



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA
EL PROYECTO AGROTURISTICO
SUSTENTABLE HACIENDA
LA UMBRIA

Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales

Requisito previo para la obtención del título como
Ing. en Administración de Empresas con Énfasis
en Gestión Empresarial

Marielisa Cardoso Izurieta

Septiembre – 2010

AGRADECIMIENTO

Este trabajo es el producto final del sacrificio y la constancia que represento para mí el paso por la universidad.

En primer lugar agradezco a Dios porque me permitió tener la fortaleza y constancia necesarias para lograr el desarrollo y culminación de este trabajo.

Agradezco también a mi madre y a mi esposo Milton, que me brindaron su apoyo y amor incondicional, valoraron mi esfuerzo y nunca dejaron de creer en mí.

Agradezco a mi hijo Milton por sus muestras de amor y por convertirse en mi mayor motivación junto con la bebe que pronto nacerá.

INDICE

- RESUMEN 6

- INTRODUCCIÓN 7

CAPÍTULO I: ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

- 1.1. Información General de la empresa 12
- 1.2. La administración 14
- 1.3. Plan estratégico 22

CAPÍTULO II- MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

- 2.1. Segmentación 24
- 2.2. Grupo Objetivo 24
- 2.3. Posicionamiento 24
- 2.4. Análisis Macroeconómico 25
- 2.5. Mercado Histórico 28
- 2.6. Mercado del Proyecto 29
- 2.7. Proyección de mercado 33
- 2.8. Análisis Sectorial 48

CAPÍTULO III - ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

- 3.1. Proceso productivo 54

3.2.	Capacidad de producción	55
3.3.	Estimación de ventas	57
3.4.	Costos operativos	57
3.5.	Inversiones del proyecto	57
3.6.	Depreciaciones	57
3.7.	Financiamiento	58

CAPÍTULO IV- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1.	Estado de Resultados Proyectado	59
4.2.	Flujo de Caja Proyectado	59
4.3.	Balance General Proyectado	59

CAPÍTULO V- EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.1.	Análisis de Costo Unitario	60
5.2.	Análisis Financiero	60
5.3.	Análisis de Sensibilidad	62
5.4.	Conclusiones	63

•	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
----------	-----------------------------------	-----------

•	ANEXOS	65
----------	---------------	-----------

➤	Anexo 1	66
➤	Anexo 2	67
➤	Anexo 3	69
➤	Anexo 4	71
➤	Anexo 5	73

➤ Anexo 6	74
➤ Anexo 7	75
➤ Anexo 8	77
➤ Anexo 9	79

RESUMEN

Tomando en cuenta el desarrollo del sector turístico en nuestro país, las motivaciones por parte del estado y las nuevas opciones para hacer turismo que se nos presentan en Guayas, hemos creado este proyecto, el mismo que está enmarcado específicamente dentro del agroturismo relativamente nueva.

Con este proyecto se busca brindar un servicio integral de turismo, el mismo que abarque alojamiento, alimentación, visitas a atractivos turísticos, practicas de deportes, además de la posibilidad de participar y conocer las actividades de una hacienda.

El presente proyecto de desarrollara en la Hacienda La Umbría ubicada en el Cantón Bucay a tan solo 99 kilómetros de la ciudad de Guayaquil, lo que la convierte en una buena opción para las familias guayaquileñas que quieran compartir y hacer turismo de forma diferente.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad está en apogeo el desarrollo del sector turístico, la gente frecuentemente busca nuevos destinos para visitar en familia o con amigos, pienso que es importante brindarles una alternativa completa y novedosa para hacerlo, la misma que permita a los visitantes una interacción directa con el entorno, de esta manera las personas tendrán la posibilidad de relajarse, compartir, tomar conciencia de la importancia de la naturaleza, alimentarse de forma sana y conocer más acerca de los animales de granja y productos orgánicos, además un proyecto de estas características ayudará a los pobladores del sector a tener un trabajo estable y desarrollarse tanto económica como laboralmente, con el proyecto se pretende explotar el ecoturismo en la región gracias al contacto directo con la naturaleza.

El presente proyecto surge como respuesta a las necesidades de la familia guayaquileña que busca un lugar integral en el que puedan realizar diferentes tipos de actividades, además de la posibilidad de descansar y disfrutar rodeados de un ambiente natural.

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PROYECTO AGROTURÍSTICO
SUSTENTABLE HACIENDA LA UMBRÍA

DEFINICION DEL PROBLEMA

Bucay es un cantón de la Provincia del Guayas en el cual la actividad turística recién está empezando, cuenta con un clima privilegiado, paisajes maravillosos y atractivos turísticos únicos.

Lamentablemente su capacidad en cuanto a infraestructura hotelera y gastronómica se refiere es muy limitada, los turistas no cuentan con mayores opciones a la hora de seleccionar el lugar que se ajuste a sus necesidades.

Por esta razón con el presente proyecto se busca abarcar todos los ámbitos; brindar hospedaje, recorridos por los atractivos turísticos, visitas e interacción directa con los animales de granja, visitas a los cultivos, paseos en bicicleta o caballo, visitas a la molienda de caña de azúcar, además de una gastronomía típica aprovechando los productos propios de la hacienda.

Estas características convierten al proyecto en una excelente alternativa para las familias guayaquileñas que buscan un lugar para compartir y realizar actividades propias de una hacienda.

ANTECEDENTES.

A nivel mundial se busca lograr que la gente tome conciencia de la importancia de hacer turismo de una forma diferente, actualmente existen nuevas propuestas, como el ecoturismo y agroturismo, mediante las que se busca aprovechar al máximo de los beneficios que nos brinda la naturaleza pero con conciencia.

Existen muchos países en los que ya se ha implementado ofertas turísticas de este tipo, por ejemplo podemos mencionar a España, Argentina, Chile, Venezuela, los proyectos en estos países han permitido tanto el desarrollo del área rural así como también la inclusión de jóvenes y mujeres en estas actividades.

Ecuador; mundialmente conocido por su gran biodiversidad y considerado un destino turístico importante a nivel mundial no se ha quedado atrás al desarrollar proyectos de eco y agroturismo, los mismos que han sido un aporte importante en el desarrollo de las comunidades donde se los han implementado, los de tipo ecoturístico empezaron a desarrollarse en la Amazonia y los que están enmarcados en el agroturismo se los ha implementado principalmente en provincias de la costa, como Guayas o Los Ríos, pero poco a poco se ha buscado implementar proyectos en el resto de regiones del país, aprovechando de las características propias de cada una de ellas.

En la región costa se trataba de fomentar el turismo poniendo como atractivo principal sus hermosas playas, pero paulatinamente se han ido incluyendo nuevos lugares y atractivos, es así como el agroturismo va tomando fuerza en esta región.

Últimamente se ha tratado de posicionar a Bucay como una ciudad turística para la provincia del Guayas, una de las empresas que tiene participación en esta actividad es el Consorcio Nobis con su proyecto Mundo San Rafael, el mismo que es muy ambicioso y completo, oferta diferentes tipos de actividades, como cabalgatas, paseos en bicicleta, senderismo, entre otras, Bucay cuenta también con 7 hosterías y 2 restaurantes, a los mismos que por la afluencia de turistas hay que llamar para solicitar visitas o estadías, lamentablemente la capacidad hotelera de esta ciudad no logra cubrir la demanda ya que cada vez Bucay es más conocida como una buena opción para hacer turismo.

En la Universidad Ecotec existen algunos proyectos sobre turismo, 2 son los más relacionados con nuestro tema, el primero se trata de una operadora turística dentro del cantón Bucay en el que se habla fundamentalmente de los beneficios del cantón gracias a sus atractivos turísticos y el clima que posee, en este proyecto se espera realizar actividades como canyoning, trekking, canopy, bicicleta de montaña, entre otros, esta operadora no se dedica a brindar el servicio de alojamiento, por lo que espera hacer alianzas estratégicas con hosterías del sector.

El otro proyecto relacionado con nuestro tema de estudio es la Implantación de un complejo ecoturístico en la Isla Puná, en el que se busca principalmente el contacto con la naturaleza tratando de preservarla al máximo, construir cabañas, las mismas que brindarán alojamiento a 28 personas, aprovechando que la comuna Cauchiche no tiene infraestructura turística.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad podemos darnos cuenta que el cantón Bucay pese a tener una amplia biodiversidad y un clima privilegiado se ha estancado en su desarrollo en relación a otros cantones de las mismas o similares características, la falta de inversión en infraestructura turística tal como la hotelera y la comercial en general es consecuencia de la escasez cultural y de visión de desarrollo económico por parte de sus habitantes.

Por tanto, es preciso desarrollar el presente proyecto como solución parcial al problema planteado marcando de esta manera una iniciativa muy importante que va a traer como consecuencia una considerable mejora a mediano plazo para los ámbitos económico, social y cultural, al mismo tiempo se presenta como una alternativa para las familias guayaquileñas que buscan una opción para compartir, realizar actividades novedosas y aprender más sobre agroturismo y ecoturismo rodeados completamente de un ambiente natural que les permita un descanso placentero alejados de la vida cotidiana y agitada de la ciudad.

OBJETIVOS.

Objetivo general

Realizar el estudio de factibilidad para el Proyecto Agroturístico Sustentable Hacienda La Umbría.

Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado.
- Desarrollar el estudio técnico.
- Llevar a cabo el estudio financiero y evaluativo.

ALCANCE O TIPO DE INVESTIGACION

Para recabar información hemos utilizado varias técnicas, entre estos; estudios exploratorios, los mismos que nos han permitido tener una idea general sobre el turismo en la provincia, además nos hemos ayudado con datos secundarios

mediante la investigación en entes gubernamentales y asociaciones privadas relacionadas al tema de nuestro interés.

NOVEDAD O ASPECTO INNOVADOR DEL PROYECTO

Actualmente Bucay cuenta con algunas opciones para hacer turismo, lo innovador de este proyecto radica en poder brindar a los turistas un servicio completo que incluye: alojamiento, alimentación empleando en su mayoría productos propios de la hacienda, visitas a los atractivos turísticos, práctica de algunos deportes, para los niños existirá un área con animales pequeños de granja que podrán ser alimentados, un pequeño huerto donde la gente puede sembrar y cosechar ciertos productos y la posibilidad de ver el proceso productivo de una molienda de caña de azúcar.

CAPÍTULO I: ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1. Información General de la empresa

- Razón Social

ESTANCIA ECOLOGICA LA UMBRÍA S.A.

- Nombre Comercial

ESTANCIA ECOLOGICA LA UMBRÍA

- R.U.C.

060223570001

- Dirección, teléfonos, correo electrónico.

Cantón Bucay – Provincia del Guayas

- Constitución Jurídica

La empresa está constituida como una Sociedad Anónima

- Fecha de Constitución e inicio de operaciones

Marzo del 2011

- Representantes Legales (Presidente y Gerente General)

Presidente: Ab. Milton Carrera

Gerente General: Ing. Marielisa Cardoso

- Capital Social (Suscrito y pagado)

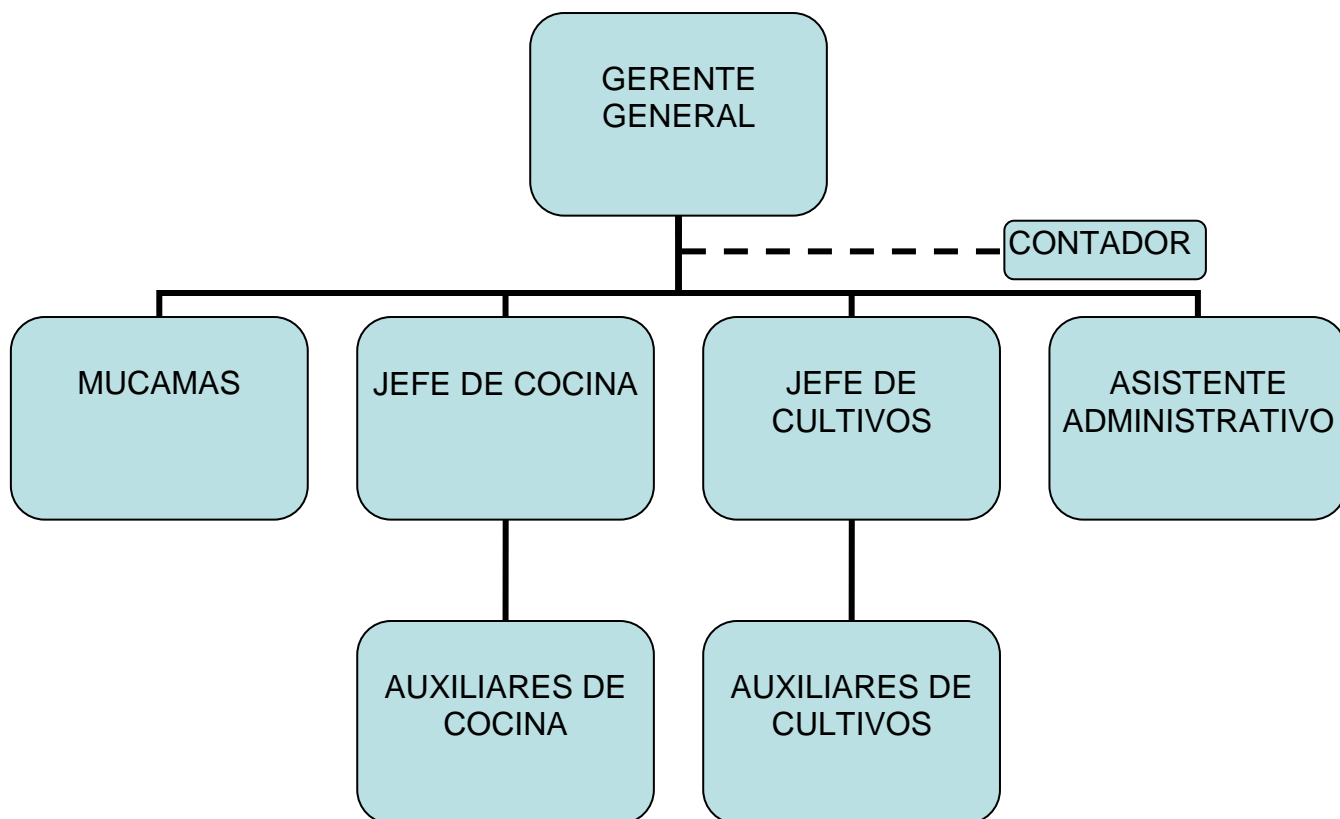
El capital suscrito y pagado para la constitución de esta compañía es de \$800,00 (ochocientos dólares)

- Listado de Accionistas (Nombre, nacionalidad, % de participación)

NOMBRE	NACIONALIDAD	% DE PARTICIPACION
Milton Carrera	Ecuatoriana	25%
Soledad Cardoso	Ecuatoriana	25%
Wilfrido Cardoso	Ecuatoriana	25%
Marielisa Cardoso	Ecuatoriana	25%

1.2. La administración

- Organigrama



- Manual de Funciones

El presente manual permitirá a los miembros de la empresa tener un conocimiento claro sobre sus funciones y atribuciones dentro de la organización.

Cargo:

Gerente General

Función Principal:

Organizar y controlar el trabajo en las diferentes áreas de la organización.

Descripción del Cargo:

- Ser el interlocutor entre el presidente y sus subordinados.
- Dotar de los implementos necesarios para el desarrollo de las actividades de los subordinados a su cargo.
- Gestionar préstamos.
- Atender a clientes o proveedores en caso de que no se haya podido solucionar algún problema con los gerentes de área.

Profesión:

Ing. Comercial

Cargo:

Gerente de Marketing y Ventas

Función Principal:

Fomentar los programas de marketing.

Descripción del Cargo:

- Buscar nuevos canales que nos permitan llegar a los turistas.
 - Lograr alianzas con instituciones que requieran de nuestros servicios.
 - Presentar los informes
-

mensuales al gerente.

- Controlar el trabajo de sus subordinados.

Profesión:

Ing. En Marketing

Cargo:

Jefe de paquetes turísticos

Función Principal:

Venta de paquetes turísticos

Descripción del Cargo:

- Encargado de crear nuevas alternativas en paquetes turísticos.
- Llamar a los clientes y organizar las visitas de los mismos al proyecto.
- Su jefe inmediato superior será el gerente de marketing y ventas.
- Realizar reportes mensuales sobre las ventas.

Profesión:

Estudiante de los últimos niveles de Marketing

Cargo: Gerente de Producción

Función Principal: Controlar, dirigir y organizar las áreas productivas

Descripción del Cargo:

- Revisar los reportes de inventarios.
- Controlar los índices de producción.
- Buscar nuevas alternativas que nos permitan un margen de ahorro.
- Recibir los reportes de cocina, artesanías y cultivos, analizarlos.
- Proveer a sus subordinados de las materias primas necesarias.
- Revisión de calidad.
- Presentar reportes mensuales al gerente general.

Profesión: Ing. Administración de Empresas

Cargo: Jefe de cocina

Función Principal: Control integro de las actividades dentro de la cocina

Descripción del Cargo:

- Encargado de llevar los inventarios.
- Organizar los menús y ofertas de comida.
- Controlar el proceso de elaboración de la comida.
- El jefe de cocina deberá ser chef.
- Su jefe inmediato superior será el gerente de Producción.
- Elaborar reportes semanales de la materia prima.
- Elaborar reportes semanales

Profesión: Chef

Cargo: Auxiliares de cocina

Función Principal: Brindar soporte al Jefe de Cocina

Descripción del Cargo:

- Serán los encargados de brindar el apoyo necesario para el desarrollo del trabajo del jefe de cocina, el mismo que será su jefe inmediato superior.

Profesión:

Estudiante de los primeros años de Gastronomía

Cargo:

Jefe de cultivos

Función Principal:

Encargado del control y cuidado de los cultivos del proyecto.

Descripción del Cargo:

- Deberá ser ingeniero agrónomo.
 - Su jefe será el Gerente de producción.
 - Deberá elaborar informes mensuales de los cultivos a su cargo.
 - Solicitar los implementos
-

necesarios para los cultivos.

- Llevar el control de cosechas.

Profesión:

Ing. Agrónomo

Cargo:

Auxiliar de cultivos

Función Principal:

Serán los encargados de brindar el apoyo necesario al jefe de cultivos.

Descripción del Cargo:

Encargados del cuidado y riego de los cultivos

Profesión:

Agricultor

Cargo:

Contador

Función Principal:

Encargado del control financiero de la empresa

Descripción del Cargo:

- Coordinar todas las labores administrativas de la empresa.
- Llevar libros y registros de los ingresos y egresos.
- Elaborar informes administrativos.
- Elaborar informes quincenales para el gerente.
- Elaborar roles de pago y realizar el pago a los empleados.
- Llevar un adecuado y ordenado control de los valores de la empresa.

Profesión:

Contador Público Autorizado

Cargo:

Asistente Administrativo

Función Principal:

Colaborar con las labores administrativas

Descripción del Cargo:

Encargado de brindar el apoyo necesario al contador en el desarrollo

de sus labores diarias, quien a su vez es su jefe inmediato superior.

Profesión:

Estudiante de CPA

- Cronograma de ejecución
(Anexo I)

1.3. Plan estratégico

- Misión

Brindar un servicio de turismo con nuevas opciones de entretenimiento, aprovechando al máximo los beneficios de naturaleza.

- Visión

En 2 años ser la primera alternativa de destino para los turistas nacionales por calidad y seguridad en el servicio.

- Objetivos estratégicos.

- Crear una alternativa que se ajuste al presupuesto y necesidades del cliente.

- Fomentar la interacción con el medio ambiente y la protección del mismo.
- Lograr la satisfacción del cliente mediante la calidad del servicio.
- Generar fuentes de empleo para los pobladores del sector.
- Utilizar al máximo el espacio y productos propios de la hacienda.

CAPÍTULO II- MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1. Segmentación

Ecuador cuenta con más de 13 millones de habitantes, divididos casi equitativamente entre Costa y Sierra, Guayaquil es la capital de la provincia del Guayas, ésta concentra el mayor número de habitantes del país, en el 2001 tenía un total de 1'985.379 habitantes aunque se estimó que para el 2008 este número sería de 2'366.902 habitantes, su población económicamente activa es de 1'220.389, de los cuales el 44.26% tiene entre 30 y 50 años, tomando en cuenta que apenas el 40.25% de la población esta empleada, estimamos que solo un 18% cuenta con ingresos superiores a 1.500 dólares, los es decir 97.631 personas, hemos tomado este rango ya que consideramos que estas personas en su mayoría tienen una familia constituida e hijos pequeños.

FUENTE: INEC Censo de Población y vivienda 2001 – Ecuador en cifras junio/2010.

2.2. Grupo objetivo

El servicio que brinda la empresa está dirigido a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, principalmente a familias, además a grupos de personas que busquen lugares de descanso y entretenimiento en contacto con la naturaleza, se presenta como una opción para el nivel medio y medio alto, nos dirigiremos a personas de entre 30 y 50 años, ya que es un grupo en el que generalmente las familias ya están conformadas y tienen hijos pequeños, pero dentro de este grupo también se encuentran personas solteras que disfrutan de los viajes con amigos y que tienen la capacidad económica para hacerlo, con ingresos superiores a \$ 1.500,00 mensuales.

2.3. Posicionamiento

La empresa busca posicionar al servicio como una alternativa que les permita a los clientes encontrar en un mismo lugar varias alternativas de entretenimiento gracias a las que podrán conocer más sobre las actividades de una hacienda y disfrutar del contacto con la naturaleza.

2.4. Análisis Macroeconómico

- Sector Económico

En la actualidad Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo económico dentro de diferentes sectores, entre estos el turismo, el petróleo, minería, agroindustria, entre otros.

En Ecuador los ingresos por turismo representan el cuarto ingreso de divisas, situadas luego del petróleo, las remesas de migrantes y la exportación de banano, por ser una actividad que ha empezado a desarrollarse recientemente aun se requiere de inversión para infraestructura y promoción del sector.

En Ecuador al 2008 existían registrados en el ministerio de turismo 3399 establecimientos que brindan servicio de alojamiento y 10299 que brindan servicios de alimentos y bebidas.

Bucay es un cantón de la provincia del Guayas, situado 99 Kms. De Guayaquil, su población es de 11.000 habitantes y actualmente buscan posicionarlo como un destino del ecoturismo y agroturismo, su economía se basa en la agricultura, debido a su ubicación geográfica y a la fertilidad de su tierra. Entre los productos que produce tenemos el banano, caña de azúcar, cacao, café y otros productos como el palmito que se cultiva en algunos recintos, otras actividades fundamentales en su desarrollo son la ganadería, porcicultura y avicultura.

- Clasificación del producto o servicio

El servicio que busca brindar la empresa está dentro del sector turístico, para ser más precisos nos ubicaremos en un servicio de agroturismo o turismo rural que es una forma de hacer turismo en la que los visitantes tienen la posibilidad de conocer más sobre actividades agrícolas y ganaderas, además de interactuar con gente del sector en el que nos ubicaremos.

- Análisis de Concentración de la Industria

Bucay no cuenta con una concentración del sector turístico, básicamente porque es un destino turístico nuevo del que poco a poco se están dando a conocer sus atractivos; aquí podemos encontrar 7 hosterías y 2 restaurantes, además de algunas haciendas que ofrecen servicios de agroturismo.

El proyecto estará situado a 20kms. De Bucay, en este sector solo existe la hostería ecológica Luis Antonio que cuenta con 6 años de antigüedad, cuya capacidad de alojamiento es limitada.

Lo que nos brinda la oportunidad de captar clientes por la capacidad que tenemos y las nuevas actividades que ofrecemos.

- Análisis de Madurez de la Industria

La madurez del sector turístico se encuentra en una etapa favorable, las empresas inmersas en este sector tienen la posibilidad de aplicar nuevas estrategias, además de que es una actividad en la que se puede diversificar, siempre existen ofertas turísticas novedosas con actividades que son muy atractivas para los turistas.

- Análisis de Atractividad de la Industria

Barreras de entrada:

- Diferencias del servicio
- Requerimiento de capital
- Ubicación del proyecto

Rivalidad entre competidores:

- Desarrollo de la industria
- Valor agregado del servicio
- Facilidad de acceso

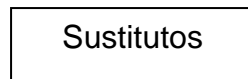


Poder de negociación de los proveedores:

- Acceso al proyecto
- Volumen y frecuencia de los pedidos

Poder de negociación de los compradores:

- Precios
- Distancia
- Beneficios del servicio



Amenaza de productos sustitutos:

- Servicios similares cercanos a Guayaquil.

Hemos determinado que las barreras de entrada de nuestra empresa son las diferencias del servicio, además del requerimiento del capital ya que este proyecto abarca diferentes actividades y requiere de una infraestructura completa y por último la ubicación del proyecto, que si bien es cierto favorece al descanso y al desarrollo de actividades pero puede ser un tanto incomodo para el turista.

Desde nuestro punto de vista la rivalidad entre competidores se presenta porque el sector está buscando desarrollarse turísticamente, las empresas encargadas de brindar servicios turísticos buscan darle un valor agregado para poder posicionarse y por la facilidad de acceso, ya que al desarrollar este tipo de proyectos en haciendas, estas por lo general están alejadas de Bucay.

El poder de negociación de los proveedores se manifiesta por la incomodidad que puede representar para ellos realizar las entregas dentro de la hacienda y por la frecuencia con que se realicen los pedidos.

El poder de negociación de los compradores radica en que ellos tienen la opción de escoger un lugar diferente basándose en los precios y la distancia, pero buscamos posicionarnos gracias a los beneficios del proyecto, pues al ser un proyecto integral tenemos un valor agregado.

La amenaza de productos sustitutos que podemos tener es la posibilidad de que se desarrollen proyectos similares en lugares cercanos a Guayaquil.

2.5. Mercado Histórico

- Tipo de Mercado

El tipo de mercado dentro del que la empresa se encuentra es un mercado competitivo, ya que existen varios consumidores y productores, que ofrecen productos turísticos similares, los consumidores tienen la posibilidad de seleccionar en base a los precios.

- Demanda histórica

Por años el principal atractivo turístico de Bucay fue el ferrocarril, lamentablemente poco a poco las máquinas fueron desapareciendo del territorio ecuatoriano y poblaciones como Bucay que vivían del comercio se quedaron sin su mayor fuente de ingreso.

Desde hace aproximadamente 6 años gracias a la publicidad y fomento de Bucay como sector turístico la gente empieza a interesarse por visitar este sector y es así como semana a semana un gran número de turistas, especialmente de Guayaquil empiezan a visitar Bucay.

- Oferta histórica

El sector turístico y comercial tuvo un importante crecimiento y desarrollo durante la época de apogeo del ferrocarril, la zona de la estación del mismo estaba plagada de lugares comerciales, pero con el pasar de los años y la suspensión temporal de este medio de transporte Bucay al igual que muchas poblaciones del Ecuador quedaron estancadas.

La economía de este cantón se activo nuevamente cuando la empresa Pronaca ubico algunas de sus granjas en lugares cercanos y algunos años después se empezó con la actividad turística, que actualmente está desarrollándose.

Bucay cuenta con 7 hosterías, las mismas que poseen piscinas, canchas deportivas, salas de baile y 2 restaurantes que ofrecen alternativas tanto de comida nacional como de internacional, a esto se suman algunas haciendas que brindan un servicio de agroturismo y que los turistas buscan visitarlas aunque estas no brindan alojamiento.

La afluencia de turistas a las hosterías es alta, éstas semanalmente tienen ocupadas un 95 y 100% de su capacidad, por ejemplo Hostería de Franco puede recibir a 60 personas y permanece llena semana a semana, el número de visitantes se ha mantenido durante los 2 años que lleva funcionando, mientras que en la hostería Luis Antonio sucede algo similar, pero la capacidad de ésta es de 30 personas.

2.6. Mercado del Proyecto

2.3.1. Submercados

- Proveedores

Nuestros proveedores son:

- ◆ Coca cola

- ◆ Agripag
 - Semillas e insecticidas

- ◆ Proveedores hoteleros
 - Artículos para baño de habitaciones (shampoo y jabón)
 - Productos familia (papel higiénico y servilletas)

- Competidores

Los competidores principales de la empresa son 7 hosterías y 2 restaurantes, además de algunas haciendas que brindan el servicio de agroturismo, el competidor directo que tenemos es La hostería Ecológica Luis Antonio que se encuentra ubicada a 20 minutos de nuestro proyecto cuya antigüedad es de 7 años.

- Canales de Distribución

Para la comercialización de nuestro servicio seremos un canal de distribución directo boca a boca.

- Consumidores (Mercado meta)

Nuestro mercado meta son personas guayaquileñas de entre 30 y 50 años de edad que en su mayoría realicen viajes familiares, y que estén en un nivel social medio y medio alto.

2.3.2. Estrategia Comercial

- Características del servicio

- Descripción del servicio

El servicio que brinda la empresa es de turismo, estamos ubicados en la provincia del Guayas, en el cantón Bucay, contamos con un servicio turístico completo, que incluye alojamiento, alimentación, paseo por los atractivos turísticos, práctica de algunos deportes de aventura, ver en funcionamiento la molienda de caña de azúcar, además de la posibilidad de conocer y participar de las actividades propias de hacienda, al mismo tiempo que está en contacto con la naturaleza.

- Ciclo de vida

Nuestro servicio se encuentra en la etapa de introducción, ya que somos una empresa nueva y que además ofrece una propuesta completa para hacer turismo.

- Marca (Logotipo, eslogan)



Vive la ecología visitando Umbria

FUENTE: MARIELISA CARDOSO I.

○ Precio de venta

Para la fijación de precios hemos tomado en consideración los datos obtenidos en las encuestas, los mismos que nos permiten conocer que las personas estarían dispuestas a pagar entre 25 y 35 dólares por una noche de alojamiento, además se ha usado como punto de referencia los precios que manejan nuestros competidores directos, los mismos que fueron seleccionados tanto por su ubicación como por las actividades que promocionan.

Dentro de estos están Mundo San Rafael, el mismo que oferta cabañas completamente amobladas con capacidad para 8 personas a un precio de \$180.00 mas IVA, es decir que el costo por persona sería de \$25.20 por persona, mientras que los paseos en bicicleta tienen un valor de \$25.00, los paseos en caballo \$17 para adultos y \$5 niños, mientras que en el Rancho de Franco el costo es de alrededor de \$60 por noche, y en la Hostería Luis Antonio el costo es de \$44, valor que incluye el hospedaje y la alimentación por un día.

En lo que alimentación se refiere hemos creado una opción que incluye las 3 comidas, se busca ofrecer principalmente comida típica, aprovechando al máximo de los productos de la hacienda.

A continuación presentamos un cuadro en el que constan los precios que nosotros manejaremos:

Servicio	Costos
Alojamiento	\$ 60 por 2 noches
Alimentación	Desde \$ 25
Cabalgata	\$ 10
Paseos en bicicleta	\$10
Alimentación de animales	\$ 3
Acceso a los cultivos	\$ 3

○ Promoción

Para la promoción la empresa ha considerado emplear las siguientes alternativas:

- Campañas publicitarias, especialmente en internet.
- Creación de una página web en la que conste la información necesaria sobre el servicio que prestamos y sus costos.
- Ofertas por lanzamiento del servicio y por temporadas.
- Presentación del servicio en ferias de turismo.

2.7. Proyección de mercado

2.7.1. Objetivos de la Investigación de mercado

Mediante la presente investigación de mercado se pretende:

- Conocer la respuesta actual del mercado frente a las nuevas propuestas para hacer turismo.
- Brindar un panorama claro sobre los gustos y preferencias de las personas.
- Saber el presupuesto aproximado que las personas usan en actividades turísticas.
- Presentar datos que faciliten el análisis de las posibilidades de éxito de nuestro proyecto.

2.7.2. Metodología a utilizarse

La metodología a utilizarse para esta investigación de mercado se basará en estudios exploratorios y descriptivos, el primero gracias a su facilidad de elaboración y obtención de datos nos permitirá tener un panorama general de la situación del mercado y preparar el camino para elaborar el estudio descriptivo, el mismo que nos ayudara en la obtención de información más detallada sobre la situación actual del mercado turístico.

Además se pretende obtener información mediante investigaciones secundarias, basándonos en fuentes externas como organismos gubernamentales, asociaciones del sector turístico privado e información existente en la universidad sobre proyectos turísticos.

Hemos considerado importante usar también el método de investigación primaria, el mismo que nos ayudará a obtener información de acuerdo a las necesidades específicas de nuestra empresa, para lo cual emplearemos la técnica de la encuesta, las mismas que serán realizadas de forma directa y personalmente, de tal forma que logremos tener un mayor número de encuestados y por ende información más clara y confiable, con estas se pretende tener una idea más amplia de las necesidades e intereses de los potenciales clientes.

2.7.3. Métodos de Investigación:

○ Encuestas personales

Las encuestas directas serán realizadas a 90 personas residentes en las diferentes ciudadelas del norte de Guayaquil, hemos seleccionado para este fin a las siguientes: Garzota, Urdesa, Kennedy y de 1 ciudadela ubicada en de la vía a Samborondón.

Para el cálculo de la muestra hemos tomado como referencia el 18% de los habitantes de Guayaquil que tienen entre 30 y 50 años de edad, es decir 97.225 personas.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(0,95)^2 \times 97225 (0,50)(0,50)}{0.05^2 (97.225 - 1) + (0,95)^2 (0,05)(0,05)}$$

$$n = \frac{21.936,39}{243,06 + 0,225625}$$

$$n = 90,17 \approx 90$$

**CUESTIONARIO DE INFORMACION SOBRE DEMANDA DEL SECTOR
TURISTICO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO AGROTURISTICO
SUSTENTABLE HACIENDA LA UMBRIA**

1. Información general:

- Edad:
30-34 40-44
35-39 45-50
- Sexo:
M F
- Estado Civil
Casado Soltero
- Número de hijos: _____

2. ¿Con que frecuencia viaja por turismo?

- Semanal Quincenal
Mensual Trimestral

3. ¿Ha escuchado o recibido información sobre el agroturismo o ecoturismo?

- Si No

4. ¿Alguna vez ha visitado hosterías o destinos ecológicos?

- Si No

5. ¿Al momento de viajar por turismo, usted prefiere un destino ubicado en: ?

- Costa Sierra Amazonia

6. ¿Cuál o cuáles de las siguientes características toma en cuenta al escoger su destino turístico?

- Precio Infraestructura Distancia
Clima Opciones de actividades Gastronomía
Comodidad

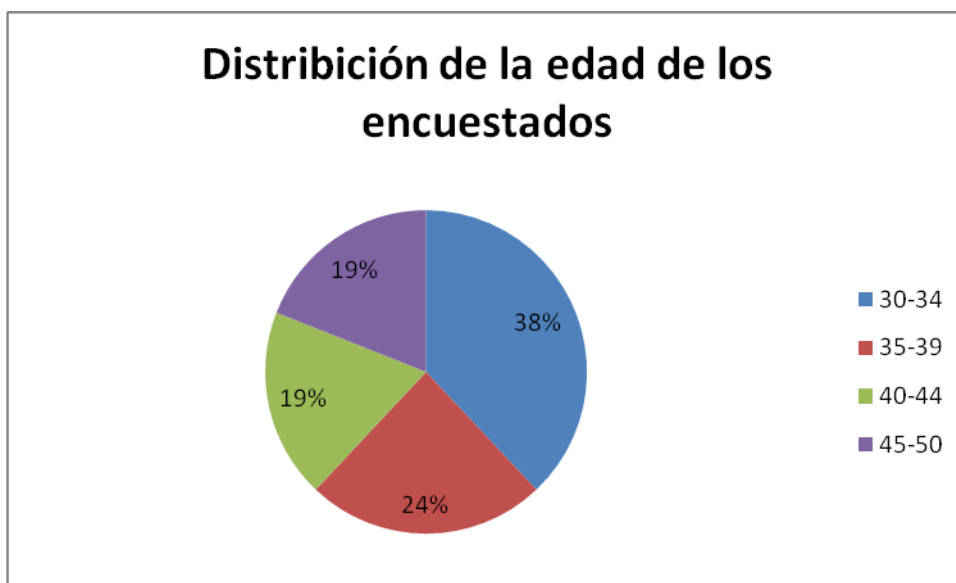
7. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento?
- 25 – 35 36 – 45 46 o más
8. ¿Tomando en cuenta su presupuesto, qué valor podría pagar usted por 2 días de alimentación completa?
- 20 – 30 31 – 40 41 o más
9. Generalmente usted viaja por turismo con:
- Familia Amigos
10. ¿Le gustaría practicar deportes de aventura como ciclismo o senderismo?
- Si No
11. ¿Si se le presentara una nueva alternativa turística que combine la ecología, actividades agrícolas y de aventura, usted la visitaría?
- Si No

GRACIAS POR SU COLABORACION

2.7.4. Conclusiones de la investigación de mercado

Luego de realizar las 90 encuestas personales se ha obtenido la siguiente información:

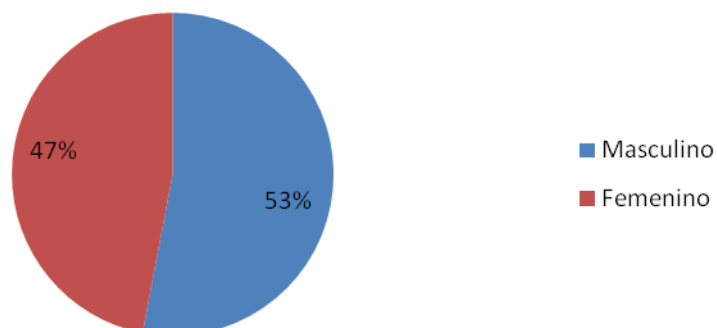
Los resultados obtenidos al preguntar sobre edad, sexo, estado civil y número de hijos son los siguientes:



Edad	%	# PERSONAS
30-34	38%	34
35-39	24%	22
40-44	19%	17
45-50	19%	17
TOTAL	100%	90

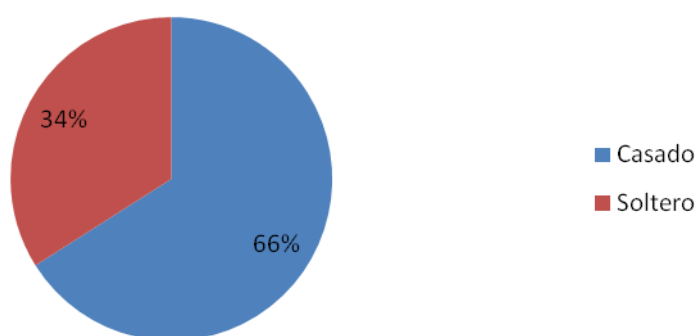
Al consultar la edad de los encuestados hemos encontrado que más del 60% se encuentran entre los 30 y 39 años lo que ayuda al desarrollo de nuestro producto pues generalmente en esta edad las personas son activas, y pueden realizar las actividades que ofrecemos.

Distribución del sexo de los encuestados



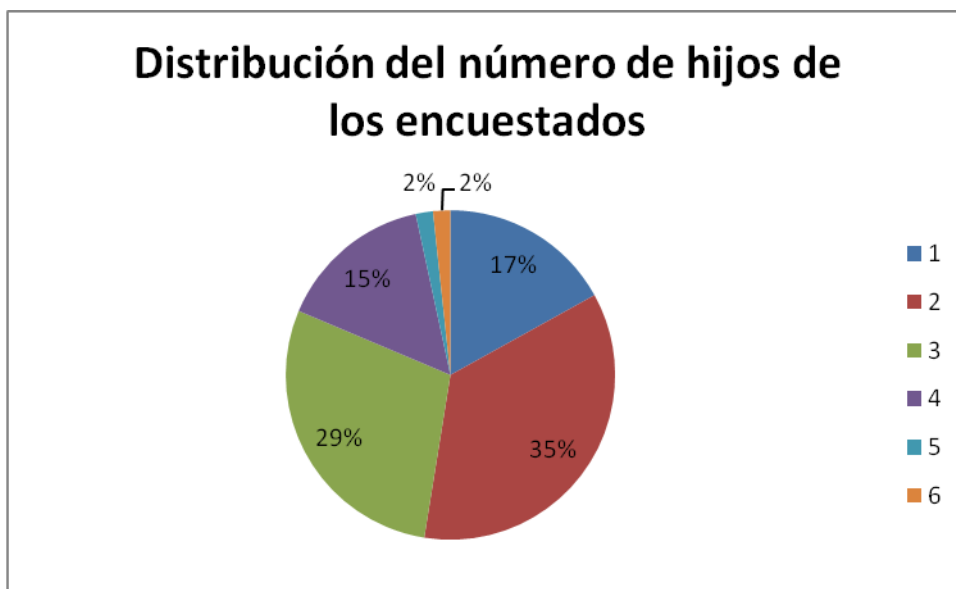
SEXO	%	# PERSONAS
Masculino	53%	48
Femenino	47%	42
TOTAL	100%	90

Distribución del estado civil de los encuestados



ESTADO CIVIL	%	# PERSONAS
Casado	66%	59
Soltero	34%	31
TOTAL	100%	90

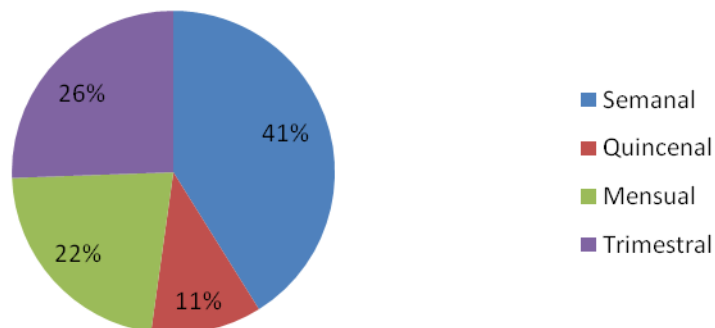
La mayoría de los encuestados son casados, esto ayuda a que el número de clientes que nos visiten sea mayor, puesto que viajan por lo general en familia, es decir 3 o 4 personas.



# DE HIJOS	%	# PERSONAS
1	17%	10
2	36%	21
3	29%	17
4	15%	9
5	2%	1
6	2%	1
TOTAL	100%	59

Los 59 encuestados casados tienen entre 1 y 6 hijos, siendo el mayor porcentaje para los que tienen 2 hijos, esto beneficia a nuestro proyecto ya que son familias de 4 miembros para los que seguramente es accesible el costo y pueden realizar un viaje por turismo.

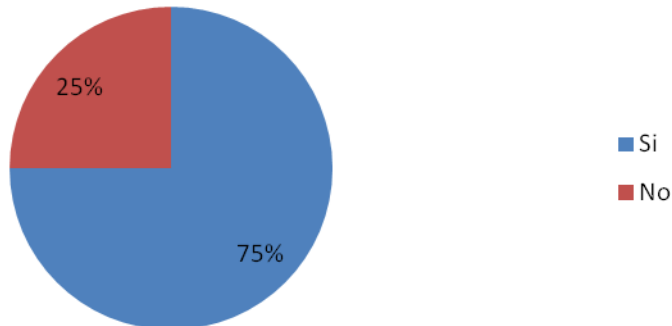
Distribución de la frecuencia con que viajan los encuestados por turismo



FRECUENCIA	%	# PERSONAS
Semanal	41%	37
Quincenal	11%	10
Mensual	22%	20
Trimestral	26%	23
TOTAL	100%	90

El 41% de las personas encuestadas viajan por turismo semanalmente, lo que es beneficioso para el desarrollo del proyecto, ya que estamos enfocados a recibir turistas semanalmente.

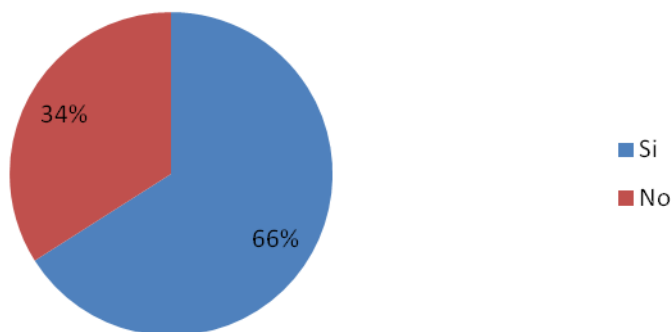
Distribución sobre la información recibida referente al turismo



	%	# PERSONAS
Si	76%	68
No	24%	22
TOTAL	100%	90

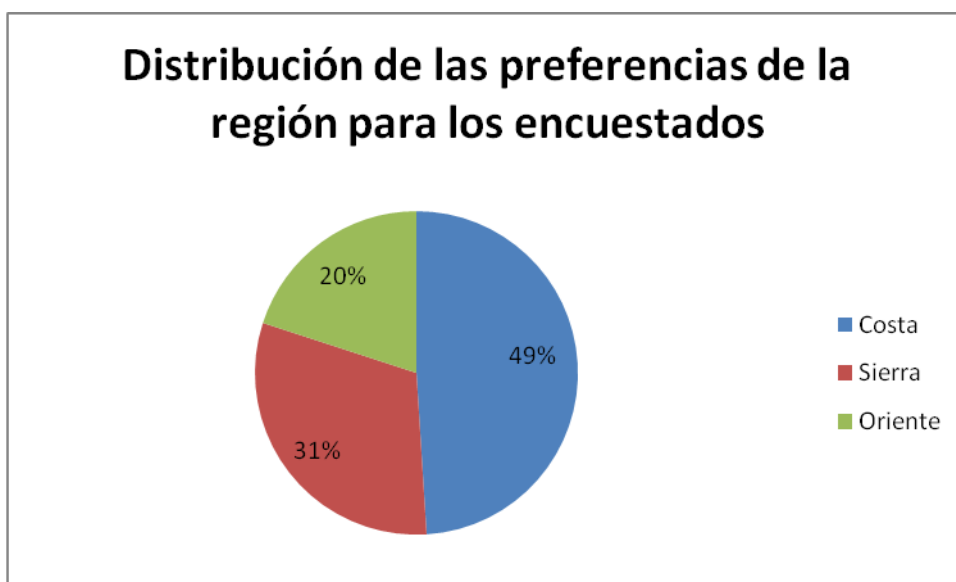
El 75% de los encuestados tienen información sobre el eco y agroturismo, esto ayuda puesto son potenciales clientes que tienen conocimiento de las actividades que pueden desarrollar.

Distribución de los encuestados que han visitados destinos ecológicos



	%	# PERSONAS
Si	66%	59
No	34%	31
TOTAL	100%	90

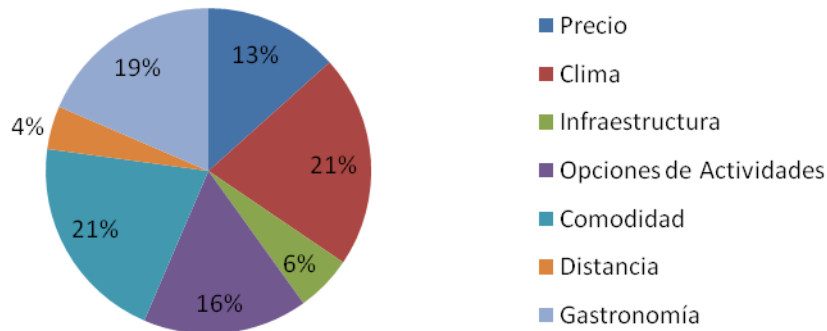
El 66% de las personas encuestadas ha visitado destinos ecológicos, esto ayuda a que su estadia sea mas placentera, puesto que ya tiene conocimiento de destinos ecológicos.



DESTINO	%	# PERSONAS
Costa	49%	44
Sierra	31%	28
Oriente	20%	18
TOTAL	100%	90

Casi la mitad de los encuestados tiene preferencia por viajar dentro de la región Costa, esto beneficia al desarrollo del proyecto ya que éste se encuentra dentro de la provincia del Guayas.

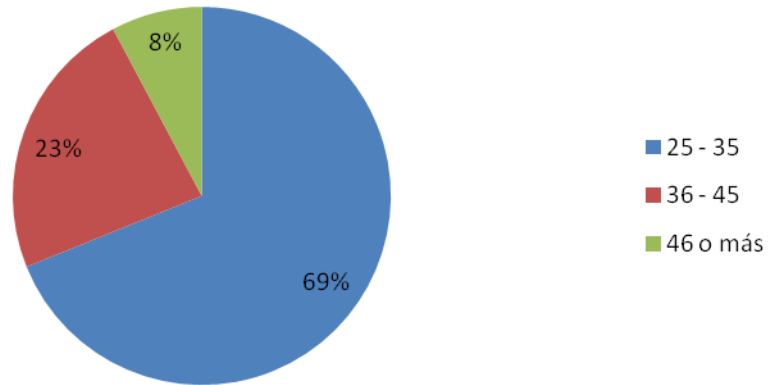
Distribución de los aspectos importantes para el encuestado



CARACTERISTICAS	%	# PERSONAS
Precio	13%	31
Clima	21%	49
Infraestructura	6%	13
Opciones de Actividades	16%	38
Comodidad	21%	48
Distancia	4%	10
Gastronomía	19%	43
TOTAL	100%	232

El cuadro anterior nos permite conocer los aspectos importantes para los encuestados al momento de escoger un destino turístico, vemos que los 3 mas importantes son la gastronomía, clima y comodidad.

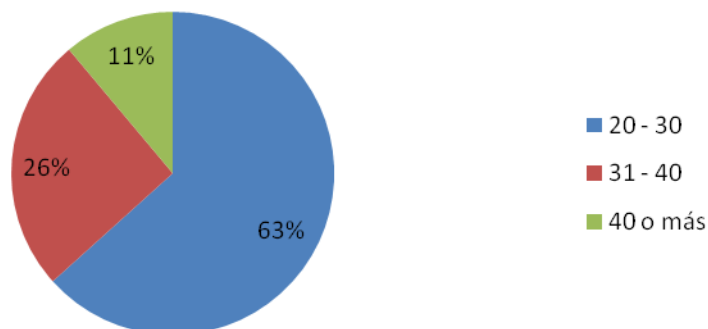
DISTRIBUCION DEL PRECIO QUE PUEDEN PAGAR LOS ENCUESTADOS



PRECIOS	# PERSONAS	%
25 - 35	62	69%
36 - 45	21	23%
46 o más	7	8%
TOTAL	90	100%

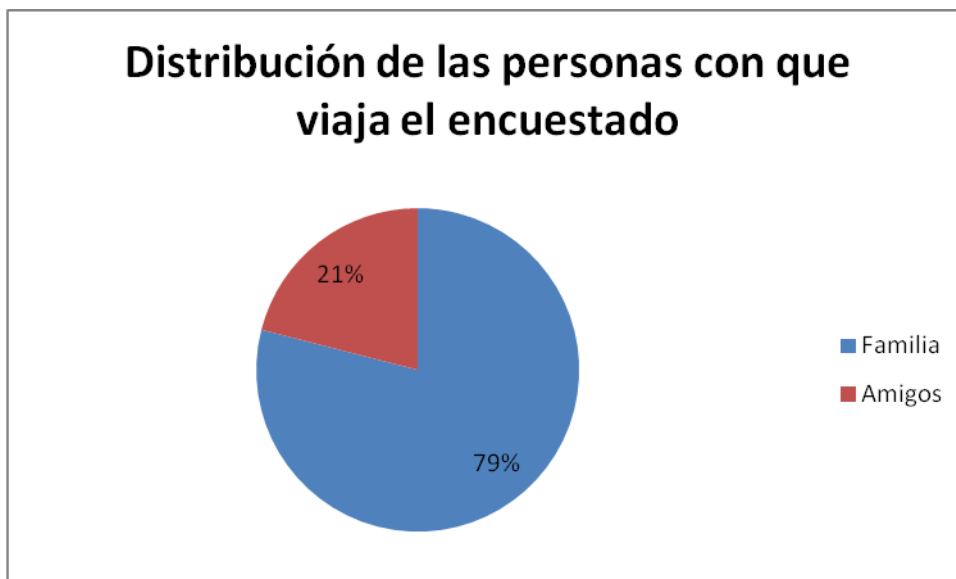
Al preguntar el precio que estarían dispuestos a pagar, obtuvimos que el 69% de los encuestados esta dispuesto a pagar entre 25 y 35 dólares por noche de alojamiento.

DISTRIBUCION DEL PRESUPUESTO PARA ALIMENTACION



	# PERSONAS	%
20 - 30	57	63%
31 - 40	23	26%
40 o más	10	11%
TOTAL	90	100%

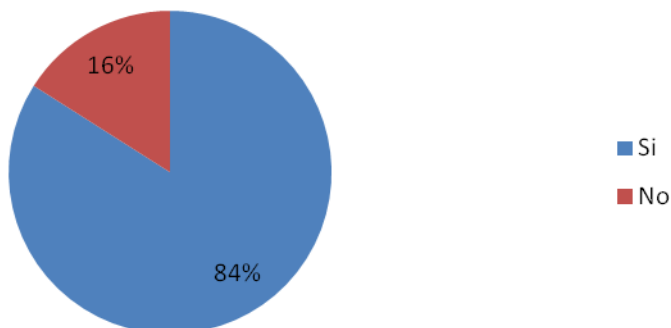
Al preguntar a los encuestados cuanto estan dispuestos a pagar por la alimentacion completa de 2 días, un 63% respondió que podria pagar entre 20 y 30 dólares..



	%	# PERSONAS
Familia	79%	71
Amigos	21%	19
TOTAL	100%	90

La mayoría de los encuestados viaja con su familia, como ya se dijo antes, esto beneficia al proyecto puesto que eso nos representa minimo 3 hspedes.

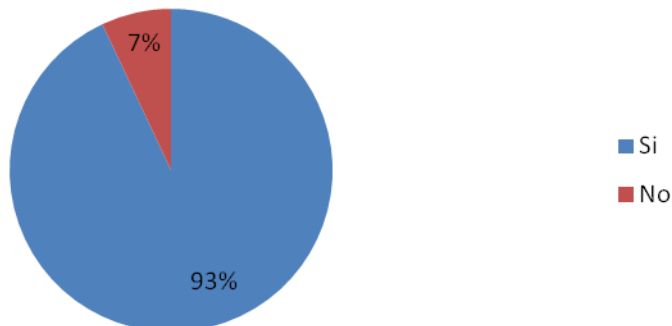
Distribución sobre el interés en los deportes de aventura



	%	# PERSONAS
Si	84%	76
No	16%	14
TOTAL	100%	90

Al preguntar a los encuestados si gustan de los deportes de aventura obtuvimos como resultado que el 84% de los encuestados se interesa por deportes de aventura, lo que nos permite tener la seguridad de que incluir paseos en bicicleta y cabalgata si tendrá una buena acogida.

Distribución del interés de los encuestados por conocer el proyecto



	%	# PERSONAS
Si	93%	84
No	7%	6
TOTAL	100%	90

Al preguntar a los encuestados si estarían dispuestos a conocer una nueva opción turística el 93% respondió que si, esto nos da una idea clara de que la gente siempre busca nuevas opciones para hacer turismo.

2.8. Análisis Sectorial

2.5.1. Análisis FODA

- Factores internos claves

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Extensión de la hacienda 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del sector turístico
---	---

<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos propios • Gran variedad de actividades • Ubicación favorece el descanso • Personal capacitado del sector 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de lugares de hospedaje • Apoyo gubernamental • Posibilidad de incrementar la capacidad de hospedaje
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a la hacienda. • Variaciones climáticas • Deterioro de vías de acceso en invierno 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos similares en la zona • Desarrollo de proyectos turísticos cerca de Guayaquil • Riesgo de fenómenos naturales e inestabilidad del país. • Plagas o enfermedades que afecten a los animales y plantas.

○ Matriz interna y externa

	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del sector turístico • Necesidad de lugares de hospedaje 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos similares en la zona • Desarrollo de proyectos
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo gubernamental • Posibilidad de incrementar la capacidad de hospedaje 	<p>turísticos cerca de Guayaquil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de fenómenos naturales e inestabilidad del país. • Plagas o enfermedades que afecten a los animales y plantas.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Extensión de la hacienda • Atractivos turísticos propios • Gran variedad de actividades • Ubicación favorece el descanso • Personal capacitado del sector 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un ambiente acogedor para hospedarse. • Aprovechar al máximo la extensión de la hacienda. • Fomentar el desarrollo del sector gracias a los atractivos. 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer nuestro valor agregado para posicionarnos en el mercado. • Prevenir los riesgos naturales gracias a proyectos de apoyo gubernamental
<p>DEBILIDADES</p>	<p>Estrategias DO</p>	<p>Estrategias DA</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a la hacienda. • Variaciones climáticas • Deterioro de vías de acceso en invierno 	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar a la hacienda. Como lugar ideal para el descanso por la ubicación alejada. • Crear actividades especiales por invierno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer descuentos y crear alianzas estrategias para compensar y motivar a los turistas.
--	--	--

○ Estrategias FODA

Estrategias FO

- Crear un ambiente acogedor para hospedarse.
- Aprovechar al máximo la extensión de la hacienda.
- Fomentar el desarrollo del sector gracias a los atractivos.

Estrategias FA

- Dar a conocer nuestro valor agregado para posicionarnos en el mercado.
- Prevenir los riesgos naturales gracias a proyectos de apoyo gubernamental

Estrategias DO

- Promocionar a la hda. Como lugar ideal para el descanso por la ubicación alejada.
- Crear actividades especiales por invierno, como por ejemplo deportes extremos aprovechando el caudal del río.

Estrategias DA

- Ofrecer descuentos y crear alianzas estrategias para compensar y motivar a los turistas

2.5.2. Calificación de Riesgo

- Tabla de Riesgo

Riesgo		Calificación	Puntaje
BAJO	Sin Riesgo	A +	1
	Riesgo Bajo	A -	2
MEDIO	Medio Bajo	B +	3
	Medio Alto	B -	4
ALTO	Alto Riesgo	C +	5
	No Recomendable	C -	6

- Calificación de Riesgo del Mercado

RIESGO	CALIFICACIÓN	PUNTAJE
FORTALEZAS		
• Extensión de la hacienda	A+	1
• Atractivos turísticos propios	A-	2
• Gran variedad de actividades	A-	2
• Ubicación favorece el descanso	A-	2
• Personal capacitado del sector	B+	3
OPORTUNIDADES		

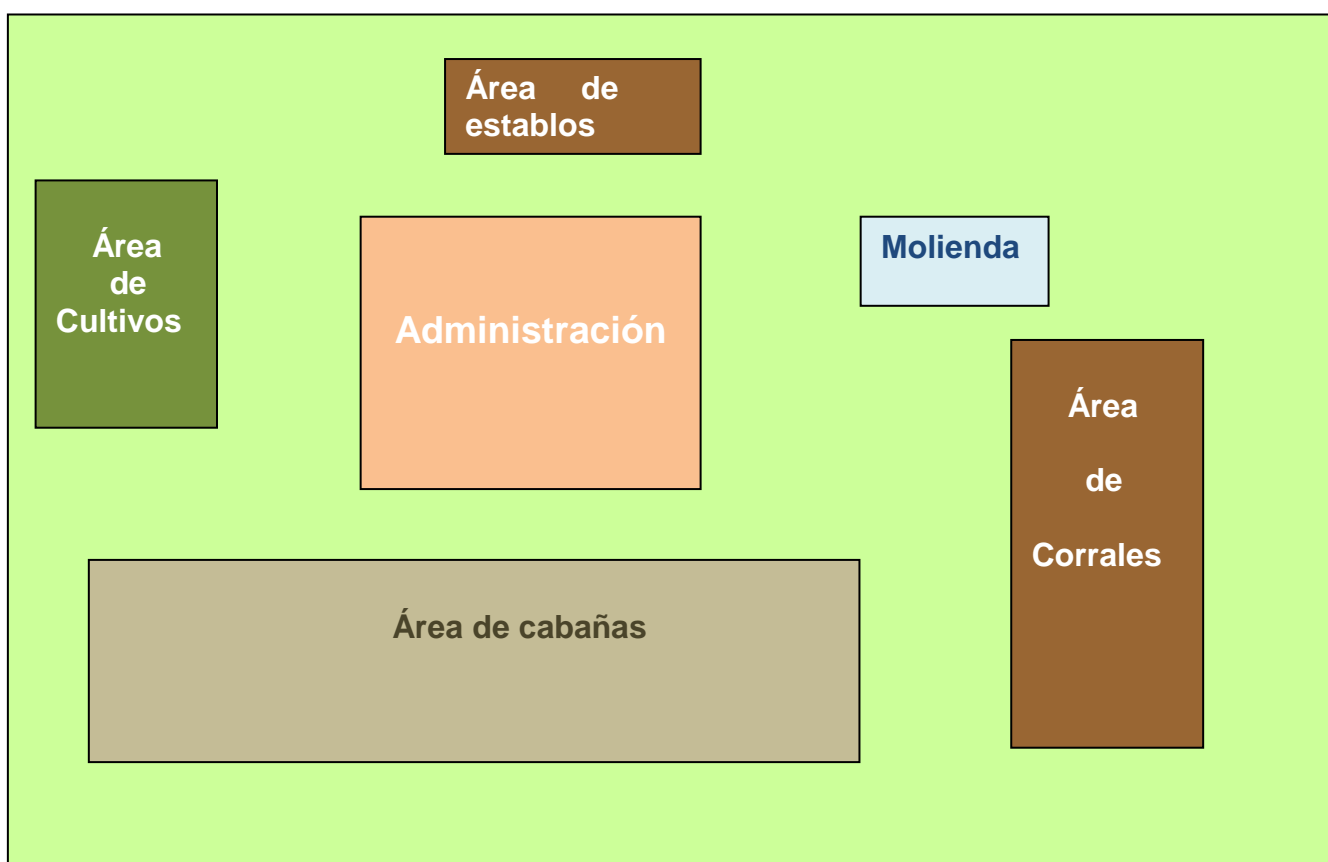
• Desarrollo del sector turístico	B+	3
• Necesidad de lugares de hospedaje	A-	2
• Apoyo gubernamental	B+	3
• Posibilidad de incrementar la capacidad de hospedaje	B-	4
DEBILIDADES		
• Acceso a la hacienda.	B-	4
• Variaciones climáticas	B+	2
• Deterioro de vías de acceso en invierno	B-	4
AMENAZAS		
• Proyectos similares en la zona	B+	3
• Desarrollo de proyectos turísticos cerca de Guayaquil	B-	4
• Riesgo de fenómenos naturales e inestabilidad del país.	B+	3
• Plagas o enfermedades que afecten a los animales y plantas.	B-	3
Calificación de Riesgo	B+	3

CAPÍTULO III - ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

3.1. Proceso productivo

Proceso pre-operativo:

El proyecto cuenta con diferentes áreas, entre estas: área de recepción, restaurante, juegos infantiles, área de alojamiento, área de cultivos, área de molinenda, área de establos, ubicación de los atractivos turísticos, área para cabalgatas y área de paseos en bicicleta.



El proceso productivo de nuestro servicio empieza en el momento en que un potencial cliente obtiene alguna referencia sobre nosotros y busca información, si es una llamada telefónica se le dará las indicaciones sobre precios, actividades que ofrecemos, alojamiento y actividades, si las preguntas fueran vía correo electrónico se adjuntaran algunas imágenes que permitan al interesado hacerse una idea más clara del lugar.

Para el traslado del cliente existirán 2 opciones, si el cliente dispone de vehículo accederá directamente a la hacienda, caso contrario un carro de la hacienda será quien se encargue de recogerlo de un punto fijo en Bucay y trasladarlo a la hacienda, para lo cual existirán 3 horarios 9:00 am, 12:00 pm y 4:00 pm.

Una vez que el cliente llegue a la hacienda será registrado y se le entregará un tríptico con información sobre las actividades y su ubicación, además se le asignará una cabaña, luego de esto el cliente tiene la posibilidad de seleccionar la actividad que desea desarrollar de acuerdo a los siguientes horarios:

ACTIVIDAD	HORARIOS	
	MAÑANA	TARDE
Restaurante	Desde las 7 am	Hasta las 10 pm
Cabalgatas	De 9 am – 11 am	De 3 pm – 5 pm
Paseos en bicicleta	De 7 am – 9 am	De 4 pm – 6 pm
Visitas a los atractivos	10 am	3 pm
Cultivos	De 7 am – 9 am	De 4 pm – 6 pm
Alimentación animales	De 7 am – 9 am	De 4 pm – 6 pm
Molienda funcionando	De 11 am – 12 pm	De 5 pm – 6 pm

3.2. Capacidad de producción

- Capacidad instalada

La hacienda cuenta con 150 hectáreas, es de propiedad del Sr. Wilfrido Cardoso desde hace 17 años, actualmente en la hacienda se desarrollan actividades de ganadería y cultivo de caña de azúcar.

La extensión de la hacienda permitirá a los visitantes disfrutar de forma cómoda de todas las actividades que ofrecemos.

Contamos con 10 cabañas, las mismas que tienen una capacidad máxima de 6 personas por cabaña, lo que nos facilita tener

hospedadas a 60 personas simultáneamente, a continuación detallamos las actividades y el número máximo de personas que pueden desarrollarlas por día:

Actividad	Duración	# de turnos	# máx. personas	Total de personas
Cabalgatas	1 hora	4	10	40
Paseos en bicicleta	1 hora	4	6	24
Visita a los atract. Turist.	1 hora	2	10	20
Cultivos	30 minutos	8	6	48
Alimentación animales	30 minutos	8	4	32
Molienda en funcionamiento	30 minutos	4	6	24

- Capacidad utilizada

La capacidad utilizada es la siguiente:

Actividad	Capacidad utilizada
Hospedaje	30 personas por día
Cabalgatas	16 personas por día
Paseos en bicicleta	10 personas por día
Visita a los atractivos	8 personas por día

Cultivos	19 personas por día
Alimentación de animales	13 personas por día
Molienda en funcionamiento	10 personas por día

El turismo es una actividad que dependiendo de la temporada tiene una mayor o menor afluencia de turistas, la apertura se prevé para el mes de marzo, y se estima que en este mes, mayo, junio, julio, octubre, noviembre, enero y febrero el número de visitas se mantenga, como consecuencia de feriados o fechas como el día de la madre o del niño, mientras que para abril, agosto, septiembre y diciembre se espera tener un menor número de turistas por el inicio de clases, la ausencia de feriados y en diciembre porque generalmente la familia realiza otras actividades.

3.3. Estimación de ventas

Anexo 2

3.4. Costos operativos

- Costos directos
- Costos indirectos

Anexo 3

3.5. Inversiones del proyecto

- Activos fijos
- Capital de trabajo

Anexo 4

3.6. Depreciaciones

Anexo 5

3.7. Financiamiento

- Tabla de Amortización del Crédito

Anexo 6

CAPÍTULO IV- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1. Estado de Resultados Proyectado

Anexo 7

4.2. Flujo de Caja Proyectado

Anexo 8

4.3. Balance General Proyectado

Anexo 9

CAPÍTULO V- EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.1. Análisis de Costo Unitario

Actividades	Proporción estimada sobre ventas	Costo Total producto	Unidades Producidas	Costo Unitario	PVP	Margen Unitario
Hospedaje	26%	13.369,47	2.080	6,43	60,00	53,57
Cabalgatas	12%	6.525,14	1.160	5,63	10,00	4,37
Paseos en bicicleta	8%	4.076,25	713	5,72	10,00	4,28
Visitas a los at. T.	6%	3.055,88	544	5,62	10,00	4,38
Cultivos	15%	7.749,58	1.377	5,63	3,00	2,63
Aliment. de anim.	10%	5.300,69	982	5,40	3,00	2,40
Restaurante	23%	12.228,75	1.903	6,43	25,00	18,57

5.2. Análisis Financiero

a. Índices Financieros

INDICADORES	
Payback	47 meses
TRP	28%
VAN	\$ 261.197,81
TIR	47%
INDICE RENTABILIDAD	1,43

b. Ratios Financieros

PUNTO DE EQUILIBRIO	
ACTIVIDAD	UNIDADES
Alojamiento	537
Cabalgatas	300
Paseos en bicicleta	184
Cultivos	356
Alimentacion de animales	254
Restaurante	491

RATIOS	
Punto de Equilibrio	32.235,93
Capital de Trabajo	27.267,45
Indice de liquidez	4,57
Valor agregado vtas.	26,32%
Indice de Empleo	19%

c. Índices de Riesgo Financiero

RIESGO	
Indice de Iliquidez o Insolvencia	65,05%
Rendimiento Corriente	20,04%

d. Razones Financieras

RAZONES FINANCIERAS	
Cobertura Financiera	19,73
Inversión Total	2,83
Monto de crédito	3,37
Monto de inversión	1,61
Margen Neto de Ut.	25%
Rotación de Activos	0,81
Dupont	0,20

5.3. Análisis de Sensibilidad

- a. Escenario Proyectado
- b. Escenarios Propuestos

SENSIBILIDAD			
	Valor Actual	Incremento 10%	Reducción 10%
P	60,00	64,39	61,28
Q	2.080	2.293	2.138
U.O.	98.366,07	98.366,07	98.366,07

5.4. Conclusiones

Luego de realizar la evaluación del proyecto hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- El proyecto es altamente factible y rentable.
- Tenemos una inversión alta, razón por la cual tardamos 23 meses en recuperarla.
- El punto de equilibrio es totalmente manejable, puesto que necesitamos alcanzar 212 noches de alojamiento para alcanzarlo.
- Para el quinto año tendremos ocupadas a 15 personas, esto permite que incluyamos a gente del sector que actualmente está desocupada dentro de nuestras actividades.
- La generación de impuestos supera los \$200 mil durante los 5 años, lo que nos convierte en un contribuyente comprometido con el desarrollo del país.

- **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Vázquez L., Saltos N. (2006 - 2007) **Ecuador: su realidad**. Quito: Edgar Tello
- García J., Casanueva C. (2006) **Fundamentos de Gestión Empresarial**. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec
- INEC www.inec.gov.ec
- Ministerio de Turismo
- Cámara de Turismo
- Asociación hotelera del Ecuador
- Prefectura del Guayas

ANEXOS

ANEXO I

FASES	MESES					
	1	2	3	4	5	6
	SEMANAS					
	1	2	3	4	5	6
FASE I						
Elaboración de planos						
Construcción de Cabañas						
Construcción de oficinas						
Construcción de areas sociales						
Construcción de senderos y senañización						
FASE II						
Diseños interiores y decoración						
Cotizacion y selección proveedores de muebles y equipos						
Adquisición de muebles y equipos						
Cotización, selección de proveedores adecuación habitaciones						
Adquisición implementos de habitaciones						
Cotización, selección de proveedores adecuación restaurante						
Adquisición implementos de restaurante						
Cotización, selección de proveedores adecuación almacén						
Adquisición implementos de almacén						
FASE III						
Selección proveedores materia prima de restaurant						
Selección proveedores materia prima de almacén						
Selección proveedores materia prima de cultivos						
Selección de personal						
Capacitación de personal						

ANEXO 2

PROYECCION DE VENTAS POR AÑO

PRIMER AÑO			
Actividades	# de personas al año	Precio	Total primer año
Hospedaje Adicionales	1824	60,00	109.462,43
Cabalgatas	1017	10,00	10.172,40
Paseos en bicicleta	625	10,00	6.251,79
Visitas a los atractivos turísticos	477	10,00	4.772,40
Cultivos	1208	3,00	3.623,92
Alimentación de animales	861	3,00	2.582,84
Restaurante	1669	25,00	41.722,73
			\$ 178.588,49

SEGUNDO AÑO			
Actividades	# de personas al año	Precio	Total primer año
Hospedaje Adicionales	2080	60,00	124.820,01
Cabalgatas	1160	10,00	11.599,59
Paseos en bicicleta	713	10,00	7.128,91
Visitas a los atractivos turísticos	544	10,00	5.441,96
Cultivos	1377	3,00	4.132,35
Alimentación de animales	982	3,00	2.945,21
Restaurante	1903	25,00	47.576,43
			\$ 203.644,46

TERCER AÑO			
Actividades	# de personas	Precio	Total primer año
	al año		
Hospedaje Adicionales	2372	60,00	142.332,26
Cabalgatas	1323	10,00	13.227,01
Paseos en bicicleta	813	10,00	8.129,10
Visitas a los atractivos turísticos	621	10,00	6.205,47
Cultivos	1571	3,00	4.712,12
Alimentación de animales	1119	3,00	3.358,42
Restaurante	2170	25,00	54.251,40
			\$ 232.215,78

CUARTO AÑO			
Actividades	# de personas	Precio	Total primer año
	al año		
Hospedaje Adicionales	2705	60,00	162.301,47
Cabalgatas	1508	10,00	15.082,76
Paseos en bicicleta	927	10,00	9.269,61
Visitas a los atractivos turísticos	708	10,00	7.076,10
Cultivos	1791	3,00	5.373,23
Alimentación de animales	1277	3,00	3.829,61
Restaurante	2475	25,00	61.862,87
			\$ 264.795,65

QUINTO AÑO			
Actividades	# de personas	Precio	Total primer año
	al año		
Hospedaje Adicionales	3085	60,00	185.072,37
Cabalgatas	1720	10,00	17.198,87
Paseos en bicicleta	1057	10,00	10.570,14
Visitas a los atractivos turísticos	807	10,00	8.068,88
Cultivos	2042	3,00	6.127,10
Alimentación de animales	1456	3,00	4.366,90
Restaurante	2822	25,00	70.542,23
			\$ 301.946,48

ANEXO 3

COSTOS DIRECTOS			
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Hospedaje			
Jabon	200	0,25	50,00
Shampoo	200	0,25	50,00
Papel higiénico	250	0,25	62,50
			162,50
Restaurante			
Carnes:			
Res	13	1,30	67,60
Pollo	15	1,15	69,00
Cerdo	10	1,30	52,00
Pescado	10	1,50	60,00
Frutas			140,00
Vegetales y verduras			120,00
Arroz	2	30,00	240,00
Aceite	10	1,60	64,00
Condimentos			60,00
Lacteos			-
Varios			400,00
			1.272,60
CULTIVOS			
Insecticidas lts.	5	5,00	25,00
Abono kgs.	8	2,00	16,00
			41,00
Alimentación de anilales qq			
Maíz	4	13,00	52,00
Balanceado	4	22,00	88,00
			140,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS			\$ 1.616,10

<u>COSTOS INDIRECTOS</u>	
	TOTAL
Electricidad	150,00
Teléfono	60,00
Proveduria oficina	60,00
Productos de limpieza	100,00
Gas	60,00
Otros	110,00
	<u>\$ 540,00</u>

ANEXO 4

PLAN DE INVERSIONES ACTIVOS FIJOS			
	CANT.	PRECIO	TOTAL
<u>EDIFICACIONES</u>			
Terrenos (hectáreas)	150	600,00	90.000,00
Cabañas	10	5.000,00	50.000,00
<u>MUEBLES Y ENSERES</u>			
Muebles de oficina	5	300,00	1.500,00
Muebles de sala	2	1.200,00	2.400,00
Camas 2 plz.	10	300,00	3.000,00
Camas 1 1/2 plz.	15	200,00	3.000,00
Colchones 2 plz.	10	180,00	1.800,00
Colchones 1 1/2 plz.	15	130,00	1.950,00
Sábanas 2 plz.	20	15,00	300,00
Sábanas 1 1/2 plz.	20	13,00	260,00
Almohadas	30	5,00	150,00
Edredones 2 plz.	13	35,00	455,00
Edredones 1 1/2 plz.	18	30,00	540,00
Vajilla 100 piezas	1	800,00	800,00
Cubiertos 100 piezas	1	300,00	300,00
Ollas	5	60,00	300,00
Sartenes	5	25,00	125,00
Utensilios	10	5,00	50,00
Monturas	10	300,00	3.000,00
Bicicletas	6	250,00	1.500,00
Herramientas de cultivo	25	25,00	625,00
<u>EQUIPOS</u>			
Equipos de cocina			
Cocina Industrial	1	300,00	300,00
Freidora industrial	1	400,00	400,00
Horno	1	250,00	250,00
Refrigeradora	1	600,00	600,00
Licuadaora	2	70,00	140,00
Tostadora	2	65,00	130,00
Batidora	1	50,00	50,00
Congelador	1	800,00	800,00
Horno microondas	1	100,00	100,00

Equipos de computacion			
Computadora	2	800,00	1.600,00
Impresora	2	50,00	100,00
Equipos de oficina			
Televisor	15	300,00	4.500,00
Equipo de sonido	1	500,00	500,00
Telefono	1	200,00	200,00
<u>GASTOS DE CONSTITUCION</u>			
Bomberos	1	40,00	40,00
Municipio	1	40,00	40,00
Camara de turismo	1	100,00	100,00
<u>GASTOS DE ADECUACION</u>			
Obras	1	1.000,00	1.000,00
Pintura	1	700,00	700,00
Decoración	1	2.500,00	2.500,00
Publicidad	1	1.500,00	1.500,00
Abogado	1	500,00	500,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 178.105,00

ANEXO 5

<u>DEPRECIACIONES</u>				
	VALOR	VIDA UTIL	DEP. ANUAL	DEP. MENSUAL
Edificaciones - Cabañas	50.000,00	10	5.000,00	416,67
Muebles y enseres	22.055,00	10	2.205,50	183,79
Equipos de Cocina	2.770,00	10	277,00	23,08
Equipos de Computación	1.700,00	3	566,67	47,22
Equipos de oficina	5.200,00	10	520,00	43,33
	81.725,00		8.569,17	714,10
<u>AMORTIZACIONES</u>				
Gastos de Constitución	120,00	5	24,00	2,00
Gastos de Adecuación	5.700,00	5	1.140,00	95,00
	5.820,00		1.164,00	97,00
<u>TOTAL DEP. Y AMORT.</u>			\$ 9.733,17	\$ 811,10

ANEXO 6

MONTO	\$ 83.904,60
TASA	10,85%
PLAZO	60
PERIODO DE PAGO INTERESES	60
PERIODO DE PAGO CAPITAL	60
DIVIDENDO	\$ 1.818,02

AMORTIZACION MENSUAL				
CUPONES	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
1	788,32	1.100,83	1.889,15	87.187,63
2	778,37	1.110,79	1.889,15	86.086,80
3	768,32	1.120,83	1.889,15	84.976,01
4	758,19	1.130,96	1.889,15	83.855,18
5	747,96	1.141,19	1.889,15	82.724,22
6	737,65	1.151,51	1.889,15	81.583,03
7	727,23	1.161,92	1.889,15	80.431,52
8	716,73	1.172,43	1.889,15	79.269,60
9	706,13	1.183,03	1.889,15	78.097,17
10	695,43	1.193,72	1.889,15	76.914,15
11	684,64	1.204,52	1.889,15	75.720,42
12	673,75	1.215,41	1.889,15	74.515,91
13	662,76	1.226,40	1.889,15	73.300,50
14	651,67	1.237,48	1.889,15	72.074,11
15	640,48	1.248,67	1.889,15	70.836,62
16	629,19	1.259,96	1.889,15	69.587,95
17	617,80	1.271,36	1.889,15	68.327,98
18	606,30	1.282,85	1.889,15	67.056,63
19	594,70	1.294,45	1.889,15	65.773,78
20	583,00	1.306,15	1.889,15	64.479,33
21	571,19	1.317,96	1.889,15	63.173,17
22	559,27	1.329,88	1.889,15	61.855,21
23	547,25	1.341,90	1.889,15	60.525,33
24	535,12	1.354,04	1.889,15	59.183,42
25	522,87	1.366,28	1.889,15	57.829,39
26	510,52	1.378,63	1.889,15	56.463,11
27	498,06	1.391,10	1.889,15	55.084,47
28	485,48	1.403,68	1.889,15	53.693,37
29	472,79	1.416,37	1.889,15	52.289,70
30	459,98	1.429,18	1.889,15	50.873,33

31	447,06	1.442,10	1.889,15	49.444,15
32	434,02	1.455,14	1.889,15	48.002,05
33	420,86	1.468,29	1.889,15	46.546,92
34	407,59	1.481,57	1.889,15	45.078,63
35	394,19	1.494,96	1.889,15	43.597,06
36	380,67	1.508,48	1.889,15	42.102,09
37	367,03	1.522,12	1.889,15	40.593,61
38	353,27	1.535,88	1.889,15	39.071,49
39	339,38	1.549,77	1.889,15	37.535,61
40	325,37	1.563,78	1.889,15	35.985,84
41	311,23	1.577,92	1.889,15	34.422,05
42	296,97	1.592,19	1.889,15	32.844,13
43	282,57	1.606,59	1.889,15	31.251,94
44	268,04	1.621,11	1.889,15	29.645,36
45	253,39	1.635,77	1.889,15	28.024,25
46	238,60	1.650,56	1.889,15	26.388,48
47	223,67	1.665,48	1.889,15	24.737,92
48	208,61	1.680,54	1.889,15	23.072,44
49	193,42	1.695,74	1.889,15	21.391,89
50	178,09	1.711,07	1.889,15	19.696,16
51	162,62	1.726,54	1.889,15	17.985,09
52	147,00	1.742,15	1.889,15	16.258,55
53	131,25	1.757,90	1.889,15	14.516,40
54	115,36	1.773,80	1.889,15	12.758,50
55	99,32	1.789,83	1.889,15	10.984,70
56	83,14	1.806,02	1.889,15	9.194,87
57	66,81	1.822,35	1.889,15	7.388,85
58	50,33	1.838,82	1.889,15	5.566,50
59	33,70	1.855,45	1.889,15	3.727,68
60	16,93	1.872,23	1.889,15	1.872,23

ANEXO 7

ESTADO DE RESULTADOS

ESTANCIA ECOLOGICA LA UMBRÍA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	ACUMULADO
Ventas	178.588,49	203.644,46	232.215,78	264.795,65	301.946,48	1.181.190,87
- Costo de ventas	28.133,73	32.353,79	38.824,55	48.530,68	60.663,36	208.506,11
= Utilidad Bruta	150.454,76	171.290,67	193.391,23	216.264,97	241.283,13	972.684,76
- Gastos	62.012,16	72.924,60	85.339,60	89.426,58	98.613,08	408.316,02
- Depreciaciones	9.845,17	9.845,17	9.845,17	9.278,50	9.278,50	48.092,50
= Utilidad Operacional	78.597,44	88.520,90	98.206,47	117.559,89	133.391,55	516.276,24
- Gastos financieros	8.782,73	7.198,74	5.434,08	3.468,14	1.277,96	26.161,65
= Utilidad antes de impuestos	69.814,71	81.322,16	92.772,39	114.091,75	132.113,58	490.114,59
- Impuestos y trabajadores	27.925,88	32.528,86	37.108,95	45.636,70	52.845,43	196.045,84
= Utilidad neta	\$ 41.888,83	\$ 48.793,30	\$ 55.663,43	\$ 68.455,05	\$ 79.268,15	\$ 294.068,75

ANEXO 8

FLUJO DE CAJA Sin Financiamiento

ESTANCIA ECOLOGICA LA UMBRIA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	178.588,49	203.644,46	232.215,78	264.795,65	301.946,48

Ingresos operacionales

Ventas

Ingresos no operacionales

Capital propio

TOTAL INGRESOS

Egresos Operacionales

Costos Directos

Costos indirectos

Mano de obra

Impuestos

Egresos no operacionales

Inversiones

Capital de trabajo

TOTAL EGRESOS

Flujo neto

Flujo acumulado

	95.000,00	-	-	-	-
	273.588,49	203.644,46	232.215,78	264.795,65	301.946,48
	28.133,73	32.353,79	38.824,55	48.530,68	60.663,36
	6.480,00	6.804,00	7.144,20	7.501,41	7.876,48
	17.712,96	19.726,14	59.178,41	61.993,33	69.844,18
	37.819,20	46.394,47	19.016,98	19.931,83	20.892,43
	27.925,88	32.528,86	37.108,95	45.636,70	52.845,43
	178.105,00	-	-	-	-
	4.082,63	-	-	-	-
	300.259,40	137.807,26	161.273,10	183.593,96	212.121,87
	\$ (26.670,91)	\$ 65.837,20	\$ 70.942,68	\$ 81.201,69	\$ 89.824,61
	\$ (26.670,91)	\$ 39.166,29	\$ 110.108,97	\$ 191.310,66	\$ 281.135,27

FLUJO DE CAJA Con Financiamiento

ESTANCIA ECOLOGICA LA UMBRIA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos operacionales</u>					
Ventas	178.588,49	203.644,46	232.215,78	264.795,65	301.946,48
<u>Ingresos no operacionales</u>					
Capital propio	95.000,00	-	-	-	-
Crédito	87.187,63	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS	360.776,12	203.644,46	232.215,78	264.795,65	301.946,48
<u>Egresos Operacionales</u>					
Costos Directos	28.133,73	32.353,79	38.824,55	48.530,68	60.663,36
Costos indirectos	6.480,00	6.804,00	7.144,20	7.501,41	7.876,48
Mano de obra	17.712,96	19.726,14	59.178,41	61.993,33	69.844,18
Impuestos	37.819,20	46.394,47	19.016,98	19.931,83	20.892,43
	27.925,88	32.528,86	37.108,95	45.636,70	52.845,43
<u>Egresos no operacionales</u>					
Inversiones	178.105,00	-	-	-	-
Capital de trabajo	4.082,63	-	-	-	-
Dividendos préstamo	22.669,86	22.669,86	22.669,86	22.669,86	22.669,86
TOTAL EGRESOS	322.929,26	160.477,11	183.942,96	206.263,82	234.791,73
<u>Flujo neto</u>	\$ 37.846,86	\$ 43.167,35	\$ 48.272,82	\$ 58.531,83	\$ 67.154,76
<u>Flujo acumulado</u>	\$ 37.846,86	\$ 81.014,21	\$ 129.287,03	\$ 187.818,87	\$ 254.973,62

ANEXO 9

**BALANCE GENERAL
ESTANCIA ECOLOGICA LA UMBRIA**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Activo Corriente					
Caja	41.929,49	85.096,84	133.369,66	191.901,50	259.056,25
Activos fijos					
Terrenos	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00
Cabañas	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Muebles y enseres	22.055,00	22.055,00	22.055,00	22.055,00	22.055,00
Equipos	9.670,00	9.670,00	9.670,00	9.670,00	9.670,00
Depreciación acumulada	8.569,17	17.138,33	25.707,50	33.710,00	41.712,50
Total Activos Fijos	205.085,33	239.683,51	279.387,16	329.916,50	389.068,75
Otros activos					
Gastos de constitución y adecuac.	6.380,00	6.380,00	6.380,00	6.380,00	6.380,00
Amortización acumulada	1.276,00	2.552,00	3.828,00	5.104,00	6.380,00
Otros activos netos	5.104,00	3.828,00	2.552,00	1.276,00	-
TOTAL ACTIVOS	210.189,33	243.511,51	281.939,16	331.192,50	389.068,75
PASIVOS					
Crédito bancario	73.300,50	57.829,39	40.593,61	21.391,89	(0,00)
PATRIMONIO					
Capital social	95.000,00	95.000,00	95.000,00	95.000,00	95.000,00
Utilidad del ejercicio	41.888,83	48.793,30	55.663,43	68.455,05	79.268,15
Utilidades retenidas	-	41.888,83	90.682,12	146.345,55	214.800,60
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 210.189,33	\$ 243.511,51	\$ 281.939,16	\$ 331.192,50	\$ 389.068,75