Tabuladas, Pregunta 7 .....	58
Tabla 16: Encuestas Tabuladas, Pregunta 8 .....	59
Tabla 17: Encuestas Tabuladas, Pregunta 9 .....	60
Tabla 18: Encuestas Tabuladas, Pregunta 10.....	61
Tabla 19: Encuestas Tabuladas, Pregunta 11.....	62
Tabla 20: Equipamiento Lobby .....	65
Tabla 21: Equipamiento Oficina Administrativa .....	66
Tabla 22: Equipamiento Habitaciones.....	66
Tabla 23: Equipamiento Bar/Restaurante .....	67
Tabla 24: Personal Técnico.....	69
Tabla 25: Obras Físicas .....	71
Tabla 26: Costos Directos .....	89
Tabla 27: Costo Bar/Restaurante, Desayuno Ejecutivo .....	91
Tabla 28: Costo Bar/Restaurante, Hamburguesa.....	92
Tabla 29: Costo Bar/Restaurante, Pescado a la Plancha .....	93
Tabla 30: Costo Bar/Restaurante, Pescado Frito .....	94
Tabla 31: Costo Bar/Restaurante, Camarones al Ajillo .....	95
Tabla 32: Costo Bar/Restaurante, Camarones Apanados .....	96
Tabla 33: Costo Bar/Restaurante, Corvina en Salsa de Mariscos.....	97
Tabla 34: Costo Bar/Restaurante, Ceviche de Camarón .....	98
Tabla 35: Costo Bar/Restaurante, Ceviche Mixto.....	99
Tabla 36: Costo Bar/Restaurante, Milanesa de Pollo.....	100
Tabla 37: Costo Restaurante.....	101
Tabla 38: Costo Bar .....	102
Tabla 39: Mano de Obra Directa .....	103

Tabla 40: Costos Indirectos.....	104
Tabla 41: Demanda.....	106
Tabla 42: Precio de las Habitaciones.....	107
Tabla 43: Ventas Proyectadas.....	108
Tabla 44: Costos de Ventas Directos.....	109
Tabla 45: Gastos de Administración.....	110
Tabla 46: Gastos de Venta.....	110
Tabla 47: Publicidad Temporada Alta.....	112
Tabla 48: Comisiones.....	112
Tabla 49: Depreciación de Activos Fijos.....	113
Tabla 50: Amortización de Activos Diferidos.....	113
Tabla 51: Inversión Inicial.....	114
Tabla 52: Amortización de Deuda.....	115
Tabla 53: Estado de Resultados Integrales.....	116
Tabla 54: Flujo de Caja Condensado.....	121
Tabla 55: Estado de Situación Financiera.....	125

# Capítulo 1

## 1. Aspectos Generales y Estado del Conocimiento.

### 1.1. Planteamiento del Problema.

El Ecuador es un país con 14'483,499 habitantes constituido en cuatro regiones: Costa con 7'604,835, Sierra con 6'081,342, Oriente con 739,814 y la Región Insular con 25,124 habitantes. Cada una de estas regiones cuenta con su periodo de vacaciones en diferentes meses, lo cual es una ventaja para el turismo ecuatoriano ya que así éste se mantiene activo gran parte del año. Los lugares más visitados en el invierno son las playas que quedan en la parte costera del país y que han tomado como nombre "Ruta del Spondylus".

La Ruta del Spondylus es una vía a lo largo de la costa de Ecuador que combina muchos de los elementos que comprenden la cultura del país. Mucho más que sólo la "Ruta del Sol", un viaje por esta ruta muestra la historia y la arqueología de las culturas precolombinas de Ecuador, la flora y fauna originarias en sus reservas naturales, la aventura en sus montañas locales, la relajación en sus arenosas playas, y el disfrute de su excelente gastronomía. Nombrada en honor a la concha del Spondylus, una concha roja de capital importancia para los nativos de la cultura Valdivia; este recorrido puede dar inicio al norte, en la provincia de Esmeraldas, e ir descendiendo hacia el sur a través de importantes ciudades, pequeños pueblos, áreas preservadas y exuberantes playas de la costa del Pacífico.

A pesar de todas las hermosas características e inigualables condiciones climáticas, con las que cuenta nuestro país Ecuador por estar situado en el centro de la Zona Tórrida, existe poco conocimiento a nivel nacional e internacional acerca de las pequeñas comunas que conforman la Ruta del Spondylus tales como La Curia, San José y Las Núñez; por lo que son poco explotadas, y basándonos en esto desarrollaremos nuestro proyecto en la última de las antes mencionadas.

Las Núñez es un balneario peninsular ubicado a 75 km. de la capital provincial de Santa Elena, el cual en la actualidad posee una demanda insatisfecha de turistas, quienes visitan este lugar por sus hermosas playas y paisajes; donde no pueden alojarse ya que no cuenta con una infraestructura necesaria para complacer las exigencias de sus visitantes, quienes en su mayoría son de clase media alta y alta según nuestra percepción.

## **1.2. Justificación.**

Hoy en día nuestro país, Ecuador, tiene un mayor nivel de turismo nacional e internacional. Esto debido a su clima tropical, diversidad de flora y fauna, maravillosos paisajes y excelente ubicación geográfica. Todos estos factores hacen a nuestras playas distinguirse por su singularidad y extraordinaria belleza, convirtiéndonos así en un país con gran potencial turístico.

El turismo es una de las mayores fuentes de ingreso con las que cuenta el Ecuador, aproximadamente se ha registrado un ingreso de 935,000 turistas extranjeros hasta Octubre del 2011 por lo cual creemos conveniente la mejor explotación de nuestros recursos para lograr un incremento de esta cifra para los próximos años, y es ahí de donde surge la idea de la creación de un Resort en el balneario “Las Núñez”.

Este proyecto tiene dos objetivos clave: el primero es incrementar el nivel turístico del sector y mantener el número de visitantes en la comuna que llegan y que no encuentran lugares donde hospedarse, viéndose obligados a abandonar el lugar y migrar a los pueblos cercanos. Segundo, encontrar un punto de equilibrio con las zonas sobreexplotadas de los balnearios cercanos como: San Pablo, Montañita y Olón; los cuales son infestados de turistas en las temporadas altas, lo que ocasiona de contraparte que otro grupo de turistas elijan otros destinos por huir de las grandes multitudes. Ofrecemos una nueva alternativa para el turista.



Por otra parte ofreceríamos más fuentes de trabajo para los habitantes de la comuna y sus alrededores en primera instancia con nuestro proyecto; y de manera indirecta, el incremento turístico atraería consigo a otros empresarios, lo cual sería de gran oportunidad para los nativos para emprender pequeños negocios, contribuyendo de esta manera con el crecimiento y desarrollo económico y turístico de la provincia.

### **1.3. Reseña Histórica y Etimología**

En los años de 1900 a 1910, Las Núñez era un pueblo muy pequeño donde habitaban alrededor de 5 familias. Los pobladores de la comunidad indican que hace 100 años atrás, personas de distintos lugares tales como Manabí, Zapotal, Valdivia y Quevedo, llegaron al pueblo para asentarse como cultivadores de estas tierras que en ese entonces no tenían nombre. Es así como fue creciendo la población de la comunidad.

En estas tierras frecuentaba un señor de apellido Núñez con el ánimo de pescar lisas, que en aquel tiempo abundaba en esa zona, por lo que los pobladores decidieron llamar al pueblo “Las Núñez” en honor al pescador. Tiempo después llegó un sacerdote español que solía celebrar misas en la pequeña capilla de madera de la comuna y, en vista de que el pueblo no tenía una “imagen” que representara a los feligreses, el sacerdote decidió adoptar la imagen de San Francisco de Asís

Luego se fusionaron estos 2 nombres para implementar uno solo formando así “San Francisco de Las Núñez”, quién fue fundada el 8 de Diciembre de 1937 y por decreto del Acuerdo No 15 se convierte en comuna el 7 de enero de 1938.

## 1.4. Antecedentes Geográficos.



**Figura 1: Ubicación de Las Núñez**

El balneario Las Núñez se encuentra ubicado aproximadamente a 70Km. al noroeste de la cabecera cantonal en la parroquia Manglaralto de la Ruta del Spondylus, Provincia de Santa Elena, y cuenta con una extensión de 1137.5 hectáreas aproximadamente donde habitan alrededor de 570 habitantes.

### 1.4.1. Límites

Las Núñez limita al

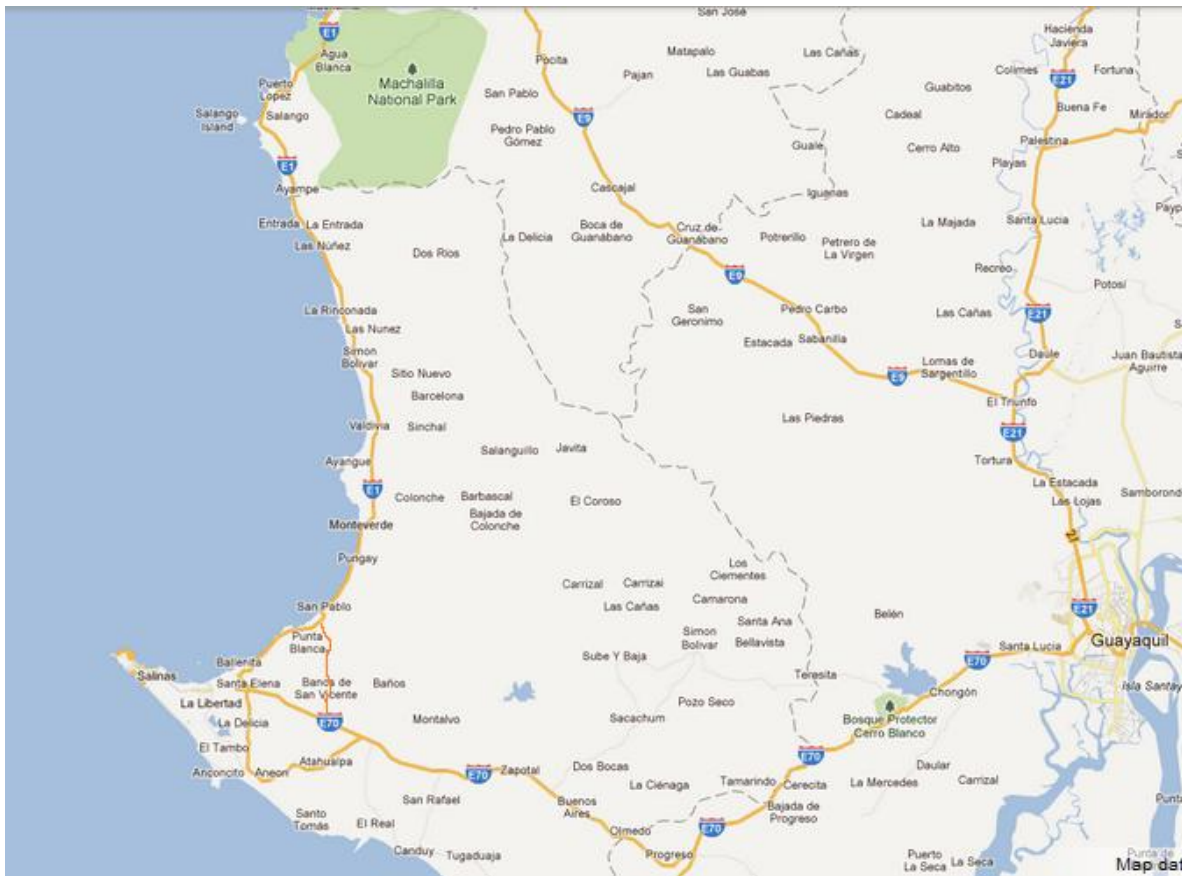
Norte: Con la Comuna La Entrada,

Sur: Con la Comuna San José,

Este: Con las Estribaciones de la Cordillera Chongón-Colonche,

Oeste: Con el Océano Pacífico.

### 1.4.2. Principales vías de acceso



**Figura 2: Rutas de Acceso a Las Núñez**

Las vías de acceso que conducen a la parroquia Las Núñez cubre un tramo que empieza primero de Guayaquil hacia la Provincia de Santa Elena, ésta vía cuenta con un tipo de calzada que se encuentra señalizada y asfaltada totalmente. Poco antes de llegar a Santa Elena se encuentra un desvío que pasa por San Vicente y llega a San Pablo ubicado en la Ruta E15, para luego desplazarnos hacia el norte pasando por comunas como Valdivia, Montañita y Olón hasta llegar al balneario Las Núñez.

Otra vía de acceso es empezar por el Norte, es decir, desplazarse desde la provincia de Manabí por la misma Ruta E15 hacia el sur, pasando por lugares como Puerto Cayo, Puerto López y Salango.

## **1.5. Clima y Temperatura**

Estas playas son privilegiadas por tener un clima excepcional y la mayor parte del tiempo caliente. De Diciembre a Mayo hay sol casi permanente, temperaturas que van desde los 27 °C hasta los 31 °C, mucho sol y calor durante el día y ocasionales lluvias nocturnas. Buenas olas casi todos los días, lo cual resulta de gran atractivo para los surfistas que nos visitan de todas partes del mundo.

Los meses de Junio a Septiembre suelen ser los más atractivos para turistas por el avistamiento de las ballenas jorobadas quienes llegan a estas aguas cálidas para su apareamiento. Se ven días nublados y días soleados que se van alternando con fuertes vientos y leves lloviznas. Temperatura promedio de 24 °C. Y finalmente de Octubre a Noviembre predominan los días nublados con lluvia leve y días fríos (hasta 20 °C).

## 1.6. Principales Atractivos Turísticos de sus alrededores

### La Playa de las Núñez

No cabe duda que la playa de Las Núñez es un lugar fabuloso que invita al esparcimiento, relax y descanso de los turistas. Aquí se forman acogedores atardeceres junto a sus arenosas playas y cálido mar donde las aguas suelen ser muy apacibles haciendo de éste lugar un paraíso cautivante.



**Figura 3: Atardecer en Las Núñez**

## Ruta de las Ballenas en Puerto López

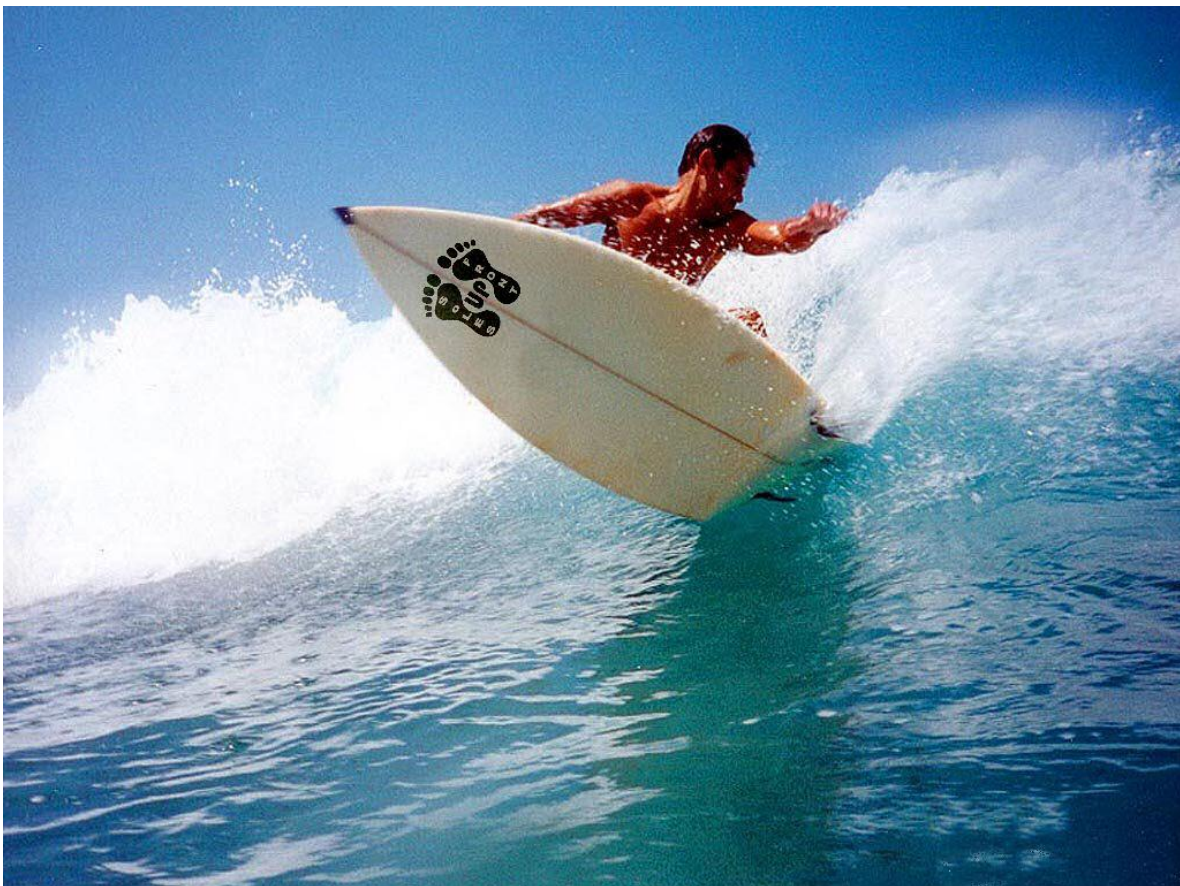
Las ballenas jorobadas migran cada año desde las aguas del continente antártico, donde suelen alimentarse, hasta las cálidas aguas ecuatorianas donde se aparean y tienen sus crías. Durante el pico de la temporada, en julio y agosto, turistas, naturalistas, y amantes de la naturaleza se reúnen en Puerto López para realizar tours de avistamiento de ballenas cerca de la Isla de la Plata.



**Figura 4: Ballenas Jorobadas - Puerto López**

## Montañita y la Vida Bohemia

Montañita es una pequeña población ubicada en una península de la costa Sur del Ecuador en la Provincia de Santa Elena siendo un destino popular para surfistas y considerada como la mejor playa ecuatoriana para practicar este deporte. Hoy en día arrastra a gran cantidad de turistas internacionales por sus fiestas, clima agradable, cálidas aguas y atmósfera tranquila convirtiéndolo en un poblado multicultural por la mezcla de habitantes locales y extranjeros quienes poco a poco se asentaron para disfrutar de la Bohemia Montañita.



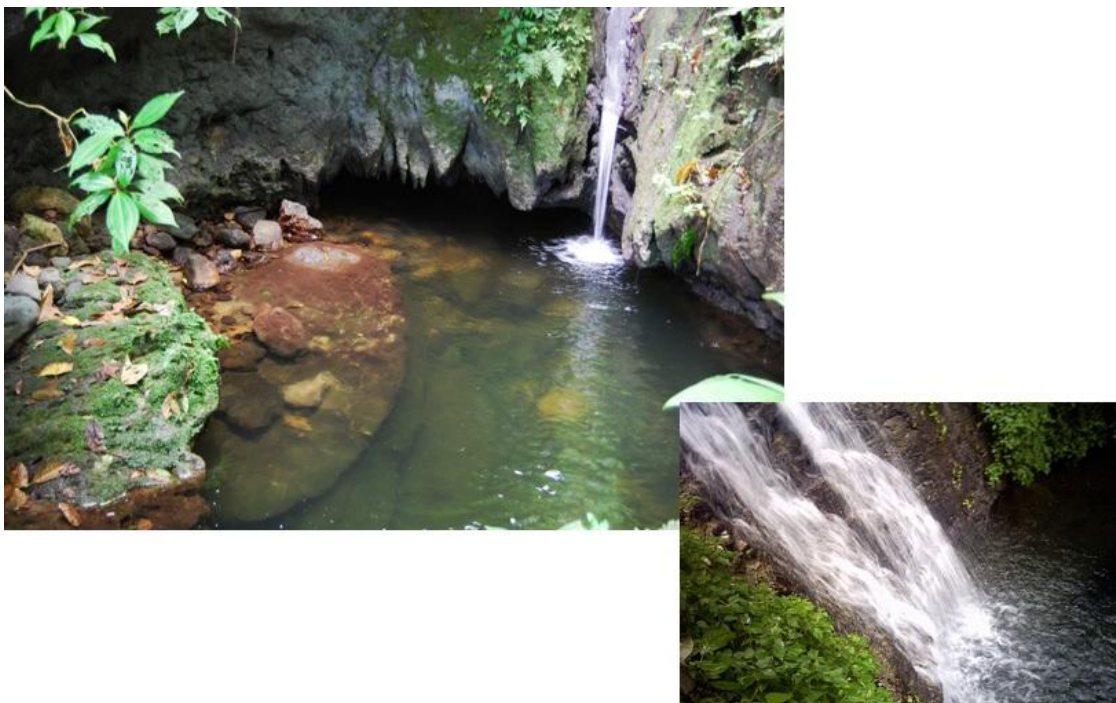
**Figura 5: Surf en Montañita**



## **Cascada de Dos Mangas Y Cascadas de Alex**

Las Cascadas de Dos Mangas están ubicadas a 15 minutos de Manglaralto, es un lugar para apreciar el trabajo de los artesanos que cosechan los productos que brindan las montañas para luego transformarlos en piezas muy delicadas como los botones, pulseras, sombreros, esculturas, carteras y hasta cortinas. En los senderos hacia las cascadas se atraviesa por el bosque seco tropical donde se puede observar la flora y fauna sobre todo una gran variedad de aves.

La Cascada de Alex se encuentra ubicada en Olón aproximadamente a 15 minutos del pueblo por la Ruta Río Blanco. Estas caídas de agua fueron descubiertas por un lugareño que las bautizó con su nombre y convirtió este lugar en un paisaje ecoturístico.



**Figura 6: Cascada de Dos Mangas y Cascadas de Alex**

## **1.7. Marco de Referencia.**

Uno de las mayores fuentes de ingreso que tiene la Provincia de Santa Elena así como el Ecuador en general es el Turismo, y como habíamos mencionado anteriormente, los balnearios de las costas son los lugares turísticos preferidos por los turistas en temporada.

Las Núñez es una comuna que cuenta con muy pocos lugares de hospedaje y la infraestructura no es la adecuada para satisfacer las muchas necesidades de los turistas. Debido a esto el balneario no ha sido explotado debidamente, por lo que el conocimiento del mismo es un poco bajo en turistas tanto nacionales como extranjeros.

Nuestro propósito con esta investigación es determinar el nivel de aceptación y factibilidad que tendría la realización de un Resort en la comuna para cubrir aquella demanda insatisfecha, fomentar el turismo en este sector y promover el desarrollo económico del balneario y la provincia en general.

## **1.8. Objetivos del Proyecto.**

### **1.8.1. Objetivo General.**

Determinar la factibilidad de inversión y rentabilidad de la creación de DelaMar Resort en el balneario “Las Núñez”.

### **1.8.2. Objetivos Específicos.**

- Determinar el monto de inversión y los costos necesarios para realizar el proyecto planteado.
- Definir las estrategias adecuadas para fomentar el turismo en este balneario.
- Evaluar las necesidades y preferencias de los turistas para brindar un servicio adecuado.
- Determinar los recursos e infraestructura necesaria para satisfacer la demanda de turistas.
- Promover el desarrollo económico y social del balneario así como el de la Provincia de Santa Elena.

## **1.9. Metodología.**

La metodología que se llevara a cabo para la realización del proyecto se basará en los siguientes puntos:

### **1.9.1. Tratamiento de Datos.**

Datos Primarios:

- ✓ Realización de investigación exploratoria en base a encuestas en la ciudad de Guayaquil, y algunos balnearios de la Provincia de Santa Elena.
- ✓ Información y datos obtenidos de los habitantes de la comuna de Las Núñez.

Datos Secundarios:

- ✓ Obtención de datos estadísticos, financieros y económicos a través del INEC y Ministerio de Turismo, entre otros.

### **1.9.2. Difusión Turística.**

- ✓ Se dará a conocer al público en general las bondades de nuestro proyecto a través de volantes que se difundirán en los sectores de clase media alta y alta de la ciudad de Guayaquil y Salinas.
- ✓ Anuncios publicitarios en revistas turísticas, periódicos y resto de prensa escrita
- ✓ Crear una página web en la cual se muestre toda la información y servicios disponibles de DelaMar Resort.
- ✓ Difundir publicidad vía correo electrónico.

### **1.9.3. Plan de Marketing.**

- ✓ Realizar un plan de marketing adecuado para este servicio turístico, en base a las preferencias identificadas del consumidor, tomando en cuenta las condiciones de mercado para la introducción del mismo.

### **1.9.4. Aspectos Metodológicos.**

- ✓ Evaluación de factibilidad financiera del proyecto, a través de la elaboración de estados financieros proyectados.
- ✓ Establecer mediante presupuestos los costos estimados en que se incurrirá para poner en marcha el negocio.

### **1.9.5. Desarrollo Económico.**

- ✓ Capacitar y contratar personal local para las diversas áreas de labores, creando de esta manera plazas de trabajo que favorezcan al desarrollo económico del sector y la provincia. A su vez se promoverá el desarrollo de éstos, por los nuevos negocios que los microempresarios podrían emprender al ver el crecimiento del balneario.

## **1.10. Características del Servicio.**

### **1.10.1. Definición del Servicio.**

Para llevar a cabo este proyecto tomamos en consideración dos definiciones claves: qué es un proyecto de inversión y qué es un resort.

El proyecto de inversión se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos limitados. Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser: humanos, materiales y tecnológicos.

Todo proyecto de inversión genera consecuencias de naturaleza diversa, que puede ser medido o no monetariamente. Al no tomarlas en cuenta se puede repercutir de manera negativa en el beneficio de los inversionistas como de los habitantes donde se realizará el proyecto.

Por otra parte, debemos conocer que el resort es un concepto relativamente nuevo en nuestro país, pero por suerte cada día son más los alojamientos turísticos de este tipo que tenemos a nuestra disposición.

El termino Resort viene del idioma inglés, y hace referencia a lo que solemos llamar “complejos turísticos”, lugares diseñados para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación de los visitantes en vacaciones.

### **1.10.2. Naturaleza del Servicio.**

La Naturaleza de DelaMar Resort consistirá en otorgar servicio de alojamiento a los turistas temporalmente. Estará ubicado frente al mar por lo cual estará diseñado para disfrutarlo en cualquier época del año por turistas nacionales e internacionales. Contará con habitaciones amplias y cómodas de diferentes estilos, cabañas familiares, piscinas, instalaciones deportivas, programas de animación para personas de todas las edades. También estará equipado con una pista de baile, canchas deportivas, hamacas y sobre todo la inigualable sazón de la costa ecuatoriana, que invita a los turistas a quedarse en este apacible balneario.

El recibimiento será excelente, cálido, afable y muy acogedor. El check-in será muy rápido y diligente para optimizar el tiempo de nuestros visitantes y que puedan disfrutar más de las instalaciones y actividades que se ofrecen. Las reservaciones serán muy fáciles de realizar ya sea vía telefónica o a través de internet si fuere el caso.

El personal estará plenamente capacitado, siempre con una sonrisa, tratando a los visitantes con amabilidad, predisposición y educación para así brindarles un momento ameno haciéndolos sentir como en casa y logrando que puedan disfrutar al máximo de su estadía.

Por otra parte, nuestro atractivo no solo será la calidad de la atención del personal sino también el sinnúmero de actividades que podemos ofrecer como son los juegos infantiles, eventos acordes a las festividades si las hubiere, entre otros.

# Capítulo 2

## **2. Estudio de Mercado.**

### **2.1. Análisis de la Oferta.**

#### **2.1.1. Amenazas de Nuevos Competidores.**

Con el crecimiento económico del balneario, la amenaza a que nuevos competidores ingresen aumentará, ya que al incrementarse la afluencia de turistas crecerán sus necesidades generando con ello una mayor demanda de bienes y servicios lo que ocasionaría un movimiento por parte de los inversionistas ofertando nuestros mismos servicios para así contrarrestarla.

Si en un sector entran nuevas empresas, la competencia aumentará y provocará una baja en la rentabilidad. Por un lado ayudará a bajar los precios y por otro provocará un aumento en los costes, puesto que si la empresa desea mantener o aumentar su cuota de mercado, deberá realizar gastos adicionales como: campañas publicitarias, mejora de red de transportes, entre otros.



### **2.1.2. Rivalidad de la Competencia.**

La situación actual del mercado en cualquiera de los sectores viene marcada por la competencia entre empresas y la influencia de ésta en la generación de beneficios. Para determinar la intensidad de la competencia hay que considerar la influencia de los siguientes factores:

#### **➤ Concentración.**

El sector hotelero en el Ecuador tiene alto grado de competencia y más en lo que se refiere a las zonas turísticas del país como lo es la Ruta del Spondylus en la costa. Si bien es cierto en el balneario Las Núñez no hay ofertantes hoteleros pero en las comunas que lo rodean si hay gran cantidad de competidores. El balneario Montañita y Olón son los más frecuentados, por lo tanto ellos tienen la mayor concentración de hoteles y hostales del sector.

#### **➤ Posibilidades de crecimiento del sector.**

Las posibilidades de crecimiento del sector hotelero son altas ya que en los objetivos fundamentales de la AHOTEC (Federación Hotelera del Ecuador) está el trabajar en coordinación con el sector público para impulsar y promocionar la industria hotelera como uno de los pilares estratégicos para alcanzar el desarrollo sostenible del turismo ecuatoriano.

El crecimiento del sector va de la mano con la generación de empleo en las diversas áreas de la hotelería; es así que Ecuador en el 2008 contó con 3 339 alojamientos que generaron empleos directos para 23.875 personas; 13.044 hombres y 10.831 mujeres.

➤ **Diferenciación del producto.**

La tendencia por parte de los consumidores a sustituir un producto por otro será mayor cuanto más se parezcan los productos que ofertan las empresas. Esto obliga a las empresas a reducir los precios con el fin de incrementar sus ventas.

El objetivo de la creación de nuestro resort será enfocarnos en la competencia basada en la calidad del servicio que se ofrece, mas no en el precio. Porque no queremos ofrecer un servicio commodity, que es aquel que solo se diferencia del resto por el precio. Por ello, en este caso la competencia solo se da en el precio, que suele ser muy bajo, como bajos son también los beneficios que ofrece.

➤ **Barreras de Salida.**

Este es un sector que no presenta importantes barreras de salida. Los hoteles tienen un valor de remplazo, dado que el activo subyacente suele tener un uso alternativo con inversión relativamente baja (por ejemplo, convertir el hotel a unidades residenciales u oficinas, o en el peor de los casos, reutilización del terreno).

## **2.2. Análisis de la Demanda.**

### **2.2.1. Potenciales Clientes.**

- ✚ DelaMar Resort tiene como clientes potenciales a las parejas, familias o grupo de amigos que buscan otras alternativas de recreación y tener contacto con la naturaleza. Así como también escapar del ambiente cotidiano de la ciudad y de la rutina de los quehaceres del hogar.
- ✚ Personas que estén interesadas en celebrar cumpleaños, matrimonios o cualquier tipo de evento en el Resort, buscando comodidad, atención de calidad y diversidad de actividades en una hermosa infraestructura algo fuera de lo común.
- ✚ Extranjeros que quieran conocer un poco más acerca de las costas ecuatorianas y deleitarse con sus playas para lo cual también contaremos con un servicio de guía y expediciones hacia otros puntos de interés cercanos al resort.

### **2.2.2. Base de decisión de compra de los clientes.**

El comportamiento del consumidor puede definirse como el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de los productos, servicios e ideas que esperan que satisfagan sus necesidades.

El estudio del comportamiento del consumidor es un análisis acerca de la forma en la que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (dinero, tiempo, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Incluye el estudio de qué compran, por qué lo compran, cómo lo compran, cuándo lo compran, dónde lo compran y con qué frecuencia lo compran.

En la industria hotelera lo que se vende es servicio, se vende confort, seguridad, amabilidad, entre otros. Por lo tanto la calidad del servicio es un punto muy importante, el cual se debe analizar. La única persona que determina la calidad del servicio es el cliente o usuario y se la puede medir por medio de una investigación de mercados la cual tiene dos funciones principales: proporcionar información para la toma de decisiones y favorecer el desarrollo de nuevos conocimientos. Nuestro objetivo es brindar un servicio de calidad para lograr una fidelidad de parte del consumidor y de esta forma posicionarnos en su mente como la primera opción a elegir entre todas las alternativas existentes. De esta manera reduciríamos el tiempo de decisión de compra de los consumidores, porque ellos tomarían en consideración la calidad del servicio ofrecido y no escatimarían ni pensarían dos veces al momento de elegirnos.

### **2.2.3. Clasificación de la Demanda.**

Según nuestra percepción, la demanda estará compuesta por consumidores que deseen alejarse de la rutina para pasar un momento ameno y tranquilo junto a las facultades que ofrecería DelaMar Resort.

Los consumidores serán principalmente habitantes de la Provincia del Guayas y Santa Elena que, debido a su situación geográfica, se encuentran a tan solo pocas horas de la comuna. Turistas nacionales que busquen alejarse del ruido de la ciudad y de la aglomeración de turistas en playas cercanas como Salinas, Montañita y Olón.

Turistas extranjeros que visiten nuestras playas en busca de aventuras y experiencias agradables, que vengan a realizar deportes extremos como surfing, diving, entre otros; que quieran experimentar un contacto más íntimo con la fauna y flora que ofrece nuestro país y que deseen disfrutar de las facultades que ofrece la naturaleza.

Personas que quieran realizar todo tipo de eventos sociales, conferencias en un lugar fuera de lo común.

#### **2.2.4. Poder Adquisitivo de los Consumidores**

Según estudios realizados anteriormente, se observa entre los datos más representativos que menos del 10% de los turistas que visitan estas playas en la temporada tiene ingresos menores a 300 dólares, que el 20% de los turistas tiene un ingreso entre 300 a 600 dólares, el 18.8% cuenta con un ingreso mensual entre 600 a 900 dólares y que el 21% tiene ingresos mensuales que oscilan entre los 1200 a 1500 dólares. Por lo tanto podríamos determinar que el nivel socioeconómico de los turistas que visitarían nuestro Resort sería Medio, Medio Alto y Alto.

### **2.2.5. Demanda Potencial**

Gracias a la diversidad de Fauna y Flora y paisajes exóticos con los que consta Ecuador, el país recibe turistas de todas partes del mundo.

Se ha podido obtener datos estadísticos realizados hace pocos años que nos indican que de los turistas que visitan los balnearios de la Ruta del Spondylus, el 79% son nacionales y el 21% son extranjeros.

De los turistas nacionales, el 45% vienen de la provincia del Guayas y el resto de otras provincias del País, como Azuay que suma con un 18% de turistas. De los turistas extranjeros, el 20% son de Colombia, 14% de Estados Unidos y 13% de Alemania, existiendo mayor preferencia las playas de Montañita y Salinas debido a la infraestructura y planta turística implantada.

Lamentablemente “Las Núñez” no cuenta con una infraestructura adecuada para cubrir las exigencias de los turistas, por lo que nuestro objetivo es crear un complejo turístico que vele por las necesidades de los clientes potenciales para así posicionarnos en la mente de los consumidores como una primera opción.

## **2.3. Análisis de los Precios**

### **2.3.1. Análisis del Sector**

El turismo en el Ecuador representa uno de los mayores ingresos que tiene nuestro país, por lo que es indispensable ofrecer un servicio de excelencia y una infraestructura óptima para satisfacer las necesidades de consumidores y turistas, tanto nacionales como extranjeros que día a día buscan aventuras y experiencias inigualables en diferentes lugares del país.

Para los meses de Enero a Abril principalmente, los turistas buscan las playas y balnearios de la costa para visitar; y uno de los lugares más concurridos son los balnearios de la Ruta del Spondylus. Las multitudes suelen concentrarse en lugares como Olón, Montañita, San Pablo y Salinas. Lamentablemente no todos los balnearios de la Ruta del Spondylus cuentan con una infraestructura adecuada para satisfacer la cantidad demandada de turistas que suelen ir a estos lugares, por lo que se forma una aglomeración de personas en los lugares antes mencionados, perdiéndose así la oportunidad de explotar los recursos y atracciones que otros lugares tales como “Las Núñez” pudiese ofrecer.

Esto afecta mucho en la temporada de la región Andina, pues pobladores de la comuna afirman que por la pobre infraestructura que tiene el balneario, es poco probable ver turistas de la Sierra debido a que ellos prefieren ir a lugares como Salinas o Montañita.

En el balneario “Las Núñez” no existe una fuerte competencia entre hoteles; los pocos lugares de hospedaje con los que cuenta, son hostales creadas por la comuna o por personas particulares pero que no cuentan con todos los servicios que los turistas requieren al momento de visitar estas playas.

La mayor competencia se encuentra en el balneario Montañita, que tiene la más alta concentración de turistas nacionales y extranjeros en la Ruta del Spondylus por contar con una infraestructura adecuada y servicios de calidad, hoteles tales como Casa Blanca, Montañita, Machu Picchu, entre otros. Olón también representa competencia por contar con hoteles como Quimbita o la muy reconocida Finca El Retiro, al Igual de Cuna Luna en San José.

### **2.3.2. Tendencias Económicas**

El crecimiento del turismo como factor económico y de calidad de vida, es muy sensible a la situación económica de los turistas, a su cambio de hábitos relacionado con las diferentes formas de gestión de su tiempo libre y de ocio, y a la importancia que le están dando al tema de la seguridad personal.

Durante el mes de diciembre de 2011 se registra un total de 113.292 arribos, que comparado con los arribos del mes de diciembre de 2010, presenta un incremento del 17,57%, que en términos absolutos significa un aumento de 16.933. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos del mercado clave colombiano, al pasar de 21.084 en diciembre de 2010 a 30.047 en diciembre de 2011, es decir, existe un incremento del 42,51%.



Así mismo, en el mes de diciembre de 2011 se ha registrado una disminución de 1.437 arribos de peruanos al país, con relación a los arribos contabilizados en el mes de diciembre de 2010, lo que representa el (11,57%). Y al analizar el período enero - diciembre de 2011 con relación al mismo período del año 2010, existe un decrecimiento del 6%, esto es, 9.248 arribos.

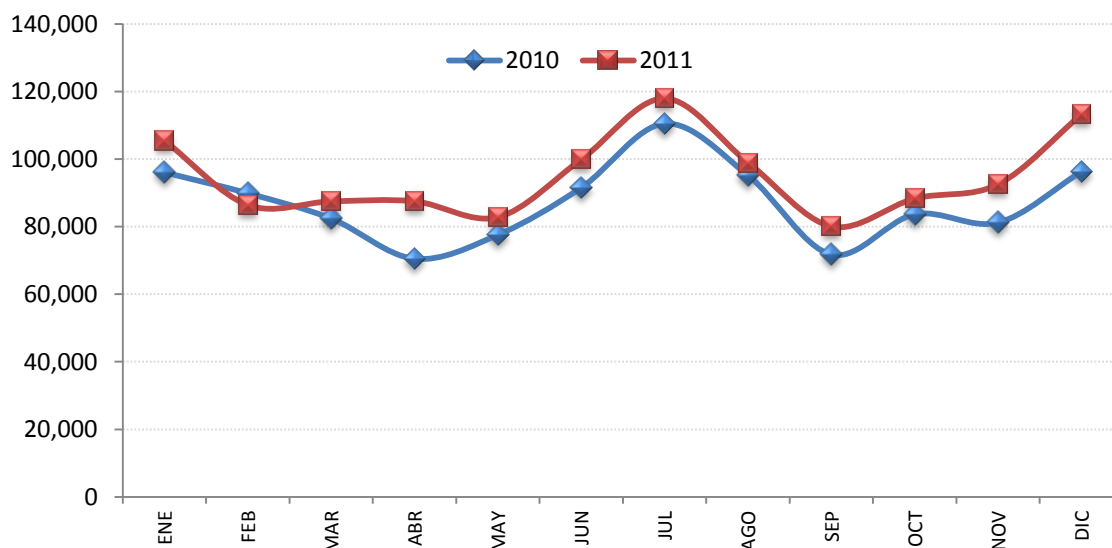
El total de arribos desde los mercados clave representa un 65% del total de arribos del mes de diciembre de 2011.

**Tabla 1: Ingreso de Extranjeros en los últimos 5 años**

**Fuente: Ministerio de Turismo**

MES	2007	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/2010
ENE	84,070	92,378	86,544	96,109	105,541	<b>9.81</b>
FEB	69,534	74,174	72,742	89,924	86,424	<b>-3.89</b>
MAR	74,929	77,946	72,226	82,452	87,486	<b>6.11</b>
ABR	67,788	67,557	72,910	70,540	87,509	<b>24.06</b>
MAY	68,583	74,667	70,277	77,618	82,811	<b>6.69</b>
JUN	85,769	89,262	89,889	91,602	99,944	<b>9.11</b>
JUL	101,088	109,250	102,571	110,545	117,997	<b>6.74</b>
AGO	91,309	96,336	87,221	95,219	98,987	<b>3.96</b>
SEP	64,966	73,757	68,124	71,776	80,083	<b>11.57</b>
OCT	72,365	79,814	77,960	83,701	88,338	<b>5.54</b>
NOV	73,273	83,458	76,965	81,253	92,566	<b>13.92</b>
DIC	83,813	86,698	91,070	96,359	113,292	<b>17.57</b>
<b>TOTAL</b>	<b>937,487</b>	<b>1,005,297</b>	<b>968,499</b>	<b>1,047,098</b>	<b>1,140,978</b>	<b>8.97</b>

## ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR 2010-2011



**Gráfico 1: Entrada de Extranjeros al Ecuador 2010 - 2011**

**Fuente: Ministerio de Turismo**

Dentro de los mercados de oportunidad, en el mes de diciembre de 2011 se registró un incremento en los mercados Venezuela, México y Panamá, con una participación relativa del 43%, 23% y 84% en su orden. Estos incrementos totalizan 2.409 arribos.

Los arribos relacionados con los Mercados de Oportunidad representan el 9% del total de arribos del mes de diciembre de 2011.

La generación de divisas por concepto de turismo que se registra en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 433.5 millones de dólares durante los primeros dos trimestres del año 2011, que al comparar con el ingreso de divisas de los principales productos de exportación, hace que el turismo tenga una ubicación en el cuarto lugar, después del petróleo, el banano y plátano y derivados del petróleo.

Al relacionar los 433.5 millones de dólares de ingreso de divisas por concepto de turismo con los 470.5 millones de dólares de egreso de divisas por este mismo concepto, se obtiene una balanza deficitaria con un saldo negativo de 37 millones de dólares; es decir, que el gasto que realizan los residentes en el exterior es mayor al gasto realizado por los no residentes en el país.

Resulta importante estimular el desarrollo del turismo interno, como medida para evitar la salida de visitantes residentes y consecuentemente de los flujos de divisas al exterior por concepto de turismo.

**Tabla 2: Divisas - Balanzas de Pagos**

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

TRIMESTRES	2011						SALDO c = ( a - b )
	INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS ( a )	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b)	
	VIAJES	TRANSPORTE		VIAJES	TRANSPORTE		
I TRIMESTRE	212.9	1.6	214.5	152.9	76.5	229.4	-14.9
II TRIMESTRE	217.5	1.5	219.0	157.0	84.1	241.1	-22.1
<b>Sub total</b>	<b>430.4</b>	<b>3.1</b>	<b>433.5</b>	<b>309.9</b>	<b>160.6</b>	<b>470.5</b>	<b>-37.0</b>

## **2.4. Marketing Mix.**

El marketing mix permite formular a la empresa el plan táctico, una vez que identificó las necesidades y deseos de los consumidores del mercado meta, al cual se va a dirigir; definió su estrategia competitiva y el posicionamiento. Los elementos que conforman el marketing operativo incluyen una oferta de mercado definida por las variables tales como:

- Producto
- Precio
- Plaza o canales de distribución
- Promoción o comunicación.

### **2.4.1. Producto.**

Un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

En el caso de DelaMar Resort el producto que brindará es el servicio de alojamiento temporal para turistas nacionales e internacionales. Este servicio será de primera categoría para cubrir con todas las expectativas y necesidades de nuestros clientes potenciales y reales, contaremos con instalaciones físicas apropiadas y personal capacitado, lo cual nos ayudará a diferenciarnos de nuestra competencia.

En lo que concierne a las instalaciones físicas de DelaMar Resort, estas incluyen:

✓ **Habitaciones:** Nuestras habitaciones ofrecerán todas las comodidades que se espera de un hotel de primera: aire acondicionado, baño privado con agua caliente, televisor a color con televisión por cable, armario, pequeños veladores y minibar. Tendremos un total de 9 habitaciones y dos cabañas familiares con capacidad para siete personas cada una. Estas habitaciones se desglosarán de la siguiente manera:

- 3 Habitaciones matrimoniales.
- 2 Habitaciones triples.
- 3 Habitaciones Cuádruples.
- 1 Suite Matrimonial.
- 2 Cabañas Familiares

Habitaciones Matrimoniales.- Contarán de una cama matrimonial tamaño Queen, baño privado y dos veladores con lámparas. Estas habitaciones pueden ser para 1 o 2 personas y su precio es distinto según la cantidad de personas.

Habitaciones Triples.- Contarán de una cama matrimonial tamaño Queen, un sofá cama de 1.5 plazas y dos veladores con lámparas.

Habitaciones Cuádruples.- Contarán de una cama matrimonial tamaño Queen, una litera con camas de 1.5 plazas y dos veladores con lámparas.

Suite Matrimonial.- Contará de una cama matrimonial tamaño King, jacuzzi, dos veladores con lámparas y vista hacia el mar.

Cabaña familiar.- Contará con 3 habitaciones: una habitación matrimonial con cama matrimonial tamaño Queen, una habitación triple con una litera y una cama de 1.5 plazas y una habitación doble con dos camas de 1.5 plazas.

- ✓ **Bar/Restaurante:** El resort contará con una zona exclusiva para la alimentación de nuestros visitantes. Este Bar/Restaurante tendrá capacidad para 40 personas para que los huéspedes puedan deleitarse con la comida típica de las costas ecuatorianas. Se le llama bar/restaurante porque a partir de las 9 de la noche será prácticamente bar ya que sólo se venderán piqueos y cocteles.
  
- ✓ **Piscina:** En la piscina se podrá disfrutar de una hermosa vista del mar y maravillarse de los espectaculares atardeceres que se pueden observar. En los alrededores de la piscina habrán sillas recostables donde los huéspedes podrán tomar el sol, relajarse, disfrutar de un delicioso coctel o de uno de los platos del restaurante. La piscina será de uso exclusivo de los huéspedes.
  
- ✓ **Otros servicios:** Adicionalmente, ofreceremos otras actividades como cabalgatas por la playa, juegos infantiles, canchas de volley en la arena, entre otros.
  
- ✓ **Personal:** Todo el resort estará dirigido por personal capacitado en cada una de sus diferentes áreas de atención, para que puedan brindar un servicio rápido, cortés y siempre con una atención personalizada a los clientes.

### **2.4.2. Precio.**

La determinación del precio de nuestros servicios viene establecida según la estrategia de diferenciación que decidimos implementar, la misma que se enfoca en ofrecer un servicio de calidad. Para esto debemos establecer precios que nos ayuden a cubrir los costos que incurrimos para poder ofrecer dicho servicio de calidad que tratará de cubrir las necesidades del turista más exigente.

Para establecer nuestros precios tomaremos en cuenta los siguientes parámetros:

- ❖ Los precios ofrecidos por la competencia directa y significativa.
- ❖ Los costos en los que incurriremos, sean estos fijos y variables.
- ❖ El margen de utilidad que se desea obtener.
- ❖ Temporadas altas y bajas para el sector hotelero de la costa.

Según investigaciones y estadísticas sobre los precios que establecen los hoteles que se encuentran en igual categoría que DelaMar Resort, los precios se encuentran en un rango entre \$60 a \$300 dependiendo del tipo de habitación que estemos ofertando, es decir, las sencillas serán aquellas que tienen los precios más baratos hasta la cabaña familiar que es aquella que representa el precio más elevado.

### **2.4.3. Plaza o Canales de Distribución.**

Los canales de distribución no se pueden restringir a los productos físicos. Son importantes para promover servicios desde el productor al consumidor por canales ya sean estos directos e indirectos.

Debido a esto, hemos determinado que nuestros principales canales de distribución serán las agencias de viaje con quienes se buscará tener una alianza estratégica, manteniendo una relación ganar-ganar. Ya que ellos en el momento de prepararles un paquete turístico, darían como sugerencia a nuestro resort, mostrando nuestras cualidades y servicios.

Tenemos también como punto de consideración participar en actividades de promoción turística organizadas a nivel nacional como ferias, exposiciones, entre otros eventos para dar a conocer los servicios que ofrecemos como resort.

Otra forma por la que distribuiremos nuestro servicio será vía internet, crearemos una página web del resort en que se describirá todo lo concerniente al mismo, mostrará una galería de fotos para una mejor apreciación del lugar por parte del turista interesado, mostrará las habitaciones, precios y actividades que se pueden realizar en el lugar. Por el mismo medio se podrán realizar las reservaciones, lo cual es beneficioso para el turista porque optimizamos su tiempo.



#### **2.4.4. Promoción o Comunicación.**

Aunque el propósito general de la promoción de ventas como el de cualquier actividad de la mercadotecnia es aumentar las ventas, su resultado específico dependerá de cómo se emplea, a quién se dirige y como se realiza. A través de las actividades promocionales de una empresa, es como ésta se comunica directamente con su mercado meta. La promoción es un intento de influir en el público.

El objetivo de las promociones es el de ampliar el número de consumidores, vender el servicio aunque no sea temporada alta y comunicar al mercado meta la diversidad de servicios que ofrecemos.

Consideramos estos medios los más óptimos para promocionar nuestro servicio:

- ❖ Publicidad.
- ❖ Publicidad No Pagada.

##### **2.4.4.1. Publicidad.**

El material publicitario es un apoyo para una mayor difusión de nuestro servicio, informa a los consumidores nuestros beneficios resaltando nuestra diferenciación por sobre la competencia.

Hemos decidido hacer realizar una campaña publicitaria orientada a comunicar las ventajas competitivas de nuestro proyecto como lo es la ubicación, la calidad de servicio y la diversidad de actividades a realizar.

Usaremos los siguientes medios de comunicación:

- ❖ **Revistas especializadas en turismo y entre otras.-** Se realizarán publicaciones en revistas nacionales especializadas en mostrar los lugares turísticos más lindos del Ecuador, de esta forma nos damos a conocer directamente con nuestros clientes potenciales. También se hará publicidad mediante los periódicos nacionales y revistas como Pacificard y América Economía presentándonos como una nueva opción para disfrutar de nuestras playas.
  
- ❖ **Catálogos de agencias de viajes.-** Se establecerán alianzas con agencias de viajes para que en los paquetes turísticos que ofrezcan por la Ruta del Spondylus nos establezcan como primera opción. Para una mejor comunicación con el turista interesado se entregarán catálogos con la información detallada de nuestro Resort, servicios y actividades que ofrecemos.
  
- ❖ **Internet.-** La publicidad realizada por este medio será en base a la página web creada exclusivamente para el resort y por correos electrónicos masivos. La página web mostrará fotos de la infraestructura que ofrecemos y de las actividades; así también como los precios, ubicación y facilidad de reservación.
  
- ❖ **Volantes.-** Este es uno de los medios más tradicionales de hacer publicidad, es por esto que hemos pensado conveniente en repartir volantes en la temporada en el peaje saliendo de Guayaquil a la Ruta del Sol.



**Figura 7: Banner Publicitario**



DelaMar Resort se maneja bajo un concepto de calidad que le ofrece una nueva opción para el disfrute del turismo, así como la amplia variedad de servicios y actividades en el escenario perfecto para lograr su total descanso y diversión.



Piscina  
Juegos Infantiles  
Areas Verdes  
Salon De eventos  
Restaurante

*Un Paraíso  
en la  
Ruta del Sol*



**Ven y disfruta!**

de una atención de primera y de los mejores paisajes

- 9 habitaciones
- matrimoniales
- triples
- cuádruples
- suite con jacuzzi
- 2 cabañas familiares

Las Núñez - Ruta del Spondylus Santa Elena - Ecuador

**Figura 8: Anuncio de Revista**



DelaMar Resort se maneja bajo un concepto de calidad que le ofrece una nueva opción para el disfrute del turismo, así como la amplia variedad de servicios y actividades en el escenario perfecto para lograr su total descanso y diversión.

**Ven y disfruta!**

de una atención de primera y de los mejores paisajes de la Ruta del Sol

Las Núñez - Ruta del SONDYLUS  
Santa Elena - Ecuador



**Figura 9: Volantes**

#### **2.4.4.2. Publicidad No Pagada**

En este enfoque publicitario, no será necesario desembolsar dinero ya que éste está basado en los buenos comentarios, anuncios, avisos o reportajes que realicen las personas que ya nos visitaron y otros medios de comunicación sobre nuestro resort.

Se tratará de captar la atención de los medios de comunicación nacionales e internaciones que se dediquen a realizar reportajes de turismo, de esta forma se podrá invitar a los televidentes a visitarnos.

Además es importante el manejo del internet en este tipo de publicidad. DelaMar Resort se inscribirá en las páginas gratuitas que tengan que ver con la industria hotelera para que los consumidores tengan la oportunidad de comentar y recomendar el lugar a los demás clientes potenciales del Resort. La página web del resort es un punto clave para la publicidad no pagada también, el área de sugerencias y contactos nos permitirá conocer a nuestros potenciales clientes para mantener un contacto frecuente con ellos.

Este tipo de publicidad ayudará a darnos a conocer y a posicionarnos en la mente del consumidor. Ayudará a mejorar y a mantener la imagen del proyecto.

## 2.5. Marketing Estratégico.

### 2.5.1. Fuerzas de Porter.

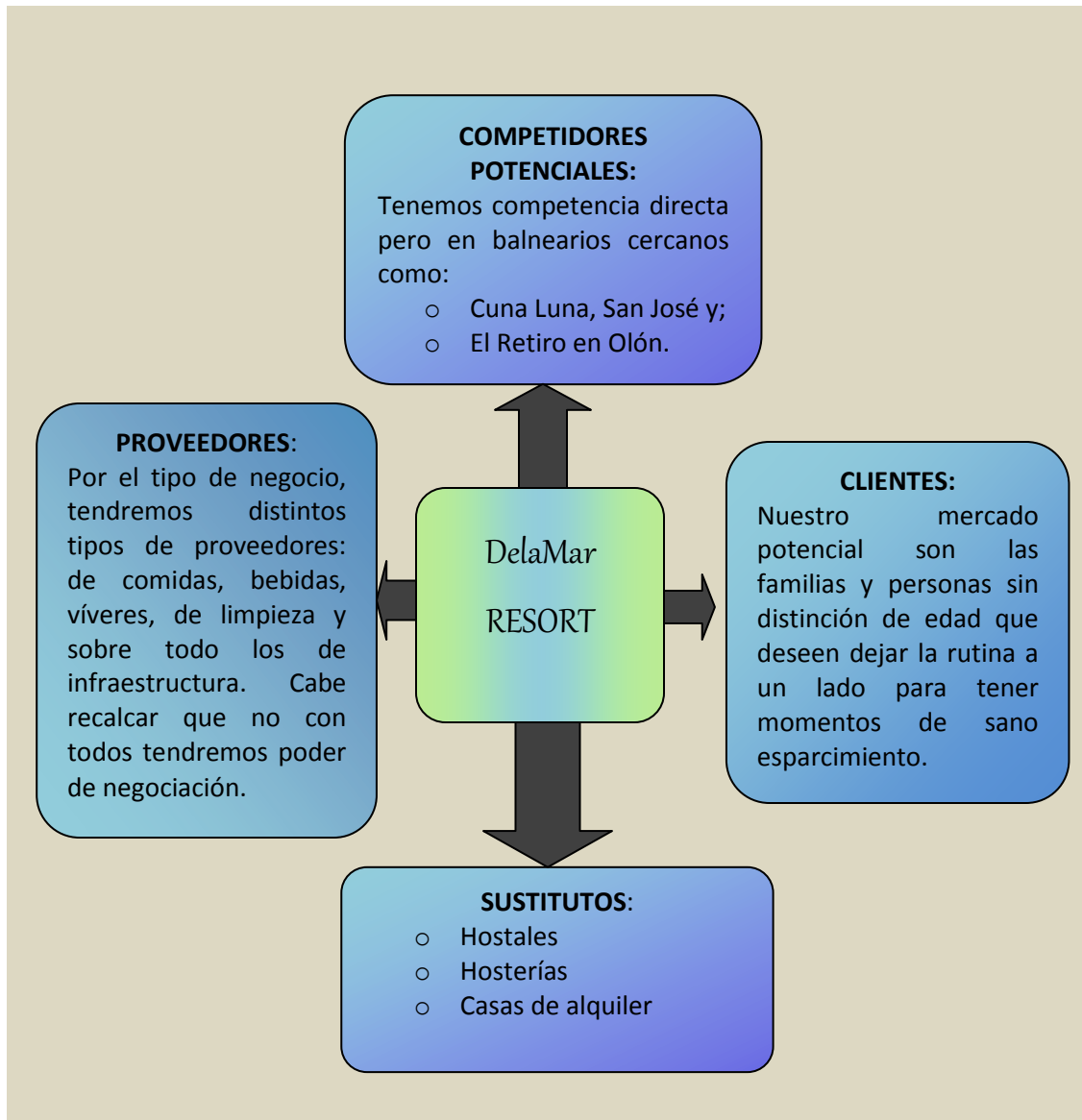


Gráfico 2: Fuerzas de Porter

Elaborado por: Los Autores

## 2.5.2. Análisis FODA.

**Tabla 3: Análisis FODA**

**Elaborado por: Los Autores**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ <u>Ubicación:</u> Las Núñez es un balneario en potencia, con unas playas hermosas y singulares paisajes.</li><li>➤ <u>Calidad del Servicio:</u> El personal que atenderá el resort estará plenamente capacitado para brindar un servicio inigualable.</li><li>➤ <u>Innovación:</u> Tener ideas nuevas en adecuación de la infraestructura y de los servicios que se ofrecerán.</li><li>➤ <u>Diversidad:</u> Se ofrecerá una gama de actividades para que los turistas puedan disfrutar mejor su tiempo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ <u>Capital:</u> Para elaborar la infraestructura del resort se requeriría de una gran capital inicial.</li><li>➤ <u>Promoción:</u> Las Núñez es un balneario muy visitado por su hermosa playa, sin embargo necesita ser más promocionado turísticamente.</li><li>➤ <u>Temporadas:</u> La temporada de invierno sería la más alta para nosotros ya que en verano a pesar de que las personas de la Sierra tienen vacaciones prefieren viajar a playas conocidas y cercanas.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ <u>Crecimiento:</u> Con el apoyo del gobierno y de los medios de comunicación crecerá turísticamente la zona.</li><li>➤ <u>Carreteras:</u> La reconstrucción de las vías de acceso al balneario.</li><li>➤ <u>Inversiones:</u> La inversión nacional y extranjera es una gran oportunidad para el aumento del poder adquisitivo de las personas por ende se fomenta el turismo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ <u>Clima:</u> Ciertos fenómenos como los del Niño o la Niña pueden afectar gravemente la zona costera del país.</li><li>➤ <u>Competencia:</u> La entrada de nuevos competidores ya sean estos directos o indirectos.</li><li>➤ <u>Altas tasas de interés:</u> Esto es un limitante para realizar las inversiones necesarias que conciernen a este proyecto.</li></ul>



## **2.6. Investigación de Mercado.**

### **2.6.1. Objetivos.**

- ✚ Determinar el grado de aceptación que tendría la creación de un Resort en el balneario.
- ✚ Definir el segmento de mercado o mercado potencial que adquiriría nuestro servicio.
- ✚ Conocer las necesidades y preferencias de nuestros clientes potenciales.
- ✚ Obtener un precio de referencia que los clientes estén dispuestos a pagar por el servicio que ofrecemos.
- ✚ Determinar las variables que influyen al momento de demandar nuestro servicio y su grado de importancia.

### **2.6.2. Determinación de las Necesidades de Información.**

- ✚ Determinar la frecuencia con la que las personas acuden a la Costa del país, para visitar sus playas en temporada alta y temporada baja.
- ✚ Señalar qué destino (playa) es el que más frecuentan y por qué prefieren estos lugares.
- ✚ Determinar una cantidad aproximada de personas que hayan visitado un Resort y estimar un rango de precios que han pagado o estarían dispuestos a pagar.
- ✚ Medir la cantidad de personas que conocen el balneario Las Núñez y definir la cantidad de personas que estaría dispuesta a visitar DelaMar Resort.

### 2.6.3. Determinación de las Fuentes de Información.

La principal fuente de información se obtendrá mediante el método de comunicación con los encuestados, es decir, diseñaremos un formato de encuesta con preguntas relacionadas a la información que queremos hallar y se realizará a personas de la ciudad de Guayaquil y Salinas primordialmente, además de las ciudades de Quito y Cuenca.

Como fuente de información secundaria, obtendremos datos de las páginas de internet del INEC, Banco Central del Ecuador y la Superintendencia de Compañías.

### 2.6.4. Plan de Muestreo.

#### 2.6.4.1. Definición de la Población.

La población que se consideró para realizar las encuestas de nuestra investigación de mercado pertenece a la ciudad de Guayaquil, Quito, Salinas y Cuenca, que consideramos ser las más importantes del país.

Presentamos la siguiente tabla

**Tabla 4: Definición de la Población**

**Elaborada por: Los Autores**

Guayaquil	2,350,915
Quito	2,239,191
Cuenca	505,585
Salinas	68,675
<b>Total</b>	<b>5,164,366</b>

#### 2.6.4.2. Cálculo del Tamaño de la Muestra.

Datos para el cálculo del tamaño de la muestra.

Tabla 5: Datos para el Cálculo de la Muestra

Elaborada por: Los Autores

Universo	N=	5,164,366
Nivel de Confianza 95%	Z=	1.96
Probabilidad de Aceptación	p=	0.5
Probabilidad de Fracaso	q=	0.5
Margen de error 5%	e=	0.05

Fórmula.

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

$$n = \frac{(1.96^2)(5164366)(0.5)(0.5)}{[0.05^2(5164366-1)]+(1.96)(0.5)(0.5)}$$

$$n = 385 \text{ encuestas}$$

### 2.6.5. Modelo de Encuesta.

Buenos Días, soy estudiante de la Escuela Superior Politécnica del Litoral y estoy realizando una encuesta para mi Proyecto de Grado. Por favor, concédame 2 minutos de su tiempo contestando las siguientes preguntas ya que consideramos que su opinión es importante y valiosa.

Género: Masculino  Femenino  Edad:

Nacionalidad: \_\_\_\_\_

#### 1) ¿Con qué frecuencia acude usted a la playa en temporada?

1 vez  4 a 6 veces   
2 a 3 veces  más de 6 veces   
Nunca

#### 2) ¿Con qué frecuencia acude usted a la playa fuera de temporada?

1 vez  4 a 6 veces   
2 a 3 veces  más de 6 veces   
Nunca

En caso de haber contestado NUNCA en las 2 anteriores, termina la encuesta.  
Gracias

#### 3) ¿Por qué motivo frecuenta este tipo de destino?

Para relajarse  Por Diversión (Farra)   
Por los hijos  Otros, Especifique \_\_\_\_\_

#### 4) ¿Qué playa es la que más frecuenta?

Playas  Ruta del Spondylus   
Salinas  Manta   
Esmeraldas  Otros, Especifique \_\_\_\_\_

#### 5) Cada vez que asiste, ¿cuántos días en promedio se queda en la playa?

\_\_\_\_\_

**6) ¿Se ha hospedado alguna vez en un Resort?**

Si

No

**7) En caso de haber contestado SI la pregunta anterior, ¿cuánto ha pagado por hospedarse en un Resort por noche? En caso de haber contestado NO, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?**

\$ \_\_\_\_\_

**8) ¿Conoce el balneario Las Núñez en la Ruta del Spondylus?**

Si

No

En caso de no conocer, es un balneario que se encuentra a 10 minutos del pueblo de Montañita.

**9) ¿Qué opina acerca de la creación de un Resort en el balneario Las Núñez?**

En Desacuerdo

De Acuerdo

Indiferente

**10) ¿Estaría dispuesto a visitar este Resort cuando asiste a la playa?**

Si

No

**11) En caso de haber contestado SI la pregunta anterior, ¿con qué frecuencia visitaría el Resort?**

1 vez al año

4 a 6 veces al año

2 a 3 veces al año

más de 6 veces al año

**Gracias por su tiempo.**

## 2.6.6. Análisis de las Encuestas.

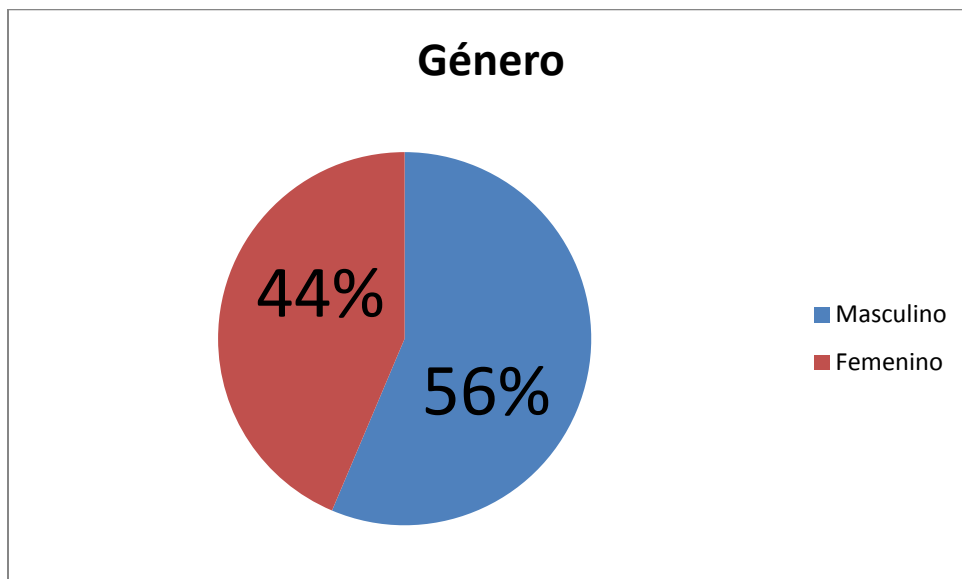
### Género

Se procedió a realizar 385 encuestas donde el 56% de los encuestados es de género masculino, mientras que el 44% restante de género femenino.

**Tabla 6: Encuestas Tabuladas, Género**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Genero</b>	
Masculino	217
Femenino	168
<b>Total</b>	<b>385</b>



**Gráfico 3: Encuestas Tabuladas, Género**

**Elaborado por: Los Autores**

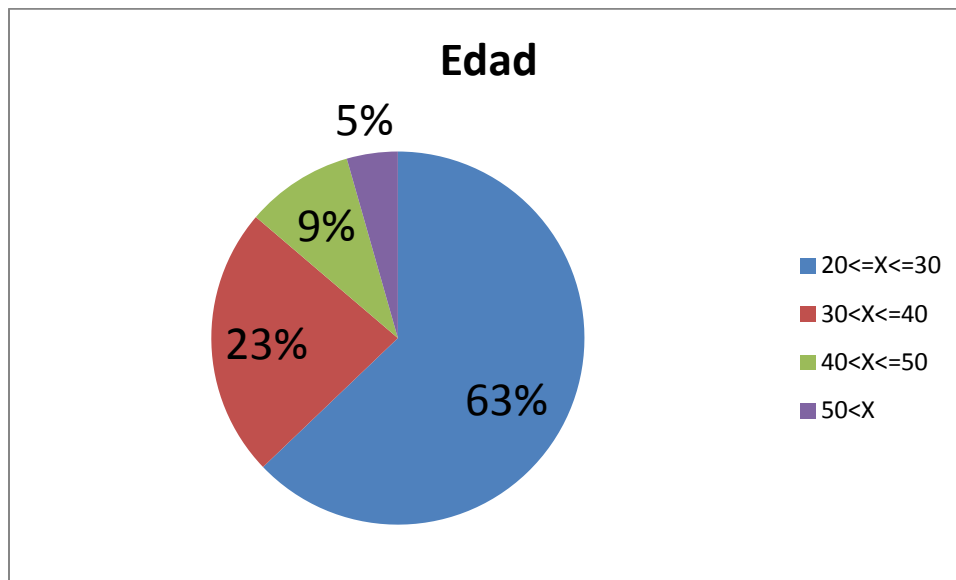
## Edad

El 63% de los encuestados están en un rango de edad entre 20 y 30 años, el 23% de los encuestados se encuentra en un rango de edad entre los 30 y 40 años, mientras que el 14% restante son personas mayores a 40 años.

**Tabla 7: Encuestas Tabuladas, Edad**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Edad</b>	
$20 \leq X \leq 30$	242
$30 < X \leq 40$	90
$40 < X \leq 50$	36
$50 < X$	17
<b>Total</b>	<b>385</b>



**Gráfico 4: Encuestas Tabuladas, Edad**

**Elaborado por: Los Autores**

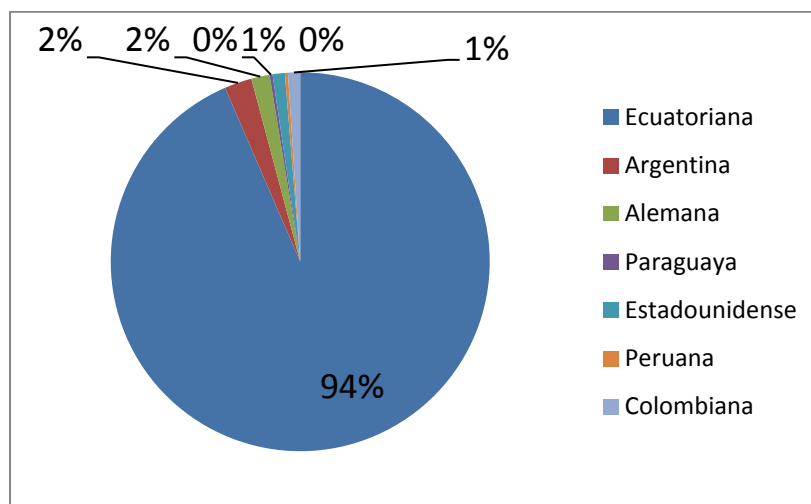
## Nacionalidad

De las encuestas realizadas se mostraron los siguientes datos con respecto a la nacionalidad.

**Tabla 8: Encuestas Tabuladas, Nacionalidad**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Nacionalidad</b>	
Ecuatoriana	360
Argentina	9
Alemana	6
Paraguaya	1
Estadounidense	4
Peruana	1
Colombiana	4
<b>Total</b>	<b>385</b>



**Gráfico 5: Encuestas Tabuladas, Nacionalidad**

**Elaborado por: Los Autores**

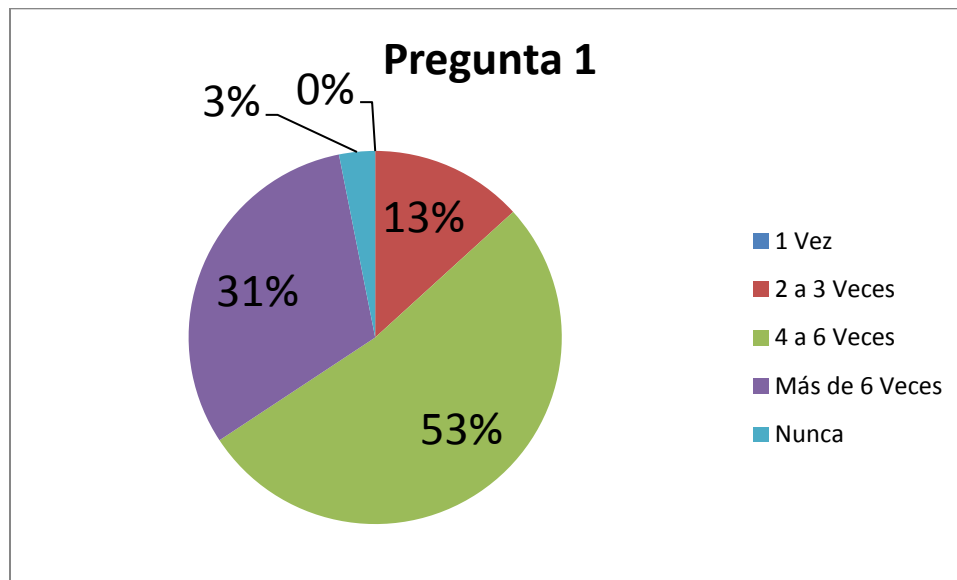


## Pregunta 1. ¿Con qué Frecuencia acude usted a la Playa en temporada?

**Tabla 9: Encuestas Tabuladas, Pregunta 1**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 1</b>	
1 Vez	0
2 a 3 Veces	51
4 a 6 Veces	202
Más de 6 Veces	120
Nunca	12
<b>Total</b>	<b>385</b>



**Gráfico 6: Encuestas Tabuladas, Pregunta 1**

**Elaborado por: Los Autores**

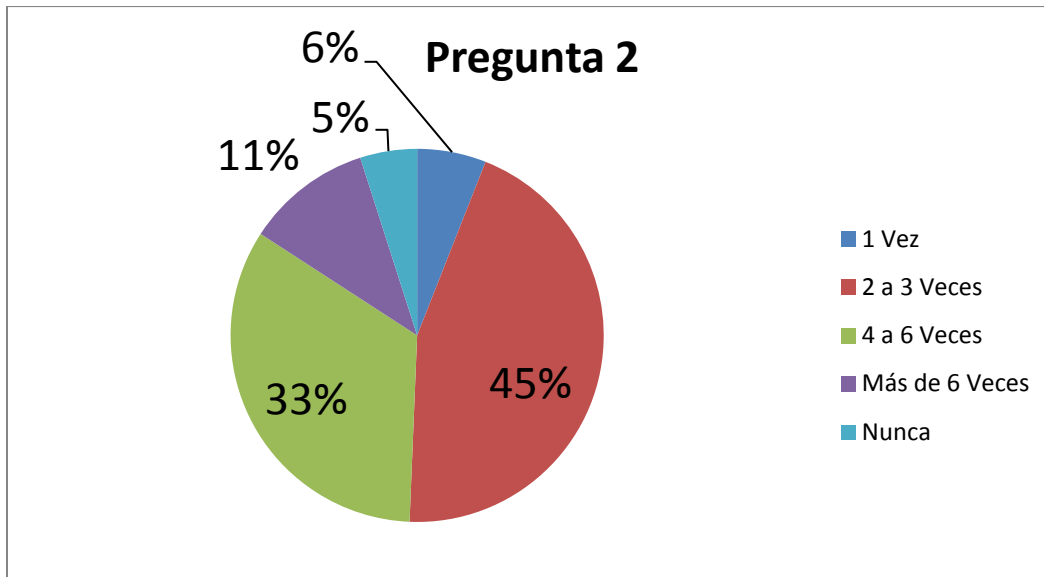
El 53% de las personas encuestadas nos dice que acuden de 4 a 6 veces a la playa durante la temporada, y el 31% nos dice que acude más de 6 veces a la playa, por lo que concluimos que existe una gran acogida por parte de las personas para visitar este tipo de destino durante los meses de temporada.

## Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia acude usted a la playa fuera de temporada?

**Tabla 10: Encuestas Tabuladas, Pregunta 2**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 2</b>	
1 Vez	23
2 a 3 Veces	172
4 a 6 Veces	129
Más de 6 Veces	42
Nunca	19
<b>Total</b>	<b>385</b>



**Gráfico 7: Encuestas Tabuladas, Pregunta 2**

**Elaborado por: Los Autores**

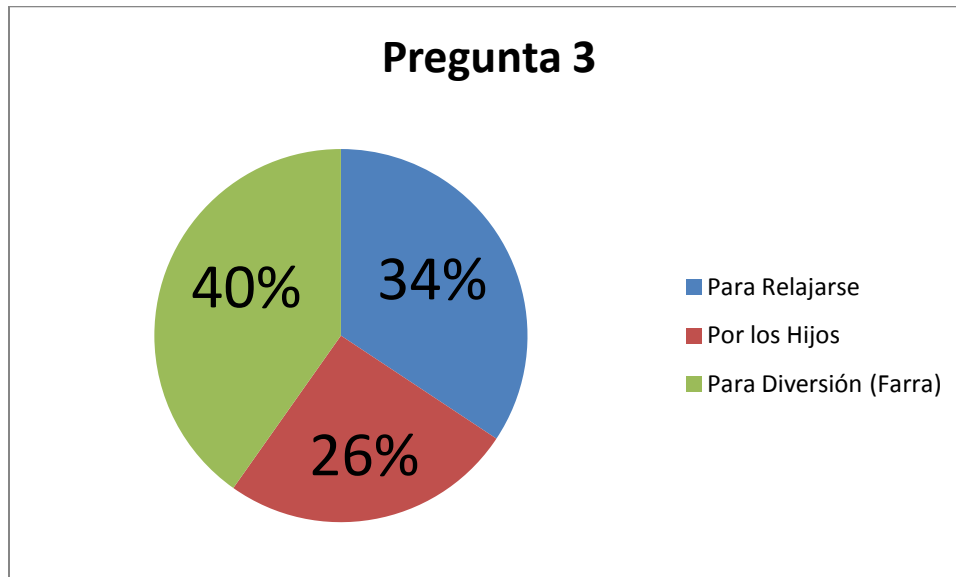
El 45% de los encuestados nos dicen que visitan las playas del país de 2 a 3 veces durante los meses fuera de temporada, el 33% las visitan de 4 a 6 veces y el 11% las visitan más de 6 veces. Con esto concluimos que aunque la cuantía de visitas es mucho menor a la de temporadas altas, igual existe una gran acogida por las playas de parte de las personas.

### Pregunta 3. ¿Por qué motivo frecuenta este tipo de destino?

**Tabla 11: Encuestas Tabuladas, Pregunta 3**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 3</b>	
Para Relajarse	128
Por los Hijos	95
Para Diversión (Farra)	150
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 8: Encuestas Tabuladas, Pregunta 3**

**Elaborado por: Los Autores**

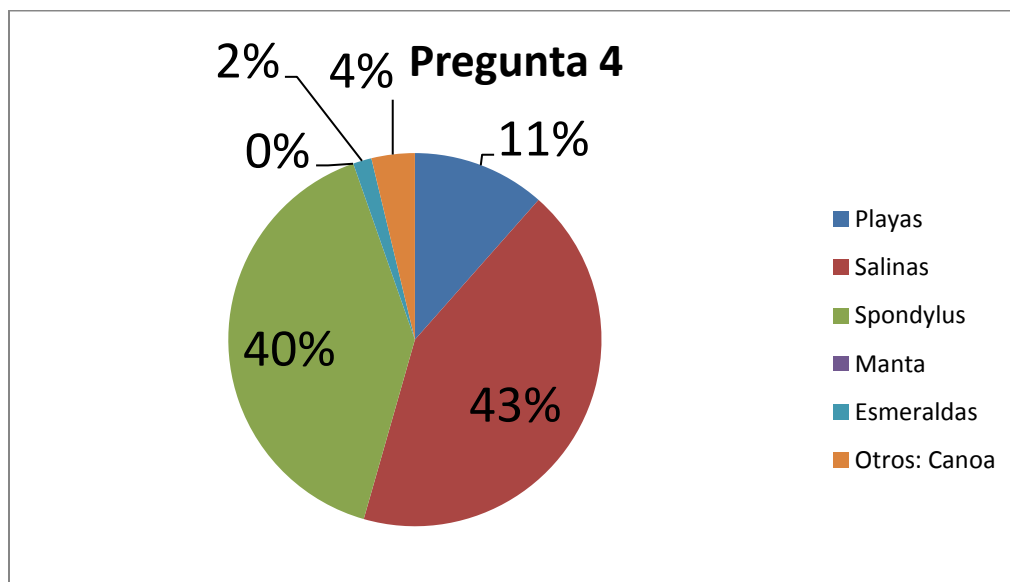
El 40% de los encuestados nos dice que acude a las playas de la costa del país por Diversión, mientras que el 26% lo hace por sus hijos y el 34% por relajarse. Podemos decir que existe un gran potencial de personas que acudiría a DelaMar Resort por motivos de relajarse y pasar tiempo en un lugar tranquilo junto a sus hijos, sin descartar que además personas que busquen diversión (farra) puedan también visitar el lugar.

#### Pregunta 4. ¿Qué Playa es la que más frecuenta?

**Tabla 12: Encuestas Tabuladas, Pregunta 4**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 4</b>	
Playas	43
Salinas	160
Spondylus	150
Manta	0
Esmeraldas	6
Otros: Canoa	14
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 9: Encuestas Tabuladas, Pregunta 4**

**Elaborado por: Los Autores**

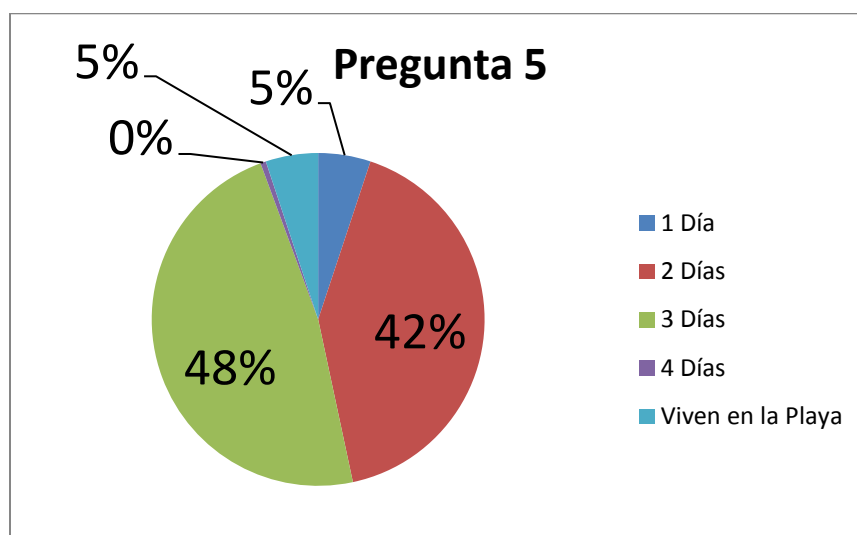
El 43% de los encuestados dice que el destino que más frecuenta son las playas de Salinas, mientras que el 40% visita la Ruta del Spondylus, siendo estos los lugares más concurrentes en lo que se refiere a playas.

**Pregunta 5. Cada vez que asiste, ¿cuántos días en promedio se queda en la playa?**

**Tabla 13: Encuestas Tabuladas, Pregunta 5**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 5</b>	
1 Día	19
2 Días	155
3 Días	178
4 Días	2
Viven en la Playa	19
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 10: Encuestas Tabuladas, Pregunta 5**

**Elaborado por: Los Autores**

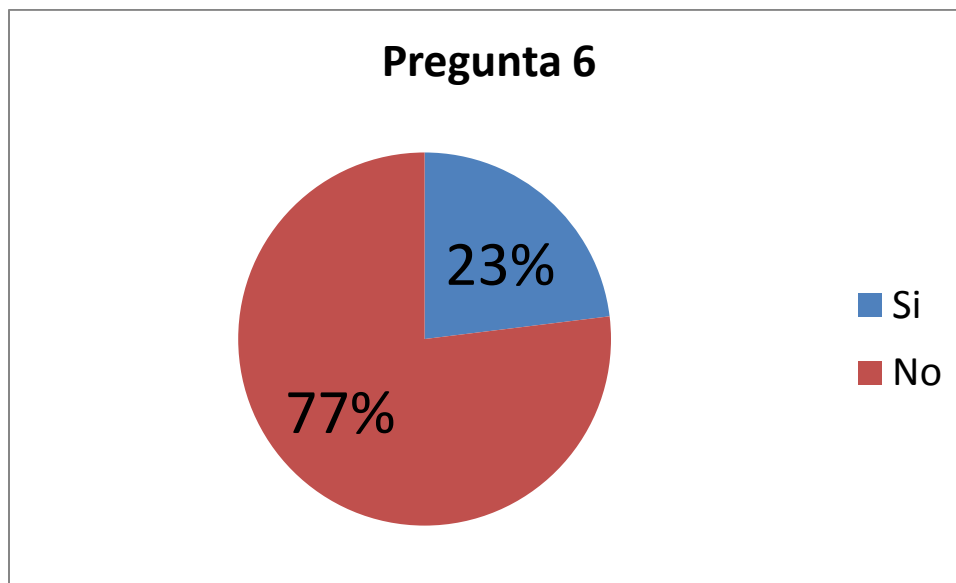
El 48% de los encuestados afirmó que en promedio se quedan 3 días en la playa, representando este porcentaje la mayoría, mientras que el 42% dice que en promedio se queda 2 días en la playa.

**Pregunta 6. ¿Se ha hospedado alguna vez en un Resort?**

**Tabla 14: Encuestas Tabuladas, Pregunta 6**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 6</b>	
Si	86
No	287
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 11: Encuestas Tabuladas, Pregunta 6**

**Elaborado por: Los Autores**

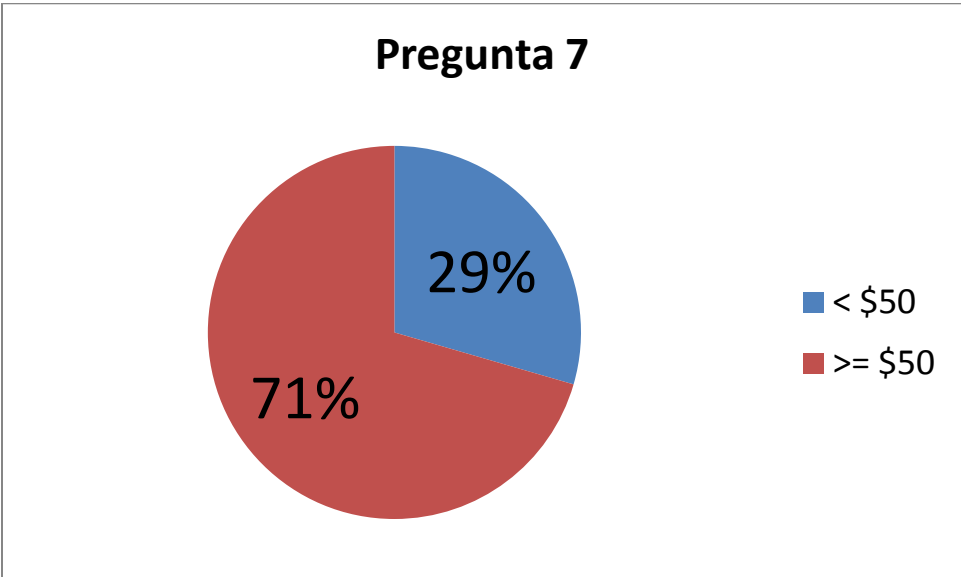
El 77% de la población afirma que nunca se ha hospedado en un Resort representando la gran mayoría, mientras que el 23% restante dice que sí se ha hospedado en un Resort alguna vez.

**Pregunta 7. En caso de haber contestado SI la pregunta anterior, ¿cuánto ha pagado por hospedarse en un Resort por noche? En caso de haber contestado NO, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?**

**Tabla 15: Encuestas Tabuladas, Pregunta 7**

Elaborada por: Los Autores

<b>Pregunta 7</b>	
< \$50	110
>= \$50	263
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 12: Encuestas Tabuladas, Pregunta 7**

Elaborado por: Los Autores

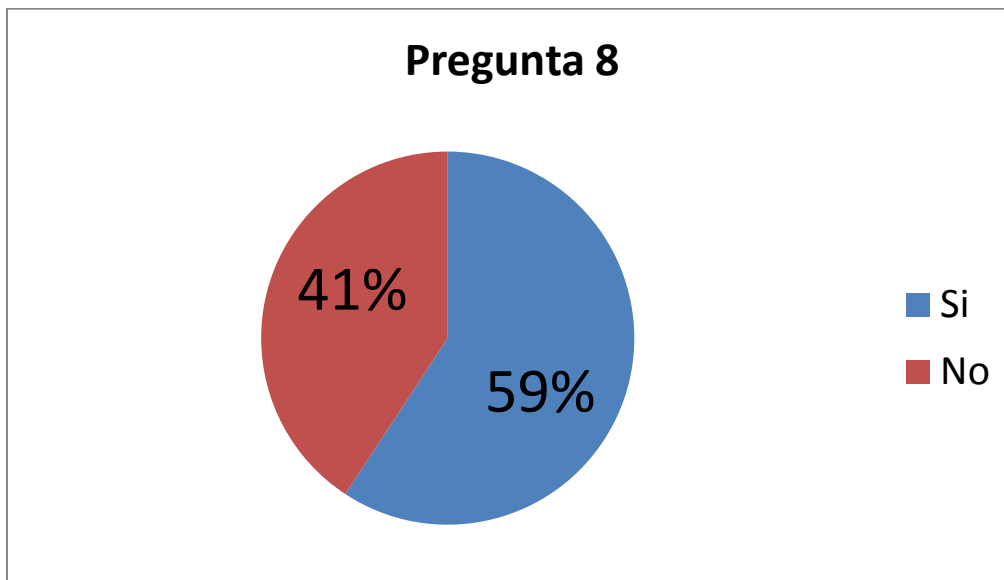
Según los datos obtenidos en esta pregunta, podemos concluir que una gran cantidad de personas ha pagado o pagaría \$50 o más por una noche de hospedaje en un Resort que se ve reflejado con el 71% de los encuestados, mientras que el 29% restante afirma que pagaría menos de \$50.

## Pregunta 8. ¿Conoce el balneario Las Núñez en la Ruta del Spondylus?

**Tabla 16: Encuestas Tabuladas, Pregunta 8**

Elaborada por: Los Autores

Pregunta 8	
Si	221
No	152
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 13: Encuestas Tabuladas, Pregunta 8**

Elaborado por: Los Autores

El 59% de los encuestados afirma conocer el balneario de Las Núñez ubicado en la Ruta del Spondylus, representando éste la mayoría de las encuestas, y el 41% restante no conoce el balneario. Sin embargo los porcentajes son bastante parejos.

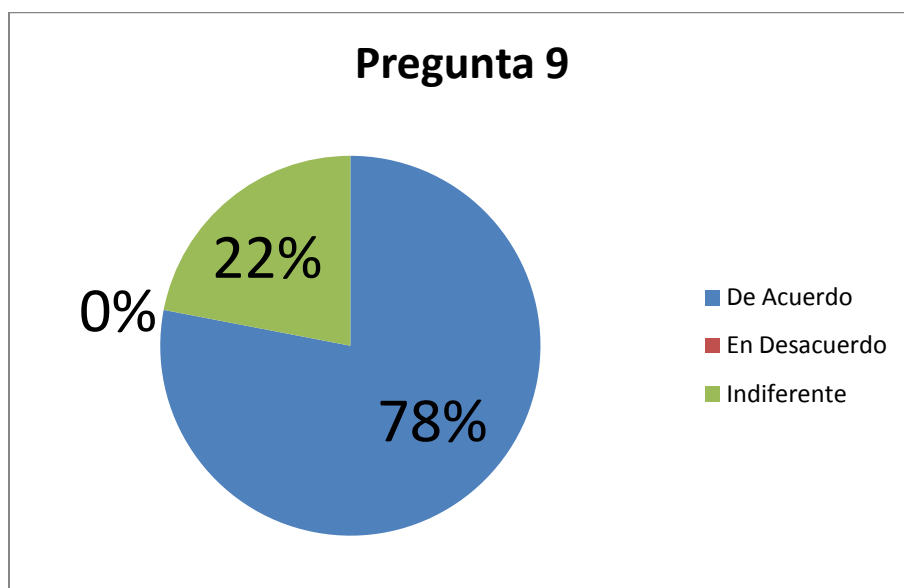


**Pregunta 9. ¿Qué opina acerca de la creación de un Resort en el balneario Las Núñez?**

**Tabla 17: Encuestas Tabuladas, Pregunta 9**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 9</b>	
De Acuerdo	291
En Desacuerdo	0
Indiferente	82
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 14: Encuestas Tabuladas, Pregunta 9**

**Elaborado por: Los Autores**

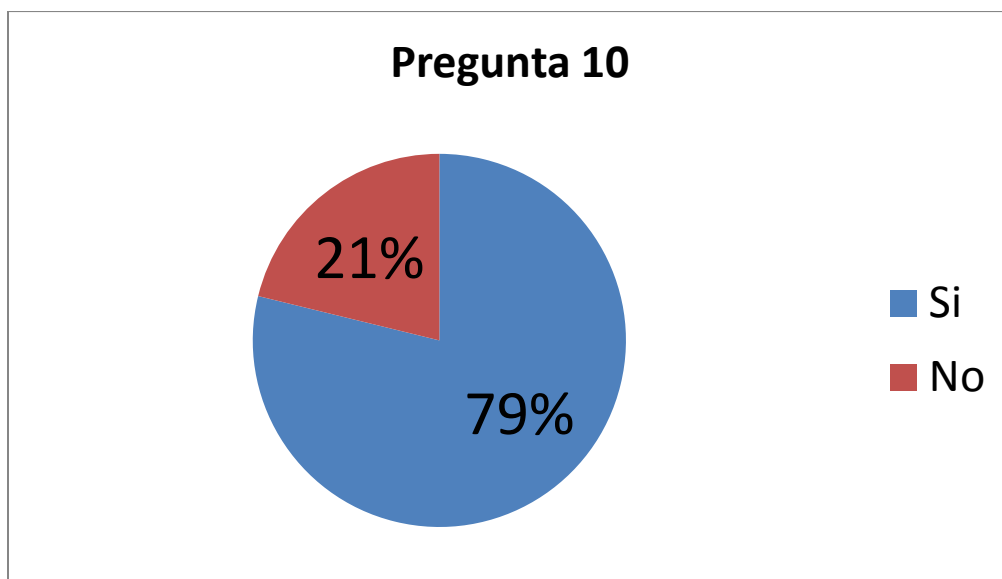
El 78% de la población está de acuerdo con la creación del Resort en el balneario, y al 22% le es indiferente la idea.

**Pregunta 10. ¿Estaría dispuesto a visitar este Resort cuando asiste a la playa?**

**Tabla 18: Encuestas Tabuladas, Pregunta 10**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 10</b>	
Si	294
No	79
<b>Total</b>	<b>373</b>



**Gráfico 15: Encuestas Tabuladas, Pregunta 10**

**Elaborado por: Los Autores**

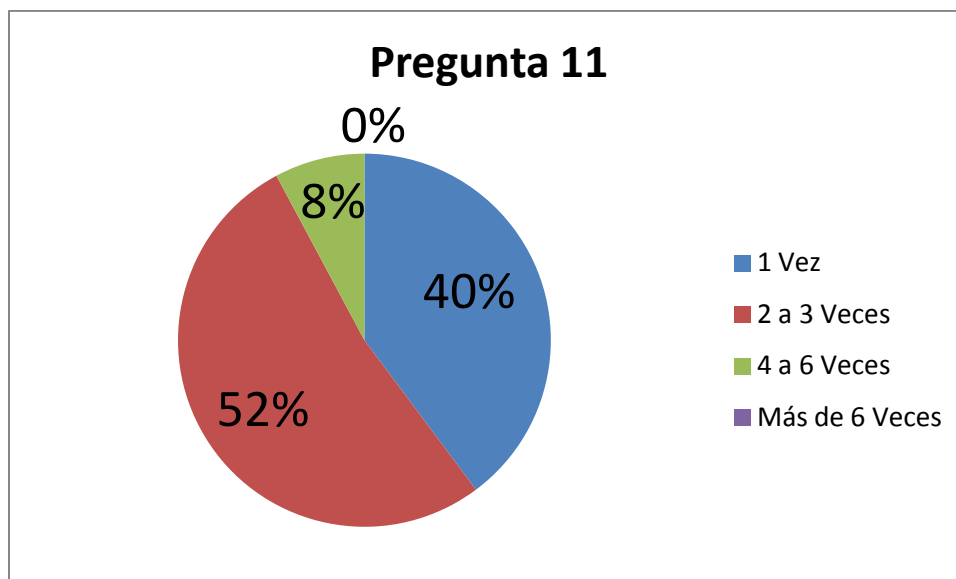
El 79% de los encuestados afirma que estarían dispuestos a visitar el Resort en el balneario Las Núñez, mientras que el 21% restante niega su asistencia al lugar. Existe una cantidad considerable que visitaría el Resort por lo que podemos concluir que éste tendría una gran acogida.

**Pregunta 11. En caso de haber contestado SI la pregunta anterior, ¿con qué frecuencia visitaría el Resort?**

**Tabla 19: Encuestas Tabuladas, Pregunta 11**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Pregunta 11</b>	
1 Vez	117
2 a 3 Veces	154
4 a 6 Veces	23
Más de 6 Veces	0
<b>Total</b>	<b>294</b>



**Gráfico 16: Encuestas Tabuladas, Pregunta 11**

**Elaborado por: Los Autores**

El 52% de las personas encuestadas dice que visitaría el Resort de 2 a 3 veces al año, el 40 % afirma que lo visitaría 1 vez al año, y el 8% dice que visitaría de 3 a 6 veces al año al Resort.

### 2.6.7. Conclusiones.

- ✚ Existe una gran cantidad de personas que viajan a la Costa del país para visitar sus playas, siendo éstas los lugares más concurrentes por las personas al momento de elegir un destino turístico principalmente en temporada alta. En temporada baja la concurrencia de personas es mucho menor, sin embargo las cifras obtenidas son considerables para decir que las playas del país siempre tienen una alta actividad turística durante todo el año.
- ✚ Los turistas acuden a estos lugares por motivos de diversión, relajación o por compartir momentos agradables con sus familias. DelaMar Resort es un lugar que está diseñado para ofrecer una experiencia agradable e inolvidable para sus clientes, donde la diversión y relajación son aspectos fundamentales en la razón de ser de la empresa, por lo que las personas pueden encontrar el Resort como una excelente alternativa al momento de elegir su destino turístico.
- ✚ Los balnearios más concurridos del país son Salinas y las playas de la Ruta del Spondylus. DelaMar Resort estará ubicado en el balneario Las Núñez de la Ruta del Spondylus que se considera una de las playas menos explotadas por el sector turístico, ofreciendo así nuevas opciones de destino para los turistas que de por sí tienen como una de sus preferidas la Ruta del Spondylus.
- ✚ La gran mayoría de las personas no se siente familiarizada con el concepto de un Resort por lo que ofreceríamos una alternativa novedosa para los turistas, que además están dispuestos a pagar considerables cantidades de dinero por obtener un servicio de calidad.
- ✚ DelaMar Resort tendrá una gran acogida por parte de las personas, pues muchas de ellas estuvieron de acuerdo con la creación del Resort y además afirmaron que visitarían el sitio algunas veces al año. Con esto concluimos que es factible la creación del establecimiento con respecto a la notable demanda que llegaría a tener.

# Capítulo 3

## 3. Estudio Técnico o de Ingeniería.

### 3.1. Antecedentes del Estudio Técnico.

El estudio técnico contempla los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cuál se analiza la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridas.

El principal objetivo de este estudio es determinar la infraestructura necesaria y los insumos requeridos para el correcto funcionamiento del resort. Es importante analizar los costos en los que se incurriría para la implementación de la maquinaria y equipo, personal técnico y obras físicas necesarias para satisfacer al cliente.

Las principales instalaciones del resort serán:

- ▶ 9 Habitaciones
- ▶ 2 cabañas familiares
- ▶ Piscina
- ▶ Canchas deportivas
- ▶ Juegos infantiles
- ▶ Bar/Restaurante
- ▶ Áreas verdes
- ▶ Sala de eventos

### 3.1.1. Balance de Equipos y Mobiliario.

Para el correcto funcionamiento del resort, es necesaria la compra de equipos y mobiliarios para cada una de las áreas que tendremos. Estos activos estarán acorde a las exigencias de nuestro mercado meta.

Es importante tener un equilibrio entre el equipo que se utilizará en el establecimiento, es por esto que se detalla en el siguiente balance como estarán equipadas cada una de las áreas más relevantes de DelaMar Resort.

**Tabla 20: Equipamiento Lobby**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>EQUIPAMIENTO LOBBY</b>			
<b>EQUIPOS Y MOBILIARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
MUEBLE DE MADERA	1	\$ 250,00	\$ 250,00
SILLAS	2	\$ 45,00	\$ 90,00
JUEGO DE MUEBLES	1	\$ 500,00	\$ 500,00
COMPUTADORA	1	\$ 335,00	\$ 335,00
AIRE ACONDICIONADO	1	\$ 390,00	\$ 390,00
CESTOS DE BASURA	1	\$ 5,00	\$ 5,00
CENTRAL TELEFÓNICA	1	\$ 330,00	\$ 330,00
IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	1	\$ 90,00	\$ 90,00
TELEVISOR	1	\$ 880,00	\$ 880,00
CARRITO PORTA EQUIPAJE	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.120,00</b>

**Tabla 21: Equipamiento Oficina Administrativa**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>EQUIPAMIENTO OFICINA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>EQUIPOS Y MOBILIARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
ESCRITORIO	1	\$ 180,00	\$ 180,00
COMPUTADORA	1	\$ 335,00	\$ 335,00
IMPRESORA	1	\$ 90,00	\$ 90,00
ARCHIVADOR	1	\$ 100,00	\$ 100,00
AIRE ACONDICIONADO	1	\$ 390,00	\$ 390,00
CESTO DE BASURA	1	\$ 5,00	\$ 5,00
TELÉFONO	1	\$ 20,00	\$ 20,00
SILLAS	3	\$ 32,00	\$ 96,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.216,00</b>

**Tabla 22: Equipamiento Habitaciones**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>EQUIPAMIENTO HABITACIONES</b>			
<b>EQUIPOS Y MOBILIARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
CAMA QUEEN	10	\$ 280,00	\$ 2.800,00
COLCHON QUEEN	10	\$ 210,00	\$ 2.100,00
CAMA KING	1	\$ 350,00	\$ 350,00
COLCHON KING	1	\$ 280,00	\$ 280,00
SOFÁ-CAMA	2	\$ 320,00	\$ 640,00
CAMA 1,5 PLAZAS	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00
LITERA	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
TELEFONO	11	\$ 20,00	\$ 220,00
AIRE ACONDICIONADO	12	\$ 390,00	\$ 4.680,00
COLCHON 1,5 PLAZAS	22	\$ 70,00	\$ 1.540,00
TELEVISORES	11	\$ 880,00	\$ 9.680,00
VELADORES DE MADERA	22	\$ 80,00	\$ 1.760,00
LAMPARAS	22	\$ 40,00	\$ 880,00
CESTOS DE BASURA	22	\$ 5,00	\$ 110,00
CAJONERAS	11	\$ 180,00	\$ 1.980,00
JACUZZI	1	\$ 550,00	\$ 550,00
MINI-BAR	11	\$ 80,00	\$ 880,00
COCINETA	2	\$ 50,00	\$ 100,00
LAVADORA INDUSTRIAL	1	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00
SECADORA INDUSTRIAL	1	\$ 3.890,00	\$ 3.890,00
CALEFÓN GENERAL	1	\$ 750,00	\$ 750,00

CAMA CUNA	2	\$ 80,00	\$ 160,00
ALMOHADAS	50	\$ 6,46	\$ 323,00
ARMADORES	30	\$ 1,20	\$ 36,00
ESPEJOS	11	\$ 20,00	\$ 220,00
JUEGO DE SABANA QUEEN	20	\$ 28,70	\$ 574,00
JUEGO DE SABANA KING	4	\$ 36,50	\$ 146,00
JUEGO DE SABANA 1,5 PLAZAS	20	\$ 24,00	\$ 480,00
PROTECTOR DE COLCHON QUEEN	11	\$ 18,00	\$ 198,00
PROTECTOR DE COLCHON KING	2	\$ 24,00	\$ 48,00
PROTECTOR DE COLCHON 1,5 PLAZAS	23	\$ 14,00	\$ 322,00
COLCHA QUEEN	15	\$ 28,00	\$ 420,00
COLCHA KING	4	\$ 30,00	\$ 120,00
COLCHA 1,5 PLAZAS	22	\$ 16,00	\$ 352,00
TOALLA DE BAÑO	80	\$ 11,00	\$ 880,00
TOALLA DE MANO	80	\$ 3,50	\$ 280,00
TOALLA DE CARA	80	\$ 1,40	\$ 112,00
ALFROMBRAS DE BAÑO	20	\$ 8,96	\$ 179,20
CORTINAS DE BAÑO	15	\$ 5,88	\$ 88,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 44.428,40</b>

**Tabla 23: Equipamiento Bar/Restaurante**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>EQUIPAMIENTO BAR/RESTAURANTE</b>			
<b>EQUIPOS Y MOBILIARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
LICUADORAS	2	\$ 39,00	\$ 78,00
PICATODO	2	\$ 26,00	\$ 52,00
BATIDORA	1	\$ 34,00	\$ 34,00
COCINA INDUSTRIAL	1	\$ 550,00	\$ 550,00
EXTRACTOR DE OLORES	1	\$ 350,00	\$ 350,00
CONGELADOR	1	\$ 911,35	\$ 911,35
REFRIGERADOR	1	\$ 1.509,00	\$ 1.509,00
HORNO	1	\$ 270,00	\$ 270,00
HORNO MICROONDAS	1	\$ 228,41	\$ 228,41
CESTO DE BASURA	1	\$ 63,41	\$ 63,41
MESAS CUADRADAS DE MADERA	10	\$ 56,00	\$ 560,00
SILLAS DE MADERA	40	\$ 33,00	\$ 1.320,00
SILLAS DE BEBE	3	\$ 40,00	\$ 120,00
COPAS DE VINO	50	\$ 5,95	\$ 297,50
VASOS	70	\$ 2,00	\$ 140,00
TAZA DE CAFÉ	40	\$ 2,50	\$ 100,00



PLATO PRINCIPAL	70	\$ 8,12	\$ 568,40
PLATO SOPERO	70	\$ 8,40	\$ 588,00
PLATO POSTRE	70	\$ 6,72	\$ 470,40
JUEGO DE CUBIERTOS	70	\$ 5,97	\$ 417,90
CHAROL PARA ROOMSERVICE	1	\$ 18,20	\$ 18,20
OLLA DE ALUMINIO	4	\$ 23,00	\$ 92,00
SARTEN DE ALUMINIO	2	\$ 15,00	\$ 30,00
SARTEN DE TEFLON	2	\$ 20,00	\$ 40,00
COLADOR	2	\$ 20,00	\$ 40,00
BOWL	3	\$ 15,00	\$ 45,00
JUEGO DE CUCHILLOS	1	\$ 49,90	\$ 49,90
UTENSILIOS DE COCINA	1	\$ 36,50	\$ 36,50
VASOS DE WHISKY	30	\$ 1,40	\$ 42,00
VASOS MULTIUSO	50	\$ 4,98	\$ 249,00
SHOTS	20	\$ 1,40	\$ 28,00
COPA DE HELADO	30	\$ 1,40	\$ 42,00
ORGANIZADOR DE VERDURAS	2	\$ 30,60	\$ 61,20
EXTRACTOR DE JUGOS	2	\$ 53,76	\$ 107,52
CUCHARETA	4	\$ 2,00	\$ 8,00
CUCHARON	4	\$ 2,00	\$ 8,00
ESPATULA DE ALUMINIO	4	\$ 10,00	\$ 40,00
RALLADOR	4	\$ 6,00	\$ 24,00
JUEGO DE CUCHARAS CON MEDIDAS	1	\$ 5,00	\$ 5,00
TABLA DE PICAR	3	\$ 21,00	\$ 63,00
BANDEJA	3	\$ 26,00	\$ 78,00
JARRA DE VIDRIO PARA JUGO	15	\$ 6,90	\$ 103,50
JARRA LECHERA	10	\$ 50,00	\$ 500,00
CHAROL RECTANGULAR	6	\$ 47,00	\$ 282,00
CHAROL REDONDO	6	\$ 10,00	\$ 60,00
SALERO Y PIMENTERO	12	\$ 5,60	\$ 67,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.748,39</b>

### 3.1.2. Balance del Personal Técnico.

DelaMar Resort contará con un personal muy bien capacitado que se encargará de brindar un servicio excepcional a sus huéspedes. Este personal como es lógico, tendrá un sueldo por lo que esto generará un costo fijo para la empresa, el cual estará detallado en la siguiente tabla.

**Tabla 24: Personal Técnico**

**Elaborada por: Los Autores**

Personal del Resort					
Cargo	Cantidad	Remun. Mensual (1)	Beneficios Sociales (1)	Rem. Mensual total	Remuneración Anual
Gerente General	1	\$ 1.000	\$ 2.750	\$ 3.750	\$ 14.750
Administrador	1	\$ 750	\$ 2.136	\$ 2.886	\$ 11.136
Jefe de Mantenimiento	1	\$ 750	\$ 2.136	\$ 2.886	\$ 11.136
Gerente de alimentos	1	\$ 750	\$ 2.136	\$ 2.886	\$ 11.136
Recepción	1	\$ 292	\$ 1.010	\$ 1.302	\$ 4.514
Mantenimiento Piscina	1	\$ 292	\$ 1.010	\$ 1.302	\$ 4.514
Chef	1	\$ 400	\$ 1.275	\$ 1.675	\$ 6.075
Ayudantes	2	\$ 300	\$ 1.029	\$ 2.659	\$ 4.629
Barman	1	\$ 300	\$ 1.029	\$ 1.329	\$ 4.629
Meseros	2	\$ 292	\$ 1.010	\$ 2.603	\$ 4.514
Seguridad	2	\$ 300	\$ 1.029	\$ 2.659	\$ 4.629
Conserje	1	\$ 292	\$ 1.010	\$ 1.302	\$ 4.514
Camareras	2	\$ 300	\$ 1.029	\$ 2.659	\$ 4.629
<b>Personal Total</b>	<b>17</b>	<b>\$ 6.018</b>	<b>\$ 18.588</b>	<b>\$ 29.896</b>	<b>\$ 90.804</b>

Para que DelaMar Resort inicie sus operaciones de manera próspera es importante tratar de empezar con la menor cantidad de costos por lo que, al personal básico del establecimiento se le pagará el sueldo básico vigente en el país, establecido por el ley, que es de \$ 292.00 y a partir de ahí irá incrementando según su cargo y funciones.

De acuerdo a los estatutos establecidos en la ley, el establecimiento estará en la obligación de pagar los beneficios sociales que la misma les confiere a los trabajadores de toda empresa, por lo que se debe tomar en consideración como gastos fijos aparte de los sueldos pagados.

### 3.1.3. Balance de las Obras Físicas.

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto de las obras, cuyo precio está establecido por metro cuadrado. Los costos se determinaron en base al tamaño de las diferentes áreas del resort y calculados de acuerdo al precio unitario asignado por la dirección arquitectónica.

**Tabla 25: Obras Físicas**

**Elaborada por: Los Autores**

✓ Terreno de 5000 mt <sup>2</sup> a razón de \$100 cada mt <sup>2</sup>	\$ 500.000,00
✓ Limpieza, Nivelación, Relleno, Desalojo y Compactación del terreno. \$10 cada mt <sup>2</sup>	\$ 50.000,00
✓ Cerramiento 300 mt <sup>2</sup> a razón de \$90 cada mt <sup>2</sup>	\$ 27.000,00
✓ Construcción de habitaciones, restaurante, salón de eventos y hall. 900mt <sup>2</sup> (450 mt <sup>2</sup> por piso) a razón de \$500 cada mt <sup>2</sup> con acabados de piso porcelanato, sanitarios de primera, closet. Materiales, mano de obra y dirección técnica de un profesional. Planos y permiso de construcción.	\$ 450.000,00
✓ Cabañas Familiares: Planta baja 75 mt <sup>2</sup> y Planta alta 30.5mt <sup>2</sup> a razón de \$ 480 el mt <sup>2</sup>	\$ 101.280,00
✓ Canchas de 427.5 mt <sup>2</sup> (15 x 28.5) Pintadas, con aros y demás accesorios	\$ 21.000,00
✓ Piscina	\$ 50.000,00
✓ Áreas verdes con riego, mano de obra y materiales	\$ 6.740,00
✓ Piso áreas de piscina y caminería: Recubierto con granito lavado y láminas de vidrio con formas geométricas	\$ 8.700,00

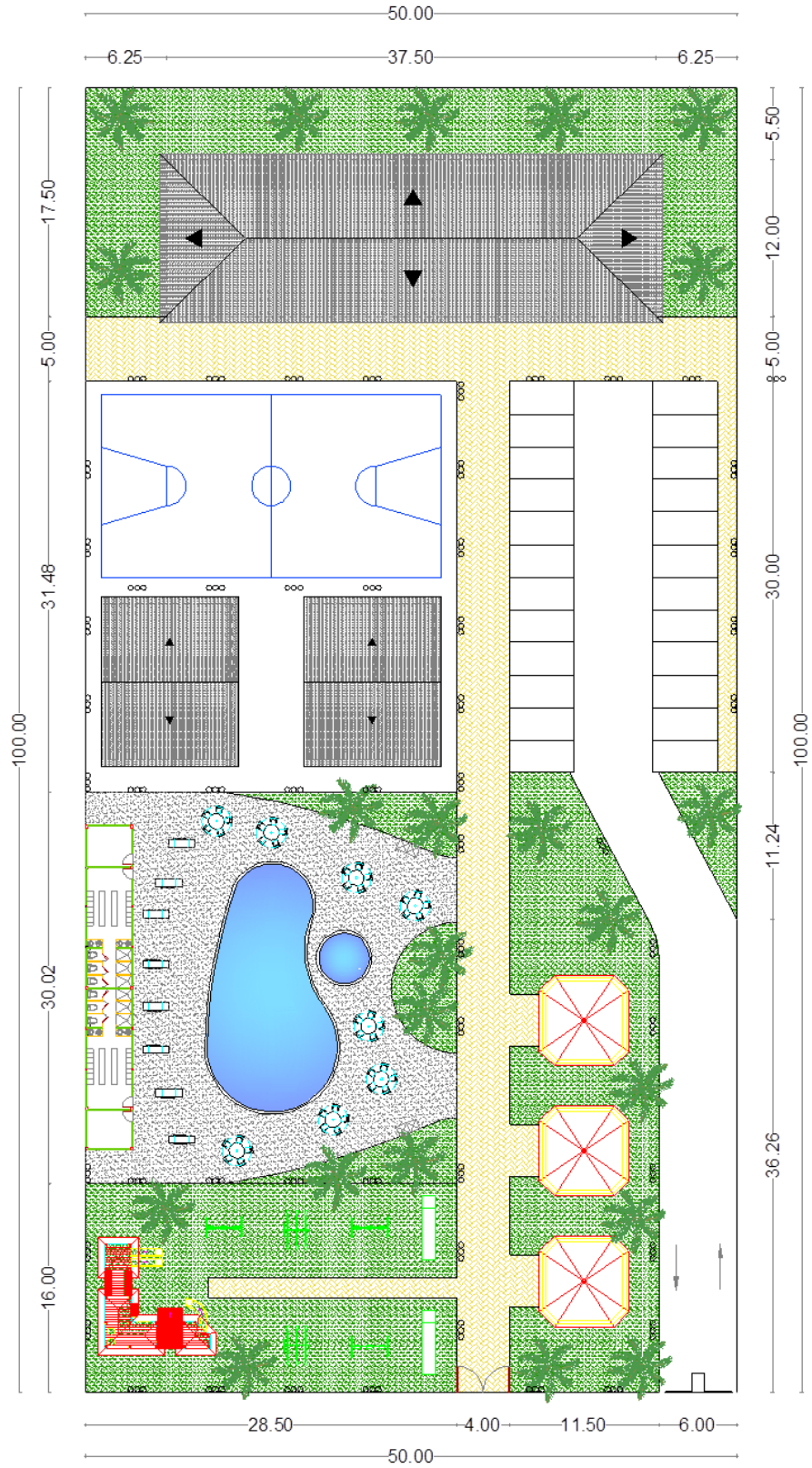
✓ Adoquinamiento en vía de acceso al Resort. 465 mt <sup>2</sup> a \$20 cada mt <sup>2</sup>	\$	9.300,00
✓ Luminarias total 58 a razón de \$ 150 cada una	\$	8.700,00
✓ Tubería de PVC de 2 pulgadas. 300 mt.	\$	600,00
✓ Acometida medidor de luz 100 mts. donde van 3 líneas de número 0. Dando 300 mt. A \$ 5 cada metro.	\$	1.500,00
✓ Mano de obra por armada del armario y colocación de acometida a \$5	\$	500,00
✓ Colocación de focos (174) a \$ 5 cada foco	\$	870,00
✓ Colocación de las 58 luminarias a \$ 5 cada foco	\$	290,00
✓ Panel de breakers: cableado, tuberías, pegamento, cintas y mano de obra	\$	3.200,00
✓ Recolección de aguas lluvias 300mts de tuberías de hormigón de 20 pulgadas, cada tubo tiene 3 mts. y cuesta \$80	\$	8.000,00
✓ Mano de obra \$ 10 para abrir y cerrar zanjas en la colocación de las tuberías de recolección lluvia	\$	3.000,00
✓ Cajas de recepción aguas lluvias (10) a \$ 50 cada una	\$	500,00
✓ Tuberías de 4 pulgadas (200 mts.), rejillas y mano de obra	\$	3.280,00
✓ Cisterna de 20 mts <sup>3</sup>	\$	6.000,00
✓ Cuarto de bombas, baño de mujeres y duchas para la piscina con un área de 40 mt <sup>2</sup> a razón de \$350 cada mt <sup>2</sup>	\$	14.000,00
<b>Total de la inversión de obras físicas</b>	\$	<b>1.274.460,00</b>

## **3.2. Determinación del Tamaño.**

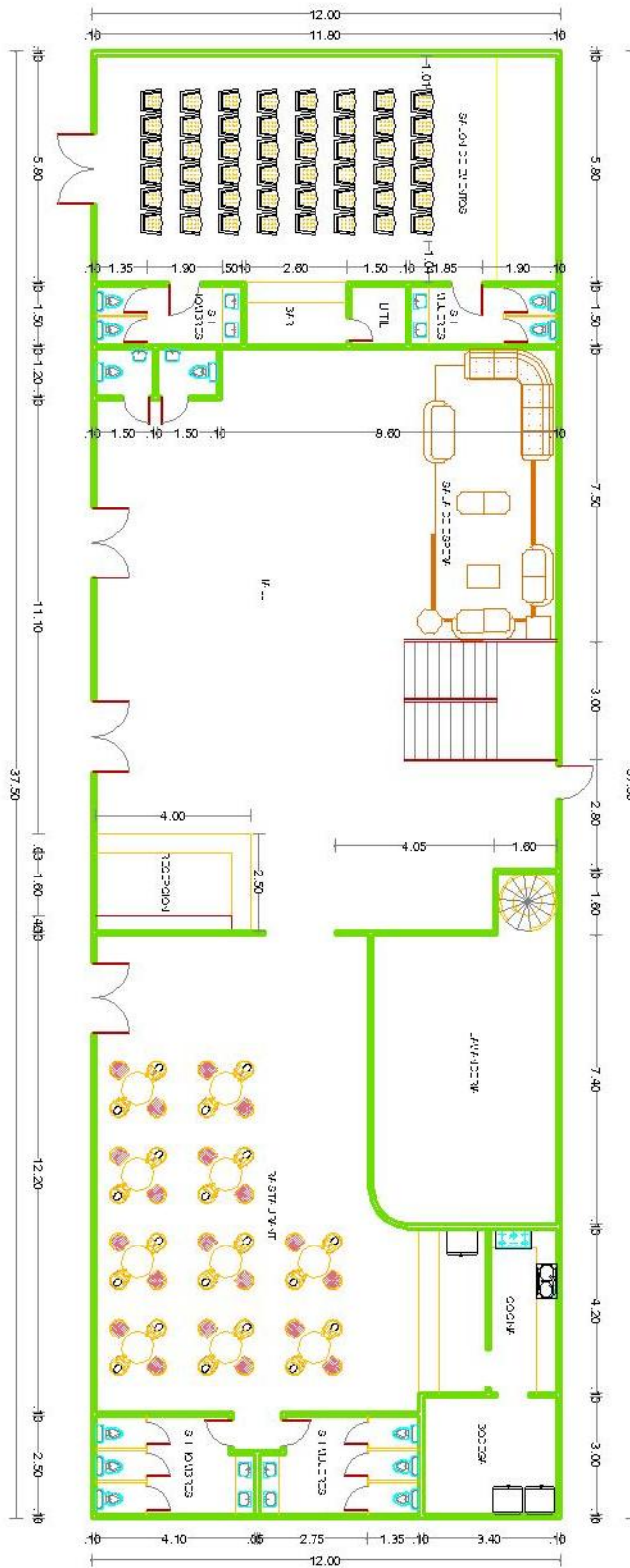
En este punto se detallará el tamaño o dimensionamiento que tendrán las instalaciones de DelaMar Resort, así como también su capacidad real durante un periodo de operación normal.

### **3.2.1. Tamaño de las Instalaciones.**

- ▶ El terreno en el que se encontrará el resort contará con una superficie de 5,000 metros cuadrados; 50 metros de frente y 100 metros de profundidad.
- ▶ El edificio principal, donde estarán ubicadas las habitaciones será de 450 metros cuadrados cada piso.
- ▶ Las Cabañas familiares serán cada de una de 2 plantas, en la que la planta baja 75 metros cuadrados y la alta será de 30.5 metros cuadrados.
- ▶ La piscina será de 18 metros de largo y 8 metros de ancho. Con una profundidad de 1.80 metros. Esta estructura empezará con una profundidad activa de 1 metro, la misma que irá incrementando a lo largo de la piscina hasta llegar a una profundidad activa de 1.5 metros.
- ▶ En todo el resort habrá un total de 1.348 metros cuadrados que pertenecerán a áreas verdes en las que habrá césped, palmeras y un sin número de plantas.
- ▶ El Restaurante será amplio teniendo medidas de 14.7 metros de frente y 8.2 metros de fondo, lo cual permite contar con una superficie de 120.54 metros cuadrados.
- ▶ El área de la cocina es lo suficientemente grande para que puedan estar el chef con sus ayudantes trabajando de una manera eficiente. Será de 4.20 por 3.40 metros, la misma que nos da una superficie de 14.28 metros cuadrados.
- ▶ El espacio que ocupan las habitaciones será casi el mismo para los diferentes tipos, el mismo que será de 33.84 metros cuadrados, de los cuales 3.75 metros cuadrados serán utilizados para el baño.

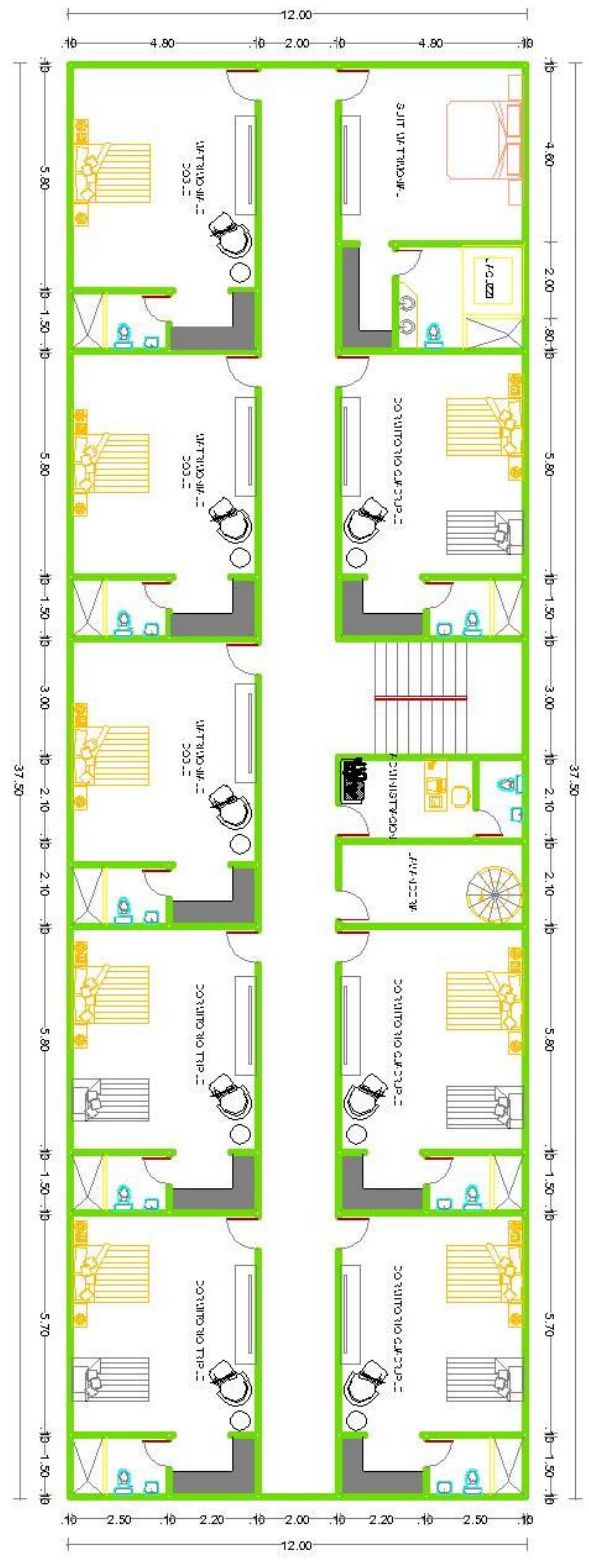


**Figura 10: Plano General del Resort**

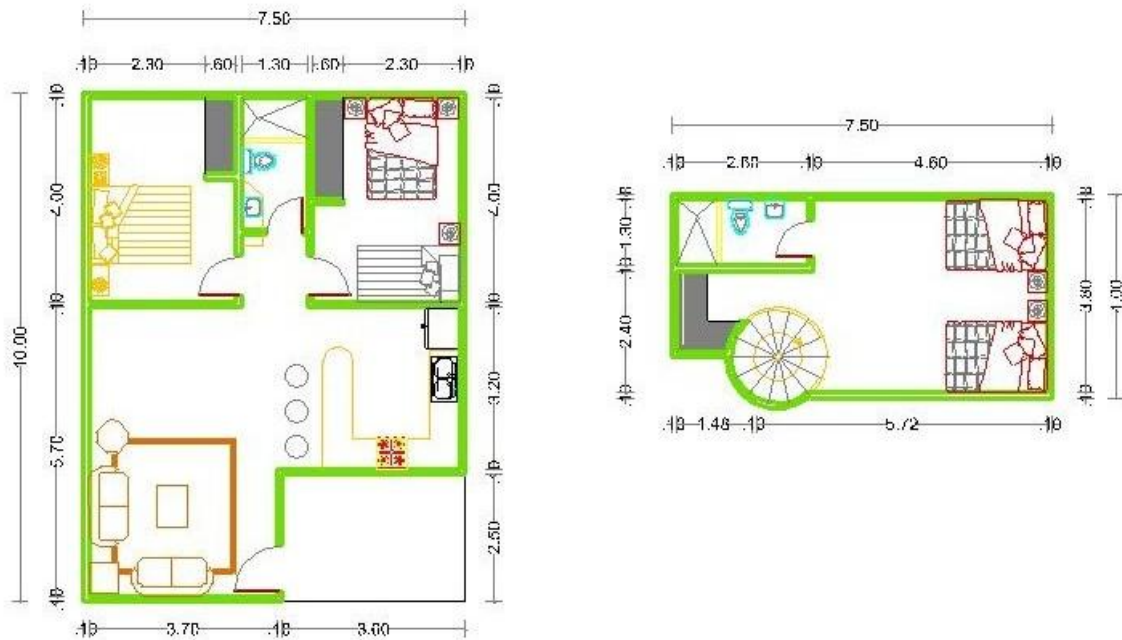


**Figura 11: Planta Baja**





**Figura 12: Planta Baja**



**Figura 13: Cabaña Familiar**

### 3.2.2. Capacidad de Diseño y Capacidad Máxima.

DelaMar Resort está diseñado para recibir en su establecimiento máximo 50 huéspedes, para que se puedan deleitar del gran ambiente y clima del balneario.

Con lo que respecta al restaurante, se encuentra equipado para atender a 40 personas como máximo. Ya que se determinó que esta es la cantidad apropiada para evitar la aglomeración de personas y poder mantener un servicio de calidad.

El área de recreación de la piscina está diseñada para que máximo 40 personas estén en ella, y así evitar incomodidad al momento de querer disfrutar de la misma.

### 3.3. Estudio de Localización.

El estudio de localización es importante, dado que su influencia económica podría hacer variar el resultado del proyecto. Es por esto que se analizará la ubicación del resort y se comprobará la factibilidad de la creación de DelaMar Resort.

El Resort estará ubicado en el balneario San Francisco de Las Núñez en la provincia de Santa Elena, limita al norte con la parroquia La Entrada (comienzo de la provincia Manabí), y al sur con la parroquia San José, al Este con la Cordillera Chongón Colonche y al oeste con el Océano Pacífico.



**Figura 14: Localización del Resort**

Para poder satisfacer la demanda que recibe este balneario se ha decidido obtener un terreno de 50mt x 100mt lo cual nos da una superficie de 5,000 metros cuadrados, el mismo que estará ubicado frente al mar para un mejor deleite de la naturaleza que esta comuna ofrece.



**Figura 15: Terreno**

### **3.3.1. Factores de Localización.**

#### **✓ Costes de Transporte de Insumos y Productos.**

El balneario Las Núñez es una pequeña comuna en la que predomina la actividad de la pesca, lo cual hace más accesible obtener los mariscos y pescados para la elaboración de los platos del restaurante del resort. La comida no sólo será a base de mariscos, es por esto que se debe abastecer la cocina del resort con otros tipos de carnes, como el pollo. Cerca del balneario, se encuentra la parroquia Manglaralto en el que existen algunas polleras y de esta manera se obtendría esta materia prima sin mayor dificultad. Esto es de gran beneficio ya que no requiere de mayor coste de transportación de insumos.

Por otra parte, en base a investigaciones realizadas en la zona, se conoce que no existe actividad agrícola en el sector, por lo que se tendrá que recurrir a otras fuentes cercanas para abastecer el restaurante con dichas materias primas. La mayoría de las compras para la cocina y limpieza se las hará en las cadenas de supermercados que quedan ubicados en la ciudad principal de la provincia de Santa Elena, Salinas. El traslado de estos insumos tendrá un mayor costo por la distancia de la que tendrá que ser movilizado, pero no es nada exuberante.

#### **✓ Disponibilidad y Costo de los Insumos.**

En este punto, es de suma importancia considerar la cantidad de productos que se requiere para satisfacer la demanda del resort, analizando su disponibilidad y costos. La demanda del establecimiento variará según las temporadas playeras. La temporada más alta es de diciembre a mayo y la baja de junio a noviembre.

La disponibilidad de los insumos es permanente, es decir, los proveedores de los mariscos tendrán entre sus principales compradores a DelaMar Resort ya que saben que es un cliente fijo e importante en su nivel de ventas, es por esto que el establecimiento tendrá a su disposición los insumos requeridos. Por otra parte, los insumos que se compran en las cadenas de supermercados estarán disponibles todo el tiempo para el consumo masivo.

#### ✓ **Recursos Humanos**

Muchas empresas se ubican en ciertas zonas del país donde la mano de obra tiene un costo menor en comparación a otros sectores. En el caso de DelaMar Resort, este no es un factor relevante. Ya que lo importante es la calidad de servicio que se ofrece, el paisaje que se puede apreciar en el lugar y la diversidad de actividades que se pueden realizar en el establecimiento.

A pesar de esto, el resort contará con trabajadores que pertenezcan a la zona para aumentar el crecimiento económico de la misma y para motivarlos a que muestren el hermoso lugar en el que viven y la calidad de seres humanos que son. Estarán muy bien capacitados para ofrecer un buen servicio y así satisfacer los requerimientos de los huéspedes.

#### ✓ **Políticas de Descentralización**

La provincia de Santa Elena fue creada el 7 de noviembre del 2007, es la más joven de las 24 provincias con las que consta el Ecuador, está constituida con territorios que anteriormente formaban parte de la provincia del Guayas, al oeste de ésta.

Santa Elena buscó la descentralización y provincialización por distintas razones: querían conservar la identidad cultural peninsular, es decir, la cultura de los pescadores de ascendencia indomestiza, que en zonas rurales tienen cultura comunera; así mismo su modo de vida económico diferente, el cual está basado en el turismo de playa, productos artesanales, hotelería, pesca, entretenimiento y una ligera producción petrolera.

Al ser parte de la provincia del Guayas, estos sectores costeros fueron desatendidos continuamente por parte del gobierno provincial asentado en la ciudad de Guayaquil, en el que nunca tuvieron representantes para que abogue por los beneficios de ellos.

Es por esto que esta descentralización favoreció a la provincia costera ya que ahora ellos cuentan con un presupuesto independiente el cual pueden distribuir de mejor manera por cada una de las comunas que la conforman, entre ellas, Las Núñez. Con el paso de los años se han podido observar las mejoras después de la provincialización. Hay más control, más personal público atendiendo a las necesidades y bienestar social; y sobre todo el cambio radica en lo que respecta a las vías de acceso a las playas de la zona norte de la provincia.

#### ✓ **Transporte de la Mano de Obra**

Los trabajadores del Resort serán habitantes del sector por lo que no incurrirán en mucho gasto al asistir a sus labores diarias. Para la movilización se cuenta con buses, tricimotos y taxis que pasan por la vía principal.

Entre los buses se encuentra: Citup, La coop. Manglaralto, 2 de Noviembre, Manantial de Guangala y la Cooperativa Libertad Peninsular que transporta directamente a La Libertad, Salinas o Guayaquil.

### ✓ **Energía Eléctrica y Agua**

El balneario cuenta con todos los recursos básicos necesarios para la implementación del proyecto. La energía eléctrica es distribuida para todas las comunas y ciudades de la provincia por la subestación ubicada en la ciudad de Santa Elena.

Con respecto al agua, cada uno de los balnearios cuenta con pozos profundos en los cuales tienen plantas para el tratamiento y purificación de la misma, para así distribuirla entre sus habitantes.



# Capítulo 4

## **4. Estudio Organizacional.**

Este estudio tiene como objetivo dividir, organizar y coordinar las actividades de la organización, para esto es necesario establecer en primera instancia la misión y visión de la empresa para que los que trabajan en ella sepan lo que se quiere alcanzar con el proyecto.

Establecer una correcta estructura organizacional ayudará a todo el personal del resort a conocer cuáles son sus respectivas actividades y responsabilidades dentro de la organización.

Por lo tanto es el modelo que las personas propias de una organización crean para poder conducirla a través de una excelente comunicación en todos los sentidos y con todos los contenidos: estructura es influencia, es información y también es control.

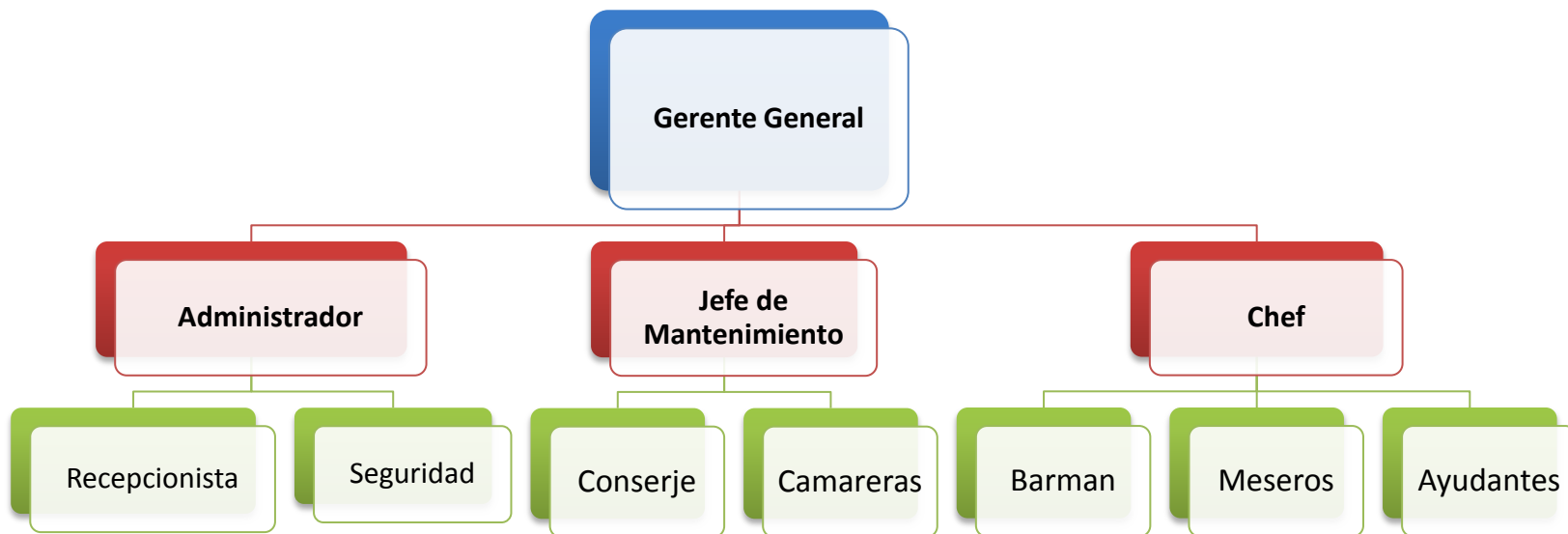
### **4.1. Misión.**

Proporcionar a los huéspedes y visitantes una experiencia inolvidable entregando un servicio de calidad en Hotelería y Gastronomía de forma eficiente, eficaz y con pasión, teniendo la satisfacción del cliente siempre como referente.

### **4.2. Visión.**

Establecerse como referencia turística de Las Núñez y de la parte alta de la Ruta del Spondylus por el gran servicio ofrecido y de esta forma se espera aportar en el crecimiento del sector turístico regional y nacional, contribuyendo con el crecimiento económico.

### 4.3. Organigrama.



**Gráfico 17: Organigrama**

#### **4.4. Descripción del Equipo de Trabajo.**

**Gerente General.-** Estará encargado de realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos; deberá planear y desarrollar las metas a corto y largo plazo y comunicárselas al equipo de trabajo para que haya una buena comunicación y todos estén encaminados hacia un solo objetivo general; así mismo se encargará de vender el servicio que ofrece el resort en las agencias de viaje, de turismo y estará a cargo de realizar los trámites para la publicación de anuncios en revistas, periódicos y otros medios de comunicación.

**Administrador.-** Estará a cargo de supervisar y controlar todo proceso contable que se realice en el resort para asegurarse que todo se esté llevando de manera adecuada. No solo deberá hacerse cargo de las cuentas, de los ingresos y egresos, sino también de lo concerniente al Marketing y a la seguridad del establecimiento.

**Recepcionista.-** Su función principal será hacer las reservaciones de las habitaciones del resort, contestar llamadas y correos electrónicos de las personas interesadas en visitar el establecimiento. Será la que reciba a los visitantes ya sea para brindar información o para registrarlos en las habitaciones (check-in), así mismo será quien los despida al hacer el check-out, generando la factura respectiva.

**Seguridad.-** Su única y principal función será la de velar por la seguridad de los visitantes, del establecimiento y del personal del mismo.

**Jefe de mantenimiento.-** Esta persona se encargará de supervisar que todas las personas del área de limpieza estén trabajando correctamente, debe velar por la pulcritud del establecimiento y de que todos los equipos funciones correctamente. Además debe controlar el inventario de los suministros de limpieza para medir su rotación, y que luego no hagan falta los mismos.

**Conserje.-** Será el encargado de mantener limpia el área del lobby y sus exteriores, es decir, las áreas verdes, la zona de la piscina y las canchas.

**Camareras.-** Ellas tienen como función servir al huésped, es decir, en caso de que ellos requieran que algo se les lleve a sus habitaciones, ellas se los llevarán. También serán las que se encarguen de la limpieza de las habitaciones del resort.

**Chef.-** Es quien organizará el área del restaurante, ya que es especialista en lo que respecta a platos de comida. Es por esto que es quien elaborará los platos más elaborados y creando los menús del restaurante, deleitando a los huéspedes. Tendrá también las funciones de coordinar y controlar que se esté cumpliendo con los estándares de calidad con todo lo que respecta a los alimentos y bebidas que se les sirva a los huéspedes. Así mismo deberá medir la rotación de los alimentos para tener una correcta noción del consumo por parte de los huéspedes, y abasteciendo correctamente esta área pudiendo complacer siempre con los requerimientos de los clientes.

**Barman.-** Será la persona encargada de elaborar todas las bebidas que se ofrecerán en el resort, ya sean estos jugos o cocteles.

**Ayudantes.-** Como su nombre lo dice son quienes ayudarán al chef en la preparación de los platos que sean solicitados por los clientes.

**Meseros.-** Serán los encargados de transportar los alimentos y bebidas de la cocina a la mesa del comensal, tomarán la orden y elaborarán la factura al final del servicio.

# Capítulo 5

## 5. Estudio Financiero.

Para el estudio financiero es necesario que DelaMar Resort estime la demanda que cubrirá, para así realizar el presupuesto del proyecto y comprobar su factibilidad y rentabilidad. Esta demanda irá incrementándose año a año en un 14%, el mismo que representa el crecimiento económico promedio del sector hotelero y restaurantes en los últimos años.

La elaboración del plan de ventas se la realizó considerando el precio promedio de las habitaciones, de los platos y bebidas alcohólicas del restaurante. A estos precios no se le está considerando el valor de la inflación, ya que la tasa implementada en la demanda lo contiene.

En este análisis, así mismo, es necesario estimar los costos de sus servicios, ya que una vez cubiertos éstos se puede determinar el margen de contribución que se obtendrá de las ventas. Es por esto que se empezará detallando los costos en los que incurrirá el resort para poder ofrecer sus servicios. Los costos se los irá estimando según las principales áreas del resort, las mismas que son hospedaje, restaurante y bar.

Los gastos e inversiones con su respectivo financiamiento también serán detallados en este capítulo, concluyendo con las respectivas proyecciones y estados financieros realizados para los próximos 20 años.

## 5.1. Estimación de Costo.

### 5.1.1. Costos Directos de Producción.

Los costos directos de producción son aquellos costos que están directamente relacionados a la obtención del producto o servicio. Éstos afectan directamente en la determinación del precio del servicio de DelaMar Resort ya que estos costos deben ser recuperados en la venta del servicio en el mercado.

El costo que se detalla a continuación es el de los costos directos que se incurren para el servicio de habitación.

**Tabla 26: Costos Directos**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>COSTOS DIRECTOS</b>	
<b>Amenities</b>	
Jabón	0,26
Shampoo, frasco	0,26
Acondicionador, frasco	0,26
Crema, frasco	0,26
<b>Lavado y planchado</b>	
Ropa de cama (2 lbs.)	1,60
Toallas (3 lbs.)	2,40
<b>Desayuno</b>	
Ejecutivo	1,13
<b>TOTAL</b>	<b>6,17</b>

**Amenities:** Se trata de los kits hoteleros que comprenden un jabón en cajita, shampoo, acondicionador y crema en frascos pequeños, los mismos cuestan veintiséis dólares el ciento de cada tipo. Por lo que el costo unitario equivale a veintiséis centavos de dólar.

**Lavado y Planchado:** Las sábanas de las habitaciones se las lavará y planchará dentro del establecimiento, en el cuarto de lavandería, el mismo que genera un costo por libra de ochenta centavos de dólar.

**Desayuno:** El precio de la habitación incluye un desayuno ejecutivo por noche para cada persona, es por esto que se lo incluye dentro de los costos directos de la habitación.

En el caso del restaurante, se ofrecerá 10 variedades de platos, por lo que es necesario determinar el costo de cada uno de ellos. Para lograrlo se trabajó utilizando el sistema por órdenes de producción o por lote (batch); cada batch de recetas estimará el costo de producción total para la elaboración de 10 platos. Cada orden constituye un documento en el que se acumularán los costos de los materiales, para que una vez concluida, se determine el costo unitario del artículo, mediante una división del costo acumulado en cada orden entre el total de unidades producidas en cada una de las mismas.

Las recetas han sido elaboradas en base a lo establecido por un chef y se ha utilizado todos y cada uno de los ingredientes indicados con los precios que están vigentes en el mercado.

DelaMar Resort tiene el siguiente menú con sus respectivos costos:

**Tabla 27: Costo Bar/Restaurante, Desayuno Ejecutivo**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>PRODUCTO</b>	<b>Desayuno Ejecutivo</b>			
<b>RECETA PARA:</b>	10			<b>PAX</b>
<b>INGREDIENTES:</b>	<b>CANT.</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan tostado	2	un	0,10	0,19
Queso de mesa	0,5	lb	3,15	1,58
Mermelada	0,5	bt	2,20	1,10
Mantequilla	0,5	lb	2,47	1,24
Huevos	2	un	0,13	0,25
Leche	2	lt	1,49	2,98
Agua	3	lt	0,13	0,38
Fruta (Papaya)	1	un	3,00	3,00
Azúcar	0,25	lb	0,40	0,10
<b>COSTO NETO</b>				<b>10,81</b>
<b>5% VARIOS</b>				<b>0,54</b>
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>11,35</b>
<b>COSTO POR PAX</b>				<b>1,13</b>
<b>P.V.P SUGERIDO</b>				<b>4,00</b>
<b>% COSTO VTA</b>				<b>28%</b>



**Tabla 28: Costo Bar/Restaurante, Hamburguesa**

**Elaborada por: Los Autores**

PRODUCTO	Hamburguesa			
RECETA PARA:	10	PAX		
INGREDIENTES:	CANT.	UNIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Pan Redondo	10	un	0,1	1
Carne Molida	2	Lb	3,96	7,92
Tomate	2	Un	0,16	0,32
Lechuga	0,5	Un	0,5	0,25
Cebolla	1	Un	0,16	0,16
Tocino	10	Un	0,30	2,96
Salsa de Tomate	0,25	Bt	1,7	0,43
Mayonesa	0,25	Bt	2	0,5
Mostaza	0,05	Bt	2,05	0,10
Papas Fritas	2	Lb	0,38	0,76
Queso Cheddar	10	Un	0,32	3,15
			<b>COSTO NETO</b>	<b>17,55</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>0,88</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>18,42</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>1,84</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>5,50</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>33%</b>

**Tabla 29: Costo Bar/Restaurante, Pescado a la Plancha**

**Elaborada por: Los Autores**

PRODUCTO	Pescado a la plancha			
RECETA PARA:	10			PAX
INGREDIENTES:	CANT.	UNIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Pescado (Picudo)	4	Lb	4	16
Ajo	0,25	Lb	1	0,25
Aceite	0,25	Lt	2,99	0,75
Arroz	2	Lb	0,35	0,70
Tomate	6	Un	0,16	0,96
Pepino	2	Un	0,3	0,60
Lechuga	1	Un	0,5	0,50
Aguacate	3	Un	0,5	1,50
Cebolla	2	Un	0,16	0,32
Limón	5	Un	0,05	0,25
			<b>COSTO NETO</b>	<b>21,83</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>1,09</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>22,92</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>2,29</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>6,00</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>38%</b>

**Tabla 30: Costo Bar/Restaurante, Pescado Frito**

**Elaborada por: Los Autores**

PRODUCTO	Pescado Frito			
RECETA PARA:	10	PAX		
INGREDIENTES:	CANT.	UNIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Pescado (Picudo)	4	Lb	4	16
Ajo	0,25	Lb	1	0,25
Aceite	0,5	Lt	2,99	1,50
Harina	1	Lb	1,32	1,32
Arroz	2	Lb	0,35	0,70
Papas Fritas	3,3	Lb	0,38	1,25
Tomate	4	Un	0,16	0,64
Pepino	1	Un	0,3	0,30
Lechuga	0,5	Un	0,5	0,25
Aguacate	2	Un	0,5	1,00
Cebolla	1	Un	0,16	0,16
Limón	5	Un	0,05	0,25
			<b>COSTO NETO</b>	<b>23,62</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>1,18</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>24,80</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>2,48</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>6,00</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>41%</b>

**Tabla 31: Costo Bar/Restaurante, Camarones al Ajillo**

**Elaborada por: Los Autores**

PRODUCTO	Camarones al ajillo			
RECETA PARA:	10			PAX
INGREDIENTES:	CANT.	UNIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Camarones	4	Lb	4	16
Tomates	4	Un	0,16	0,64
Ajo	0,25	Lb	1	0,25
Aceite de oliva	0,25	Lt	6	1,5
Vino blanco	0,25	Lt	4	1
Arroz	2	Lb	0,35	0,70
Papas Fritas	3,3	Lb	0,38	1,25
			<b>COSTO NETO</b>	<b>21,34</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>1,07</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>22,41</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>2,24</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>8,00</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>28%</b>

**Tabla 32: Costo Bar/Restaurante, Camarones Apanados**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>PRODUCTO</b>		<b>Camarones Apanados</b>		
<b>RECETA PARA:</b>		10		<b>PAX</b>
<b>INGREDIENTES:</b>	<b>CANT.</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Camarones	4	Lb	4	16
Apanadura	1	Lb	1,2	1,2
Huevo	4	Un	0,125	0,50
Aceite	0,5	Lt	2,99	1,50
Arroz	2	Lb	0,35	0,70
Papas Fritas	3,3	Lb	0,38	1,25
			<b>COSTO NETO</b>	<b>21,15</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>1,06</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>22,21</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>2,22</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>8,00</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>28%</b>

**Tabla 33: Costo Bar/Restaurante, Corvina en Salsa de Mariscos**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>PRODUCTO</b>		Corvina en Salsa de Mariscos		
<b>RECETA PARA:</b>		10	<b>PAX</b>	
<b>INGREDIENTES:</b>	<b>CANT.</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Corvina	5	Lb	3,5	17,5
Camarón	2	Lb	3,5	7
Cebolla	2	Un	0,16	0,32
Ajo	0,25	Lb	1	0,25
Tomate Rojo	3	Un	0,16	0,48
Pimiento Rojo	2	Un	0,10	0,2
Caldo de Pescado	1	Un	0,98	0,98
Aceite Vegetal	0,25	Lt	2,99	0,75
Crema de Leche	0,5	Lt	1,25	0,63
Zanahoria	2	Un	0,1	0,20
Papas Chaucha	3	Lb	0,4	1,20
Arroz	2	Lb	0,35	0,70
			<b>COSTO NETO</b>	<b>30,20</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>1,51</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>31,71</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>3,17</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>9,50</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>33%</b>

**Tabla 34: Costo Bar/Restaurante, Ceviche de Camarón**

**Elaborada por: Los Autores**

PRODUCTO		Ceviche de Camarón		
RECETA PARA:		10	PAX	
INGREDIENTES:	CANT.	UNIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Camarón	4,4	Lb	3,50	15,40
Salsa de Tomate	0,5	Bot	1,40	0,70
Limonos	10	Un	0,05	0,50
Naranjas	3	Un	0,10	0,30
Cebollas rojas	2	Un	0,16	0,32
Pimiento	1	Un	0,10	0,10
Tomate	2	Un	0,16	0,32
Mostaza	0,12	Bot	2,05	0,25
Aceite Vegetal	0,25	Lt	2,30	0,58
Verde para chifle	5	Un	0,10	0,50
			<b>COSTO NETO</b>	<b>18,96</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>0,95</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>19,91</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>1,99</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>8,00</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>25%</b>

**Tabla 35: Costo Bar/Restaurante, Ceviche Mixto**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>PRODUCTO</b>		Ceviche Mixto		
<b>RECETA PARA:</b>		10		<b>PAX</b>
<b>INGREDIENTES:</b>	<b>CANT.</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pescado	2,5	Lb	4	10
Camarones	2,5	Lb	3,50	8,75
Salsa de Tomate	0,5	Bot	1,40	0,70
Limonas	10	Un	0,05	0,50
Naranjas	3	Un	0,10	0,30
Cebollas rojas	2	Un	0,16	0,32
Pimiento	1	Un	0,10	0,10
Tomate	2	Un	0,16	0,32
Mostaza	0,12	Bot	2,05	0,25
Aceite Vegetal	0,25	Lt	2,30	0,58
Verde para chifle	5	Un	0,10	0,50
			<b>COSTO NETO</b>	<b>22,31</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>1,12</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>23,43</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>2,34</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>8,00</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>29%</b>



**Tabla 36: Costo Bar/Restaurante, Milanesa de Pollo**

**Elaborada por: Los Autores**

PRODUCTO		Milanesa de Pollo		
RECETA PARA:		10	PAX	
INGREDIENTES:	CANT.	UNIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Filetes de Pollo	4	Lb	2,2	8,80
Huevo	4	Un	0,13	0,50
Apanadura	1	Lb	1,2	1,20
Queso Mozarella	0,5	Lb	4,5	2,25
Jamón	1	Lb	3,5	3,50
Arroz	2	Lb	0,35	0,70
Papas Fritas	3	Lb	0,38	1,14
			<b>COSTO NETO</b>	<b>18,09</b>
			<b>5% VARIOS</b>	<b>0,90</b>
			<b>COSTO TOTAL</b>	<b>18,99</b>
			<b>COSTO POR PAX</b>	<b>1,90</b>
			<b>P.V.P SUGERIDO</b>	<b>8,50</b>
			<b>% COSTO VTA</b>	<b>22%</b>

La aplicación de este método de costeo ayudó a obtener el margen de utilidad y el margen del costo en relación con el precio aplicado, el mismo que se determinó en base al ofrecido por la competencia en el sector de restaurantes. Debido a este procedimiento, se obtuvo el siguiente resumen de los platos de comida y bebidas alcohólicas que se venderán en el bar-restaurant del resort.

El costo que se utilizó en los estados financieros fue un promedio de todo lo ofrecido en el resort, ya que no conocemos con certeza la frecuencia de consumo de cada plato.

**Tabla 37: Costo Restaurante**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Resumen de Restaurante</b>				
<b>Plato</b>	<b>Costo</b>	<b>PVP</b>	<b>% Costo Venta</b>	<b>% Utilidad</b>
Desayuno Ejecutivo	1,13	4,00	28%	72%
Pescado a la Plancha	2,29	6,00	38%	62%
Pescado Frito	2,48	6,00	41%	59%
Camarones al Ajillo	2,24	8,00	28%	72%
Camarones Apanados	2,22	8,00	28%	72%
Corvina en salsa de Mariscos	3,17	9,50	33%	67%
Ceviche de Camarón	1,99	8,00	25%	75%
Ceviche Mixto	2,34	8,00	29%	71%
Arroz Marinero	5,31	11,00	48%	52%
Hamburguesas	1,84	5,50	33%	67%
Milanesa de Pollo	1,90	8,50	22%	78%

**Tabla 38: Costo Bar**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Resumen de Bar</b>				
<b>Bebida</b>	<b>Costo</b>	<b>PVP</b>	<b>% Costo Venta</b>	<b>% Utilidad</b>
Cerveza Club Premium	0,62	1,50	41%	59%
Cerveza Pilsener Light	0,55	1,50	37%	63%
Cerveza Corona	0,92	2,00	46%	54%
Cerveza Budweiser	1,04	2,00	52%	48%
Whisky	2,64	8,00	33%	67%
Vodka Tónico	1,98	6,00	33%	67%
Cuba libre	2,15	6,50	33%	67%
Martini	2,15	6,50	33%	67%
Bay of Passion	2,15	6,50	33%	67%
Bloody Mary	2,15	6,50	33%	67%
Blue Monday	2,15	6,50	33%	67%
Caipiriña	2,15	6,50	33%	67%
Cosmopolitan	2,15	6,50	33%	67%
Daiquiri Fresa	2,15	6,50	33%	67%
Saltamontes	2,15	6,50	33%	67%
Long Island	2,15	6,50	33%	67%
Margarita	2,15	6,50	33%	67%
Mojito	2,15	6,50	33%	67%
Sex on the beach	2,15	6,50	33%	67%
Viuda Negra	2,15	6,50	33%	67%
Appletini	2,15	6,50	33%	67%

### 5.1.2. Mano de Obra Directa.

Este costo detalla la mano de obra consumida en las áreas que tienen relación directa con la producción o en este caso la prestación de un servicio.

Para el servicio de hospedaje se tomó en consideración sólo las remuneraciones de las camareras, que son quienes entregan el servicio de habitación directamente a los huéspedes del resort. Para el restaurante se consideraron las remuneraciones del chef y sus ayudantes, los meseros y el barman, ya que ellos se encargan de la preparación de los platos y bebidas y de entregar un buen servicio a la persona que visite esta área del resort.

**Tabla 39: Mano de Obra Directa**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>Hospedaje:</b>	
Camareras ( 2 )	9.559
<b>Restaurante:</b>	
Chef	6.275
Ayudantes ( 2 )	9.559
Meseros ( 2 )	9.319
Barman	4.779
Total MOD Restaurante	29.933
<b>Total M. O. D</b>	<b>39.492</b>

### 5.1.3. Costos Indirectos de Fabricación.

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.

**Tabla 40: Costos Indirectos**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>COSTOS INDIRECTOS ANUAL</b>	
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	
Administrador	11.511
Jefe de Mantenimiento	11.511
Recepción	4.660
Seguridad ( 2 )	9.559
<b>TOTAL M.O.I.</b>	<b>37.240</b>
Mantenimiento instalaciones	1.800
Amortización diferidos	3.405
Energía Eléctrica	2.400
Agua Potable	600
Uniformes	600
Capacitación	600
TV cable	630
Suministros de limpieza	540
<b>TOTAL C.I.F.</b>	<b>47.814</b>

## **5.2. Demanda.**

Para determinar la demanda de DelaMar Resort se tomó en consideración datos estadísticos de la comisión de tránsito del país. La frecuencia de visitantes a las playas del Ecuador se divide en dos temporadas, alta y baja.

Las estadísticas consideradas sólo nos dieron la información de salidas promedio de autos hacia estas playas en temporada alta, es por esto que decidimos establecer como supuesto que sólo el 30% de estas personas asistirían en temporada baja.

Basándonos en las encuestas que se realizaron en las ciudades de Guayaquil, Salinas, Quito y Cuenca se segmentaron a estas personas determinando que un 79% estaría dispuesto a visitar el Resort, porcentaje que representa la muestra tomada en consideración.

Una vez determinada la demanda potencial se aplicó el porcentaje que se desea captar de este mercado, el mismo que inicialmente representa al 5%, por ser nuevos en el mercado; al tercer año se cambió este porcentaje incrementándolo al 7% porque hasta ese entonces será más conocido mediante la publicidad realizada.

**Tabla 41: Demanda**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Demanda</b>		
	<b>Temporada Alta</b>	<b>Temporada Baja</b>
<b>Salidas de Vehículos a la playa</b>	98,761	29,628
<b>Dispuestos a Visitar el Resort (79%)</b>	78,021	23,406
<b>Capacidad 5% (2 primeros años)</b>	3,901	1,170
<b>Capacidad 7% (el resto del tiempo)</b>	5,461	1,638

La demanda establecida en la tabla anterior representa a la demanda de la temporada alta y baja del primer año del proyecto. Estos valores irán incrementando según el crecimiento económico del sector hotelero y de restaurantes que es del 14%.

### 5.3. Plan de Ventas.

El plan de ventas de DelaMar Resort estará detallado por las tres principales áreas que le generan ingresos: el hospedaje, restaurante y bar.

El precio que se utilizará para cada uno de estos rubros será, en el caso del hospedaje, el promedio ponderado de la cantidad de habitaciones y sus precios; en el restaurante y bar se sacará un promedio del precio de venta de cada uno de los platos y bebidas que se ofrecen.

La demanda aplicada en el caso del hospedaje y restaurante es la demanda ya previamente establecida; por el contrario, en el bar sólo se utiliza el supuesto de que el 25% de esta demanda consumirá las bebidas que se ofrecen en el bar, ya sean cocteles o bebidas más fuertes.

**Tabla 42: Precio de las Habitaciones**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>Precio de las habitaciones</b>		
<b>Habitación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Matrimonial	3	80
Triple	2	95
Cuádruple	3	120
Suite	1	90
Cabaña	2	175
<b>Promedio Ponderado</b>		<b>112</b>



**Tabla 43: Ventas Proyectadas**

**Elaborada por: Los Autores**

Ventas Proyectadas (\$)	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	436,209	130,863	497,279	149,184	610,693	183,208	696,190	208,857	793,657	238,097
Restaurante	29,258	8,777	33,354	10,006	40,961	12,288	46,696	14,009	53,233	15,970
Bar (25%)	5,503	1,651	6,274	1,882	7,705	2,311	8,783	2,635	10,013	3,004
<b>Total Ingresos</b>	<b>470,971</b>	<b>141,291</b>	<b>536,906</b>	<b>161,072</b>	<b>659,359</b>	<b>197,808</b>	<b>751,669</b>	<b>225,501</b>	<b>856,903</b>	<b>257,071</b>

Ventas Proyectadas (\$)	Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	904,769	271,431	1,031,436	309,431	1,175,837	352,751	1,340,455	402,136	1,528,118	458,436
Restaurante	60,686	18,206	69,182	20,755	78,867	23,660	89,909	26,973	102,496	30,749
Bar (25%)	11,415	3,424	13,013	3,904	14,835	4,450	16,911	5,073	19,279	5,784
<b>Total Ingresos</b>	<b>976,869</b>	<b>293,061</b>	<b>1,113,631</b>	<b>334,089</b>	<b>1,269,539</b>	<b>380,862</b>	<b>1,447,275</b>	<b>434,182</b>	<b>1,649,893</b>	<b>494,968</b>

Ventas Proyectadas (\$)	Año 11		Año 12		Año 13		Año 14		Año 15	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	1,742,055	522,616	1,985,943	595,783	2,263,975	679,192	2,580,931	774,279	2,942,261	882,678
Restaurante	116,845	35,054	133,203	39,961	151,852	45,556	173,111	51,933	197,347	59,204
Bar (25%)	21,978	6,593	25,055	7,516	28,563	8,569	32,561	9,768	37,120	11,136
<b>Total Ingresos</b>	<b>1,880,878</b>	<b>564,263</b>	<b>2,144,201</b>	<b>643,260</b>	<b>2,444,389</b>	<b>733,317</b>	<b>2,786,604</b>	<b>835,981</b>	<b>3,176,728</b>	<b>953,018</b>

Ventas Proyectadas (\$)	Año 16		Año 17		Año 18		Año 19		Año 20	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	3,354,178	1,006,253	3,823,763	1,147,129	4,359,090	1,307,727	4,969,362	1,490,809	5,665,073	1,699,522
Restaurante	224,975	67,493	256,472	76,942	292,378	87,713	333,311	99,993	379,974	113,992
Bar (25%)	42,317	12,695	48,241	14,472	54,995	16,498	62,694	18,808	71,471	21,441
<b>Total Ingresos</b>	<b>3,621,470</b>	<b>1,086,441</b>	<b>4,128,476</b>	<b>1,238,543</b>	<b>4,706,463</b>	<b>1,411,939</b>	<b>5,365,367</b>	<b>1,609,610</b>	<b>6,116,519</b>	<b>1,834,956</b>

## 5.4. Plan de Costos Directos.

**Tabla 44: Costos de Ventas Directos**

Elaborada por: Los Autores

Costos de Venta Directos (\$)	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	24,070	7,221	27,439	8,232	33,697	10,109	38,415	11,524	43,793	13,138
Restaurante	9,548	2,864	10,885	3,265	13,367	4,010	15,239	4,572	17,372	5,212
Bar (25%)	1,854	556	2,114	634	2,596	779	2,959	888	3,374	1,012
<b>Total Costos</b>	<b>35,472</b>	<b>10,642</b>	<b>40,438</b>	<b>12,131</b>	<b>49,661</b>	<b>14,898</b>	<b>56,613</b>	<b>16,984</b>	<b>64,539</b>	<b>19,362</b>

Costos de Venta Directos (\$)	Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	49,924	14,977	56,913	17,074	64,881	19,464	73,965	22,189	84,320	25,296
Restaurante	19,804	5,941	22,577	6,773	25,738	7,721	29,341	8,802	33,449	10,035
Bar (25%)	3,846	1,154	4,384	1,315	4,998	1,499	5,698	1,709	6,495	1,949
<b>Total Costos</b>	<b>73,574</b>	<b>22,072</b>	<b>83,875</b>	<b>25,162</b>	<b>95,617</b>	<b>28,685</b>	<b>109,004</b>	<b>32,701</b>	<b>124,264</b>	<b>37,279</b>

Costos de Venta Directos (\$)	Año 11		Año 12		Año 13		Año 14		Año 15	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	96,125	28,837	109,582	32,875	124,924	37,477	142,413	42,724	162,351	48,705
Restaurante	38,132	11,440	43,470	13,041	49,556	14,867	56,494	16,948	64,403	19,321
Bar (25%)	7,405	2,221	8,442	2,532	9,623	2,887	10,971	3,291	12,506	3,752
<b>Total Costos</b>	<b>141,661</b>	<b>42,498</b>	<b>161,494</b>	<b>48,448</b>	<b>184,103</b>	<b>55,231</b>	<b>209,877</b>	<b>62,963</b>	<b>239,260</b>	<b>71,778</b>

Costos de Venta Directos (\$)	Año 16		Año 17		Año 18		Año 19		Año 20	
	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B	T.A	T.B
Hospedaje	185,080	55,524	210,991	63,297	240,530	72,159	274,204	82,261	312,592	93,778
Restaurante	73,419	22,026	83,698	25,109	95,416	28,625	108,774	32,632	124,002	37,201
Bar (25%)	14,257	4,277	16,253	4,876	18,529	5,559	21,123	6,337	24,080	7,224
<b>Total Costos</b>	<b>272,756</b>	<b>81,827</b>	<b>310,942</b>	<b>93,283</b>	<b>354,474</b>	<b>106,342</b>	<b>404,101</b>	<b>121,230</b>	<b>460,675</b>	<b>138,202</b>

## 5.5. Gastos.

### 5.5.1. Gastos Operacionales.

**Tabla 45: Gastos de Administración**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	
Sueldos y benef. Sociales	19,910
Movilización	180
Gastos de gestión	1,200
Impuestos	720
Servicio de Internet	580
Suministros de Oficina	640
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>23,230</b>

**Tabla 46: Gastos de Venta**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>T.A</b>	<b>T.B</b>
Publicidad	8,000	4,000
Comisión tarjetas	13,187	3,956
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>21,187</b>	<b>7,956</b>
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>44,417</b>	<b>7,956</b>

Los Sueldos y beneficios sociales tomados en consideración en este rubro corresponden a los del gerente general y conserje que se encargan del área administrativa del resort.

En el rubro de gastos de movilización se estimó un gasto mensual de quince dólares, para cualquier diligencia que requiera de este tipo de gastos.

Gastos de gestión corresponde a los gastos que el gerente general realizará para entablar y mantener las relaciones con sus proveedores y/o canales de distribución.

Los impuestos pagados son los que corresponden a tasas municipales, bomberos y entre otras tasas e impuestos necesarios para mantener el resort en funcionamiento.

El pago de servicio de internet se estimó basándose en la tarifa que ofrece el internet más rápido que cuesta cuarenta y ocho dólares con treinta y tres centavos mensuales.

Con lo que respecta a los suministros de oficina se está estimando un gasto de seiscientos cuarenta dólares anuales, los mismos que equivalen a un gasto mensual aproximado a cincuenta y cuatro dólares. De ellos se comprarán los suministros necesarios como resmas de hojas, plumas, tinta para impresora y entre otros.

Con respecto a la publicidad, los medios que utilizaremos principalmente son las vallas publicitarias, volantes, catálogos de agencia de viajes y anuncios en revistas de turismo.

**Tabla 47: Publicidad Temporada Alta**

**Elaborada por: Los Autores**

Publicidad	
Valla Publicitaria	1650
Volantes	2000
Anuncios en Revistas	2500
Agencia de Viajes	1850
<b>Total Publicidad</b>	<b>8000</b>

Las comisiones de las tarjetas de crédito es un gasto que consideramos relevante, ya que hoy en día las personas ya no se manejan con efectivo sino con estas tarjetas electrónicas. Las mismas que dependiendo de la tarjeta y del banco a la que pertenezcan, variará su porcentaje de comisión. En el anexo se detallará mejor los porcentajes y las tarjetas usadas con más frecuencia. Consideramos que de todas las ventas realizadas un 70% serán efectuadas de este modo. Esta modalidad no es considerada como una venta a crédito, ya que los bancos se demoran de 2 a 3 días en depositarle al resort su correspondiente ingreso, debido a esto se lo puede tomar en consideración como un ingreso al contado.

**Tabla 48: Comisiones**

**Elaborada por: Los Autores**

Anexo de Comisiones							
Tarjeta	Banco	%	Comisión	Base T.A	Imp. Comisión	Base T.B	Imp. Comisión
Mastercard - Visa	Pch.	60	4.50%	197,808	8,901	59,342	2,670
American Express	Gye.	5	4.50%	16,484	742	4,945	223
Mastercard - Visa	Pacifico	20	2%	65,936	1,319	19,781	396
Diners	Boliv.	15	4.50%	49,452	2,225	14,836	668
<b>TOTAL COMISIONES</b>		<b>100</b>		<b>329,679</b>	<b>13,187</b>	<b>98,904</b>	<b>3,956</b>

Las depreciaciones y amortizaciones también forman parte de los gastos operacionales en los que se incurren. A continuación se puede observar la tabla de amortización de los diferentes activos que se tendrá en el resort.

**Tabla 49: Depreciación de Activos Fijos**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Deprec. Anual</b>
Muebles y Enseres	\$ 20,516.00	10	\$ 2,051.60
Maquinaria y Equipos	\$ 29,442.76	10	\$ 2,944.28
Equipos de Computación	\$ 850.00	3	\$ 283.33
Edificio	\$ 774,460	20	\$ 38,723
<b>Total Depreciaciones</b>			<b>\$ 44,002.21</b>

**Tabla 50: Amortización de Activos Diferidos**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Amort. Anual</b>
Activos Diferidos	\$ 10,214.53	3	\$ 3,404.84
<b>Total Amortización</b>			<b>\$ 3,404.84</b>

## 5.6. Inversión Inicial y Financiamiento.

La inversión inicial de DelaMar Resort básicamente se basa en el costo de la creación de la infraestructura y todo lo que eso conlleva. A continuación se detallará los rubros que esta inversión implica.

**Tabla 51: Inversión Inicial**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		
Compra Terreno	\$	500,000
Edificio	\$	774,460
Muebles y Enseres	\$	20,516
Maquinaria y Equipo	\$	29,443
Equipos de Computación	\$	850
Activos Diferidos	\$	10,215
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$</b>	<b>1,335,483</b>
<b>Capital de Trabajo Inicial</b>	<b>\$</b>	<b>94,517</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$</b>	<b>1,430,000</b>

Este proyecto será financiado en un 35% con capital propio y el 65% restante con préstamo bancario. El mismo que se lo realizará en la CFN a una tasa de interés del 9,5% anual. Se ha decidido realizar los pagos semestralmente y con cuotas de capital constantes.

**Tabla 52: Amortización de Deuda**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>semestre</b>	<b>cuota</b>	<b>intereses</b>	<b>Amortización</b>	<b>amortizado</b>	<b>pendiente</b>
<b>0</b>					930,000.00
<b>1</b>	90,675.00	44,175.00	46,500.00	46,500.00	883,500.00
<b>2</b>	88,466.25	41,966.25	46,500.00	93,000.00	837,000.00
<b>3</b>	86,257.50	39,757.50	46,500.00	139,500.00	790,500.00
<b>4</b>	84,048.75	37,548.75	46,500.00	186,000.00	744,000.00
<b>5</b>	81,840.00	35,340.00	46,500.00	232,500.00	697,500.00
<b>6</b>	79,631.25	33,131.25	46,500.00	279,000.00	651,000.00
<b>7</b>	77,422.50	30,922.50	46,500.00	325,500.00	604,500.00
<b>8</b>	75,213.75	28,713.75	46,500.00	372,000.00	558,000.00
<b>9</b>	73,005.00	26,505.00	46,500.00	418,500.00	511,500.00
<b>10</b>	70,796.25	24,296.25	46,500.00	465,000.00	465,000.00
<b>11</b>	68,587.50	22,087.50	46,500.00	511,500.00	418,500.00
<b>12</b>	66,378.75	19,878.75	46,500.00	558,000.00	372,000.00
<b>13</b>	64,170.00	17,670.00	46,500.00	604,500.00	325,500.00
<b>14</b>	61,961.25	15,461.25	46,500.00	651,000.00	279,000.00
<b>15</b>	59,752.50	13,252.50	46,500.00	697,500.00	232,500.00
<b>16</b>	57,543.75	11,043.75	46,500.00	744,000.00	186,000.00
<b>17</b>	55,335.00	8,835.00	46,500.00	790,500.00	139,500.00
<b>18</b>	53,126.25	6,626.25	46,500.00	837,000.00	93,000.00
<b>19</b>	50,917.50	4,417.50	46500.00	883,500.00	46,500.00
<b>20</b>	48,708.75	2,208.75	46500.00	930,000.00	0.00



## 5.7. Estado de Resultados Integrales.

**Tabla 53: Estado de Resultados Integrales**

**Elaborada por: Los Autores**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b><u>Ingresos:</u></b>										
Hospedaje	567,072	646,462	793,901	905,047	1,031,754	1,176,199	1,340,867	1,528,589	1,742,591	1,986,554
Restaurante	38,035	43,360	53,249	60,704	69,203	78,891	89,936	102,527	116,881	133,244
Bar	7,154	8,156	10,016	11,418	13,017	14,839	16,917	19,285	21,985	25,063
<b>Total Ingresos</b>	<b>612,262</b>	<b>697,978</b>	<b>857,167</b>	<b>977,170</b>	<b>1,113,974</b>	<b>1,269,930</b>	<b>1,447,720</b>	<b>1,650,401</b>	<b>1,881,457</b>	<b>2,144,861</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>										
Hospedaje	31,290	35,671	43,807	49,939	56,931	64,901	73,988	84,346	96,154	109,616
Restaurante	12,413	14,150	17,378	19,811	22,584	25,746	29,350	33,459	38,143	43,484
Bar	2,410	2,748	3,375	3,847	4,386	5,000	5,700	6,497	7,407	8,444
Mano de Obra Directa	39,492	41,071	42,714	44,423	46,200	48,048	49,970	51,968	54,047	56,209
Costos Indirectos	47,814	49,727	51,716	53,784	55,936	58,173	60,500	62,920	65,437	68,054
<b>Total Costo de venta</b>	<b>133,419</b>	<b>143,367</b>	<b>158,989</b>	<b>171,804</b>	<b>186,036</b>	<b>201,867</b>	<b>219,507</b>	<b>239,191</b>	<b>261,189</b>	<b>285,807</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>478,843</b>	<b>554,611</b>	<b>698,178</b>	<b>805,366</b>	<b>927,938</b>	<b>1,068,062</b>	<b>1,228,213</b>	<b>1,411,210</b>	<b>1,620,268</b>	<b>1,859,054</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>										
Gastos Administrativos	23,230	24,159	25,125	26,130	27,176	28,263	29,393	30,569	31,791	33,063
Gastos de Ventas	29,143	30,309	31,521	32,782	34,094	35,457	36,876	38,351	39,885	41,480
Depreciación Muebles y Enseres	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944
Depreciación Equipos de Computación	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283
Depreciación Edificio	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723

Amortización Activos Diferidos	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>99,780</b>	<b>101,875</b>	<b>104,053</b>	<b>106,319</b>	<b>108,676</b>	<b>111,127</b>	<b>113,675</b>	<b>116,326</b>	<b>119,083</b>	<b>121,950</b>
Utilidad Operacional	379,063	452,737	594,124	699,046	819,262	956,936	1,114,538	1,294,884	1,501,185	1,737,104
<b><u>(-) Gastos no Operacionales</u></b>										
Gastos Financieros	86,141	77,306	68,471	59,636	50,801	41,966	33,131	24,296	15,461	6,626
<b>U.A.I.P</b>	292,922	375,430	525,653	639,410	768,461	914,970	1,081,407	1,270,588	1,485,724	1,730,478
15% Participación de Trabajadores	43,938	56,315	78,848	95,912	115,269	137,245	162,211	190,588	222,859	259,572
<b>U. A. I</b>	248,983	319,116	446,805	543,499	653,192	777,724	919,196	1,080,000	1,262,866	1,470,906
(22%)-(21%)-(20%) Impuesto a la Renta	54,776	67,014	89,361	108,700	130,638	155,545	183,839	216,000	252,573	294,181
<b>Utilidad Neta</b>	<b>194,207</b>	<b>252,101</b>	<b>357,444</b>	<b>434,799</b>	<b>522,553</b>	<b>622,179</b>	<b>735,357</b>	<b>864,000</b>	<b>1,010,292</b>	<b>1,176,725</b>

	<b>Año 11</b>	<b>Año 12</b>	<b>Año 13</b>	<b>Año 14</b>	<b>Año 15</b>	<b>Año 16</b>	<b>Año 17</b>	<b>Año 18</b>	<b>Año 19</b>	<b>Año 20</b>
<b><u>Ingresos:</u></b>										
Hospedaje	2,264,671	2,581,725	2,943,167	3,355,210	3,824,940	4,360,431	4,970,892	5,666,817	6,460,171	7,364,595
Restaurante	151,899	173,165	197,408	225,045	256,551	292,468	333,413	380,091	433,304	493,967
Bar	28,571	32,571	37,131	42,330	48,256	55,012	62,713	71,493	81,502	92,913
<b>Total Ingresos</b>	<b>2,445,142</b>	<b>2,787,461</b>	<b>3,177,706</b>	<b>3,622,585</b>	<b>4,129,747</b>	<b>4,707,911</b>	<b>5,367,019</b>	<b>6,118,401</b>	<b>6,974,978</b>	<b>7,951,474</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>										
Hospedaje	124,962	142,457	162,401	185,137	211,056	240,604	274,288	312,688	356,465	406,370
Restaurante	49,571	56,511	64,423	73,442	83,724	95,445	108,808	124,041	141,406	161,203
Bar	9,626	10,974	12,510	14,262	16,258	18,535	21,129	24,088	27,460	31,304
Mano de Obra Directa	58,457	60,796	63,227	65,757	68,387	71,122	73,967	76,926	80,003	83,203
Costos Indirectos	70,776	73,608	76,552	79,614	82,798	86,110	89,555	93,137	96,862	100,737
<b>Total Costo de venta</b>	<b>313,393</b>	<b>344,345</b>	<b>379,113</b>	<b>418,211</b>	<b>462,223</b>	<b>511,816</b>	<b>567,747</b>	<b>630,879</b>	<b>702,196</b>	<b>782,817</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>2,131,748</b>	<b>2,443,116</b>	<b>2,798,593</b>	<b>3,204,374</b>	<b>3,667,523</b>	<b>4,196,095</b>	<b>4,799,272</b>	<b>5,487,522</b>	<b>6,272,781</b>	<b>7,168,657</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>										
Gastos Administrativos	34,386	35,761	37,192	38,679	40,226	41,835	43,509	45,249	47,059	48,942
Gastos de Ventas	43,139	44,865	46,659	48,526	50,467	52,485	54,585	56,768	59,039	61,401
Depreciación Muebles y Enseres	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944
Depreciación Equipos de Computación	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283
Depreciación Edificio	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723
Amortización Activos Diferidos	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	6,809
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>124,932</b>	<b>128,033</b>	<b>131,258</b>	<b>134,612</b>	<b>138,100</b>	<b>141,728</b>	<b>145,500</b>	<b>149,424</b>	<b>153,505</b>	<b>161,153</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>2,006,817</b>	<b>2,315,084</b>	<b>2,667,335</b>	<b>3,069,762</b>	<b>3,529,423</b>	<b>4,054,367</b>	<b>4,653,771</b>	<b>5,338,098</b>	<b>6,119,276</b>	<b>7,007,504</b>

**(-) Gastos no Operacionales**

Gastos Financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>U.A.I.P</b>	2,006,817	2,315,084	2,667,335	3,069,762	3,529,423	4,054,367	4,653,771	5,338,098	6,119,276	7,007,504
15% Participación de Trabajadores	301,022	347,263	400,100	460,464	529,414	608,155	698,066	800,715	917,891	1,051,126
<b>U. A. I</b>	1,705,794	1,967,821	2,267,235	2,609,298	3,000,010	3,446,212	3,955,706	4,537,383	5,201,385	5,956,378
(22%)-(21%)-(20%) Impuesto a la Renta	341,159	393,564	453,447	521,860	600,002	689,242	791,141	907,477	1,040,277	1,191,276
<b>Utilidad Neta</b>	1,364,635	1,574,257	1,813,788	2,087,438	2,400,008	2,756,970	3,164,564	3,629,906	4,161,108	4,765,103

## **5.8. Flujo de Caja.**

Una vez determinados todos los valores anteriores, con los cuales se puede obtener los ingresos, costos, gastos, inversión, depreciación, y pago de intereses se procederá en la elaboración del flujo de caja correspondiente para el proyecto el mismo que se presentará en una forma condensada año a año.

El capital de trabajo que se necesitará para el primer año será la sumatoria de todos los desembolsos que se deberán realizar hasta que la empresa sea capaz de generar su propio dinero en efectivo para cubrir los gastos y costos que éste incurrirá.

**Tabla 54: Flujo de Caja Condensado**

**Elaborada por: Los Autores**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b><u>Ingresos:</u></b>											
Hospedaje	-	567,072	646,462	793,901	905,047	1,031,754	1,176,199	1,340,867	1,528,589	1,742,591	1,986,554
Restaurante	-	38,035	43,360	53,249	60,704	69,203	78,891	89,936	102,527	116,881	133,244
Bar	-	7,154	8,156	10,016	11,418	13,017	14,839	16,917	19,285	21,985	25,063
<b>Total Ingresos</b>	-	612,262	697,978	857,167	977,170	1,113,974	1,269,930	1,447,720	1,650,401	1,881,457	2,144,861
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hospedaje	-	31,290	35,671	43,807	49,939	56,931	64,901	73,988	84,346	96,154	109,616
Restaurante	-	12,413	14,150	17,378	19,811	22,584	25,746	29,350	33,459	38,143	43,484
Bar	-	2,410	2,748	3,375	3,847	4,386	5,000	5,700	6,497	7,407	8,444
Mano de Obra Directa	-	39,492	41,071	42,714	44,423	46,200	48,048	49,970	51,968	54,047	56,209
Costos indirectos	-	47,814	49,727	51,716	53,784	55,936	58,173	60,500	62,920	65,437	68,054
<b>Total Costo de venta</b>	-	133,419	143,367	158,989	171,804	186,036	201,867	219,507	239,191	261,189	285,807
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	-	478,843	554,611	698,178	805,366	927,938	1,068,062	1,228,213	1,411,210	1,620,268	1,859,054
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos Administrativos	-	23,230	24,159	25,125	26,130	27,176	28,263	29,393	30,569	31,791	33,063
Gastos de Ventas	-	29,143	30,309	31,521	32,782	34,094	35,457	36,876	38,351	39,885	41,480
Depreciación Muebles y Enseres	-	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	-	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944
Depreciación Equipos de Computación	-	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283
Depreciación Edificio	-	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723
Amortización Activos Diferidos	-	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405
<b>Total Gastos Operacionales</b>	-	99,780	101,875	104,053	106,319	108,676	111,127	113,675	116,326	119,083	121,950
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<b>Utilidad Operacional</b>	-	379,063	452,737	594,124	699,046	819,262	956,936	1,114,538	1,294,884	1,501,185	1,737,104
<b>(-) Gastos no Operacionales</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos Financieros	-	86,141	77,306	68,471	59,636	50,801	41,966	33,131	24,296	15,461	6,626
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
U. A. I. P.	-	292,922	375,430	525,653	639,410	768,461	914,970	1,081,407	1,270,588	1,485,724	1,730,478
<b>15% Trabajadores</b>	-	43,938	56,315	78,848	95,912	115,269	137,245	162,211	190,588	222,859	259,572
<b>U. A. I</b>	-	248,983	319,116	446,805	543,499	653,192	777,724	919,196	1,080,000	1,262,866	1,470,906
<b>Impuesto a la Renta</b>	-	54,776	67,014	89,361	108,700	130,638	155,545	183,839	216,000	252,573	294,181
<b>Utilidad Neta</b>	-	194,207	252,101	357,444	434,799	522,553	622,179	735,357	864,000	1,010,292	1,176,725
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + ) Depreciación Muebles y Enseres	-	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052
( + ) Depreciación Maquinarias y Equipos	-	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	-	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283
( + ) Depreciación Edificio	-	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723
( + ) Amortización Activos Diferidos	-	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405
( - ) Pago Capital	-	93,000	93,000	93,000	93,000	93,000	93,000	93,000	93,000	93,000	93,000
( - ) Inversiones Inicial	(1,335,483)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( - ) Capital de Trabajo	(94,517)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( - ) Compra Muebles y Enseres	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20,516
( - ) Compra Maquinaria y Equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29,443
( - ) Compra Equipos de Computación	-	-	-	850	-	-	850	-	-	850	-
( - ) Compra de Activos Diferidos	-	-	-	10,215	-	-	10,215	-	-	10,215	-
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + ) Valor de Salvamento Edificio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + ) Recup. Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>(1,430,000)</b>	<b>148,614</b>	<b>206,508</b>	<b>321,215</b>	<b>389,206</b>	<b>476,960</b>	<b>585,951</b>	<b>689,763</b>	<b>818,406</b>	<b>974,064</b>	<b>1,081,173</b>

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
<b><u>Ingresos:</u></b>										
Hospedaje	2,264,671	2,581,725	2,943,167	3,355,210	3,824,940	4,360,431	4,970,892	5,666,817	6,460,171	7,364,595
Restaurante	151,899	173,165	197,408	225,045	256,551	292,468	333,413	380,091	433,304	493,967
Bar	28,571	32,571	37,131	42,330	48,256	55,012	62,713	71,493	81,502	92,913
<b>Total Ingresos</b>	<b>2,445,142</b>	<b>2,787,461</b>	<b>3,177,706</b>	<b>3,622,585</b>	<b>4,129,747</b>	<b>4,707,911</b>	<b>5,367,019</b>	<b>6,118,401</b>	<b>6,974,978</b>	<b>7,951,474</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hospedaje	124,962	142,457	162,401	185,137	211,056	240,604	274,288	312,688	356,465	406,370
Restaurante	49,571	56,511	64,423	73,442	83,724	95,445	108,808	124,041	141,406	161,203
Bar	9,626	10,974	12,510	14,262	16,258	18,535	21,129	24,088	27,460	31,304
Mano de Obra Directa	58,457	60,796	63,227	65,757	68,387	71,122	73,967	76,926	80,003	83,203
Costos indirectos	70,776	73,608	76,552	79,614	82,798	86,110	89,555	93,137	96,862	100,737
<b>Total Costo de venta</b>	<b>313,393</b>	<b>344,345</b>	<b>379,113</b>	<b>418,211</b>	<b>462,223</b>	<b>511,816</b>	<b>567,747</b>	<b>630,879</b>	<b>702,196</b>	<b>782,817</b>
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>2,131,748</b>	<b>2,443,116</b>	<b>2,798,593</b>	<b>3,204,374</b>	<b>3,667,523</b>	<b>4,196,095</b>	<b>4,799,272</b>	<b>5,487,522</b>	<b>6,272,781</b>	<b>7,168,657</b>
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos Administrativos	34,386	35,761	37,192	38,679	40,226	41,835	43,509	45,249	47,059	48,942
Gastos de Ventas	43,139	44,865	46,659	48,526	50,467	52,485	54,585	56,768	59,039	61,401
Depreciación Muebles y Enseres	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944
Depreciación Equipos de Computación	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283
Depreciación Edificio	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723
Amortización Activos Diferidos	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	6,809
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>124,932</b>	<b>128,033</b>	<b>131,258</b>	<b>134,612</b>	<b>138,100</b>	<b>141,728</b>	<b>145,500</b>	<b>149,424</b>	<b>153,505</b>	<b>161,153</b>
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>2,006,817</b>	<b>2,315,084</b>	<b>2,667,335</b>	<b>3,069,762</b>	<b>3,529,423</b>	<b>4,054,367</b>	<b>4,653,771</b>	<b>5,338,098</b>	<b>6,119,276</b>	<b>7,007,504</b>
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



<b>(-) Gastos no Operacionales</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos Financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
U. A. I. P.	2,006,817	2,315,084	2,667,335	3,069,762	3,529,423	4,054,367	4,653,771	5,338,098	6,119,276	7,007,504
<b>15% Trabajadores</b>	301,022	347,263	400,100	460,464	529,414	608,155	698,066	800,715	917,891	1,051,126
<b>U. A. I</b>	1,705,794	1,967,821	2,267,235	2,609,298	3,000,010	3,446,212	3,955,706	4,537,383	5,201,385	5,956,378
<b>Impuesto a la Renta</b>	341,159	393,564	453,447	521,860	600,002	689,242	791,141	907,477	1,040,277	1,191,276
<b>Utilidad Neta</b>	1,364,635	1,574,257	1,813,788	2,087,438	2,400,008	2,756,970	3,164,564	3,629,906	4,161,108	4,765,103
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + )Depreciación Muebles y Enseres	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283
( + )Depreciación Edificio	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723	38,723
( + )Amortización Activos Diferidos	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405	3,405
( - ) Pago Capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( - ) Inversiones Inicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( - ) Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( - ) Compra Muebles y Enseres	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( - ) Compra Maquinaria y Equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( - ) Compra Equipos de Computación	-	850	-	-	850	-	-	850	-	-
( - ) Compra de Activos Diferidos	-	10,215	-	-	10,215	-	-	10,215	-	-
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+ ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + ) Valor de Salvamento Edificio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	283
( + ) Recup. Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94,517
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>1,412,042</b>	<b>1,631,028</b>	<b>1,861,195</b>	<b>2,134,845</b>	<b>2,456,779</b>	<b>2,804,377</b>	<b>3,211,971</b>	<b>3,686,678</b>	<b>4,208,515</b>	<b>4,907,310</b>

## 5.9. Estado de Situación Financiera.

**Tabla 55: Estado de Situación Financiera**

**Elaborada por: Los Autores**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>	
<b>AL 31 DE DICIEMBRE 2013</b>	
<b><u>Activos</u></b>	
<i>Activos Corrientes</i>	
Efectivo	148,614
<i>Propiedad, Planta y Equipo</i>	
Terreno	500,000
Edificio	774,460
Maquinaria y Equipos	29,443
Equipo de Computo	850
Muebles y Enseres	20,516
( - ) Depreciación Acumulada	(44,002)
<i>Activos Diferidos</i>	
Activos Diferidos	10,215
( - ) Amortización	(3,405)
<b>Total Activos</b>	<b>1,436,690</b>
<b><u>Pasivos</u></b>	
<i>Pasivo Corriente</i>	
Préstamo Bancario	93,000
<i>Pasivo No Corriente</i>	
Préstamo L/P	744,000
<i>Patrimonio</i>	
Capital Propio	405,483
Utilidad del Ejercicio	194,207
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>1,436,690</b>

## 5.10. Tasa de Descuento

### 5.10.1. Modelo CAPM

Para determinar la tasa de retorno requerida del resort, se utilizará el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model), el mismo que tomará en cuenta la sensibilidad del activo al riesgo de mercado.

$$CAPM \equiv E(R_i) = R_f + \beta (R_m - R_f)$$

$$CAPM = (3\% + 8,08\%) + 2,0074 (9\%)$$

$$CAPM = 29,15\%$$

**R<sub>f</sub>** = Tasa libre de riesgo, es la tasa que corresponde a la sumatoria de tasa libre de riesgo de la economía más segura que es la de Estados Unidos (3%), más el riesgo de realizar una inversión en este país (8,08%).

**R<sub>m</sub> - R<sub>f</sub>** = es la prima de riesgo, que se puede tomar la estándar que es de 9%

**β** = Representa el beta que debe estar previamente apalancado por los niveles de DelaMar Resort. Este beta fue apalancado tomando como referencia el beta desapalancado de algunas empresas de la industria hotelera de Estados Unidos, de la siguiente manera:

$$\beta = \frac{\beta a (1 - LT)}{(1 - L)}$$

$\beta a$  es el beta desapalancado de la industria hotelera de Estados Unidos detallado en el Anexo.

$L$  Nivel de endeudamiento de DelaMar Resort = 58%

$T$  Impuesto del primer año, 2013 = 22%

$$\beta = 2.0074$$

### **5.11. Valor actual Neto.**

El VAN mide la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión. Para ello calcula el valor actual de todos los flujos de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total que se indica en el año cero.

Si éste es mayor a cero mostrará el monto que se ganará en el proyecto después de haber recuperado la inversión. Si es igual a cero, muestra exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido. Finalmente si es negativo, concluimos que el negocio no es rentable.

El VAN obtenido es de \$286,185 como saldo positivo, por lo tanto concluimos que el proyecto es rentable.

## **5.12. Tasa Interna de Retorno**

Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea cero, y ésta está representada por la TIR.

Se obtuvo una TIR de 38.22% lo que nos confirma que el negocio es rentable ya que el porcentaje de ganancia es superior a la tasa exigida que se había estimado

## **CONCLUSIONES.**

DelaMar Resort es un proyecto que surgió de la necesidad de satisfacer una demanda insatisfecha en el balneario Las Núñez, en la Ruta del Spondylus. Demanda que año a año va incrementándose a un nivel un tanto acelerado ya que en el país se está fomentando mucho el turismo.

Este balneario es un excelente lugar para explotar el turismo, ya que posee un clima excepcional y paisajes inigualables, las cuales serían disfrutadas por los visitantes nacionales y extranjeros.

La creación de este resort traería consigo tres puntos claves: incrementar el nivel turístico del sector; dar una nueva opción a los turistas que llegan a visitar las playas de la costa ecuatoriana y la generación de un crecimiento económico para el balneario, sus alrededores y la provincia en general. Ya que los habitantes de la zona tendrían mayores fuentes de trabajo, y por otra parte se sentirían motivados a emprender nuevos negocios para cubrir los requerimientos de los nuevos visitantes.

La estrategia de marketing que se implementará estará dirigida a la diferenciación, es decir no basarse en el precio sino en la calidad del servicio que el resort ofrece a sus huéspedes y visitantes. En la temporada alta se hará una inversión total en publicidad de \$ 8,000 y en la temporada baja sólo \$ 4,000. Esta diferencia se debe para utilizar mejor los recursos en las temporadas altas que es donde se debe dar una mayor comunicación a los potenciales clientes.

La demanda insatisfecha por el mercado en la Parroquia de las Nùñez es de aproximadamente 72,617 personas en el año, las cuales por no contar con una infraestructura que pueda hospedar se ven obligados a acudir a parroquias cercanas, por lo que la creaci3n de DelaMar Resort cubriría aproximadamente el 5% de esta demanda.

El Resort contar4 con una infraestructura que tiene capacidad para un total de 44 personas por noche, los cuales estar4n distribuidos en 5 diferentes tipos de habitaciones: 3 matrimoniales, 2 triples, 3 cu4druples, 1 suite matrimonial con jacuzzi y 2 cabañas familiares.

Este proyecto estima una inversi3n de \$ 1, 430,000 de los cuales el 35% corresponder4 a capital propio y el 65% restante estar4 financiado por la CFN en 10 ańos con pagos semestrales de capital constante a una tasa de inter4s del 9,5% anual.

Desde el primer ańo el proyecto de operaci3n arroja saldos positivos, tanto en las utilidades como en los flujos de efectivo. Para una mejor evaluaci3n econ3mica y financiera se determinaron los valores del Valor Actual Neto y de la Tasa Interna de Retorno, los mismos que muestran valores favorables para el determinar la factibilidad del proyecto.

Valor Actual Neto	\$ 288,476
Tasa Interna de Retorno	32,22%

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 32,22%, que si se la compara con la Tasa Mínima de Retorno (TMAR) que se encuentra al 29,13% muestra al proyecto como una gran alternativa dado que la TIR es mayor a la TMAR.

En conclusión, se pudo mostrar bajo este proyecto la factibilidad y rentabilidad del proyecto de implementación de un resort en el balneario San Francisco de Las Núñez.

## **RECOMENDACIONES.**

- ✓ Es recomendable la creación del resort en este balneario, ya que el impulso turístico que está teniendo el Ecuador año a año es cada vez más favorable para este sector económico.
- ✓ Una buena publicidad es necesaria en el impulso de un negocio nuevo, es por esto que DelaMar Resort no debe descuidar ningún momento que sea propicio para darse a conocer.
- ✓ Entablar relaciones con agencias de viaje, sería lo ideal para impulsar el turismo extranjero en ese sector costero.
- ✓ Mantener un estricto control con lo que respecta al servicio que ofrecen, ya que este debe ser el principal factor diferenciador con respecto a la competencia y el principal motivador para que las personas los visiten.
- ✓ Mantener un buen nivel de seguridad, ya que las personas que frecuentarán el resort será de un estrato económico medio alto y alto.



## BIBLIOGRAFÍA.

1. Datos del portal oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador:  
[www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
2. Federación Hotelera del Ecuador: [www.hotelesecuador.com.ec](http://www.hotelesecuador.com.ec)
3. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
4. Banco Central del Ecuador: [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec)
5. Superintendencia de Compañías: [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)
6. Información de la Ruta del Sol: [www.ecuadorcostaaventura.com](http://www.ecuadorcostaaventura.com)
7. Periódico de mayor circulación: [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)
8. [www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com)
9. Comportamiento del Consumidor Enfoque América Latina, Rolando Arellano Cueva, Editorial McGraw Hill.

**ANEXOS**

## Anexo A

Personal del Resort				
Cargo	Sueldo Mensual	Beneficios Sociales	Rem. Mensual total	Remuneración Anual
Gerente General	\$ 1,000	\$ 271	\$ 1,271	\$ 15,250
Administrador	\$ 750	\$ 209	\$ 959	\$ 11,511
Jefe de Mantenimiento	\$ 750	\$ 209	\$ 959	\$ 11,511
Recepción	\$ 292	\$ 96	\$ 388	\$ 4,660
Chef	\$ 400	\$ 123	\$ 523	\$ 6,275
Ayudante (1)	\$ 300	\$ 98	\$ 398	\$ 4,779
Ayudante (2)	\$ 300	\$ 98	\$ 398	\$ 4,779
Barman	\$ 300	\$ 98	\$ 398	\$ 4,779
Mesero (1)	\$ 292	\$ 96	\$ 388	\$ 4,660
Mesero (2)	\$ 292	\$ 96	\$ 388	\$ 4,660
Seguridad (1)	\$ 300	\$ 98	\$ 398	\$ 4,779
Seguridad (2)	\$ 300	\$ 98	\$ 398	\$ 4,779
Conserje	\$ 292	\$ 96	\$ 388	\$ 4,660
Camarera (1)	\$ 300	\$ 98	\$ 398	\$ 4,779
Camarera (2)	\$ 300	\$ 98	\$ 398	\$ 4,779
<b>Personal Total</b>	<b>\$ 6,168</b>	<b>\$ 1,885</b>	<b>\$ 8,053</b>	<b>\$ 96,641</b>

## Anexo B

Muebles y Enseres			
Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Mueble para Lobby	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Sillas para lobby	2	\$ 45.00	\$ 90.00
Juego de Muebles	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Carrito Porta Equipaje	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Escritorio Oficina	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Archivador	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Sillas para oficina	3	\$ 32.00	\$ 96.00
Cama Queen	10	\$ 280.00	\$ 2,800.00
Cama King	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Cama 1 1/2 plaza	10	\$ 150.00	\$ 1,500.00
Sofá-Cama	2	\$ 320.00	\$ 640.00
Litera	5	\$ 250.00	\$ 1,250.00
Colchón Queen	10	\$ 210.00	\$ 2,100.00
Colchón King	1	\$ 280.00	\$ 280.00
Colchón 1 1/2 plaza	20	\$ 140.00	\$ 2,800.00
Veladores de Madera	22	\$ 80.00	\$ 1,760.00
Lámparas	22	\$ 40.00	\$ 880.00
Cajoneras	11	\$ 180.00	\$ 1,980.00
Jacuzzi	1	\$ 550.00	\$ 550.00
Cama Cuna	2	\$ 80.00	\$ 160.00
Mesas Restaurante	10	\$ 56.00	\$ 560.00
Sillas de Madera	40	\$ 33.00	\$ 1,320.00
Sillas de Bebé	3	\$ 40.00	\$ 120.00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 20,516.00</b>

## Anexo C

<b>Maquinaria y Equipos</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Aire Acondicionado	14	\$ 390.00	\$ 5,460.00
Central Telefónica	1	\$ 330.00	\$ 330.00
Televisores	12	\$ 880.00	\$ 10,560.00
Teléfonos	12	\$ 20.00	\$ 240.00
Mini-Bar	11	\$ 80.00	\$ 880.00
Cocineta	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Lavadora Industrial	1	\$ 3,250.00	\$ 3,250.00
Secadora Industrial	1	\$ 3,890.00	\$ 3,890.00
Calefón General	1	\$ 750.00	\$ 750.00
Licadoras	2	\$ 39.00	\$ 78.00
Picatodo	2	\$ 26.00	\$ 52.00
Batidora	1	\$ 34.00	\$ 34.00
Cocina Industrial	1	\$ 550.00	\$ 550.00
Extractor de Olores	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Congelador	1	\$ 911.35	\$ 911.35
Refrigerador	1	\$ 1,509.00	\$ 1,509.00
Horno	1	\$ 270.00	\$ 270.00
Horno Microondas	1	\$ 228.41	\$ 228.41
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 29,442.76</b>

## Anexo D

Activo Diferido			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cestos de Basura	24	\$ 5.00	\$ 120.00
Cesto de Basura Grande	1	\$ 63.41	\$ 63.41
Almohadas	50	\$ 6.46	\$ 323.00
Armadores	30	\$ 1.20	\$ 36.00
Espejos	11	\$ 20.00	\$ 220.00
Juego de Sábana Queen	25	\$ 28.70	\$ 717.50
Juego de Sábana King	2	\$ 36.50	\$ 73.00
Juego de Sábana 1 1/2 plaza	40	\$ 24.00	\$ 960.00
Protector de Colchón Queen	11	\$ 18.00	\$ 198.00
Protector de Colchón King	2	\$ 24.00	\$ 48.00
Protector de Colchón 1 1/2 plaza	23	\$ 14.00	\$ 322.00
Colcha Queen	15	\$ 28.00	\$ 420.00
Colcha King	4	\$ 30.00	\$ 120.00
Colcha 1,5 plazas	22	\$ 16.00	\$ 352.00
Toalla de baño	80	\$ 11.00	\$ 880.00
Toalla de mano	80	\$ 3.50	\$ 280.00
Toalla de Cara	80	\$ 1.40	\$ 112.00
Alfombras de Baño	20	\$ 8.96	\$ 179.20
Cortinas de Baño	15	\$ 5.88	\$ 88.20
Copas de vino	50	\$ 5.95	\$ 297.50
Vasos	70	\$ 2.00	\$ 140.00
Taza de café	40	\$ 2.50	\$ 100.00
Plato principal	70	\$ 8.12	\$ 568.40
Plato sopero	70	\$ 8.40	\$ 588.00
Plato postre	70	\$ 6.72	\$ 470.40
Juego de cubiertos	70	\$ 5.97	\$ 417.90
Charol para roomservice	1	\$ 18.20	\$ 18.20
Olla de aluminio	4	\$ 23.00	\$ 92.00
Sartén de aluminio	2	\$ 15.00	\$ 30.00
Sartén de teflón	2	\$ 20.00	\$ 40.00
Colador	2	\$ 20.00	\$ 40.00
Bowl	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Juego de cuchillos	1	\$ 49.90	\$ 49.90
Utensilios de cocina	1	\$ 36.50	\$ 36.50
Vasos de whisky	30	\$ 1.40	\$ 42.00
Vasos multiuso	50	\$ 4.98	\$ 249.00
Shots	20	\$ 1.40	\$ 28.00

Copa de helado	30	\$	1.40	\$	42.00
Organizador de verduras	2	\$	30.60	\$	61.20
Extractor de jugos	2	\$	53.76	\$	107.52
Cuchareta	4	\$	2.00	\$	8.00
Cucharon	4	\$	2.00	\$	8.00
Espátula de aluminio	4	\$	10.00	\$	40.00
Rallador	4	\$	6.00	\$	24.00
Juego de cucharas con medidas	1	\$	5.00	\$	5.00
Tabla de picar	3	\$	21.00	\$	63.00
Bandeja	3	\$	26.00	\$	78.00
Jarra de vidrio para jugo	15	\$	6.90	\$	103.50
Jarra lechera	10	\$	50.00	\$	500.00
Charol rectangular	6	\$	47.00	\$	282.00
Charol redondo	6	\$	10.00	\$	60.00
Salero y pimentero	12	\$	5.60	\$	67.20
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>				<b>\$</b>	<b>10,214.53</b>

## Anexo E

Equipo de Computación			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	2	\$ 335.00	\$ 670.00
Impresora	2	\$ 90.00	\$ 180.00
<b>TOTAL EQ. DE COMPUTACIÓN</b>			<b>\$ 850.00</b>

## Anexo F

Edificio (Costos de Construcción)				
Detalle	Unidad	Tamaño	Costo Unitario	Costo Total
Limpieza, Nivelación y Relleno de Terreno	Mt <sup>2</sup>	5,000	\$ 10.00	\$ 50,000
Cerramiento	Mt <sup>2</sup>	300	\$ 90.00	\$ 27,000
Construcción Edificio Principal	Mt <sup>2</sup>	900	\$ 500.00	\$ 450,000
Cabañas Familiares	Mt <sup>2</sup>	211.00	\$ 480.00	\$ 101,280
Canchas Deportivas	Mt <sup>2</sup>	427.50	\$ 49.12	\$ 21,000
Piscina	Mt <sup>3</sup>	180	\$ 277.78	\$ 50,000
Áreas Verdes	Mt <sup>2</sup>	1,348	\$ 5.00	\$ 6,740
Piso áreas libres	Mt <sup>2</sup>	580	\$ 15.00	\$ 8,700
Adoquinamiento vía de Acceso	Mt <sup>2</sup>	465	\$ 20.00	\$ 9,300
Luminaria	Unidad	58	\$ 150.00	\$ 8,700
Tuberías 2 pulgadas	Mt	300	\$ 2.00	\$ 600
Acometida medidor de luz	Mt	300	\$ 5.00	\$ 1,500
Colocación de acometida	Mt	100	\$ 5.00	\$ 500
Colocación de focos	Unidad	174	\$ 5.00	\$ 870
Colocación de luminarias	Unidad	58	\$ 5.00	\$ 290
Panel de Breakers				\$ 3,200
Tuberías hormigón (rec. De lluvias)	Mt	100	\$ 80.00	\$ 8,000
Mano de obra recolección de lluvias	Mt	300	\$ 10.00	\$ 3,000
Cajas recolección de lluvias	Unidad	10	\$ 50.00	\$ 500
Tuberías de 4 plg. Rejillas, m. o. d	Mt	200	16.4	\$ 3,280
Cisterna	Mt <sup>3</sup>	20	\$ 300.00	\$ 6,000
Cuarto de bomba, duchas y baños	Mt <sup>2</sup>	40	\$ 350.00	\$ 14,000
<b>TOTAL EDIFICIO</b>				<b>\$ 774,460</b>







## Anexo I

### Flujo de Caja por Temporadas

	Año 0			Año 1			Año 2			Año 3		
	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total
<b><u>Ingresos:</u></b>												
Hospedaje	436,209	130,863	567,072	497,279	149,184	646,462	610,693	183,208	793,901			
Restaurante	29,258	8,777	38,035	33,354	10,006	43,360	40,961	12,288	53,249			
Bar	5,503	1,651	7,154	6,274	1,882	8,156	7,705	2,311	10,016			
<b>Total Ingresos</b>	<b>470,971</b>	<b>141,291</b>	<b>612,262</b>	<b>536,906</b>	<b>161,072</b>	<b>697,978</b>	<b>659,359</b>	<b>197,808</b>	<b>857,167</b>			
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>												
Hospedaje	24,070	7,221	31,290	27,439	8,232	35,671	33,697	10,109	43,807			
Restaurante	9,548	2,864	12,413	10,885	3,265	14,150	13,367	4,010	17,378			
Bar	1,854	556	2,410	2,114	634	2,748	2,596	779	3,375			
Mano Obra Directa	19,746	19,746	39,492	20,536	20,536	41,071	21,357	21,357	42,714			
Costos indirectos	23,907	23,907	47,814	24,863	24,863	49,727	25,858	25,858	51,716			
<b>Total Costo de venta</b>	<b>79,125</b>	<b>54,294</b>	<b>133,419</b>	<b>85,837</b>	<b>57,530</b>	<b>143,367</b>	<b>96,876</b>	<b>62,113</b>	<b>158,989</b>			
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>391,846</b>	<b>86,997</b>	<b>478,843</b>	<b>451,070</b>	<b>103,542</b>	<b>554,611</b>	<b>562,483</b>	<b>135,695</b>	<b>698,178</b>			
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>												
Gastos Administrativos	11,615	11,615	23,230	12,079	12,079	24,159	12,563	12,563	25,125			
Gastos de Ventas	21,187	7,956	29,143	22,035	8,274	30,309	22,916	8,605	31,521			
Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052			
Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944			
Depreciación Equipos de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283			
Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723			
Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405			
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>56,505</b>	<b>43,274</b>	<b>99,780</b>	<b>57,817</b>	<b>44,057</b>	<b>101,875</b>	<b>59,182</b>	<b>44,871</b>	<b>104,053</b>			
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>335,340</b>	<b>43,722</b>	<b>379,063</b>	<b>393,252</b>	<b>59,484</b>	<b>452,737</b>	<b>503,301</b>	<b>90,823</b>	<b>594,124</b>			

**(-) Gastos no Operacionales**

Gastos Financieros	44,175	41,966	86,141	39,758	37,549	77,306	35,340	33,131	68,471	
U. A. I. P.	291,165	1,756	292,922	353,495	21,936	375,430	467,961	57,692	525,653	
<b>15% Trabajadores</b>	43,675	263	43,938	53,024	3,290	56,315	70,194	8,654	78,848	
<b>U. A. I</b>	247,491	1,493	248,983	300,470	18,645	319,116	397,767	49,038	446,805	
<b>Impuesto a la Renta</b>	54,448	328	54,776	63,099	3,916	67,014	79,553	9,808	89,361	
<b>Utilidad Neta</b>	193,043	1,164	194,207	237,372	14,730	252,101	318,214	39,231	357,444	
( + )Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	
( + ) Depreciación Eq. de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283	
( + )Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	
( + )Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	
( - ) Pago Capital	46,500	46,500	93,000	46,500	46,500	93,000	46,500	46,500	93,000	
( - ) Inversiones Inicial	(1,335,483)									
( - ) Capital de Trabajo	(94,517)									
( - ) Compra Muebles y Enseres										
( - ) Compra Maquinaria y Equipo										
( - ) Compra Equipos de Computación									850	
( - ) Compra de Activos Diferidos									10,215	
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.										
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo										
( + ) Valor de Salvamento Edificio										
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación										
( + ) Recup. Capital de Trabajo										
Saldo Final de Caja	(1,430,000)	170,246	(21,632)	148,614	214,575	(8,067)	206,508	295,417	16,434	321,215

	Año 4			Año 5			Año 6		
	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total
<b><u>Ingresos:</u></b>									
Hospedaje	696,190	208,857	905,047	793,657	238,097	1,031,754	904,769	271,431	1,176,199
Restaurante	46,696	14,009	60,704	53,233	15,970	69,203	60,686	18,206	78,891
Bar	8,783	2,635	11,418	10,013	3,004	13,017	11,415	3,424	14,839
<b>Total Ingresos</b>	<b>751,669</b>	<b>225,501</b>	<b>977,170</b>	<b>856,903</b>	<b>257,071</b>	<b>1,113,974</b>	<b>976,869</b>	<b>293,061</b>	<b>1,269,930</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>									
Hospedaje	38,415	11,524	49,939	43,793	13,138	56,931	49,924	14,977	64,901
Restaurante	15,239	4,572	19,811	17,372	5,212	22,584	19,804	5,941	25,746
Bar	2,959	888	3,847	3,374	1,012	4,386	3,846	1,154	5,000
Mano Obra Directa	22,211	22,211	44,423	23,100	23,100	46,200	24,024	24,024	48,048
Costos indirectos	26,892	26,892	53,784	27,968	27,968	55,936	29,087	29,087	58,173
<b>Total Costo de venta</b>	<b>105,717</b>	<b>66,087</b>	<b>171,804</b>	<b>115,607</b>	<b>70,429</b>	<b>186,036</b>	<b>126,685</b>	<b>75,183</b>	<b>201,867</b>
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>645,952</b>	<b>159,413</b>	<b>805,366</b>	<b>741,296</b>	<b>186,641</b>	<b>927,938</b>	<b>850,184</b>	<b>217,878</b>	<b>1,068,062</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>									
Gastos Administrativos	13,065	13,065	26,130	13,588	13,588	27,176	14,131	14,131	28,263
Gastos de Ventas	23,833	8,950	32,782	24,786	9,308	34,094	25,777	9,680	35,457
Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
Depreciación Equipos de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>60,601</b>	<b>45,718</b>	<b>106,319</b>	<b>62,077</b>	<b>46,599</b>	<b>108,676</b>	<b>63,612</b>	<b>47,514</b>	<b>111,127</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>585,351</b>	<b>113,695</b>	<b>699,046</b>	<b>679,219</b>	<b>140,043</b>	<b>819,262</b>	<b>786,572</b>	<b>170,364</b>	<b>956,936</b>
<b><u>(-) Gastos no Operacionales</u></b>									
Gastos Financieros	30,923	28,714	59,636	26,505	24,296	50,801	22,088	19,879	41,966
U. A. I. P.	554,429	84,981	639,410	652,714	115,747	768,461	764,485	150,485	914,970
<b>15% Trabajadores</b>	<b>83,164</b>	<b>12,747</b>	<b>95,912</b>	<b>97,907</b>	<b>17,362</b>	<b>115,269</b>	<b>114,673</b>	<b>22,573</b>	<b>137,245</b>

<b>U. A. I</b>	471,264	72,234	543,499	554,807	98,385	653,192	649,812	127,912	777,724
<b>Impuesto a la Renta</b>	94,253	14,447	108,700	110,961	19,677	130,638	129,962	25,582	155,545
<b>Utilidad Neta</b>	377,012	57,787	434,799	443,846	78,708	522,553	519,850	102,330	622,179
( + )Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
( + )Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
( + )Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
( - ) Pago Capital	46,500	46,500	93,000	46,500	46,500	93,000	46,500	46,500	93,000
( - ) Inversiones Inicial									
( - ) Capital de Trabajo									
( - ) Compra Muebles y Enseres									
( - ) Compra Maquinaria y Equipo									
( - ) Compra Equipos de Computación									850
( - ) Compra de Activos Diferidos									10,215
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.									
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo									
( + ) Valor de Salvamento Edificio									
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación									
( + ) Recup. Capital de Trabajo									
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>354,215</b>	<b>34,991</b>	<b>389,206</b>	<b>421,049</b>	<b>55,911</b>	<b>476,960</b>	<b>497,053</b>	<b>79,533</b>	<b>585,951</b>

	Año 7			Año 8			Año 9		
	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total
<b><u>Ingresos:</u></b>									
Hospedaje	1,031,436	309,431	1,340,867	1,175,837	352,751	1,528,589	1,340,455	402,136	1,742,591
Restaurante	69,182	20,755	89,936	78,867	23,660	102,527	89,909	26,973	116,881
Bar	13,013	3,904	16,917	14,835	4,450	19,285	16,911	5,073	21,985
<b>Total Ingresos</b>	<b>1,113,631</b>	<b>334,089</b>	<b>1,447,720</b>	<b>1,269,539</b>	<b>380,862</b>	<b>1,650,401</b>	<b>1,447,275</b>	<b>434,182</b>	<b>1,881,457</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>									
Hospedaje	56,913	17,074	73,988	64,881	19,464	84,346	73,965	22,189	96,154
Restaurante	22,577	6,773	29,350	25,738	7,721	33,459	29,341	8,802	38,143
Bar	4,384	1,315	5,700	4,998	1,499	6,497	5,698	1,709	7,407
Mano Obra Directa	24,985	24,985	49,970	25,984	25,984	51,968	27,024	27,024	54,047
Costos indirectos	30,250	30,250	60,500	31,460	31,460	62,920	32,718	32,718	65,437
<b>Total Costo de venta</b>	<b>139,110</b>	<b>80,397</b>	<b>219,507</b>	<b>153,061</b>	<b>86,129</b>	<b>239,191</b>	<b>168,746</b>	<b>92,443</b>	<b>261,189</b>
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>974,521</b>	<b>253,692</b>	<b>1,228,213</b>	<b>1,116,478</b>	<b>294,732</b>	<b>1,411,210</b>	<b>1,278,529</b>	<b>341,739</b>	<b>1,620,268</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>									
Gastos Administrativos	14,697	14,697	29,393	15,284	15,284	30,569	15,896	15,896	31,791
Gastos de Ventas	26,809	10,067	36,876	27,881	10,470	38,351	28,996	10,889	39,885
Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
Depreciación Equipos de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>65,208</b>	<b>48,467</b>	<b>113,675</b>	<b>66,869</b>	<b>49,457</b>	<b>116,326</b>	<b>68,595</b>	<b>50,488</b>	<b>119,083</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>909,313</b>	<b>205,225</b>	<b>1,114,538</b>	<b>1,049,609</b>	<b>245,275</b>	<b>1,294,884</b>	<b>1,209,934</b>	<b>291,252</b>	<b>1,501,185</b>
<b><u>(-) Gastos no Operacionales</u></b>									
Gastos Financieros	17,670	15,461	33,131	13,253	11,044	24,296	8,835	6,626	15,461
U. A. I. P.	891,643	189,764	1,081,407	1,036,357	234,231	1,270,588	1,201,099	284,625	1,485,724
<b>15% Trabajadores</b>	<b>133,746</b>	<b>28,465</b>	<b>162,211</b>	<b>155,453</b>	<b>35,135</b>	<b>190,588</b>	<b>180,165</b>	<b>42,694</b>	<b>222,859</b>

<b>U. A. I</b>	757,896	161,299	919,196	880,903	199,096	1,080,000	1,020,934	241,932	1,262,866
<b>Impuesto a la Renta</b>	151,579	32,260	183,839	176,181	39,819	216,000	204,187	48,386	252,573
<b>Utilidad Neta</b>	606,317	129,039	735,357	704,722	159,277	864,000	816,747	193,545	1,010,292
( + )Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
( + )Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
( + )Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
( - ) Pago Capital	46,500	46,500	93,000	46,500	46,500	93,000	46,500	46,500	93,000
( - ) Inversiones Inicial									
( - ) Capital de Trabajo									
( - ) Compra Muebles y Enseres									
( - ) Compra Maquinaria y Equipo									
( - ) Compra Equipos de Computación									850
( - ) Compra de Activos Diferidos									10,215
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.									
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo									
( + ) Valor de Salvamento Edificio									
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación									
( + ) Recup. Capital de Trabajo									
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>583,520</b>	<b>106,243</b>	<b>689,763</b>	<b>681,926</b>	<b>136,481</b>	<b>818,406</b>	<b>793,951</b>	<b>170,749</b>	<b>974,064</b>



	Año 10			Año 11			Año 12		
	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total
<b><u>Ingresos:</u></b>									
Hospedaje	1,528,118	458,436	1,986,554	1,742,055	522,616	2,264,671	1,985,943	595,783	2,581,725
Restaurante	102,496	30,749	133,244	116,845	35,054	151,899	133,203	39,961	173,165
Bar	19,279	5,784	25,063	21,978	6,593	28,571	25,055	7,516	32,571
<b>Total Ingresos</b>	<b>1,649,893</b>	<b>494,968</b>	<b>2,144,861</b>	<b>1,880,878</b>	<b>564,263</b>	<b>2,445,142</b>	<b>2,144,201</b>	<b>643,260</b>	<b>2,787,461</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>									
Hospedaje	84,320	25,296	109,616	96,125	28,837	124,962	109,582	32,875	142,457
Restaurante	33,449	10,035	43,484	38,132	11,440	49,571	43,470	13,041	56,511
Bar	6,495	1,949	8,444	7,405	2,221	9,626	8,442	2,532	10,974
Mano Obra Directa	28,104	28,104	56,209	29,229	29,229	58,457	30,398	30,398	60,796
Costos indirectos	34,027	34,027	68,054	35,388	35,388	70,776	36,804	36,804	73,608
<b>Total Costo de venta</b>	<b>186,396</b>	<b>99,411</b>	<b>285,807</b>	<b>206,278</b>	<b>107,115</b>	<b>313,393</b>	<b>228,695</b>	<b>115,650</b>	<b>344,345</b>
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>1,463,497</b>	<b>395,557</b>	<b>1,859,054</b>	<b>1,674,600</b>	<b>457,148</b>	<b>2,131,748</b>	<b>1,915,506</b>	<b>527,611</b>	<b>2,443,116</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>									
Gastos Administrativos	16,532	16,532	33,063	17,193	17,193	34,386	17,881	17,881	35,761
Gastos de Ventas	30,156	11,324	41,480	31,362	11,777	43,139	32,617	12,248	44,865
Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
Depreciación Equipos de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>70,391</b>	<b>51,559</b>	<b>121,950</b>	<b>72,258</b>	<b>52,673</b>	<b>124,932</b>	<b>74,201</b>	<b>53,832</b>	<b>128,033</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>1,393,106</b>	<b>343,998</b>	<b>1,737,104</b>	<b>1,602,342</b>	<b>404,475</b>	<b>2,006,817</b>	<b>1,841,305</b>	<b>473,779</b>	<b>2,315,084</b>
<b><u>(-) Gastos no Operacionales</u></b>									
Gastos Financieros	4,418	2,209	6,626						
U. A. I. P.	1,388,689	341,789	1,730,478	1,602,342	404,475	2,006,817	1,841,305	473,779	2,315,084
<b>15% Trabajadores</b>	<b>208,303</b>	<b>51,268</b>	<b>259,572</b>	<b>240,351</b>	<b>60,671</b>	<b>301,022</b>	<b>276,196</b>	<b>71,067</b>	<b>347,263</b>

<b>U. A. I</b>	1,180,386	290,521	1,470,906	1,361,990	343,804	1,705,794	1,565,109	402,712	1,967,821
<b>Impuesto a la Renta</b>	236,077	58,104	294,181	272,398	68,761	341,159	313,022	80,542	393,564
<b>Utilidad Neta</b>	944,308	232,417	1,176,725	1,089,592	275,043	1,364,635	1,252,088	322,169	1,574,257
( + )Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
( + )Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
( + )Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
( - ) Pago Capital	46,500	46,500	93,000						
( - ) Inversiones Inicial									
( - ) Capital de Trabajo									
( - ) Compra Muebles y Enseres			20,516						
( - ) Compra Maquinaria y Equipo			29,443						
( - ) Compra Equipos de Computación								850	
( - ) Compra de Activos Diferidos									10,215
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.									
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo									
( + ) Valor de Salvamento Edificio									
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación									
( + ) Recup. Capital de Trabajo									
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>921,512</b>	<b>209,620</b>	<b>1,081,173</b>	<b>1,113,296</b>	<b>298,746</b>	<b>1,412,042</b>	<b>1,275,791</b>	<b>345,873</b>	<b>1,631,028</b>

	Año 13			Año 14			Año 15		
	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total
<b><u>Ingresos:</u></b>									
Hospedaje	2,263,975	679,192	2,943,167	2,580,931	774,279	3,355,210	2,942,261	882,678	3,824,940
Restaurante	151,852	45,556	197,408	173,111	51,933	225,045	197,347	59,204	256,551
Bar	28,563	8,569	37,131	32,561	9,768	42,330	37,120	11,136	48,256
<b>Total Ingresos</b>	<b>2,444,389</b>	<b>733,317</b>	<b>3,177,706</b>	<b>2,786,604</b>	<b>835,981</b>	<b>3,622,585</b>	<b>3,176,728</b>	<b>953,018</b>	<b>4,129,747</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>									
Hospedaje	124,924	37,477	162,401	142,413	42,724	185,137	162,351	48,705	211,056
Restaurante	49,556	14,867	64,423	56,494	16,948	73,442	64,403	19,321	83,724
Bar	9,623	2,887	12,510	10,971	3,291	14,262	12,506	3,752	16,258
Mano Obra Directa	31,614	31,614	63,227	32,878	32,878	65,757	34,193	34,193	68,387
Costos indirectos	38,276	38,276	76,552	39,807	39,807	79,614	41,399	41,399	82,798
<b>Total Costo de venta</b>	<b>253,992</b>	<b>125,120</b>	<b>379,113</b>	<b>282,562</b>	<b>135,648</b>	<b>418,211</b>	<b>314,853</b>	<b>147,371</b>	<b>462,223</b>
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>2,190,397</b>	<b>608,196</b>	<b>2,798,593</b>	<b>2,504,041</b>	<b>700,333</b>	<b>3,204,374</b>	<b>2,861,876</b>	<b>805,648</b>	<b>3,667,523</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>									
Gastos Administrativos	18,596	18,596	37,192	19,340	19,340	38,679	20,113	20,113	40,226
Gastos de Ventas	33,921	12,738	46,659	35,278	13,248	48,526	36,689	13,777	50,467
Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
Depreciación Equipos de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>76,220</b>	<b>55,037</b>	<b>131,258</b>	<b>78,321</b>	<b>56,291</b>	<b>134,612</b>	<b>80,506</b>	<b>57,594</b>	<b>138,100</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>2,114,176</b>	<b>553,159</b>	<b>2,667,335</b>	<b>2,425,720</b>	<b>644,042</b>	<b>3,069,762</b>	<b>2,781,370</b>	<b>748,054</b>	<b>3,529,423</b>
<b><u>(-) Gastos no Operacionales</u></b>									
Gastos Financieros									
U. A. I. P.	2,114,176	553,159	2,667,335	2,425,720	644,042	3,069,762	2,781,370	748,054	3,529,423
<b>15% Trabajadores</b>	<b>317,126</b>	<b>82,974</b>	<b>400,100</b>	<b>363,858</b>	<b>96,606</b>	<b>460,464</b>	<b>417,205</b>	<b>112,208</b>	<b>529,414</b>

<b>U. A. I</b>	1,797,050	470,185	2,267,235	2,061,862	547,436	2,609,298	2,364,164	635,846	3,000,010
<b>Impuesto a la Renta</b>	359,410	94,037	453,447	412,372	109,487	521,860	472,833	127,169	600,002
<b>Utilidad Neta</b>	1,437,640	376,148	1,813,788	1,649,490	437,949	2,087,438	1,891,331	508,677	2,400,008
( + )Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
( + )Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
( + )Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
( - ) Pago Capital									
( - ) Inversiones Inicial									
( - ) Capital de Trabajo									
( - ) Compra Muebles y Enseres									
( - ) Compra Maquinaria y Equipo									
( - ) Compra Equipos de Computación									850
( - ) Compra de Activos Diferidos									10,215
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.									
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo									
( + ) Valor de Salvamento Edificio									
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación									
( + ) Recup. Capital de Trabajo									
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>1,461,343</b>	<b>399,852</b>	<b>1,861,195</b>	<b>1,673,193</b>	<b>461,652</b>	<b>2,134,845</b>	<b>1,915,035</b>	<b>532,380</b>	<b>2,456,779</b>

	Año 16			Año 17			Año 18		
	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total
<b><u>Ingresos:</u></b>									
Hospedaje	3,354,178	1,006,253	4,360,431	3,823,763	1,147,129	4,970,892	4,359,090	1,307,727	5,666,817
Restaurante	224,975	67,493	292,468	256,472	76,942	333,413	292,378	87,713	380,091
Bar	42,317	12,695	55,012	48,241	14,472	62,713	54,995	16,498	71,493
<b>Total Ingresos</b>	<b>3,621,470</b>	<b>1,086,441</b>	<b>4,707,911</b>	<b>4,128,476</b>	<b>1,238,543</b>	<b>5,367,019</b>	<b>4,706,463</b>	<b>1,411,939</b>	<b>6,118,401</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>									
Hospedaje	185,080	55,524	240,604	210,991	63,297	274,288	240,530	72,159	312,688
Restaurante	73,419	22,026	95,445	83,698	25,109	108,808	95,416	28,625	124,041
Bar	14,257	4,277	18,535	16,253	4,876	21,129	18,529	5,559	24,088
Mano Obra Directa	35,561	35,561	71,122	36,984	36,984	73,967	38,463	38,463	76,926
Costos indirectos	43,055	43,055	86,110	44,777	44,777	89,555	46,568	46,568	93,137
<b>Total Costo de venta</b>	<b>351,373</b>	<b>160,443</b>	<b>511,816</b>	<b>392,703</b>	<b>175,044</b>	<b>567,747</b>	<b>439,506</b>	<b>191,374</b>	<b>630,879</b>
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>3,270,097</b>	<b>925,998</b>	<b>4,196,095</b>	<b>3,735,773</b>	<b>1,063,499</b>	<b>4,799,272</b>	<b>4,266,957</b>	<b>1,220,565</b>	<b>5,487,522</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>									
Gastos Administrativos	20,918	20,918	41,835	21,754	21,754	43,509	22,625	22,625	45,249
Gastos de Ventas	38,157	14,329	52,485	39,683	14,902	54,585	41,271	15,498	56,768
Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
Depreciación Equipos de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>82,778</b>	<b>58,950</b>	<b>141,728</b>	<b>85,141</b>	<b>60,360</b>	<b>145,500</b>	<b>87,598</b>	<b>61,826</b>	<b>149,424</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>3,187,319</b>	<b>867,048</b>	<b>4,054,367</b>	<b>3,650,632</b>	<b>1,003,140</b>	<b>4,653,771</b>	<b>4,179,358</b>	<b>1,158,739</b>	<b>5,338,098</b>
<b><u>(-) Gastos no Operacionales</u></b>									
Gastos Financieros									
U. A. I. P.	3,187,319	867,048	4,054,367	3,650,632	1,003,140	4,653,771	4,179,358	1,158,739	5,338,098
<b>15% Trabajadores</b>	<b>478,098</b>	<b>130,057</b>	<b>608,155</b>	<b>547,595</b>	<b>150,471</b>	<b>698,066</b>	<b>626,904</b>	<b>173,811</b>	<b>800,715</b>

<b>U. A. I</b>	2,709,221	736,991	3,446,212	3,103,037	852,669	3,955,706	3,552,455	984,928	4,537,383
<b>Impuesto a la Renta</b>	541,844	147,398	689,242	620,607	170,534	791,141	710,491	196,986	907,477
<b>Utilidad Neta</b>	2,167,377	589,593	2,756,970	2,482,430	682,135	3,164,564	2,841,964	787,943	3,629,906
( + )Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	142	142	283	142	142	283	142	142	283
( + )Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
( + )Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
( - ) Pago Capital									
( - ) Inversiones Inicial									
( - ) Capital de Trabajo									
( - ) Compra Muebles y Enseres									
( - ) Compra Maquinaria y Equipo									
( - ) Compra Equipos de Computación									850
( - ) Compra de Activos Diferidos									10,215
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.									
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo									
( + ) Valor de Salvamento Edificio									
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación									
( + ) Recup. Capital de Trabajo									
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>2,191,081</b>	<b>613,296</b>	<b>2,804,377</b>	<b>2,506,133</b>	<b>705,838</b>	<b>3,211,971</b>	<b>2,865,667</b>	<b>811,646</b>	<b>3,686,678</b>

	Año 19			Año 20		
	T.A	T.B	Total	T.A	T.B	Total
<b><u>Ingresos:</u></b>						
Hospedaje	4,969,362	1,490,809	6,460,171	5,665,073	1,699,522	7,364,595
Restaurante	333,311	99,993	433,304	379,974	113,992	493,967
Bar	62,694	18,808	81,502	71,471	21,441	92,913
<b>Total Ingresos</b>	<b>5,365,367</b>	<b>1,609,610</b>	<b>6,974,978</b>	<b>6,116,519</b>	<b>1,834,956</b>	<b>7,951,474</b>
<b><u>(-) Costos de venta</u></b>						
Hospedaje	274,204	82,261	356,465	312,592	93,778	406,370
Restaurante	108,774	32,632	141,406	124,002	37,201	161,203
Bar	21,123	6,337	27,460	24,080	7,224	31,304
Mano Obra Directa	40,001	40,001	80,003	41,601	41,601	83,203
Costos indirectos	48,431	48,431	96,862	50,368	50,368	100,737
<b>Total Costo de venta</b>	<b>492,533</b>	<b>209,663</b>	<b>702,196</b>	<b>552,645</b>	<b>230,172</b>	<b>782,817</b>
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>4,872,834</b>	<b>1,399,947</b>	<b>6,272,781</b>	<b>5,563,874</b>	<b>1,604,783</b>	<b>7,168,657</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>						
Gastos Administrativos	23,530	23,530	47,059	24,471	24,471	48,942
Gastos de Ventas	42,921	16,118	59,039	44,638	16,762	61,401
Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
Depreciación Equipos de Computación	142	142	283	142	142	283
Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	3,405	3,405	6,809
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>90,154</b>	<b>63,351</b>	<b>153,505</b>	<b>94,515</b>	<b>66,639</b>	<b>161,153</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>4,782,680</b>	<b>1,336,597</b>	<b>6,119,276</b>	<b>5,469,359</b>	<b>1,538,144</b>	<b>7,007,504</b>
<b><u>(-) Gastos no Operacionales</u></b>						
Gastos Financieros						
U. A. I. P.	4,782,680	1,336,597	6,119,276	5,469,359	1,538,144	7,007,504
<b>15% Trabajadores</b>	<b>717,402</b>	<b>200,489</b>	<b>917,891</b>	<b>820,404</b>	<b>230,722</b>	<b>1,051,126</b>

<b>U. A. I</b>	4,065,278	1,136,107	5,201,385	4,648,956	1,307,423	5,956,378
<b>Impuesto a la Renta</b>	813,056	227,221	1,040,277	929,791	261,485	1,191,276
<b>Utilidad Neta</b>	3,252,222	908,886	4,161,108	3,719,164	1,045,938	4,765,103
( + )Depreciación Muebles y Enseres	1,026	1,026	2,052	1,026	1,026	2,052
( + )Depreciación Maquinarias y Equipos	1,472	1,472	2,944	1,472	1,472	2,944
( + ) Depreciación Eq. de Computación	142	142	283	142	142	283
( + )Depreciación Edificio	19,362	19,362	38,723	19,362	19,362	38,723
( + )Amortización Activos Diferidos	1,702	1,702	3,405	1,702	1,702	3,405
( - ) Pago Capital						
( - ) Inversiones Inicial						
( - ) Capital de Trabajo						
( - ) Compra Muebles y Enseres						
( - ) Compra Maquinaria y Equipo						
( - ) Compra Equipos de Computación						
( - ) Compra de Activos Diferidos						
( + ) Valor de Salvamento Muebles y Ens.						
( + ) Valor Salv. Maquinaria y Equipo						
( + ) Valor de Salvamento Edificio						
( + ) Valor Salv. Equipos de Computación						283
( + ) Recup. Capital de Trabajo						94,517
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>3,275,926</b>	<b>932,589</b>	<b>4,208,515</b>	<b>3,742,868</b>	<b>1,069,642</b>	<b>4,907,310</b>



## Anexo J

INVENTARIO DE LAS HABITACIONES			
Cant.	Habitación	Capacidad	Detalle
3	Matrimonial	6	Cama Queen, a/c, televisión por cable, mini bar, baño completo
2	Triple	6	Cama Queen, Sofá-cama, a/c, televisión por cable, mini-bar, baño completo
3	Cuádruple	12	Cama Queen, litera 1,5 plazas, a/c, televisión por cable, mini-bar, baño completo
1	Suite	2	Cama King, jacuzzi, a/c, televisión por cable, mini-bar, baño completo
2	Cabañas	14	Cama Queen, litera 1,5 plazas, 3 camas de 1,5 plazas, cocineta, a/c, televisión por cable, mini-bar, baño completo
	Camas Extras	4	Camas adicionales en caso de ser solicitadas
<b>CAPACIDAD TOTAL</b>		<b>44</b>	

## Anexo K

### Empresas Comparables Y Beta

Empresa	Beta	Deuda	TC	Activos
Vail Resorts Inc.	1.74	0.57368	0.380007	1946236
Full House Resorts	1.6	0.163646	0.243168	56451
				2002687

Betas Desapalancados	
Vail Resorts Inc.	0.9485929
Full House Resorts	1.393623

<b>Beta Desapalancado Promedio</b>	0.961137
<b>Beta Apalancado</b>	2.007491