

Análisis de Factibilidad para la Creación de un Resort en el Balneario las Núñez

Andrea Denisse Pacheco Rodríguez ⁽¹⁾ Bryan Wladimir Núñez De la Cruz ⁽²⁾ PhD. Gustavo Solórzano Andrade ⁽³⁾

Facultad de Economía y Negocios ^{(1) (2) (3)}

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) ^{(1) (2) (3)}

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

adpachec@espol.edu.ec ⁽¹⁾ bnunez@espol.edu.ec ⁽²⁾ gsolorza@espol.edu.ec ⁽³⁾

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.

Palabras Claves: *Resort, demanda insatisfecha, balneario, turismo, estudio de mercado, flujo de caja proyectado.*

Abstract

DelaMar Resort is a project that grew out of the need to satisfy the unmet demand in Las Nuñez beach, in Spondylus Route. Demand that every year will increase at an accelerated level since the country is strongly encouraged to tourism.

This beach is a great place to exploit tourism, since it has an exceptional weather and incomparable scenery, which would be enjoyed by local and foreign visitors.

Today our country, Ecuador, has a higher level of domestic and international tourism. This is due to its tropical weather, diverse flora and fauna, beautiful landscapes and excellent geographical location. All these factors make our beaches distinguished by its uniqueness and extraordinary beauty, thus becoming a country with great tourism potential.

This project will examine the feasibility of creating DelaMar Resort in Las Nuñez beach based on the results of the market survey and the projected cash flow of the company, using skills previously obtained in ESPOL.

Keywords: *Resort, unmet demand, tourism, market survey, projected cash flow.*

1. Aspectos generales y estado del conocimiento

1.1. Planteamiento del problema

Ecuador es un país con 14'483,499 habitantes constituido en cuatro regiones. 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. 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.

2. Objetivos del Proyecto

2.1. Objetivo General

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

2.2. 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.

3. Características del servicio

3.1. 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.

3.2. 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.

4. Estudio de mercado

4.1. Análisis de la oferta

4.1.1. 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.

4.1.2. 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, posibilidades de crecimiento del sector, diferenciación del producto y barreras de salida.

4.2. Análisis de la demanda

4.2.1. 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.

4.2.2. 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.

4.2.3. 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.

4.3. 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.

4.4. Marketing mix

4.4.1. 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, Bar/Restaurant, piscina entre otros servicios

4.4.2. 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.

4.4.3. 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.

Se tiene 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 se distribuirá el servicio será vía internet, se creará una página web del resort en la 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 optimizará su tiempo.

4.4.4. 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 tales como revistas especializadas en turismo, catálogos de agencia de viajes, banners publicitarios, internet y volantes.

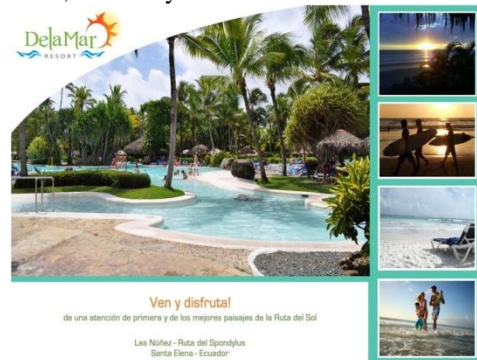


Figura 1. Banner Publicitario

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 el resort.

4.5. Marketing estratégico

4.5.1. Fuerzas de Porter.

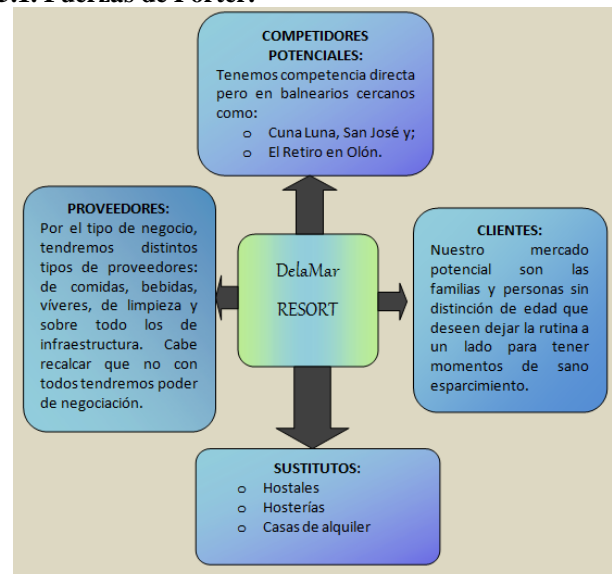


Gráfico 2. Fuerzas de Porter

4.5.2. Análisis FODA. Fortalezas: Ubicación, calidad de servicio, innovación y diversidad.

Oportunidades: Crecimiento, carreteras, inversiones

Debilidades: Capital, promoción, temporadas

Amenazas: Clima, competencia, altas tasas de interés.

4.6. Investigación de mercado

4.6.1. 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.

4.6.2. 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.

5. Estudio técnico de ingeniería

5.1. Antecedentes

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

5.2. Determinación del tamaño

5.2.1. 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.

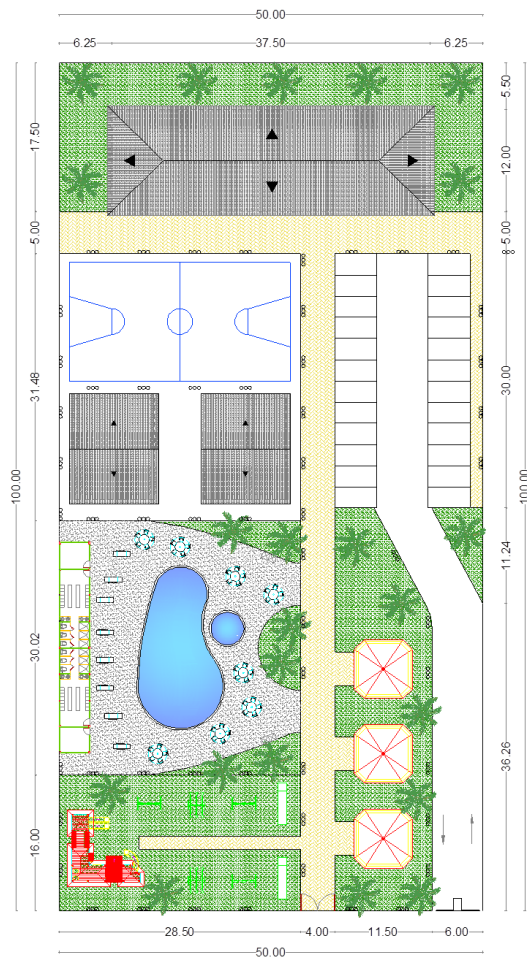


Figura 2. Plano general del resort

5.2.2. 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.

5.3. 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.

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 3. Terreno

6. Estudio organizacional

6.1. 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.

6.2. 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.

6.3. Organigrama

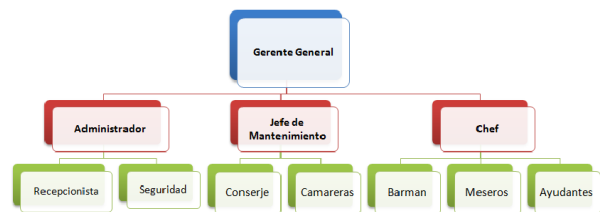


Gráfico 2. Organigrama

7. 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.

7.1. Estimación de costos

Tabla 1. Costos directos

Costos directos	
Amenities	
Jabón	0,26
Shampoo, frasco	0,26
Acondicionador, frasco	0,26
Crema, frasco	0,26
Lavado y planchado	
Ropa de cama (2 lbs.)	1,60
Toallas (3 lbs.)	2,40
Desayuno	
Ejecutivo	1,13
TOTAL	6,17

Tabla 2. Resumen restaurant

Resumen de Restaurante				
Plato	Costo	PVP	% Costo Venta	% Utilidad
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 3. Resumen bar

Resumen de Bar				
Bebida	Costo	PVP	% Costo Venta	% Utilidad
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%

Tabla 4. Mano de obra directa

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

Tabla 5. Costos indirectos anuales

COSTOS INDIRECTOS ANUAL	
Mano de Obra Indirecta	
Administrador	11.511
Jefe de Mantenimiento	11.511
Recepción	4.660
Seguridad (2)	9.559
TOTAL M.O.I.	37.240
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
TOTAL C.I.F.	47.814

7.2. 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 6. Demanda

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

7.3. Gastos

Tabla 7. Gastos de administración

Gastos de administracion	
Sueldos y benef. Sociales	19,910
Movilización	180
Gastos de gestión	1,200
Impuestos	720

Servicio de Internet	580
Suministros de Oficina	640
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	23,230

Tabla 8. Gastos de venta

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

7.4. 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 9. Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL		
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
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$	1,335,483
Capital de Trabajo Inicial	\$	94,517
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$	1,430,000

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.

8. 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 Núñez 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 creación de DelaMar Resort cubriría aproximadamente el 5% de esta demanda.

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

Este proyecto estima una inversión de \$ 1, 430,000 de los cuales el 35% corresponderá a capital propio y el 65% restante estará financiado por la CFN en 10 años con pagos semestrales de capital constante a una tasa de interés del 9,5% anual.

Desde el primer año el proyecto de operación arroja saldos positivos, tanto en las utilidades como en los flujos de efectivo. Para una mejor evaluación económica 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.

9. Agradecimientos

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 mí 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

10. Referencias

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