



## Proyecto de Inversión para la Creación de un Complejo Turístico en General Villamil Playas

Andrea Elizabeth Armijos Romero<sup>(1)</sup>, Paola Fernanda Leal Rivera<sup>(2)</sup>, Martha Cecilia Lucin Sen Sang<sup>(3)</sup>, Oscar E. Mendoza Macías<sup>(4)</sup>

<sup>(1)</sup> Economista con Mención en Gestión Empresarial especialización Finanzas.

<sup>(2)</sup> Economista con Mención en Gestión Empresarial especialización Marketing.

<sup>(3)</sup> Economista con Mención en Gestión Empresarial especialización Teoría y Política Económica.

<sup>(4)</sup> Director de Tesis, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ingeniero en Electricidad especializado en Electrónica, omendoza@espol.edu.ec

Facultad de Economía y Negocios

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 Vía Perimetral

Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador

aarmijo@espol.edu.ec, pleal@espol.edu.ec, mlucin@espol.edu.ec

### Resumen

*Este proyecto consiste en poner a disposición del público un lugar de recreación, donde podrán disfrutar de un ambiente 100% natural, junto a familiares y amigos, el cual les brindará la comodidad que necesitan para pasar momentos agradables, de relajamiento y diversión en un complejo turístico privado con acceso al mar. Muchas familias viajan en los feriados, unos con más frecuencia que otros, y en su mayoría se dirigen a las costas de nuestro país, y debido a la provincialización del anterior cantón Salinas, (cuya playa era la más concurrida), hemos podido ver que en los últimos feriados, gran parte de los habitantes de la provincia del Guayas optó por dirigirse a Playas Villamil. Es por esta razón que nuestro proyecto se realizará en dichas playas. Este complejo contará con todas las comodidades que las familias necesitan para relajarse y descansar, despojarse de los problemas y disfrutar de la naturaleza. Contaremos con personas especializadas en ofrecer la mejor atención. Nuestro proyecto se enfocará principalmente en las familias de clase media-alta de la provincia del Guayas, iniciando con un estudio en la ciudad de Guayaquil y contará con una TMAR del 13,28%, un VAN \$446.550,67 y una TIR del 18,50%. Estará ubicado en la playa El Arenal en Playas Villamil.*

**Palabras Claves:** Guayas, General Villamil Playas, entretenimiento, descanso, complejo turístico, inversión, financiamiento, marketing.

### Abstract

*This project consists by setting at the disposition of the public a place of recreation where people have the opportunity to enjoy a 100% natural environment with family and friends, which will provide all the comfort they need just to spend funny, relaxing and pleasant moments in a private touristic complex with access to the sea. Many families like to travel on holidays and mostly visit the coast side of our country, and as consequence of the provincialization of Salinas (which beach was the most visited) we could see that a big part of residents of the Guayas Province chose to visit Playas Villamil in the latest holidays. This is the reason why our project will be set on these beaches. This complex will count with all the comfort that families could need to rest, relax and enjoy our nature, and we are organized with specialized group of people offering the best services. Our project will mainly focus on middle-high class families of the Guayas Province, starting with a study in Guayaquil city, and will count with a MARR of 13,28%, a NPV of \$446.550,67 and a IRR of 18,50%. It will be located on El Arenal beach in Playas Villamil.*

## 1. Introducción

Este artículo, da a conocer la viabilidad de la inversión en la creación de un Complejo turístico en General Villamil Playas, aprovechando que este cantón posee las únicas playas de la provincia del Guayas. Potencializando de esta manera el turismo nacional y extranjero, dado que, el turismo es una de las fuentes de ingresos más importantes del país, tanto así que está ubicada en cuarto lugar después del petróleo, camarón y banano.

## 2. Características del Producto o Servicio

El complejo turístico consta de dos elementos notables: 1) Hospedaje: se cuenta con tres diferentes tipos de cabañas para alojar a cada uno de los diferentes segmentos. 2) Turismo y recreación: Contamos con guías para paseos a las diferentes zonas turísticas del sector, y áreas de entretenimiento para las distintas edades, como, salta salta, fútbolín, canchas de volley playero, futbol playa, juegos de salón (ajedrez, damas, parchís, etc.).

Por otro lado, contamos con servicios adicionales de lavandería, alquiler de kayak, bote banana, sky acuático, paseos en bote, moto acuática, cuadrón, bar-karaoke, restaurant, y recorridos por otros sitios turísticos.

## 3. Estudio Organizacional

En el estudio organizacional se analizó de mejor forma todos los aspectos de la organización, sus procesos administrativos y consecuencias económicas de los mismos. En nuestro complejo el recurso humano es el factor más importante, por lo que de este dependerá nuestra imagen, la calidad del servicio ofrecido y las relaciones con el cliente. Si el cliente se encuentra satisfecho con ellos obtendremos su lealtad, por eso es tan importante este factor, ya que son el vínculo directo de la compañía con el cliente.

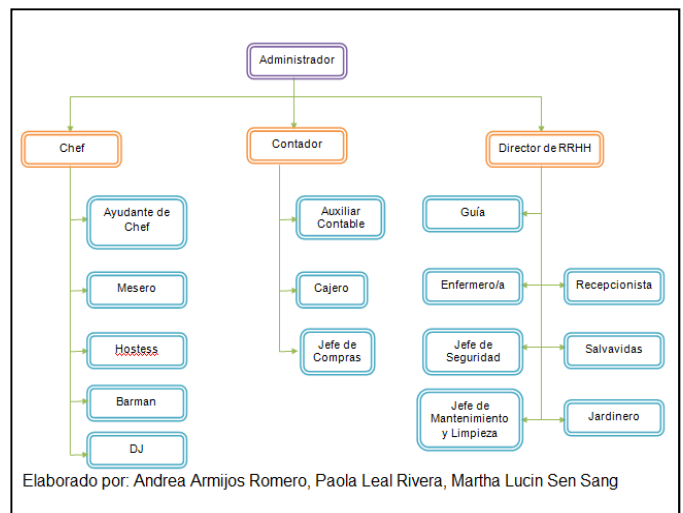
### Factores organizacionales

Para la realización de la compañía no se contará con inversores externos, la compañía será constituida por capital propio.

Nuestra estructura organizativa es turística, por lo que no vamos a tener muchos niveles jerárquicos, serán netamente los necesarios.

En cuanto a la tecnología administrativa no es muy compleja, dado que los servicios a ofrecer son de una misma rama técnica y la administración de los mismos no requiere un sistema complejo.

Figura 1. Organigrama



## 4. Investigación de Mercado y su Análisis

Del análisis de datos de las 97 encuestas realizadas, obtuvimos que existen tres diferentes grupos de personas, 1) Aquellos que viajan a Villamil Playas en feriados y fines de semana. 2) Personas que gustan de viajar en su tiempo libre pero no lo hacen en bus de transporte y además les gustan los complejos turísticos. 3) El grupo de aquellos quienes prefieren viajar a la playa pero no les gusta quemarse ni el agua salada.

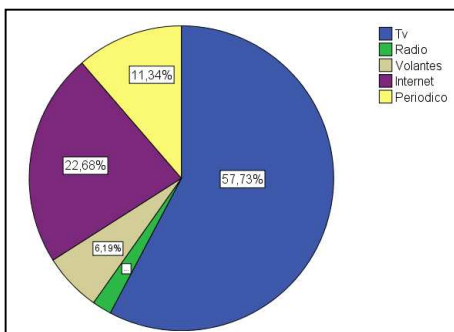
Figura 2. Conglomerados

	Conglomerado		
	1	2	3
Viajo a Villamil Playas en feriados y fines de semana	.49749	-1.54248	.55321
Viajo en tiempo libre en transporte prop y gusta complejo turístico	.92988	.41859	-.18324
Prefiere la playa pero no gusta quemarse ni agua salada	1.24554	-.69115	-.08767

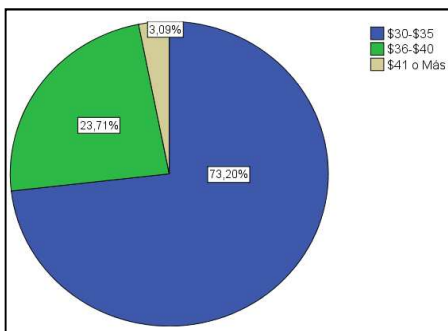
Elaborado por: Andrea Armijos Romero, Paola Leal Rivera, Martha Lucin Sen Sang

En cuanto a las preferencias de promoción, precios, servicios especiales y predilecciones para escoger vacacionar se obtuvo lo siguiente:

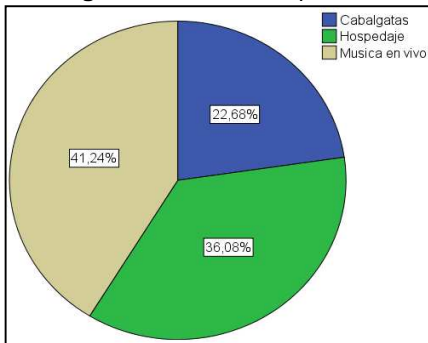
**Figura 3. Preferencias de Promoción**



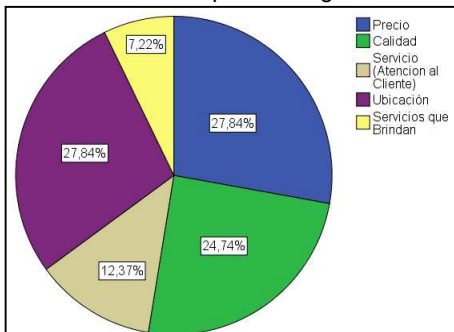
**Figura 4. Disponibilidad de Pago**



**Figura 5. Servicios Especiales**



**Figura 6. Preferencias para Escoger Vacacionar**



Por otro lado, se elaboró el análisis de: 1) Matriz BCG: de la cual se obtuvo que como el proyecto está por ser iniciado, se encontraría en INTERROGACION, ya que requiere una gran cantidad de inversión y como es poco conocido tiene una baja participación en el mercado, pero según nuestras proyecciones tanto financieras como de mercadeo hemos estimado que en un corto periodo se encontraría en VACA LECHERA. 2) Matriz de Implicación FCB: Para nuestro proyecto se ubicaría en APRENDIZAJE, ya que el desembolso que harían los futuros huéspedes precisa de primero pensar, luego sentir, para al final efectuar la acción de compra del servicio. 3) Macro segmentación: Debido a que cada uno de los visitantes tiene diferentes expectativas y costumbres de consumo, para facilitar el estudio y abarcar una mayor cantidad de mercado, se los dividió en tres segmentos, y se creó para cada uno de estos, diferentes tipos de cabañas con el fin de optimizar su nivel de satisfacción, estas son: Familiares, Suites y Simples. 4) Micro segmentación: esta fue realizada de acuerdo a parámetros: geográfica, demográfica, pictográfica, comportamental, producto beneficio y simbólica. 5) Fuerzas de Porter: las cuales son Proveedores, Clientes, competencia: existe un competidor directo el hostel "Melodia del Mar"; productos y servicios sustitutivos. 6) Marketing mix: 5 p's.

## 5. Estudio Técnico

Dentro del estudio técnico se considerará los siguientes factores que servirá para llevar a cabo el presente proyecto: 1) Obras físicas: Las obras físicas abarcan todo lo que respecta a la construcción del edificio. 2) Equipamiento: Detalla cada uno de los equipos que se usaran para el funcionamiento del complejo turístico. 3) Personal: Para el correcto funcionamiento del Complejo Turístico se requiere la contratación del personal calificado necesario para cada una de las diferentes áreas, profesionales que compartan la visión del Proyecto.

## 6. Estudio Financiero

Para llevar a cabo el proyecto necesitamos un capital de \$504.412,98 con financiamiento que servirá para la adecuación del complejo turístico y capital de trabajo.



# ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

"Impulsando la Sociedad del Conocimiento"

"Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT)"

Teléfonos: 2269760 - 2269761 - Ext. 8578 - Fax: 2850493

Área de Tecnologías. Edif. No. 37, planta baja - Campus Gustavo Galindo Km 30.5 Vía Perimetral Guayaquil-Ecuador



Contaremos con tres accionistas principales que aportaran con \$10000 cada uno para solventar los gastos iniciales del proyecto y el saldo faltante será adquirido a través de préstamo al banco del Fomento Nacional con una tasa de interés del 10%

Dentro del estudio se considerará los siguientes factores que servirán para llevar a cabo el presente proyecto:

- ✓ Valorización de las inversiones en obras físicas
- ✓ Inversiones en equipamiento
- ✓ Inversión en el terreno
- ✓ Calendario de Inversiones en Equipos
- ✓ Calendario de Ingresos por Venta de Maquinaria de reemplazo
- ✓ Balance de personal.

Los ingresos que tendrá el Complejo Turístico serán provenientes de:

- ✓ Los paquetes turísticos
- ✓ Los paquetes turísticos en días feriados
- ✓ Los servicios adicionales.

**Figura 7. Paquetes Tarifarios**

Paquetes Turísticos

Diario	2 Días	1 Noche	Desayuno		\$30
Fin de Semana	3 Días	2 Noches	Desayuno	Paseo Turístico	\$35
Visitante	Entrada				\$15

Elaborado por: Andrea Armijos Romero, Paola Leal Rivera, Martha Lucin Sen Sang

Paquetes Turísticos Feriados

Diario	2 Días	1 Noche	Desayuno		\$50
Fin de Semana	3 Días	2 Noches	Desayuno	Paseo Turístico	\$55
Visitante	Entrada				\$15

Elaborado por: Andrea Armijos Romero, Paola Leal Rivera, Martha Lucin Sen Sang

La TMAR para deducir el VPN en nuestro proyecto de inversión es del 13.28% y se considero calcularla mediante la siguiente fórmula:

$$K_e = R_f + \beta (R_m - R_f) + EMBI$$

**Ke:** Tasa de costo de capital o rentabilidad mínima exigida de la inversión.

**Rf:** Tasa libre de riesgo, tomada de los rendimientos de los bonos del tesoro de Estados Unidos a 10 años plazo.

**Rm:** Retorno del mercado o Tasa de mercado, tomada de los rendimientos de las acciones del mercado de capitales de Estados Unidos

**β:** Riesgo sistemático de las actividades propias de la empresa

**(Rm-Rf):** Prima de riesgo.

**EMBI:** Riesgo país

**Figura 8. Resultados del Proyecto de Inversión.**

TMAR	13,28%
VAN	\$446.550,67
TIR	18,50%

Del Flujo de caja se realizó el análisis de sensibilidad comparando la TIR y la TMAR, para esto se realizo un incremento y un decremento tanto en el ingreso como en el egreso, de esta manera se obtuvo hasta qué punto el proyecto seguía siendo factible.

**Figura 8. Análisis de Sensibilidad**

	VARIACION	TMAR	VAN	TIR	FACTIBILIDAD
INGRESOS	10%	13,28%	1.427.156,03	37,98%	Factible
	5%	13,28%	864.131,99	28,66%	Factible
	0	13,28%	446.550,67	18,50%	Factible
	-2%	13,28%	311.527,59	14,03%	Factible
	2,32%	13,28%	291.384,56	13,28%	Factible
	-3%	13,28%	249.839,29	11,66%	No Factible
	-5%	13,28%	136.986,97	6,57%	No Factible

	VARIACION	TMAR	VAN	TIR	FACTIBILIDAD
COSTOS	25%	13,28%	261.331,97	12,30%	No Factible
	20,93%	13,28%	291.485,58	13,28%	Factible
	20,00%	13,28%	298.375,71	13,51%	Factible
	10%	13,28%	372.463,19	15,97%	Factible
	5%	13,28%	409.506,93	17,22%	Factible
	0	13,28%	446.550,67	18,50%	Factible
	-5%	13,28%	483.594,41	19,79%	Factible
8%	13,28%	594.725,63	23,79%	Factible	

Elaborado por: Andrea Armijos Romero, Paola Leal Rivera, Martha Lucin Sen Sang

## 7. Conclusiones

Según el análisis e investigación de mercado, el proyecto tiene aceptación por parte de los consumidores, tiene un solo competidor directo, en el primer periodo se encontraría en Vaca Lechera en la matriz BCG, el producto o servicio se encontraría en el cuadrante de aprendizaje en la matriz de implicación.



Del análisis organizacional se cuenta con un administrador quien será el responsable del buen funcionamiento del complejo en general.

En el estudio técnico se obtuvo la cantidad de personal, maquinarias y equipamientos para el correcto funcionamiento de las instalaciones.

En lo que respecta al análisis financiero, pudimos concluir que el proyecto si es rentable en base a los resultados obtenidos de la TIR y la TMAR.

De acuerdo al análisis de sensibilidad, dado que el ingreso fue calculado siendo muy conservadores el proyecto es muy sensible, es por esta razón que si este se ve disminuido en más del 2,32% ya no sería factible, por otro lado, los costos podrían incrementarse hasta en un 20,93% y el proyecto seguiría siendo factible.

## 8. Recomendaciones

En temporada baja se debería hacer convenios con instituciones o colegios en el cual se brindaría paquetes promocionales para sacarle el máximo beneficio a las instalaciones.

Asociarse con instituciones bancarias de tal manera que brinden beneficios a clientes que usen tarjetas de crédito de la institución.

Dar apertura a los clientes del cantón.

Hacer convenios con cooperativas de transporte para facilitar el acceso a los turistas.

## 9. Agradecimiento

Primero a Dios, luego a la Escuela Superior Politécnica del Litoral que a través de la Facultad de Economía y Negocios nos brindó los conocimientos integrales, necesarios para la realización de este trabajo, así como también nos ha abierto las puertas para nuestro crecimiento y desarrollo profesional. Agradecemos también a nuestros amigos y familiares por su apoyo incondicional, a cada uno de los profesores que intervinieron en nuestro proceso educativo, muy especialmente al Ing. Oscar Mendoza quien con paciencia contribuyo de forma notable en la consecución de este proyecto.

## 10. Referencias

Lincoyan PortusG "Matemáticas Financieras", Mc Graw Hill, 4ta Edición, Colombia Pag. 280.

BACA URBINA, Gabriel. "Evaluación de Proyectos", McGraw – Hill, 4ta Edición, México, 2001.

Hull John "Options, Futures, & Other derivatives", Prentice Hall, 4ta edición, Toronto, 2001

<http://finance.yahoo.com/bonds;>

<http://www.eluniverso.com/2009/01/04/1/1445/FFA1CC8D861D4ECE9F9A9818326BF157.html>

<http://www.vivaplayas.com/sitios-turisticos>

---

**Ing. Oscar E. Mendoza Macías**  
Director de Tesis