



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:**

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS DE UN RESORT EN COJIMÍES, MANABÍ.**

**AUTOR: Rafael Enrique Vintimilla Tapia**

**TUTOR: Dr. Miguel Ángel Aizaga Villate**

**TUTOR TÉCNICO: Mg. Eduardo Ramiro Pastas Gutiérrez**

**QUITO-ECUADOR**

**AÑO: 2019**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad del DIRECTOR del proyecto Plan de negocios de un resort en Cojimíes, Manabí, en la ciudad de Quito Presentado por el ciudadano Rafael Enrique Vintimilla Tapia estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel. Considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito julio 2019

Tutor

Dr. Miguel Ángel Aizaga Villate

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

.....

Rafael Enrique Vintimilla Tapia

C.I. 1724543267

## **APROBACIÓN DE TRIBUNAL DE GRADO**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el reglamento de Título y Grado de la Facultad de ciencias Administrativas de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, julio de 2019

**F.....**

**PRESIDENTE**

**F.....**

**VOCAL**

**F.....**

**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

El sueño de todo profesional es seguir adelante con dos objetivos, el ser eficiente en la función que desempeña y exteriorizar los aprendizajes de toda una vida que se han convertido en semilla fértil para ponerla en práctica con eficacia y amor. Este trabajo lo quiero dedicar a mi padre el Señor Jesús Vintimilla, quien que una infinita ternura y amor que no sabe de cansancios ni dimensiones de sacrificio supo irme formando y lo continúa haciendo hasta hoy, Dios te bendiga papito. Gracias infinitas.

*Rafael*

## **AGRADECIMIENTO**

Al concluir mi formación académica, quiero dejar constancia de mi profundo agradecimiento a la Universidad Tecnológica Israel por su calidad académica en la formación de los futuros profesionales en Ing. En Administración. Una mención especial para el Magister Miguel Aizaga Tutor Técnico y Magister Ramiro Pastas Tutor Metodológico, quienes con conocimiento académico y afectividad personal supieron darme las orientaciones pertinentes para lograr mi objetivo de culminar mis estudios.

***Rafael***

## **PENSAMIENTO**

“El arte supremo del maestro consiste en despertar el goce de la expresión creativa y del conocimiento.”

Albert Einstein

## RESUMEN

El presente Plan de Negocios, contiene una investigación realizada para la creación de un Resort en Cojimíes, cantón Pedernales-Manabí por su excelente potencial turístico y lugares reconocidos por su belleza y tranquilidad, propio para unas felices vacaciones. Responde al Problema científico, el desarrollo de un plan de negocios académicamente realizado orientará la creación del Resort Coco Playa que satisfaga las múltiples necesidades del turista que requiere de este servicio. El Objetivo General que persigue es: diseñar un plan de negocios dinámico y estratégico, para la creación del Resort que permita la satisfacción de las necesidades de los turistas con la determinación de la factibilidad financiera de la inversión. La referencia metodológica empleada corresponde a un estudio científico con la aplicación del enfoque y modelo mixto cuyo nivel de investigación aplicado es el descriptivo con la realización de una encuesta que al ser procesada se convierte en la justificación; por cuanto, atraerá un mayor número de turistas, en especial de la provincia de Pichincha de la ciudad de Quito por la cercanía que tiene esta comunidad playera, pretende de igual manera motivar al turista extranjero ofreciéndole un servicio de alojamiento con todo incluido en instalaciones cómodas, atractivas y que cumplan con todas las expectativas deseadas. Para este proyecto se tiene un VAN de 73.260.05 USD y un TIR de 17 %. Por los indicadores analizados se puede concluir que el proyecto es rentable y por ende su factibilidad para la creación es aceptada. Se considera para el estudio que el financiamiento es 100% bancario para la instalación y puesta en marcha de la empresa, invirtiendo todo el capital en el año cero y pagando en anualidades los 5 primeros años el valor del préstamo correspondiente a 475.640,00 USD aproximadamente. El período de recuperación de dinero se da a partir del cuarto año en donde se comienza a ver las ganancias generadas. Los tres primeros años corresponden a pérdidas debido a pagos de préstamos y también porque la capacidad instalada comienza a ser la óptima.

**PALABRAS CLAVE:** Plan de negocios, resort, Cojimíes, Coco Playa, Alojamiento

## ABSTRACT

The present Business Plan, contains an investigation carried out for the creation of a Resort in Cojimies, canton Pedernales-Manabí for its excellent tourist potential and places recognized for their beauty and tranquility, proper for a happy holiday. Responds to the scientific problem, the development of an academically conducted business plan will guide the creation of the Coco Beach Resort that satisfies the multiple needs of the tourist that requires this service. The General Objective that it pursues is: to design a dynamic and strategic business plan, for the creation of the Resort that allows the satisfaction of the needs of the tourists with the determination of the financial feasibility of the investment. The methodological reference used corresponds to a scientific study with the application of the mixed model and approach whose level of applied research is descriptive with the completion of a survey that becomes the justification when it is processed; inasmuch as it will attract a greater number of tourists, especially from the province of Pichincha in the city of Quito because of the proximity of this beach community, it also aims to motivate foreign tourists by offering an accommodation service with everything included in comfortable facilities , attractive and that meet all the desired expectations. For this project, there is a NPV of USD 73.260.05 and a TIR of 17%. By the analyzed indicators it can be concluded that the project is profitable and therefore its feasibility for creation is accepted. It is considered for the study that the financing is 100% bank for the installation and start-up of the company, investing all the capital in year zero and paying in annuities the first 5 years the value of the loan corresponding to 475,640.00 USD approximately. The period of recovery of money is given from the fourth year in which you start to see the generated earnings. The first three years correspond to a limited period of time.

**KEYWORDS:** Business plan, resort, Cojimies, Coco Beach, Accommodation

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|  |      |
|--|------|
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....   | ii   |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....                                      | iii  |
| APROBACIÓN DE TRIBUNAL DE GRADO .....                                  | iv   |
| DEDICATORIA.....   | v    |
| AGRADECIMIENTO .....   | vi   |
| PENSAMIENTO .....  | vii  |
| RESUMEN .....  | viii |
| ABSTRACT .....   | ix   |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS.....  | x    |
| ÍNDICE DE TABLAS.....  | xiii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....   | xiv  |
| INTRODUCCIÓN.....  | 1    |
| Situación problemática .....   | 1    |
| Interrogante de investigación.....                                     | 3    |
| Objetivo general.....  | 3    |
| Objetivos específicos .....  | 3    |
| Justificación .....  | 4    |
| CAPÍTULO I.....  | 5    |
| MARCO TEÓRICO .....  | 5    |
| 1.1 Contextualización espacio temporal del problema .....              | 5    |
| 1.1.1 Macro entorno .....  | 5    |
| 1.1.2 Meso entorno.....  | 6    |
| 1.1.3 Micro entorno.....   | 7    |
| 1.2 Revisión de investigaciones previas .....                          | 7    |
| 1.2.1 Plan de negocios para el diseño del hostel Montañita.....        | 7    |
| 1.2.2 Plan de negocios para el diseño de un centro SPA .....           | 8    |
| 1.2.3 Plan de negocios para la creación del hotel Oikonatura.....      | 8    |
| 1.2.4 Plan de negocios para la agencia de viajes Hermes Operator ..... | 9    |
| 1.3 Cuerpo teórico conceptual .....                                    | 9    |
| 1.3.1 Industria turística.....   | 9    |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.3.2 Alojamiento para visitantes .....  | 10        |
| 1.3.3 Resort .....   | 10        |
| 1.3.4 Actividades de alojamiento para estancias cortas .....                                       | 11        |
| 1.3.5. Oferta turística en Ecuador.....  | 11        |
| 1.3.6 Establecimientos turísticos según categoría.....   | 12        |
| 1.3.7 Demanda.....   | 12        |
| 1.3.8 Plan de negocios.....  | 13        |
| 1.3.9 Estudio administrativo y legal.....  | 13        |
| 1.3.10 Estudio medio ambiental.....  | 14        |
| 1.3.11 Estudio de marketing.....   | 14        |
| 1.3.12 Estudio técnico .....   | 15        |
| 1.3.13 Estudio financiero .....  | 15        |
| <b>CAPÍTULO II.....</b>  | <b>16</b> |
| <b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>  | <b>16</b> |
| 2.1 Enfoque metodológico de la investigación .....   | 16        |
| 2.2 Población, unidades de estudio y muestra .....   | 16        |
| 2.3 Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información.....              | 18        |
| 2.4. Formas de procesamiento de la información obtenida .....                                      | 18        |
| 2.4.1 Resultados de la encuesta aplicada.....  | 19        |
| 2.4.2 Resultado de las entrevistas realizadas.....   | 24        |
| <b>CAPÍTULO III .....</b>  | <b>26</b> |
| <b>PLAN DE NEGOCIOS DE UN RESORT UBICADO EN LA PARROQUIA DE COJIMÍES, PROVINCIA DE MANABÍ.....</b> | <b>26</b> |
| 3.1. Antecedentes .....  | 26        |
| 3.2 Estudio de mercado para la implementación del resort en Cojimíes.....                          | 26        |
| 3.2.1 Análisis de la oferta de alojamiento .....   | 27        |
| 3.2.2 Análisis de la demanda de alojamiento .....  | 27        |
| 3.2.3 Mercado insatisfecho en Cojimíes .....   | 28        |
| 3.2.4 Proyección de precios.....   | 28        |
| 3.3 Estudio administrativo y legal .....   | 29        |
| 3.3.1 Misión.....  | 30        |
| 3.3.2 Visión .....   | 30        |
| 3.3.3 Valores corporativos .....   | 31        |

|                       |  |    |
|-----------------------|--|----|
| 3.3.4                 | Objetivos empresariales .....  | 31 |
| 3.3.5                 | Aspectos administrativos.....  | 31 |
| 3.3.6                 | Aspectos ambientales .....   | 32 |
| 3.4                   | Estudio de Marketing .....   | 32 |
| 3.4.1                 | Análisis F.O.D.A.....  | 33 |
| 3.4.2                 | Estrategias de promoción .....                                       | 33 |
| 3.4.3                 | Publicidad.....  | 34 |
| 3.4.2                 | Estrategias de servicio .....  | 35 |
| 3.4.3                 | Canales de distribución .....  | 35 |
| 3.5                   | Estudio Técnico .....  | 35 |
| 3.5.1                 | Descripción del servicio que ofrece el resort .....                  | 35 |
| 3.5.2                 | Ubicación geográfica.....  | 38 |
| 3.5.3                 | Proceso de servicio del resort Coco Playa .....                      | 40 |
| 3.5.4                 | Distribución del hotel .....   | 42 |
| 3.5.5                 | Flujograma del proceso de hospedaje .....                            | 42 |
| 3.5.6                 | Costos de mano de obra .....   | 44 |
| 3.5.7                 | Costos de servicios .....  | 45 |
| 3.6                   | Estudio financiero .....   | 46 |
| 3.6.1                 | Análisis y proyección de la inflación .....                          | 46 |
| 3.6.2                 | Análisis y proyección de los ingresos .....                          | 46 |
| 3.6.3                 | Flujo de efectivo.....   | 47 |
| 3.6.4                 | TMAR .....   | 47 |
| 3.6.5                 | VAN .....  | 48 |
| 3.6.6                 | TIR .....  | 48 |
| 3.6.7                 | Periodo de la recuperación de la inversión.....                      | 49 |
| 3.6.7                 | Punto de equilibrio .....  | 49 |
| CONCLUSIONES .....    |  | 50 |
| RECOMENDACIONES ..... |  | 51 |
| BIBLIOGRAFÍA .....    |  | 52 |
| ANEXOS .....          |  | 1  |
| Anexo 1.              | Encuesta para posibles turistas del resort.....                      | 1  |
| Anexo 2.              | Entrevista realizada a los emprendedores hoteleros de Cojimíes ..... | 4  |
| Anexo 3.              | Distribución del resort Coco Playa .....                             | 6  |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Número de establecimientos de alojamiento.....                | 11 |
| Tabla 2: Establecimientos por categorías en el cantón Pedernales ..... | 12 |
| Tabla 3: Datos demográficos de la muestra.....                         | 19 |
| Tabla 4: Factores relevantes para la selección del resort.....         | 20 |
| Tabla 5: Proyección de la oferta de alojamiento .....                  | 27 |
| Tabla 6: Proyección de la demanda de alojamiento en Cojimíes .....     | 28 |
| Tabla 7: Mercado insatisfecho de alojamiento en Cojimíes.....          | 28 |
| Tabla 8: Tarifa promedio diario.....                                   | 28 |
| Tabla 9: Permisos que se deben obtener para la implementación .....    | 31 |
| Tabla 10: Elementos de los procesos de servicio .....                  | 36 |
| Tabla 11: Servicios del hotel .....                                    | 36 |
| Tabla 12: Obra civil.....  | 40 |
| Tabla 13: Decoración interior del resort.....                          | 40 |
| Tabla 14: Recepción, sala de espera y seguridad .....                  | 41 |
| Tabla 15: Restaurant para resort.....                                  | 41 |
| Tabla 16: Transporte para resort.....                                  | 42 |
| Tabla 17: Inversión inicial.....                                       | 42 |
| Tabla 18: Transporte para resort.....                                  | 44 |
| Tabla 19: Costos del personal.....                                     | 45 |
| Tabla 20: Costos de los servicios .....                                | 45 |
| Tabla 21: Proyección inflación en Ecuador.....                         | 46 |
| Tabla 22: Presupuesto de ingresos.....                                 | 47 |
| Tabla 23: Flujo de efectivo .....                                      | 47 |
| Tabla 24: Balance general .....  | 48 |
| Tabla 25: Período de recuperación de la inversión.....                 | 49 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfica 1: Factores relevantes para la selección del resort (ítem 1- 5 tabla 4).....    | 21 |
| Gráfica 2: Factores relevantes para la selección del resort (ítem 5- 10 tabla 4).....   | 21 |
| Gráfica 3: Factores relevantes para la selección del resort (ítem 11 - 16 tabla 4)..... | 22 |
| Gráfica 4: Factores para elegir el resort.....  | 23 |
| Gráfica 5: Formas de promocionar el producto.....                                       | 23 |
| Gráfica 6: Elementos del entorno de resort Coco Playa.....                              | 29 |
| Gráfica 7: Logo resort Coco Playa .....   | 30 |
| Gráfica 8: Análisis FODA del entorno de resort Coco Playa.....                          | 33 |
| Gráfica 9: Fan Page resort Coco Playa.....  | 34 |
| Gráfica 10: Mapa político del cantón Pedernales .....                                   | 38 |
| Gráfica 11: Ubicación del lote de terreno del proyecto.....                             | 39 |
| Gráfica 12: Flujograma del servicio .....   | 43 |
| Gráfica 13: Mapa político del cantón Pedernales .....                                   | 44 |
| Gráfica 14: Histórico de la inflación .....   | 46 |

## INTRODUCCIÓN

### Situación problemática

A nivel mundial, las personas tienen la necesidad de disfrutar de momentos de descanso en lugares que ofrezcan varios servicios que se complementen con la finalidad de satisfacer las necesidades requeridas por los turistas, razón por la cual los establecimientos que ofertan servicio de hospedaje están innovando para convertirse en complejos turísticos e incrementar la oferta y demanda turística. Según Aguiar & Ferreira (2012) señalan que: “se encuentran hospedajes de varios tipos. Desde económicos, absolutamente funcionales y accesibles hasta muy caros, exuberantes y exclusivos hoteles de lujo, templos del hedonismo y el consumo” (p. 747). A partir de 1998 se considera referencial a hoteles de 4 o 5 estrellas como resorts, en los que ofrecen hospedaje con instalaciones arquitectónicas amplias, equipadas con infraestructura adecuada a diversos servicios como: alojamiento, alimentación, entretenimiento, recreación, entre otros.

Ecuador es un país con gran potencial turístico, porque cuenta con una gran diversidad natural y cultural, convirtiéndose en los últimos años como destino turístico de mayor preferencia por los turistas extranjeros. Para el 2018 Ecuador fue reconocido como líder en destino verde por World Travel Awards (WTA), y desde el 2004 acumula 131 galardones relacionados a turismo (Encalada, 2018). Para el 2018, el turismo aporta el 2 % del Producto Interno Bruto (PIB) y aporta 463.320 empleos directos en alojamiento y comida, con un ingreso de 2.392 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2019).

Las provincias costeras como Santa Elena, Manabí, Guayas y Esmeraldas son los lugares con mayor flujo de turistas nacionales debido a las playas. Para agosto del 2018, el mes de mayor flujo turístico en las playas, las zonas de Manta, Puerto López, Pedernales y Crucita albergaron el 75 % del número de viajes turísticos. (El Comercio, 2018)

La playa de Cojimíes se encuentra ubicada a 45 km de la ciudad de Pedernales Manabí. Cojimíes posee una playa con extensión aproximada de 2 kilómetros, el agua es transparente de color verde claro, rodeada de grandes palmeras de coco y muyuyo, amplia vista al mar y oleaje moderado, en la cual se pueden realizar diferentes actividades como turismo de aventura, deportes acuáticos y extremos, pesca deportiva, pero sobre todo para descansar.

A inicios del año 2010 se empezó a incrementar el turismo en la playa de Cojimíes con la creación de pequeños hoteles, que han ganado popularidad debido a los recursos naturales de la zona como es la hermosa y extensa playa que cuenta con arena de textura suave en color gris. Uno de los atractivos que dispone la playa de Cojimíes en los meses de julio a septiembre, son el apareamiento de las ballenas jorobadas, que permite a los turistas avistar la presencia de estos mamíferos. Cuenta con el río Cojimíes en la llamada punta de Cojimíes en donde se puede observar diversos manglares en donde se encuentran varias especies de aves acuáticas, en este sitio se tiene la opción de practicar pesca.

Con todos los atractivos antes mencionados, la zona de Cojimíes Manabí, carece de resorts que cumplan con todas las necesidades requeridas por los turistas, además la inversión en sitios de alojamiento tipo complejo es escasa, es por ello que a través de la presente investigación se plantea realizar un Plan de Negocios aplicando herramientas e instrumentos de estudio para comprobar la viabilidad del proyecto y factibilidad de la inversión.

El problema que ha motivado desarrollar la presente investigación, es que la playa de Cojimíes carece de servicios de alojamiento tipo resort que satisfagan las diversas necesidades de los turistas, debido a la escasa inversión en lo que se refiere a este tipo de complejos turísticos. En los dos últimos años uno de los principales factores que existen es el riesgo e incertidumbre por los eventos telúricos originados a partir del 16 de abril del 2016 que se presentan en la provincia, esta situación limita la inversión para realizar proyectos de infraestructura turística, convirtiéndose en un lugar poco atractivo financieramente.

Esta realidad observada y como resultado de conversaciones informales con personas interesadas en conseguir que Cojimíes se convierta en un centro referencial de turismo se determinó que existe un escaso interés para la inversión local y privada de turismo en esta zona, en especial con las características de un resort, situación que ocasiona bajo nivel de desarrollo turístico en la parroquia. Adicional a esta realidad se encuentra que la infraestructura básica de la parroquia es limitada, solamente el 8 % del agua usada proviene de red pública, el 1 % de viviendas tiene alcantarillado público (el 50 % posee pozo séptico y ciego), y el 26 % de viviendas no cuenta con energía eléctrica. (Gobierno autónomo Descentralizado del Cantón Pedernales, 2016)

También se evidenció el desconocimiento por parte de los pobladores sobre los hermosos ambientes turísticos de que dispone de manera natural Cojimíes, la cercanía a playas, lugares turísticos para visitarlos en familia por ejemplo la isla del amor, rancho Pablito, cascada Mache, Estuario, entre otros. Existe poco interés de los pobladores de la parroquia para la promoción y difusión de los productos turísticos, solamente el 5,57 % de la población en el sector urbano se dedica a actividades de alojamiento y comidas y en el sector rural este índice se reduce al 1,3 %. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

La desconfianza de los inversores se debe por el bajo interés de la población en participar en acciones de innovación que implican el empoderamiento e intervención presentada como una alternativa de trabajo sin salir de la parroquia porque ahora Cojimíes carece de una infraestructura turística atractiva. Otra dificultada es la falta de capacitación pública o privada a la comunidad para desarrollar un plan que implique un modelo de turismo con participación comunitaria.

### **Interrogante de investigación**

¿Un plan de negocios de un resort en Cojimíes Manabí contribuirá en satisfacer las múltiples necesidades del turista, además se podrá determinar la factibilidad de la inversión y la puesta en marcha del proyecto, que motive a los turistas a requerir el servicio?

### **Objetivo general**

Diseñar un plan de negocios, para la creación de un Resort en Cojimíes Manabí que permita satisfacer las necesidades de los turistas y determinar la factibilidad financiera de la inversión.

### **Objetivos específicos**

Fundamentar teóricamente la aplicación del plan de negocios.

Diagnosticar el entorno actual, para identificar el mercado insatisfecho que permita determinar el tamaño del resort a implementarse en Cojimíes Manabí.

Realizar un estudio administrativo, legal, de marketing, técnico económico y financiero para determinar la viabilidad de la implementación del plan de negocios.

## **Justificación**

El crecimiento económico es la preocupación más importante de un gobierno y el turismo se ha convertido en un sector importante que tiene un impacto en el desarrollo de la economía. Los principales beneficios del turismo son la generación empleos directos e indirectos y el ingreso de divisas extranjeras. La capacidad de la economía nacional para beneficiarse del turismo depende de la disponibilidad de inversión para desarrollar la infraestructura necesaria y de satisfacer las necesidades de los turistas.

A raíz del terremoto del 16 de abril con epicentro en Pedernales, el turismo en toda la zona coter bajo debido al temor que produjo en los turistas, esto afecto a los esfuerzos que realizó el gobierno por incrementar el turismo en todo el Ecuador, lo que conllevó a que el interés por invertir en esta provincia y cantón sea escaso. Las medidas de reactivación económica como incentivos tributarios y no tributarios establecidos en la Ley de Solidaridad y a su vez el mejoramiento del sector de la construcción que ha tenido un crecimiento positivo en el último año, genera grandes expectativas de inversión para la generación de proyectos, en especial de alojamiento y entretenimiento.

Cojimíes carece de inversión turística, lo que da la oportunidad de crear un resort destinado a cumplir las necesidades insatisfechas de los clientes, con opciones atractivas que fomenta el incremento de turistas tanto nacionales y extranjeros, generando fuentes de empleo y contribuyendo al desarrollo de la parroquia y por ende la economía de la provincia.

La creación de un resort en la playa de Cojimíes, atraerá un mayor número de turista en especial de la provincia de Pichincha por la cercanía que tiene esta comunidad playera, pretendiendo de igual manera motivar al turista extranjero ofreciéndole un servicio de alojamiento con todo incluido en instalaciones cómodas, atractivas y que cumplan con todas las expectativas deseadas, en donde la única preocupación que se les presente será el que se terminen sus días de ocio.

El valor agregado que se pretende generar para suplir la incomodidad al momento de movilizarse hacia el resort, es contar con el servicio de transporte que permita al turista estar seguro y confiado de llegar a su destino, creando la mejor opción al momento de elegir un lugar de alojamiento para vacacionar, convirtiéndose en un destino con las condiciones óptimas para visitar.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

En este capítulo se analiza las teorías, investigaciones y referencias bibliográficas para implementar un resort en un sector con unas playas y un paisaje excepcional. El aporte contextualizado se enfoca para ofertar un servicio de calidad que satisfaga las exigencias de los turistas en lo concerniente a servicios de alojamiento, alimentación, condiciones higiénicas de primera en las instalaciones, trato amable, personalización y ambiente que preserve la seguridad de los visitantes. Estas estrategias de diseño emocional se realizan para conseguir el logro de la fidelización los turistas y el incremento de la demanda.

### **1.1 Contextualización espacio temporal del problema**

En el mundo del turismo según lo manifiesta la Organización de las Naciones Unidas para el Turismo (OMT), en las últimas décadas cataloga a esta actividad como un rubro muy importante para el desarrollo sostenible de la sociedad.

#### **1.1.1 Macro entorno**

El rápido desarrollo socioeconómico basado en el uso de recursos naturales como el espacio, los recursos minerales y el medio ambiente se ha degradado hasta tal punto que se hizo necesario revisar las normas para el uso del medio ambiente. Teniendo en cuenta la irreversibilidad y las limitaciones de muchos elementos del entorno natural, el creciente nivel de interferencia en el entorno natural a través de la explotación, la destrucción y la contaminación conduce a una situación en la que el desarrollo socioeconómico es imposible sin recursos. (Ramírez & Antero, 2014)

El turismo constituye una de las industrias más grandes a nivel mundial, con gran parte del mercado en crecimiento centrado en entornos naturales como las áreas costeras y marinas. “Para 2020 se espera que 1600 millones de turistas se trasladen por todo el mundo”(Logitravel, 2008). Las áreas costeras atraen cada vez más el interés de los visitantes extranjeros, así como de los residentes locales. Las regiones de alrededor también atraen el interés de los inversionistas y la industria de viajes, porque buscan nuevos destinos.

A pesar de la gran sostenibilidad que posee el sector turístico existen varias limitaciones porque si no se gestiona adecuadamente, el desarrollo del turismo ejercer presión sobre los recursos naturales, destruye el hábitat, perturbar la vida silvestre y contaminar la región. (Organización de las Naciones Unidas, 2013)

### **1.1.2 Meso entorno**

Ecuador consta de cuatro regiones, que presentan grandes atractivos para los turistas. Pero cada una de estas regiones afrontan diferentes tipos de problemas como son: limitada evaluación de la competencia turística; baja promoción a gran escala y relaciones públicas limitadas con la industria turística; escasa información del mercado turístico para la toma de decisiones; falta de estrategias para una acertada promulgación de la información, promoción y comercialización del turismo ecuatoriano, entre otros. (Poveda, Rendón, & Castro, 2018)

En las diferentes regiones naturales del país son limitados los casos que hacen procesos de evaluación de la actividad turística, considerando las fortalezas y debilidades de la realidad. La mayoría de prestadores de servicios turísticos solo se preocupan de los feriados y períodos en los cuales se van a incrementar las visitas turísticas. Se debe perfeccionar y actualizar sobre la oferta de servicios, para que consideren la actividad como un espacio de fortalecimiento económico y de enriquecimiento de la oferta contando con la participación de empresarios, empleados, trabajadores y comunidad en general. Es lo que se aspira realizar en el caso de la presente investigación.

De igual manera no se consideran los nuevos nichos de turistas como son: Las parejas sin niños, su situación económica es muy solvente, prefieren sitios con lujo y confort, son partidarios de hacer turismo cultural, también aparecen los llamados burgueses bohemios, a ellos si les gusta la diversión, el baile, el entretenimiento, otro grupo son los jóvenes con muchos conocimientos tecnológicos, que para escoger un sitio de visita turística navegan, consultan, averiguan facilidades, precios, distancias y cuando tienen variada información se comunican por internet y realizan las reservas. Cada uno de estos grupos merece una atención especializada por parte de los empresarios turísticos del país.

### **1.1.3 Micro entorno**

En la región de Cojimíes donde se ubica la propuesta de creación del resort se presentan algunos problemas como el temor a un terremoto debido a la proximidad con Pedernales uno de los epicentros del sismo del 16 de abril, por lo cual los empresarios no están motivados a invertir en negocios. Los turistas nacionales también tienen recelo de visitar localidades ubicadas en ese contorno geográfico. La infraestructura vial, de servicios básicos y comunicaciones todavía presenta dificultades. Esta realidad deja un aprendizaje, la construcción del complejo habitacional que forme parte del resort tiene que contemplar un diseño antisísmico y con el empleo de materiales especializados para evitar sorpresas, en el caso de que se repitieran movimientos telúricos. (Gobierno autónomo Descentralizado del Cantón Pedernales, 2016)

Parte de la población y de sus habitantes se muestran proactivos para participar en una propuesta turística técnicamente planificada. Los habitantes de la zona de Cojimíes piden ser considerados en la ejecución de las diferentes actividades que se llevarán a cabo dentro del Resort: actividades de guardianía y seguridad, así como de limpieza de las playas y presencia de salvavidas en el filo costero para los varones; participación en actividades de limpieza y arreglo de las habitaciones, lavado, secado y planchado de las prendas del hotel, para las mujeres jóvenes de la comunidad; y labores de gastronomía para las señoras de la comunidad, ellas tendrán que ser capacitadas para el efecto.

## **1.2 Revisión de investigaciones previas**

En esta sección se revisa trabajos similares realizados previamente para poder identificar la metodología, resultados y conclusiones que permiten entender la realidad de la investigación. Para el efecto se recurrió a la búsqueda en repositorios digitales

### **1.2.1 Plan de negocios para el diseño del hostel Montañita**

La investigación realizada por Mireya Mora García de la Universidad Nacional de Loja en el año 2018 titulada: “Diseño del hostel Montañita mediante la elaboración del plan de negocios para fortalecer el turismo en la parroquia Tarapoa, cantón Cuyabeno, provincia de Sucumbíos” se señala que el turismo en la provincia de Sucumbíos se ha convertido en una fuente muy importante del ingreso de divisas por parte de turistas.

El objetivo de esta investigación fue diseñar el hostel Montañita mediante la elaboración del plan de negocios. Esta investigación aporta dos ideas fundamentales para la ejecución de esta propuesta, al ofertar un servicio de calidad para captar la visita de turistas vigilar la realización de los ajustes presupuestarios por la inestabilidad económica del país.

La evaluación financiera arrojó resultados positivos, determinándose que el proyecto es factible: con un Valor Actual Neto (VAN) de 653.559.54 USD, siendo dicho valor mayor que la inversión. La Tasa Interna de Retorno (TIR) fue del 34.43 % y el capital será recuperado en 3,8 años. (Mora, 2018)

### **1.2.2 Plan de negocios para el diseño de un centro SPA**

El realizado en la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, de los autores: Oscar Andrade y Diana Muñoz, en el 2014, titulado “Diseño de un centro de SPA para desarrollar el turismo en Calceta, provincia de Manabí”, cuyo objetivo fue realizar un diseño de un SPA con la finalidad de crear una alternativa turística dirigida a satisfacer las necesidades de relajación del turista y así contribuir al desarrollo del turismo en Calceta.

Para el presente trabajo existen tres ideas fundamentales que se las deben acoger, el turista ya no busca solo bañarse en la playa, busca oportunidades de relajación para descansar de su estrés, lo cual debe ofertar el Resort. La segunda idea es que se debe emplear el procedimiento metodológico del SENPLADES para la planificación de propuestas, de esta manera se presentan proyectos con una estructura sistemática. La tercera idea es que en la Propuesta se debe considerar bien la TIR y el VAN para determinar la factibilidad del Proyecto. (Andrade & Muñoz, 2014)

### **1.2.3 Plan de negocios para la creación del hotel Oikonatura**

El estudio realizado por la Escuela de Administración de Negocios de Colombia cuyas autoras son Silvia Pico Páez y Katherin Rincón Aguirre realizada el año 2014, cuyo título es “Plan de negocio para la creación del Hotel Oikonatura”.

El hotel Oikonatura es un proyecto que nace de la necesidad de crear un espacio totalmente respetuoso a la naturaleza cerca de la ciudad, donde los clientes puedan disfrutar del ambiente ecológico y avistar la fauna y flora de la zona, generando el menor daño posible

al medio ambiente. La idea es ubicar el hotel cerca a Bogotá, para que los turistas puedan disfrutar de la mezcla entre los atractivos de la ciudad y un espacio de tranquilidad, pero sin poner en riesgo ninguna reserva natural o de conservación.

Las autoras centran su atención en estudios de mercado: análisis del sector, características de la competencia, mercado objetivo, herramientas de información del mercado objetivo., adicionalmente desarrollan estrategias de servicio, de precio, de distribución, de promoción. Lo más valioso para considerarse en la implementación del Resort es la realización de estudios de mercado para determinar con mucha claridad las características de la competencia. (Pico & Rincón, 2014)

#### **1.2.4 Plan de negocios para la agencia de viajes Hermes Operator**

En la investigación realizada por David Andrés Albán Moncayo de la Universidad Tecnológica Israel, en el año 2018, titulada “Plan de negocios para la agencia de viajes Hermes Operator Compañía Limitada”. El objetivo general se propone el diseño de un modelo de plan de negocios que contribuya con estrategias para el mejoramiento administrativo y comercial de la agencia de viajes. Se obtuvo como resultado que “las ventas de la agencia de viajes tienen un promedio mensual en el primer semestre del 2018 de USD \$ 77,000 dólares, con una utilidad promedio plan de negocios del 8%, generando un flujo de caja aceptable para el pago a proveedores de manera puntual” (Albán, 2018).

Del trabajo se toma como referencia las estrategias utilizadas porque se considera un giro en el negocio con objetivos enfocados al desarrollo del turismo, con un posicionamiento de la marca, además de que se consideran estrategias de marketing. Puntos necesarios para el desarrollo de la presente investigación.

### **1.3 Cuerpo teórico conceptual**

#### **1.3.1 Industria turística**

El término industrias turísticas incluye aquellas que producen normalmente productos de turismo; equivale al más coloquial denominado sector turístico. En la siguiente lista se especifican esas industrias: “Alojamiento para visitantes; provisión de alimentos y bebidas; transporte de pasajeros por ferrocarril, por carretera, por agua, aéreos; alquiler de equipos de

transporte; actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas; actividades deportivas, culturales y recreativas” (Organización Mundial del Turismo, 2013):

Se puede deducir que las industrias son variadas y de diferente índole, todas brindan comodidad a los visitantes y ofertan servicios de calidad, de manera que garanticen la fidelización de los clientes. Esta acción implica ideas innovadoras, capacitación y oferta de buenos servicios para que atiendan las exigencias de los turistas y dejarles satisfechos.

### **1.3.2 Alojamiento para visitantes**

El alojamiento es una necesidad básica de los turística para descansar, se encuentra en hoteles de bajo presupuesto y de lujo en los principales destinos turísticos para brindar al turista un lugar confortable. “El número de establecimientos en la industria de alojamiento para visitantes se refiere a todos los tipos de establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento a los visitantes con carácter comercial, viajes, o turismo, mediante pago” (Organización Mundial del Turismo, 2013).

Los hoteles son parte de la industria turística, actualmente no solo ofrecen alojamiento y comidas, sino otros servicios según las necesidades del turista como: SPA, gimnasio, guardería, entre otros. “Incluye el suministro de alojamiento, sobre todo para estancias cortas de visitantes. Abarca el suministro de alojamiento amoblado en habitaciones o unidades independientes con cocina, con o sin servicio de limpieza” (Organización Mundial del Turismo, 2013).

### **1.3.3 Resort**

Es aquella palabra que menciona a un complejo turístico con una infraestructura amplia con instalaciones para realizar diversas actividades, que permita al huésped gozar de un descanso placentero, con una comodidad absoluta al momento de vacacionar. Representa una línea de tres productos: hospedaje, alimentación y eventos.

El ocio es valorado como atractivo principal en las estrategias de promoción que consideran el valor simbólico para elegir el producto que represente a la empresa. Más allá de que el ocio sea el mayor atractivo de los resorts las líneas de productos son estructuradas por el concepto de hospitalidad dentro del sistema de valores del hotelería convencional que tiene al hospedaje como negocio principal (Aguiar & Ferreira, 2014, p. 340).

### 1.3.4 Actividades de alojamiento para estancias cortas

Este grupo de actividades son las que marcan la diferencia de un servicio de calidad, aquí es donde se puede marcar la diferencia entre administradores que buscan solo el ingreso económico o empresarios visionarios que crean e infunden la idea entre sus subalternos que lo primero es el visitante, a quien hay que ofrecerle calidad para que se sienta cómodo y sea el mejor promotor de los servicios recibidos. “Incluyen a menudo diversos servicios adicionales, como los de comidas y bebidas, aparcamiento, lavandería, piscina y gimnasio, instalaciones de recreo e instalaciones para conferencias y convenciones” (Organización Mundial del Turismo, 2013, p. 11).

### 1.3.5. Oferta turística en Ecuador

Para el 2015, la oferta del sector turismo en lo que se refiere a alojamiento en Manabí presenta una participación de 649 establecimientos, en un porcentaje de participación que corresponde al 12 % del total de establecimientos de alojamiento. Manabí se encuentra como la segunda provincia con mayor cantidad de alojamiento como se muestra en la tabla 1. (Ministerio de Turismo, 2016)

**Tabla 1:** Número de establecimientos de alojamiento

| Provincias             | Establecimientos | Habitaciones | Plazas  | Porcentaje |
|------------------------|------------------|--------------|---------|------------|
| Azuay                  | 283              | 4315         | 6.453   | 5%         |
| Bolívar                | 53               | 843          | 1.842   | 1%         |
| Cañar                  | 61               | 1.076        | 1.706   | 1%         |
| Carchi                 | 53               | 919          | 1.965   | 1%         |
| Cotopaxi               | 148              | 2.123        | 4.447   | 3%         |
| Chimborazo             | 163              | 2.668        | 6.020   | 3%         |
| El Oro                 | 151              | 3.745        | 6.991   | 3%         |
| Esmeraldas             | 394              | 7.194        | 22.259  | 7%         |
| Guayas                 | 431              | 14.503       | 31.805  | 8%         |
| Imbabura               | 214              | 3.624        | 7.836   | 4%         |
| Loja                   | 204              | 3.798        | 6.991   | 4%         |
| Los Ríos               | 122              | 2.274        | 4.750   | 2%         |
| Manabí                 | 649              | 10.656       | 28.027  | 12%        |
| Morona Santiago        | 82               | 1.500        | 2.955   | 1%         |
| Napo                   | 178              | 2.646        | 6.688   | 3%         |
| Pastaza                | 84               | 1.303        | 3.013   | 2%         |
| Pichincha              | 850              | 15.453       | 32.928  | 15%        |
| Tungurahua             | 357              | 5.806        | 12.849  | 7%         |
| Zamora Chinchipe       | 53               | 764          | 1.482   | 1%         |
| Galápagos              | 202              | 2.204        | 4.864   | 4%         |
| Sucumbíos              | 153              | 3.011        | 5.549   | 3%         |
| Orellana               | 114              | 2.428        | 4.805   | 2%         |
| Sto. Domingo Tsáchilas | 136              | 2.752        | 4.859   | 2%         |
| Santa Elena            | 353              | 5.875        | 17.702  | 6%         |
| Total                  | 5.488            | 101.480      | 228.786 |            |

**Fuente:** MINTUR (2016)

De acuerdo con las cifras expuestas en el boletín de estadísticas turísticas desde el 2011 al 2015 la cantidad de establecimientos registrados dedicados al turismo se incrementó en un 37 %, porcentaje que motiva a establecer que existe una demanda creciente.

### 1.3.6 Establecimientos turísticos según categoría

Por motivo de la presente investigación se considera la participación de los alojamientos según su categoría, para determinar a los resorts se considera a los establecimientos de lujo y de primera categoría, que según la figura su participación es mínima del 14 % aproximadamente del total nacional para el 2015, debido al alto costo de inversión inicial y hospedaje. “A nivel nacional existen 5,488 establecimientos de alojamiento, de los cuales 40 son de lujo (< 1 %), 700 son de primera categoría (12 %), 1,682 son de segunda categoría (30 %), 2,985 son de tercera categoría (54 %), 56 son de cuarta categoría (1 %) y 25 son de categoría única (< 1 %)” (Ministerio de Turismo, 2016)

Para el 2019 en Ecuador se registró solamente 3 resorts de categoría 5 estrellas y lujo ubicados en las provincias del Oro, Esmeraldas y Santa Elena. Mientras que para la provincia de Manabí se registró 305 establecimientos (cantidad inferior al 2015 debido al sismo del 16 de abril del 2016). Y en el cantón de Pedernales donde se ubica la parroquia de Cojimíes se tiene establecimientos distribuidos de la siguiente manera: (Ver tabla 2)

**Tabla 2:** Establecimientos por categorías en el cantón Pedernales

| <b>Categoría</b> | <b>Establecimientos</b> | <b>Habitaciones</b> | <b>Camas</b> |
|------------------|-------------------------|---------------------|--------------|
| 1 estrella       | 6 (22 %)                | 100                 | 317          |
| 2 estrellas      | 13 (46 %)               | 230                 | 831          |
| 3 estrellas      | 7 (25 %)                | 109                 | 336          |
| 4 estrellas      | 2 (7 %)                 | 60                  | 134          |
| Total            | 28                      | 499                 | 1618         |

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2019)

### 1.3.7 Demanda

En lo que respecta a las cifras emitidas por World Tourism Organization (UNWTO), se proyecta que las visitas de extranjeros a Sudamérica crecerán en un 4.6% entre el 2010 y 2030 hasta alcanzar los 58 millones. De conformidad con los datos presentados, se tiene que la demanda por turismo va en constante crecimiento lo que incentiva al desarrollo de la investigación propuesta, con el análisis de todas las variables, que arrojen datos relevantes para la continuidad del trabajo.

### **1.3.8 Plan de negocios**

Es un documento que analiza una oportunidad de negocio y examina su viabilidad técnica, económica y financiera. El plan desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarios para convertir la oportunidad de negocio en un proyecto real. Según Weinberger (2009) “para la creación de nuevas empresas, es necesario y útil desarrollar un plan de negocios que evalúe la probabilidad de éxito de una empresa y reducir la incertidumbre y el riesgo que cualquier actividad no planificada tiene”. (p. 33). Un plan de negocio se escribe de una manera clara, precisa y sencilla, desde los objetivos y detalle de actividades que se desarrollaran y la información financiera para determinar la viabilidad del proyecto

En el plan de negocios por lo general se empieza por el análisis de oportunidades, en la que se descubre la necesidad que existe, en esta etapa también se considera una descripción de productos o servicios. La siguiente etapa es el análisis del entorno y de la industria, en esta etapa se hace un análisis FODA, se evalúa la demanda que exista para saber si el negocio es rentable y aceptar o rechazar el plan de negocio. Después de esto se elabora un plan estratégico en el que se colocan objetivos estratégicos para elaborar un plan de marketing, operacional y recursos financieros y al final determinar la viabilidad.

Al emprender un negocio se considera una planificación, en la que se “Recoge todos los elementos de su formación comercial y de su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio. Contribuyen a un inicio más ordenado en beneficio del emprendedor” (Thomsen, 2009, p. 7).

### **1.3.9 Estudio administrativo y legal**

En el estudio administrativo y legal se analizan factores relacionados a los documentos legales que debe tener un proyecto para su funcionamiento como son: Permisos municipales, permisos de uso de suelo, registro único de actividades económicas (SRI y LUAE) dependiendo del municipio, permiso de manipulación de alimentos y buenas práctica de manufactura (si se trabaja con alimentos), también se debe considerar la normativa legal de acuerdo al giro de cada empresa. (Gerry, Kevan, & Whittington, 2010)

Conjunto de actividades que los emprendedores realizan al iniciar un negocio. Todos los requerimientos que debe aproba un centro de alojamiento se establecen en los siguientes

documentos legales: Reglamento de Alojamiento Turístico, registro de actividad turística, licencia de funcionamiento turístico, permiso sanitario, certificado de salud de empleados, patente municipal, bomberos, licencia ambiental y RUC.

### **1.3.10 Estudio medio ambiental**

Una evaluación ambiental es un estudio requerido para establecer el impacto de un proyecto en particular. Consiste en la evaluación técnica, el impacto económico y los resultados sociales que traerá el proyecto. La evaluación ambiental identificar posibles efectos ambientales, proponer medidas para mitigar los efectos adversos y predice si habrá efectos ambientales adversos significativos, incluso después de que se haya implementado la mitigación. Es un análisis que establece normas para asegurar que una empresa no produzca un deterioro ambiental en su zona de influencia. Aborda relaciones interdisciplinarias en problemas sociales, culturales y científicos relacionados con el medio ambiente.

El Ministerio del Ambiente ha simplificado los trámites para la obtención del registro ambiental con la finalidad de brindar un mejor servicio al ciudadano y simplificar los trámites. El registro ambiental es obligatorio y se obtiene inmediatamente. “Consiste en ingresar información al sistema (SUIA), que valida y genera el documento de autorización ambiental, sin requerir procesos de revisión, observación y aprobación de parte de un técnico. Siendo el proponente del proyecto, el responsable de la información”. (Ministerio de Ambiente, 2018, p.1).

### **1.3.11 Estudio de marketing**

Según Kotler & Armstrong (2012) definen que: “El marketing como el arte y la ciencia de elegir mercados meta y establecer relaciones redituables con ellos” (p. 8). En el diseño de la estrategia de marketing se analiza cinco: Concepto de producción, producto, ventas, marketing y marketing social.

Se denomina marketing mixto, o marketing de las 4P's. La calidad de la estrategia del marketing establecida reside en la permanencia y coherencia de los cuatro elementos que componen la teoría del marketing mix, que podría resumirse de esta forma: el producto correcto en el lugar, precio y momento adecuado. Para ello basta con:

Crear un producto que un grupo de personas en particular desee. Venderlo en un entorno frecuentado regularmente por estos individuos, es decir, ofertar a turistas que buscan un espacio de alojamiento que les permita tener momentos de ocio reparador y aventuras agradables, que se conviertan en un bonito recuerdo de sus vacaciones. Comercializarlo a un precio que corresponda a las expectativas de los clientes. (50 Minutos.es, 2016)

### **1.3.12 Estudio técnico**

Un estudio técnico “Identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita” (Rosales, 2008). En el estudio técnico se elabora un análisis administrativo, legal, económico financiero y de marketing. Los que tienen mayor incidencia son los costos y las inversiones que implementan para la puesta en marcha del proyecto. Por lo expuesto para la elaboración del estudio técnico se tomará como referencia los las industrias turísticas(resort) ubicadas cerca del lugar de estudio como lo es Cojimíes Manabí.

### **1.3.13 Estudio financiero**

Mediante el estudio financiero se analiza la factibilidad del proyecto, porque se cuenta con toda la información sobre inversiones y costos de operación. Para Sapag (2008) “una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se definir el valor de retorno de la inversión en la producción del bien o servicio del proyecto” (p. 31). Se estima el beneficio neto de una inversión de proyecto en función de diferentes situaciones.

El análisis económico ocupa el valor real que un proyecto tiene para la sociedad en su conjunto. Además, cubre los costos y beneficios de los bienes y servicios que no se venden en el mercado. El análisis financiero utiliza los precios del mercado para verificar el balance de la inversión y la sostenibilidad de un proyecto, refleja el costo y valor para la sociedad. Para que un proyecto sea económicamente viable, debe ser financieramente sostenible. Si un proyecto no es financieramente sostenible, no habrá fondos adecuados para operar, mantener y reemplazar activos adecuadamente.

## CAPÍTULO II

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Enfoque metodológico de la investigación

Los enfoques metodológicos determinan el diseño del trabajo de un proyecto de mercadotecnia y, además, constituyen el posicionamiento del investigador frente a la realidad que va a investigar. Como todo proceso de elaboración de conocimiento nuevo, esta investigación persigue la producción de ingresos económicos a través, de la construcción de estrategias de emprendimiento dadas las condiciones sociales de la parroquia de Cojimíes en donde se realiza la investigación.

La metodología utilizada correspondió a un estudio científico, con la aplicación del enfoque y modelo mixto que como explican Hernández, Fernández, & Baptista (2014)

Representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas (...) agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. (p. 21)

El nivel de investigación aplicado es el descriptivo que permitió la realización de un estudio de mercado en la parroquia Cojimíes, donde se realizó el levantamiento de datos con encuestas y entrevistas que posteriormente se procesan y evalúan; por cuanto, “la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (Bernal, 2010, p. 119), al describir tendencias de un grupo de población.

#### 2.2 Población, unidades de estudio y muestra

De acuerdo con Arias, Villasís, & Miranda (2016). “La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados” (p. 27).

Para efectos de la presente investigación se consideró como universo a personas que se encuentran en un nivel de estratificación socioeconómica A (personas que poseen hogares

de hormigón con dos baños, cuentan con al menos un vehículo, servicio de internet en el hogar, redes sociales y el promedio de 4 celulares por hogar), según el informe del INEC 2019 se tiene que a este estrato pertenecen el 1,9 % de la población, también se consideró a las personas que se encuentran en edad de trabajar (PET) que representan el 70,5 % y a la población económicamente activa (PEA) que representa el 68,1 % del Distrito Metropolitano de Quito que para el 2019 cuenta con aproximadamente 2'735.987 habitantes. De allí se tiene que la cantidad de posibles turistas para el resort que se pretende implementar en Cojimíes son:

$$\text{Cantidad de turistas} = \text{Estrato} * \text{PET} * \text{PEA} * \text{Población DMQ}$$

$$\text{Cantidad de turistas} = 1,9 \% * 70,5 \% * 68,1 \% * 2'.735.987$$

$$\text{Cantidad de turistas} = 24.957 \text{ personas por año}$$

De las 24.957 personas turistas por año se determina un flujo mensual correspondiente a 2080 turistas de categoría A, es decir que puedan pagar servicios de lujo o 5 estrellas en resorts. De allí se aplica la fórmula de muestreo probabilístico para poblaciones finitas y se tiene que:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde: N es el tamaño de la población, z representa la confiabilidad (90 % ó 1,645), p y q representan el porcentaje de éxito y fracaso respectivamente con el (50 %) y e representa el error (10 %)

$$n = \frac{2080 * 1,645^2 * 0,5 * 0,5}{0,1^2 * (2080 - 1) + 1,645^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 69,8 \approx 70$$

Es decir, se va a encuestar a 70 personas y como encuesta piloto a 10 personas, en total se trabaja con 80 personas de estratos económicos altos que residan en el DMQ. Para la selección de los encuestados se procedió a realizar un muestreo tipo bola nieve que consistió en encontrar a una persona que cumpla las características de estrato socioeconómico tipo A, y se pidió que recomiende a otra persona con características similares y así sucesivamente.

El investigador se presentó ante las personas encuestadas les explicó el objetivo de la investigación y entregó el cuestionario que contestaron por escrito.

### **2.3 Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información**

De conformidad con Cerón & Cerâon (2006) se manifiesta que: “Los métodos de investigación empírica con llevan a una serie de procedimientos prácticos con el objeto y los medios de investigación que permiten revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto; que son accesibles a la contemplación sensorial”. (p. 186). Estos métodos ayudaron a revelar las características fundamentales de la unidad de estudio, y son el inductivo, deductivo y de análisis estadístico.

El método inductivo viabilizó la obtención de información sobre las principales características que tienen los diferentes establecimientos resort existentes en la provincia de Manabí y a nivel nacional para posteriormente relacionarlos y, posteriormente obtener conclusiones sobre esta relación.

El método deductivo facilitó la búsqueda de información relacionada a las características más relevantes de los diferentes resorts, ubicados en el sector costa, para determinar la influencia que tienen en la selección de los turistas, a partir de conceptualizaciones y fundamentaciones teóricas para llegar a conclusiones generales.

La técnica que se utilizó para la recolección de la información fue la encuesta que se conformó de 3 fases: La primera consiste en datos demográficos (edad, sexo, ingresos), la segunda fase consiste en preguntas para estructuración del resort y la tercera en sugerencias que se deben considerar para el plan de marketing. Se aplicó una encuesta, dirigida a diferentes personas de cantón Quito con el objetivo de establecer su nivel de interés por ir de vacaciones a Cojimíes como se muestra en el anexo 1. Otro instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue la entrevista a dos emprendedores referentes del sector de alojamiento turístico en Cojimíes (Hotel Samay y Paraiso del Atardecer) ver anexo 2.

### **2.4. Formas de procesamiento de la información obtenida**

Los datos constituyen la materia prima en la investigación para que la información apoye el planteamiento del plan de negocios deseado. Es actividad prioritaria del investigador consistió en la aplicación de la encuesta y realizar el procesamiento de la información para

su interpretación y análisis. Una vez aplicado el instrumento se tabularon los resultados y trasladaron los datos a las fichas de recolección donde se perfeccionan, clasifican, analizan los datos y se levanta la información básica relevante sobre la base de un estudio comparativo que permite relacionar los diferentes datos y sacar conclusiones.

Los datos obtenidos se presentaron a través, de tablas de frecuencia y gráficos circulares que facilitaron la explicación de diferentes tipos de evidencias, hallazgos y niveles de construcción del nuevo conocimiento científico. Se realizó un procesamiento electrónico con el empleo de hojas de cálculo. Una vez ingresados los datos, se efectuó los procesos requeridos automáticamente y emite el resultado deseado. La interpretación de esta información recabada mediante el análisis de los resultados de la encuesta, optimizará el planteamiento de la propuesta.

#### 2.4.1 Resultados de la encuesta aplicada

Los resultados demográficos correspondientes a grupo etario, sexo, estudios, ocupación, ingresos mensuales de la muestra encuestada se muestran en la tabla 3.

**Tabla 3:** Datos demográficos de la muestra

|           |                                |           |
|-----------|--------------------------------|-----------|
| Edad      | 18 – 20                        | 2 (2 %)   |
|           | 21 – 30                        | 24 (30 %) |
|           | 31 – 40                        | 22 (28 %) |
|           | 41 - 50                        | 16 (20 %) |
|           | 51 – 60                        | 11 (14 %) |
|           | 61 – 65                        | 4 (5 %)   |
|           | más de 65                      | 1 (1 %)   |
| Sexo      | Masculino                      | 38 (47 %) |
|           | Femenino                       | 42 (53 %) |
| Estudios  | Secundarios                    | 2 (2 %)   |
|           | Superiores                     | 65 (81 %) |
|           | Postgrado                      | 13 (17 %) |
| Ocupación | Estudiante                     | 12 (15 %) |
|           | Empleado público               | 37 (46 %) |
|           | Empleado privado               | 21 (26 %) |
|           | Profesional en libre ejercicio | 10 (12 %) |
|           | Otro                           | 0 (0 %)   |
| Ingresos  | Menos 500 USD                  | 8 (10 %)  |
|           | 500 – 800 USD                  | 14 (18 %) |
|           | 800 – 1200 USD                 | 17 (21 %) |
|           | 1200 – 1500 USD                | 25 (31 %) |
|           | 1500 – 2000 USD                | 11 (14 %) |
|           | más 2000 USD                   | 5 (6 %)   |

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

De los resultados de la tabla 3 se muestra que el grupo predominante son las personas entre 21 a 40 años con un 58 % de participación, las mujeres son mayoría con un 53 %, la mayoría 81 % de los encuestados tienen estudios superiores, el 46 % son empleados de empresas públicas y solamente un 12 % son profesionales en libre ejercicio, finalmente el ingreso más relevante del grupo analizado corresponde al rango de 1200 a 1500 USD, mientras que solamente el 10 % tenía ingresos inferiores a 500 USD porque eran estudiantes que no se encontraban trabajando. Es importante recalcar que estos datos corresponden a un estrato económico A.

El análisis de los resultados de las encuestas se realizó en tres tramos, considerando los ítems del 1 al 5, del 6 al 10 y del 11 al 16. En la tabla 4 se muestran los resultados obtenidos relacionados a los factores que consideran relevantes para una estancia satisfactoria en un resort.

**Tabla 4:** Factores relevantes para la selección del resort

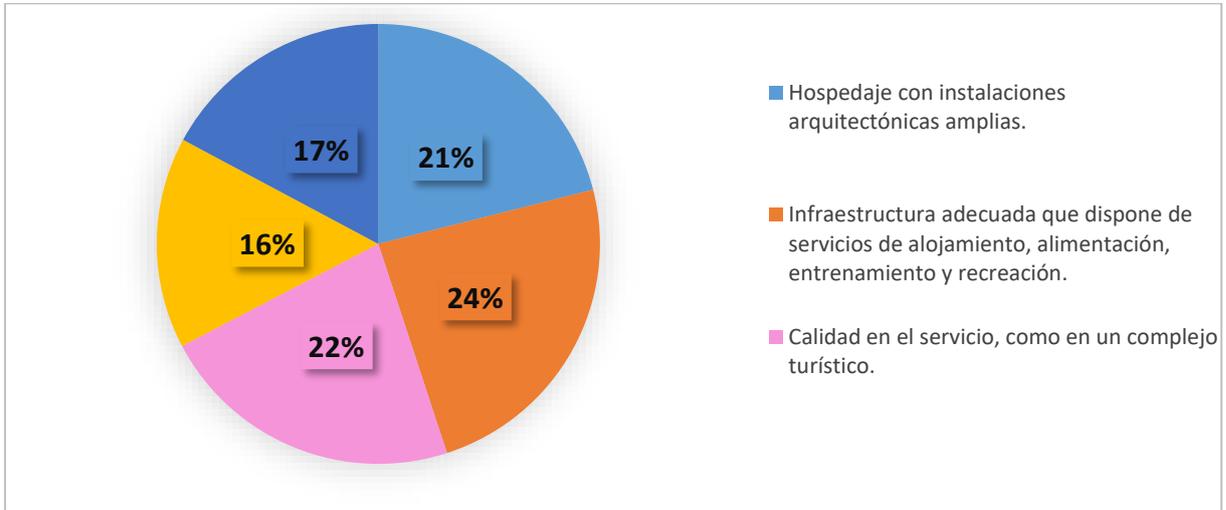
| <b>Razones de preferencia</b> |   |    |
|-------------------------------|---|----|
| 1                             | Hospedaje con instalaciones arquitectónicas amplias.  | 65 |
| 2                             | Infraestructura adecuada que dispone de servicios de alojamiento, alimentación, entrenamiento y recreación.                   | 74 |
| 3                             | Calidad en el servicio, como en un complejo turístico.  | 69 |
| 4                             | Servicio de transporte que permita al turista estar seguro y confiado de llegar a su destino.                                 | 48 |
| 5                             | Visita guiada a la playa, y lugares seleccionados como la isla del amor con información de la cultura e historia de Cojimíes. | 53 |
| 6                             | Variedad de servicios como internet permanente.   | 63 |
| 7                             | Posibilidades de ocio y relax sin salir de resort.  | 67 |
| 8                             | Cercanía a la playa con oleaje moderado.  | 45 |
| 9                             | Actividades recreativas para personas de todas las edades.  | 41 |
| 10                            | Habitaciones amplias, amobladas y accesibles para todos, incluidas las personas con discapacidad por ejemplo silla de ruedas. | 44 |
| 11                            | Ambiente natural con paisajes hermosos.   | 44 |
| 12                            | Precios cómodos para turistas que van en familia.   | 35 |
| 13                            | Pago con tarjetas hasta tres meses sin intereses.   | 60 |
| 14                            | Valoración de su satisfacción al ingreso y salida del resort.   | 38 |
| 15                            | Material de promoción.  | 34 |
| 16                            | Visita guiada a lugares para fotografías  | 62 |

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

En el primer grupo, una mayoría, el 24% de los encuestados prefiere que el Resort disponga de una infraestructura adecuada en cuanto a alojamiento, con una alimentación de calidad y espacios para entretenimiento y recreación. El transporte al lugar donde está ubicado el Resort, es una opción seleccionada por una minoría (16%). En la práctica; sin

embargo, no se deberá descartar este aspecto para velar por la seguridad de los turistas. (ver gráfica 1)

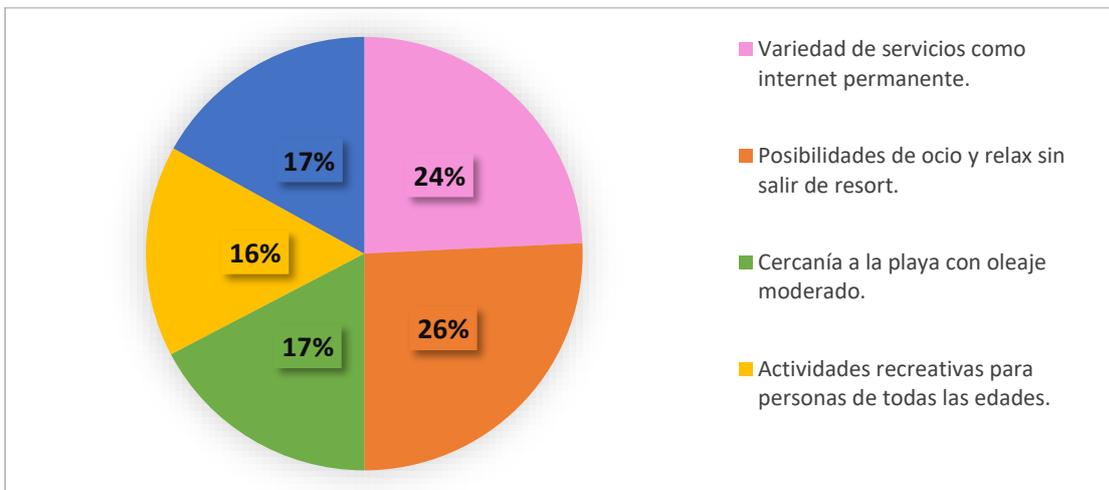


**Gráfica 1:** Factores relevantes para la selección del resort (ítem 1- 5 tabla 4)

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

En el segundo grupo de ítems la opción que mayormente fue seleccionada es la referente a posibilidades de ocio y relax (26%), sin salir del resort. Fue considerado por una minoría (16%) como las actividades recreativas para personas de todas las edades. Un aspecto importante es esta parte es que el resort debe ser inclusivo debido a que existe un mercado potencial que incluye a personas con algún tipo de discapacidad. La vista la frente del mar con lugares de entretenimiento, restaurantes y centros comerciales, ofrecen la mejor opción para todos los gustos. (ver gráfica 2)



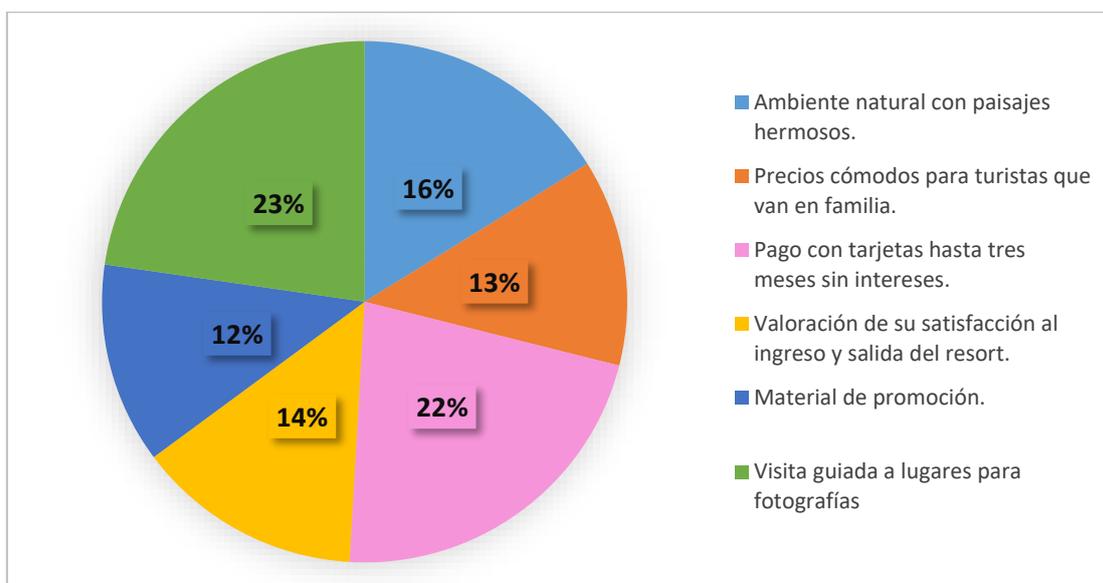
**Gráfica 2:** Factores relevantes para la selección del resort (ítem 5- 10 tabla 4)

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

Los resorts deben publicar tarifas económicas y una economía compartida con alojamientos inusuales. Lograr que el resort atraiga la atención de posibles turistas y mucho menos que lo haga con una reserva, puede parecer un desafío serio. En muchos casos, los administradores compiten por precio y promueven paquetes especiales o descuentos. Si bien los descuentos y las ofertas especiales atraen la atención del público. Si bien esto puede crear un impulso a corto plazo en las reservas, es más complicado crear clientes leales a largo plazo.

En la gráfica 3 se muestra que Al analizar el tercer grupo de ítems la opción referida a visitas guiadas a lugares para tomar fotografías fue seleccionada por la mayoría (23%), aspecto que debe ser considerado para brindar condiciones de seguridad a los turistas para evitar pérdidas de sus cámaras fotográficas. La opción que menos interés produjo (12%) fue la referida a material de promoción.

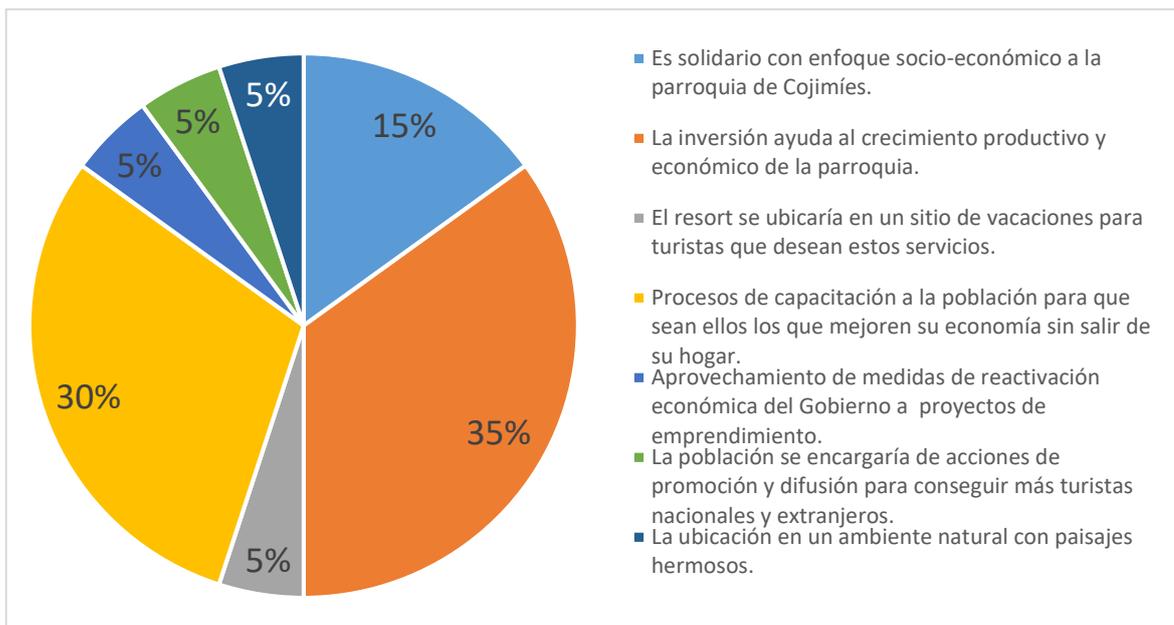


**Gráfica 3:** Factores relevantes para la selección del resort (ítem 11 - 16 tabla 4)

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

En la gráfica 4 se muestra los factores por que se elige el resort. La razón más importante es de tipo social vinculada con que la inversión fomenta el crecimiento productivo de la parroquia con el 35 %, también que los procesos de capacitación a la población mejoran la economía sin salir del hogar (30 %). Las otras opciones tienen un porcentaje de participación mínimo.

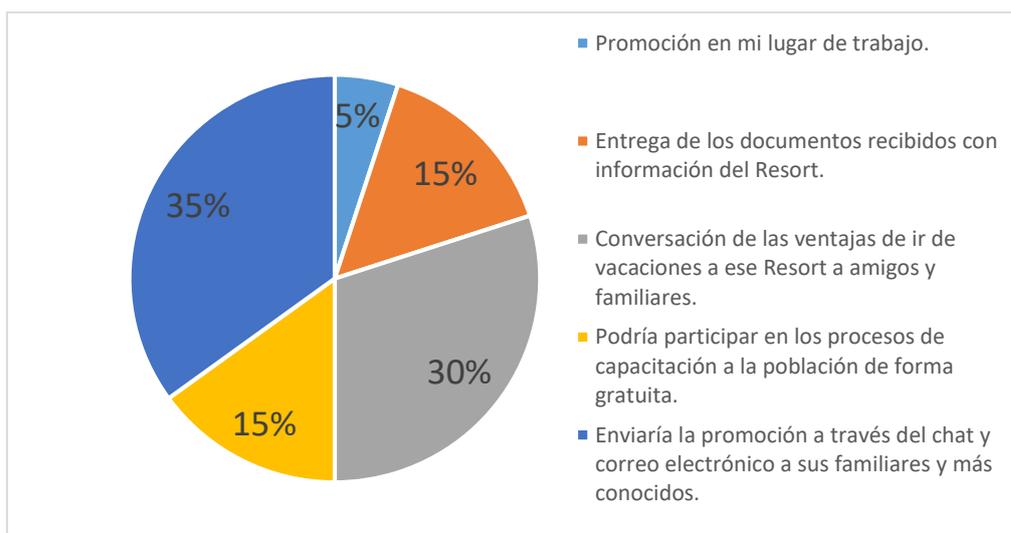


**Gráfica 4:** Factores para elegir el resort

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

En la gráfica 5 se detalla las razones por las cuales se daría a conocer el emprendimiento. Las recomendaciones del lugar a través de chat y correo electrónico a familiares y conocidos es la principal con una participación del 35 %, las conversaciones entre amigos también es un medio de promoción importante con el 30 %, la promoción en el lugar de trabajo es la menos relevante con el 5 %.



**Gráfica 5:** Formas de promocionar el producto

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

## **2.4.2 Resultado de las entrevistas realizadas**

En esta sección se muestra un análisis de las respuestas obtenidas por parte de los emprendedores de alojamiento del sector Cojimíes

### **¿Cuáles son los aspectos más relevantes que buscan los turistas en Cojimíes?**

Los turistas que vienen Cojimíes buscan un ambiente tranquilo en donde puedan disfrutar tiempo con la naturaleza y olvidarse del estrés que se viven en las ciudades. En especial el turista que visita esta parroquia es nacional del sector de la sierra. La playa es un potencial en este sector porque es limpia de arena blanca, y el mar es transparente a diferencia de otras que se ubican más al norte. Además, por la seguridad y la poca oferta de sitios de entretenimiento como bares y discotecas permiten que sea un sitio ideal para familias o parejas

### **¿Cuáles con los problemas que usted ha identificado que alejan a los turistas?**

Los principales problemas en esta región es que es considerada como un pueblo pequeño, no existe una cobertura de agua potable, ni alcantarillado a la red pública. Otro aspecto son los servicios que complementan a los de alojamiento como los servicios de alimentación, entretenimiento, existe una carencia de planes de desarrollo turístico que potencien las bellezas naturales de esta zona, y también existe deficiencia de personas capacitados en turismos porque muchas veces son los pescadores o comuneros que tienen lanchas o botes quienes prestan paseos turísticos. Después del terremoto del 16 de abril que destruyó casas y hoteles y también a restaurantes y por consecuente se redujo el flujo de turistas

### **¿Cuántos días permanece un turista en su Hotel? ¿Cuál es el valor promedio que pagan a diario? ¿Qué servicios adicionales a alojamiento le solicitan?**

Un turista permanece por lo general un fin de semana. Viernes, sábado y domingo al medio día son los días en donde existe mayor flujo de turistas en las playas. El turista promedio gasta 35 a 40 USD solamente en hospedaje de dos días. Los servicios que más solicitan se relacionan a alimentación y guía turística, siempre preguntan sobre lugares donde pueden comer o lugares pueden visitar o que actividades pueden realizar, también solicitan que el local cuente con conexión a internet y servicio de transporte.

**¿Cuál es la temporada donde más turista llegan a su establecimiento?**

La temporada más alta es en julio y agosto debido a que en esta fecha se puede realizar el avistamiento a las ballenas en las playas de esta región. Otro aspecto es que en la sierra los estudiantes se encuentran en vacaciones y vienen a esta zona a conocer sus atractivos. Diciembre también es una época alta de afluencia en especial para navidad y fin de año porque varias personas vienen a visitar a sus familiares.

**¿Considera que el sector turístico en el sector puede convertirse en un potencial de ingresos y fuentes de trabajo?**

Si, el sector turístico puede ser un potencial cuando se trabajen varios aspectos: El primero es mejorar la infraestructura básica (luz, agua y alcantarillado), también se debe potenciar a los pobladores de la región en como emprender en servicios alternos al alojamiento como entretenimiento, artesanías, alimentación, guía turística, operadores turísticos de transporte entre otros.

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN DE NEGOCIOS DE UN RESORT UBICADO EN LA PARROQUIA DE COJIMÍES, PROVINCIA DE MANABÍ**

#### **3.1. Antecedentes**

El resort Coco Playa es el complejo turístico destinado al ocio, con instalaciones amplias destinada a diversas actividades para que el huésped tenga la oportunidad de gozar de un descanso placentero, con una comodidad que cubra y abarque varios aspectos:

Alojamiento de calidad con habitaciones amplias, elegantes, con camas matrimoniales o separadas, ventilación y aire acondicionado porque el sector costero tiene una temperatura promedio superior a los 25 grados. se considerará la instalación de dispositivos que sirvan para eliminar la presencia de insectos y mosquitos, alimentación higiénicamente preparada y saludable. Para el efecto se capacitará a señoras de la comunidad para que aprendan las técnicas ofertadas por un chef profesional, que será contratado en las primeras etapas de funcionamiento del resort. Ropa de cama y toallas completamente esterilizadas, se instalarán máquinas lavadoras, secadoras y el servicio de planchado, que estará a cargo de señoritas de la comunidad que serán capacitadas para el cumplimiento de estas labores.

Oferta de servicios de transporte para el arribo al resort, que incluirá viajes por vía terrestre, para lo cual se establecerán convenios con agencias de turismo y empresas de transporte, con la condición que oferten unidades nuevas, elegantes y que garanticen los mejores servicios y más seguros. Servicios de internet (WiFi), desarrollo de actividades de esparcimiento: recorridos por la playa, visitas a centros poblados cercanos: Pedernales (Manabí), Mompiche (Esmeraldas), recorrido por senderos de la reserva ecológica Mache Chindul, actividades deportivas en los patios del resort: juegos de vóleybol playero, indo futbol, natación en el mar, paseo en lancha por el mar, deportes acuáticos, servicio de masajes.

#### **3.2 Estudio de mercado para la implementación del resort en Cojimíes**

En esta sección se analiza la oferta de servicios de alojamiento y la demanda de turistas en la parroquia de Cojimíes, también se analiza los precios y gastos de un turista promedio para resorts u hoteles de 4 o 5 estrellas.

### 3.2.1 Análisis de la oferta de alojamiento

En la sección 1.3.5 y 1.3.6 se muestra la oferta turística a nivel de la provincia de Manabí y del cantonal Pedernales donde pertenece la parroquia rural de Cojimíes. Se encontró que el crecimiento de establecimientos de alojamiento y de servicios de alimentación a nivel nacional desde el 2011 hasta el 2015 fue del 37 %. Para proyectar el crecimiento de este sector se va a considerar un crecimiento del 2% conforme a la participación del PIB del sector y porque la oferta turista en la zona costera disminuyó debido al terremoto del 16 de abril. En la tabla 5 se proyecta la oferta del 2019 hasta el 2024.

**Tabla 5:** Proyección de la oferta de alojamiento

| Categoría                | Camas cantón Pedernales |      |      |      |      |      |
|--------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|
|                          | 2019                    | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1 estrella               | 317                     | 323  | 388  | 466  | 559  | 670  |
| 2 estrellas              | 831                     | 848  | 865  | 882  | 900  | 917  |
| 3 estrellas              | 336                     | 343  | 350  | 357  | 364  | 371  |
| 4 estrellas              | 134                     | 137  | 139  | 142  | 145  | 148  |
| Total                    | 3637                    | 3670 | 3763 | 3868 | 3990 | 4131 |
| Camas parroquia Cojimíes |                         |      |      |      |      |      |
| 4 estrellas              | 12                      | 12   | 13   | 13   | 13   | 14   |
| Personas                 |                         |      |      |      |      |      |
| /día                     | 24                      | 24   | 26   | 26   | 26   | 28   |
| Total                    | 327                     | 330  | 339  | 348  | 359  | 372  |

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2019)

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

Del GAD Pedernales se señala que la oferta de la parroquia de Cojimíes representa el 9% del total cantonal. De allí se tiene que en el sector de Cojimíes existe alrededor de 12 camas en hotel de 4 estrellas. Esta realidad evidencia que un resort de calidad con la suficiente promoción y difusión va a tener buena acogida, especialmente por turistas que buscan un sitio para disfrutar de horas de ocio y esparcimiento para superar los momentos de tensión y de estrés que se viven en la ciudad.

### 3.2.2 Análisis de la demanda de alojamiento

Para el análisis de la demanda se va a considerar a la población de estrato económico alto del DMQ que en la sección 2.2 se determinó aproximadamente 24.957 personas por año y mensualmente aproximadamente 2080 turistas. Con esta información y con un crecimiento demográfico anual del 1,5 % según datos del INEC se tiene que: (ver tabla 6)

**Tabla 6:** Proyección de la demanda de alojamiento en Cojimíes

| Turistas  | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|
| Mensuales | 2080 | 2111 | 2143 | 2175 | 2208 | 2241 |
| Día       | 69   | 70   | 71   | 73   | 74   | 75   |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

Es decir, que para cada día se tiene una oferta promedio de 70 personas de categoría A.

### 3.2.3 Mercado insatisfecho en Cojimíes

El mercado insatisfecho se calcula con la diferencia entre la oferta y la demanda de la zona. La tabla 7 muestra la proyección del mercado insatisfecho en Cojimíes.

**Tabla 7:** Mercado insatisfecho de alojamiento en Cojimíes

| <b>Turistas</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Oferta          | 24          | 25          | 25          | 26          | 26          | 27          |
| Demanda         | 69          | 70          | 71          | 73          | 74          | 75          |
| Insatisfecho    | 45          | 46          | 46          | 47          | 47          | 48          |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

Es decir que existe un mercado insatisfecho de 45 personas día, lo que equivale a 25 camas, o 15 habitaciones. De este mercado insatisfecho se va a considerar para este proyecto un total de 15 habitaciones porque la demanda calculada solamente se considera Quito y esta puede aumentar si se considera otros mercados nacionales o turistas extranjeros que tengan mayor capacidad de pago.

### 3.2.4 Proyección de precios

Según el boletín de indicadores turísticos del Ministerio de Turismo en el mes de abril del 2019 se tiene que un turista promedio en un hotel de lujo (5 estrellas) paga alrededor de 122 USD día y para un hotel de 4 estrellas cancela 76 USD. La tabla 8 muestra la proyección del pago diario de un turista en hoteles de 5 estrellas y 4 estrellas respectivamente.

**Tabla 8:** Tarifa promedio diario

| <b>Hotel</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 5 estrellas  | \$ 122,00   | \$ 127,00   | \$ 132,00   | \$ 137,00   | \$ 142,00   | \$ 147,00   |
| 4 estrellas  | \$ 76,00    | \$ 78,00    | \$ 80,00    | \$ 82,00    | \$ 84,00    | \$ 86,00    |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

Es decir, que un cliente promedio en un resort en Cojimíes puede pagar por su hospedaje, alimentación y servicios varios (no incluye masajes o servicios que requieran personal) entre 122 USD a 76 USD por día.

### 3.3 Estudio administrativo y legal

La creación de un negocio con características innovadoras como la incorporación de la población en el proceso de funcionamiento, requiere determinar las fuerzas que guían la estructura de la empresa para que cuente con una administración correcta. En las siguientes líneas se definen la visión, misión, valores corporativos, objetivos y estructura que, en esencia, contestan a las preguntas de la organización y gestión empresarial que implica un trabajo continuo en función de una serie de pasos secuenciales que inician desde la interacción con el cliente hasta el funcionamiento pleno del resort.

Para determinar los componentes es necesario partir de algunos elementos:

Nombre del Resort: Coco Playa

Nombre seleccionado por dos elementos visibles en el entorno: los árboles de coco con sus frutos apetecibles y las playas con un paisaje maravilloso, presente en los espacios que circunda a lo que será el Resort. A continuación, se presentan una imagen de lo mencionado:



**Gráfica 6:** Elementos del entorno de resort Coco Playa  
**Fuente:** (Gómez, 2014)

El logo es la representación gráfica en la que se promociona en forma concreta las actividades de una empresa, destacando las potencialidades y ventajas que se ofertan a sus posibles usuarios o clientes. En el caso del Resort, se han seleccionado dos elementos claves que se encuentran en el entorno inmediato: los sembradíos de palmeras de cocos, para ofertar directa o indirectamente un refresco: el agua de coco, tan apetecido, especialmente, en los momentos de calor, o la sombra que cobija los árboles de coco para que los turistas tomen sus momentos de descanso en la forma más agradable. El segundo elemento muy visible y que circunda al Resort son las playas, con un paisaje que invita a tomar baños de sol, a

meterse en el agua, realizar actividades acuáticas, o pasear caminando suavemente, disfrutando de la brisa y la arena del mar.

Se ha diseñado este logo con dos elementos que se aspira se internalicen en la mente del usuario de este complejo turístico para que lo evoque con alegría por los bellos momentos pasados en él, o con nostalgia, porque los días pasaron muy rápidamente y ya le tocó reintegrarse a su vida normal; pero, con la conjunción de esos dos sentimientos hacerse la promesa que en una próxima oportunidad regresará.



**Gráfica 7:** Logo resort Coco Playa  
**Realizado por:** Rafael Vintimilla

*Slogan:* Considerado como una idea fuerza: Maximiza tus horas de ocio en un Resort paradisiaco.

### **3.3.1 Misión**

Ofrecer una gama de servicios que satisfagan plenamente a los turistas visitantes sobre la base de una atención personalizada que no descuide ningún detalle en las habitaciones, baños, restaurant, playas y lugares de excursión.

### **3.3.2 Visión**

Convertirse en el mejor Resort de la costa manabita por la excelencia en su alojamiento, calidad en su gastronomía, servicios y actividades que cautiven a sus visitantes, para que luego de su estadía lo conserven como un bello recuerdo en su espíritu.

### 3.3.3 Valores corporativos

El personal directivo, funcionarios, empleados y servidores del resort se internalizarán y pondrán en práctica los siguientes valores corporativos: Lealtad como una expresión de calidad humana, deseo de servir a los demás con transparencia, aceptación del trabajo turístico como una responsabilidad de crecimiento personal, grupal y comunitario, convencimiento de que la satisfacción de las exigencias del turista es un reto para todos los que hacen el resort Coco Playa

### 3.3.4 Objetivos empresariales

Desarrollar un emprendimiento que permita la aplicación de los conocimientos adquiridos en el centro universitario, en la Carrera de Administración de Empresas y que favorezca al mejoramiento de las condiciones socio- económicas de los miembros de la comunidad. Comprometer a las autoridades de la parroquia Cojimíes para que colaboren en la selección adecuada de comuneros que pasen a prestar sus servicios en el Resort. Lograr la capacitación del personal que se incorpore como prestadores de servicios en el Resort.

### 3.3.5 Aspectos administrativos

En la tabla 9 se detallan los diferentes permisos que se deben obtener, así como las instituciones gubernamentales ante las cuales se debe realizar el trámite correspondiente, la frecuencia de pago y el responsable de cumplir con la exigencia determinada.

**Tabla 9:** Permisos que se deben obtener para la implementación

| Detalle de permisos                | A quien se debe pagar           | Frecuencia de pago | Quien debe pagar   |
|------------------------------------|---------------------------------|--------------------|--|
| Registro Actividad Turística       | Ministerio de Turismo           | Sólo 1 vez         | Personas Naturales y Jurídicas                                   |
| Licencia de Funcionamiento Turismo | Ministerio Turismo / Municipios | Anual              | Personas Naturales y Jurídicas                                   |
| Permiso Sanitario                  | Ministerio Salud                | Anual              | Personas Naturales y Jurídicas                                   |
| Certificados de Salud Empleados    | Ministerio Salud                | Anual              | Personas Naturales y Jurídicas                                   |
| Patente Bomberos                   | Municipio<br>Cuerpo de Bomberos | Anual<br>Anual     | Personas Naturales y Jurídicas<br>Personas Naturales y Jurídicas |
| Licencia Ambiental                 | Municipio                       | Anual              | Personas Naturales y Jurídicas                                   |
| RUC                                | SRI                             | -                  | Personas Naturales y Jurídicas                                   |

**Fuente:** Hoteles Ecuador. (2016). Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben Cumplir los Establecimientos de Alojamiento, [www.estrucplan.com](http://www.estrucplan.com)

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

### **3.3.6 Aspectos ambientales**

En forma precisa en el funcionamiento del resort se debe tomar algunas prevenciones que se detallan a continuación:

Conservación geomorfológica del suelo, es decir respetar la estructura geológica del suelo que en este caso fundamentalmente es arenoso. Se debe considerar esta parte para el área constructiva que debe tener un diseño especial para asegurar la consistencia y durabilidad en el futuro.

Prevención de la contaminación de los suelos como consecuencia de la actividad propia del Resort. Para el efecto el manejo de la basura y de los residuos sólidos y líquidos debe realizarse técnicamente para no tener tropiezos en el futuro.

Protección de la vegetación, especialmente en el área circundante a la ubicación de las palmeras.

Protección de la contaminación acústica. Si determinados grupos de turistas desean tener espacios de recreación musical, el lugar donde se desarrolle esta actividad deberá contar con aislamiento acústico, para no interrumpir el descanso de otros turistas y de la comunidad en general.

Protección del sistema hidrológico circundante al sector del Resort para lo cual se debe conservar en las mejores condiciones el acceso del líquido vital y el manejo de la evacuación de las aguas servidas.

### **3.4 Estudio de Marketing**

Es importante reconocer que en este siglo XXI, por el proceso de globalización de la economía se producen variados cambios, uno de ellos es que hoy todo gira en torno al cliente con una visión estratégica del marketing. "El proceso de marketing consiste en analizar las oportunidades que el mercado nos brinda, investigando y seleccionando los nichos adecuados y diseñando y planteando estrategias". (Muñiz González, 2014, p. 52).

En este sentido, el análisis del mercado es la clave para el reconocimiento de las necesidades de los potenciales clientes y de sus demandas para obtener resultados satisfactorios en un emprendimiento.

### 3.4.1 Análisis F.O.D.A.

El análisis FODA permitirá determinar en la actualidad la situación en que se encuentra la empresa en cuanto a los aspectos internos y externos. Con este estudio se pretende diseñar un plan de marketing que ayude a la empresa a obtener mejor resultados.



**Gráfica 8:** Análisis FODA del entorno de resort Coco Playa  
**Fuente:** Rafael Vintimilla

### 3.4.2 Estrategias de promoción

Entre las estrategias de promoción se puede desarrollar en el proyecto son:

- Se debe buscar la manera de incluir los atractivos turísticos más innovadores dentro del itinerario de recorridos en la zona. Se podrá negociar con cierto grupo de agencias o medios de comunicación que nos ayuden en la difusión del Hotel.
- Las personas o turistas que visiten el Hotel pueden escoger varias actividades recreacionales gratuitas, además serán acompañados de un guía que servirá de apoyo y aportación de información sobre el medio ambiente y el turismo ecológico.

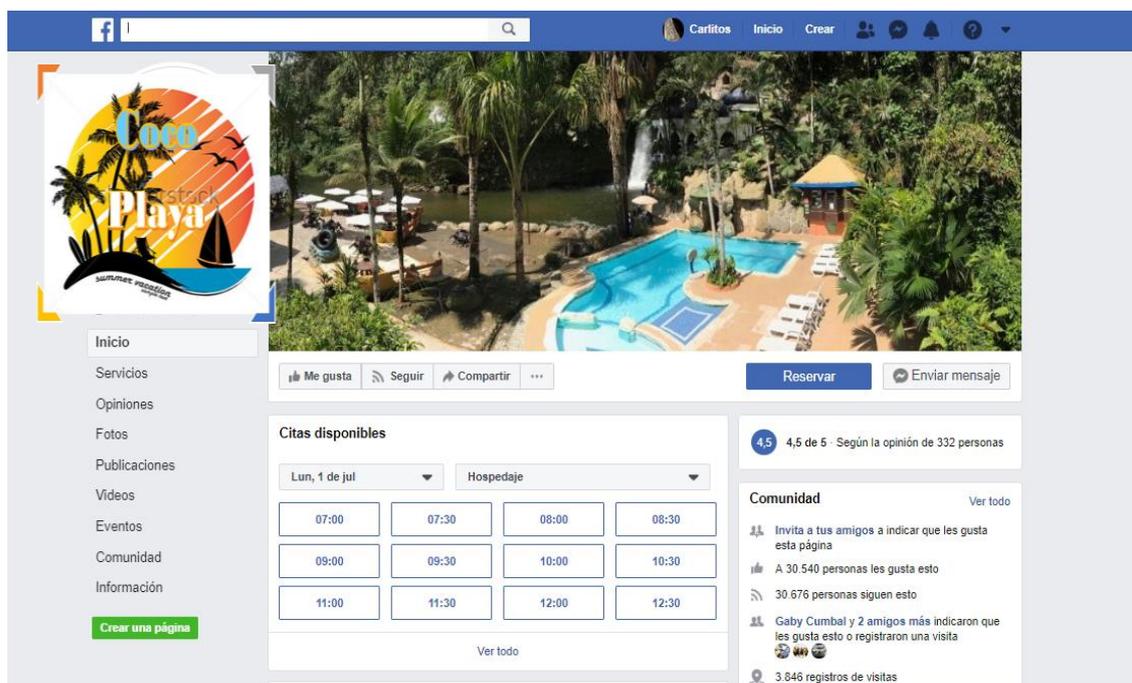
- Ofrecer descuentos a los turistas o visitantes que lleguen en grupo, podrán también aprovechar de los paseos en botes con ambiente agradable gratis y puedan disfrutar del deporte.

### 3.4.3 Publicidad

Se realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: Ubicación, precios, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y de eco-turismo, además obtendrán contacto con la naturaleza que caracteriza a Cojimíes. Dicha campaña se lo realizará por medio digital que se encargará de crear una manera más eficiente de comunicar los servicios del hostel. Entre las herramientas que se usarán están los medios de comunicación como: Sitio web, páginas electrónicas, redes sociales, Revistas especializadas de negocios y periódicos nacionales:

Se harán publicaciones en las revistas nacionales especializadas en turismo, adicionalmente se aprovechará los artículos en los periódicos nacionales de mayor circulación en el mercado que se refieran al turismo en el Ecuador y así presentar al mercado una nueva opción para recrearse en compañía de la naturaleza.

La gráfica 9 muestra el diseño de la fan page del resort Coco Playa



**Gráfica 9:** Fan Page resort Coco Playa

**Fuente:** Rafael Vintimilla

### **3.4.2 Estrategias de servicio**

Como este negocio se realizará con la participación de la comunidad, habrá personas que se acerquen a los visitantes creando un ambiente agradable, de confianza y se puedan sentir como en casa, y se ofrezcan servicios de preferencias de los turistas.

### **3.4.3 Canales de distribución**

Otros Hostales ya existentes no tienen una herramienta formal para la distribución de sus productos en sí de la promoción de sus servicios turísticos, muchas personas no conocen los canales de distribución formales.

Se puede apreciar que los otros servicios hoteleros no realizan promoción en sus servicios turísticos y son poco innovadores, por lo que las personas encuestadas no han conocido los canales formales, más bien utilizan canales o promociones informales como es la publicidad de “boca a boca”. También existen otros medios como son la televisión, volantes, afiches, banners que muestran el valor de la publicidad dando a conocer a los encuestados el tipo de servicio que se ofrecerá.

Por otro lado, el canal de promoción que las personas o turistas desean para conocer el Archipiélago es la televisión, siendo este un medio muy costoso, no sería muy considerado en nuestro proyecto, pero no descartamos la posibilidad de trabajar con radiodifusoras por ser la opción más pedida por los potenciales turistas que visitan este lugar.

## **3.5 Estudio Técnico**

Después de determinar el tamaño del resort se procede a realizar el estudio técnico que analiza y determina el funcionamiento adecuado de los recursos para brindar un buen servicio a los huéspedes.

### **3.5.1 Descripción del servicio que ofrece el resort**

El funcionamiento del resort implica la estructuración de un conjunto de elementos físicos y humanos para la prestación de un servicio con características de satisfacción, para lo cual como lo expresan: Para la realización del proceso de servicios es necesario contemplar los siguientes elementos: (ver tabla 10)

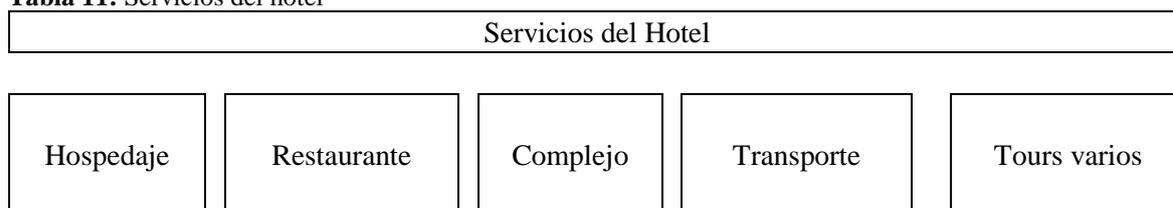
**Tabla 10:** Elementos de los procesos de servicio

| <b>Elemento</b>      | <b>Descripción</b>   |
|----------------------|--|
| Cliente              | Es el elemento de mayor importancia porque sin cliente no hay servicio.  |
| Soporte Físico       | Es todo el ambiente con el que tienen contacto el cliente: alojamiento, restaurant, actividades de visita a la playa, eventos deportivos, artísticos y en especial con el personal que brinda el servicio. |
| Personal de contacto | Es todo el personal empleado por la empresa que vaya a tener contacto directo con el cliente.  |
| Servicio             | Es el resultado de los tres elementos anteriores: el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, los tres elementos logran la satisfacción del cliente.  |

**Fuente:** (Colmenares & Saavedra, 2007)

El servicio que se brinda a los turistas está basado en la atención al cliente, tales como el hospedaje, restaurante, complejo turístico, transporte y tours varios. El hotel se encuentra rodeado de áreas verdes y muchos lugares naturales que se pueden visitar. (Ver tabla 11)

**Tabla 11:** Servicios del hotel



**Realizado por:** Rafael Vintimilla

Detallando los servicios que el hostel va a ofrecer podemos encontrar:

**Servicio de hospedaje:** El Hostal constará de 15 habitaciones, las cuales estarán divididas en: 5 habitaciones matrimoniales de 24 metros cuadrados con camas de tres plazas, dos veladores, una cómoda, un closet, un escritorio con dos sillas, baño con servicio de agua caliente, inodoro y lavamanos. Todos los implementos y localidades serán aseados y desinfectados diariamente. Un televisor con servicio de televisión por cable, 5 habitaciones dobles con camas de dos plazas, un velador entre las camas, closets y el baño con las especificaciones ya descritas en las habitaciones matrimoniales, El servicio de televisión incorporado de igual manera. Tres habitaciones cuádruples para grupos familiares con una cama de dos plazas y tres camas de plaza y media, las demás comodidades y los servicios de aseo y desinfección realizados diariamente y cuando el turista lo solicite, con capacidad para recibir a 30 personas, cada habitación tendrá acabados 4 estrellas con la temática de un resort costero.

**Servicio de restaurante:** El Hostal contará con el servicio de restaurante que atención de calidad y variedad de comida sea esta típica de la región. El servicio de restaurant se encontrará dividido en dos, una parte correspondiente a primera clase en donde la calidad alcanzará los estándares más altos exigidos a nivel mundial, mientras que la segunda clase los estándares sean poco menores, pero siempre cumpliendo las exigencias de los turistas. Otro servicio del restaurante es de bar discoteca una sección que permitirá la recreación nocturna de los huéspedes y de turistas que visiten la región. Con capacidad para cincuenta personas.

**Servicio de complejo:** Es área de recreación para las personas y la familia, contará con piscina, sauna, turco, hidromasaje. Adicionalmente se contará con juegos recreacionales, canchas deportivas, paseos dentro de las instalaciones y lugares cercanos con el fin de fomentar la naturaleza. También se contará con un área destinada a la realización de eventos, conferencias y ferias sociales.

**Transporte terrestre:** Se contará con el servicio de transporte desde que el turista al terminal más cercano o a un lugar especificado por las diversas operadoras turísticas

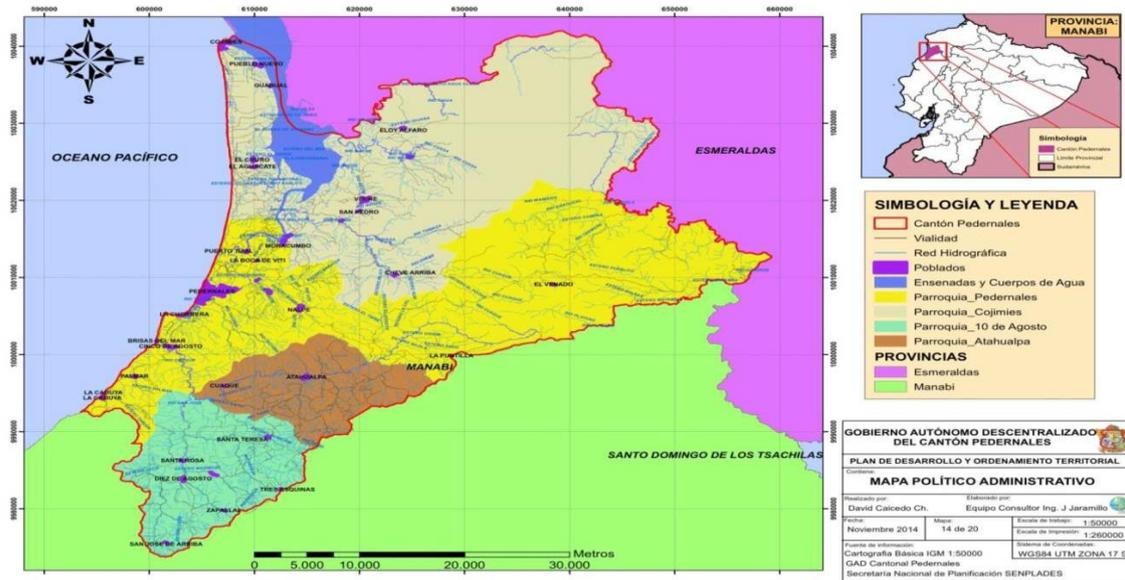
**Tours Varios:** Mediante alianzas con agencias de viajes se podrá implementar un servicio de tours varios a los turistas que no tengan un itinerario fijo durante sus días de estadía. Serán variadas y contemplan recorridos por las comunidades cercanas, también se harán recorridos por la Reserva de Mache Chindul, de la isla del amor y el desarrollo de deportes acuáticos. Se incluirán actividades culturales con participación directa de miembros comunitarios: se contará con presentación de bailes con ropa del sector manabita, declamación de “amores finos”, presentación de pintores de paisajes o de retratos, presentación de productos artesanales, peinado de las damas al estilo costeño, realización de pasarelas con vestidos playeros.

Todas estas actividades con participación de los protagonistas que deberán ser oriundos de la zona, podrán ser ubicadas con la ayuda de las autoridades. Se establecerán las condiciones económicas para su presentación, costos que estarán a cargo del Resort y que no implicará un mayor gasto para los turistas. Eso sí se debe aclarar que serán considerados en el Estudio Técnico, en lo referente a la operación, dentro de la ficha técnica del servicio.

### 3.5.2 Ubicación geográfica

#### Macro localización

La parroquia Cojimíes está localizada en el cantón Pedernales, provincia de Manabí, está ubicada al Norte del territorio cantonal, con un área de 796,34 Km<sup>2</sup> y una población proyectada al 2015 de 15.061 habitantes. El filo costero parroquial alcanza una longitud de 24 Km., constituyendo el 44,45% del borde de playa del cantón que es de 54 kilómetros. (Ver gráfica 10)



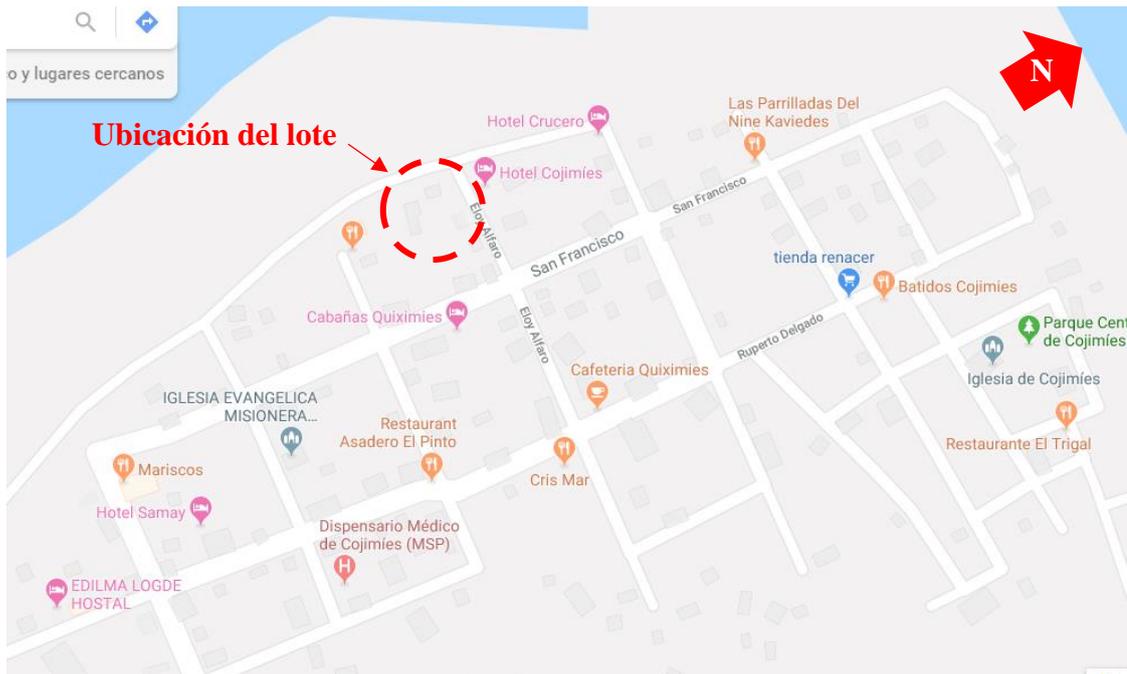
**Gráfica 10:** Mapa político del cantón Pedernales

**Fuente:** GAD cantón Pedernales, Secretaría Nacional de Planificación SENPLADES

En su territorio se encuentra aproximadamente el 95% del área de la Reserva Ecológica Mache Chindul, considerada área de Patrimonio Ambiental Natural del Ecuador, PANE, que tiene una extensión total en el cantón de 374,28 Km<sup>2</sup>., el 5% restante se encuentra en la parroquia Pedernales. Esta área es considerada como un espacio para ser conocida en paseos y excursiones, con la participación de guías que trabajan en la Reserva Ecológica.

#### Micro Localización

Este proyecto se ubica en la parroquia Cojimíes en la orilla de la playa entre las calles San Francisco y Eloy Alfaro (ver figura 11), en un lote de terreno de 500 m<sup>2</sup>. Este lote de terreno se encuentra a 500 metros del parque central y de la iglesia que son los puntos de referencia de la parroquia.



**Gráfica 11:** Ubicación del lote de terreno del proyecto  
**Fuente:** Google Maps

### 3.5.2.1 Clima

El cantón Pedernales posee un clima Tropical Semiárido, cálido seco en verano, entre los meses de junio a noviembre, y cálido lluvioso de diciembre a mayo. Según el Sistema Nacional de Información (2013) en los 1965,98 Km<sup>2</sup> del cantón se presenta dos regiones climáticas claramente diferenciadas: Tropical mega térmico seco y tropical mega térmico semihúmedo.

La región climática tropical mega térmico seco, que representa aproximadamente el 10% del territorio, está formada por el filo costero Suroccidental comprendido por el área de influencia de los centros poblados y/o localizaciones: Pedernales, La Chorrera, Brisas del Mar, Coaque, Palmar, La Cabuya, Santa Rosa, 10 de agosto y San José de Arriba. En tanto que la región climática mega térmico semihúmedo influencia a aproximadamente el 90% del territorio cantonal, incluyendo la parroquia Cojimíes ubicada al norte del cantón. La zona sur de Pedernales es una zona transitoria entre húmedo, tropical y sabana, mientras que su zona Norte y Oriental es montañosa y húmeda tropical.

### 3.5.3 Proceso de servicio del resort Coco Playa

Para el buen funcionamiento de las actividades del hotel se va a necesitar de la mano de obra y también de los insumos necesarios para que los turistas pasen un momento agradable.

**Infraestructura:** El medio ambiente es de suma importancia decorar el hotel, en la cual existió diferentes elecciones de tipo de construcción de materiales que se detallan en la tabla 12. “Las habitaciones deberían estar orientadas hacia el norte (la parte más fresca) y las salas comunes hacia el sur (la más luminosa)”. El resort a implementar tiene una superficie de construcción aproximada de 400 m<sup>2</sup>, según información del Universo (2013), se conoce que el metro cuadrado de construcción para el 2013 para la región costera de Daule es de 400 USD por metro cuadrado. Si se proyecta este valor al 2019 se tiene que el valor del metro cuadrado de construcción es de 650 USD. Para la construcción de la infraestructura los costos correspondientes se muestran en la siguiente tabla 12

**Tabla 12:** Obra civil

| <b>Puesta en marcha</b> |                          |                |                 |                 |                     |
|-------------------------|--------------------------|----------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| <b>Concepto</b>         | <b>Detalle</b>           | <b>Unidad</b>  | <b>Cantidad</b> | <b>Precio U</b> | <b>Total</b>        |
| Obra Civil              | Construcción de edificio | m <sup>2</sup> | 400             | \$650,00        | \$260.000,00        |
| Obra Civil              | Construcción complejo    | m <sup>2</sup> | 400             | \$150,00        | \$60.000,00         |
|                         | Imprevistos 15%          |                |                 |                 | \$48.000,00         |
| <b>Total</b>            |                          |                |                 |                 | <b>\$368.000,00</b> |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

**Decoración Interior:** Cada habitación contará con un televisor de 20 pulgadas LCD, cama de lujo, armarios, sillones, y decoración varia. Ver tabla 13

**Tabla 13:** Decoración interior del resort

| <b>Decoración Interior</b> |                                  |                 |                 |                    |
|----------------------------|----------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
|                            | <b>Detalle</b>                   | <b>Cantidad</b> | <b>Precio U</b> | <b>Total</b>       |
| Televisor                  | Televisor LG de 20 Pulgadas      | 15              | \$700,00        | \$10.500,00        |
| Cama                       | Cama de lujo varios tamaños      | 15              | \$900,00        | \$13.500,00        |
| Armarios                   | Armarios varios tamaños          | 15              | \$450,00        | \$6.750,00         |
| Decoración                 | Artículos decoración pasillos    |                 | \$2.000,00      | \$2.000,00         |
| Decoración                 | Artículos de decoración Interior |                 | \$2.000,00      | \$2.000,00         |
|                            | Imprevistos 15%                  |                 |                 | \$5.212,50         |
| <b>Total</b>               |                                  |                 |                 | <b>\$39.962,50</b> |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

**Recepción, sala de espera y seguridad:** Se necesitan los siguientes equipos para el área de atención al cliente. (Ver tabla 14)

**Tabla 14:** Recepción, sala de espera y seguridad

| <b>Recepción, sala de espera y seguridad</b> |                          |                 |                 |                   |
|--|--------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|
|  | <b>Detalle</b>           | <b>Cantidad</b> | <b>Precio U</b> | <b>Total</b>      |
| Computador                                   | Computador Core I7       | 2               | \$900,00        | \$1.800,00        |
| Sistema de seguridad                         | Cámaras de seguridad     | 20              | \$75,00         | \$1.500,00        |
| Monitor                                      | Monitor para seguridad   | 1               | \$300,00        | \$300,00          |
| Muebles                                      | Artículos varios oficina | 1               | \$5.000,00      | \$5.000,00        |
|  | Imprevistos 15%          |                 |                 | \$1.290,00        |
| <b>Total</b>                                 |                          |                 |                 | <b>\$9.890,00</b> |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

**Restaurante:** Se necesitan los siguientes equipos para el área de la cocina y el restaurante. En la tabla 15 se detallan los equipos requeridos para la implementación.

**Tabla 15:** Restaurant para resort

| <b>Restaurante</b> |                            |                 |                 |                    |
|--------------------|----------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
|                    | <b>Detalle</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Precio U</b> | <b>Total</b>       |
| Cocina             | Cocina Industrial          | 3               | \$2.000,00      | \$6.000,00         |
| Utensilios         | Utensilios de cocina       | 1               | \$2.000,00      | \$2.000,00         |
| Vajilla            | Vajilla para restaurante   | 1               | \$1.000,00      | \$1.000,00         |
| Mesas              | Mesas para el restaurante  | 15              | \$400,00        | \$6.000,00         |
| Decoración         | Decoración del restaurante | 1               | \$2.000,00      | \$2.000,00         |
| Cocina Bar         | Cocina para bar            | 2               | \$1.000,00      | \$2.000,00         |
| Mesas Bar          | Mesas para el bar          | 15              | \$250,00        | \$3.750,00         |
| Decoración         | Decoración del bar         | 1               | \$5.000,00      | \$5.000,00         |
| Varios             | Caja, recepción            | 1               | \$2.500,00      | \$2.500,00         |
|                    | Imprevistos 15%            |                 |                 | \$4.537,50         |
| <b>Total</b>       |                            |                 |                 | <b>\$34.787,50</b> |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

**Transporte:** La tabla 16 muestra los equipos que se requieren

**Tabla 16:** Transporte para resort

| <b>Transporte</b> |                 |                 |                 |                    |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|
|                   | <b>Detalle</b>  | <b>Cantidad</b> | <b>Precio U</b> | <b>Total</b>       |
| Furgoneta         | Vehículo Van    | 1               | \$20.000,00     | \$20.000,00        |
|                   | Imprevistos 15% |                 |                 | \$3.000,00         |
| <b>Total</b>      |                 |                 |                 | <b>\$23.000,00</b> |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

La tabla 17 muestra el resumen de la inversión inicial para la puesta en marcha del resort Coco Playa

**Tabla 17:** Inversión inicial

|                                       |                     |
|---------------------------------------|---------------------|
| Obra civil                            | \$368.000,00        |
| Decoración interior                   | \$39.962,50         |
| Recepción, sala de espera y seguridad | \$9.890,00          |
| Restaurante                           | \$34.787,50         |
| Transporte                            | \$23.000,00         |
| <b>Total</b>                          | <b>\$475.640,00</b> |

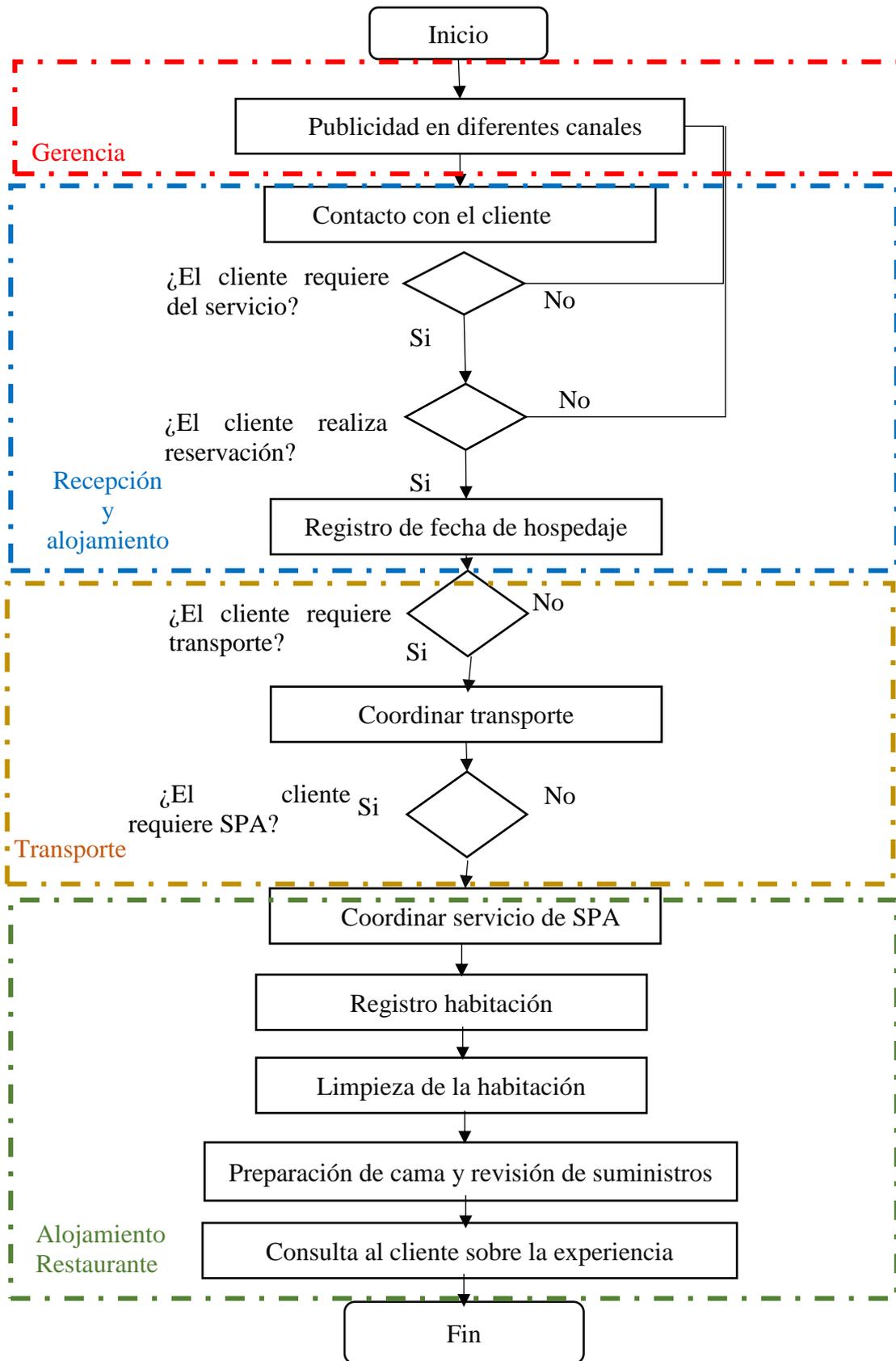
**Realizado por:** Rafael Vintimilla

### 3.5.4 Distribución del hotel

El anexo 3 muestra la distribución del hotel que constará de tres plantas y un complejo deportivo y recreacional para que pueda ser usado por los huéspedes o personas que requieran solamente el servicio del complejo. En la planta baja se ubicará una cancha deportiva de fútbol, una cancha de vóley y una cancha de básquet, también se construirá una piscina techada, con un cuarto de sauna y otro de turco, adicional en esta misma planta se encuentra la recepción y el salón de masajes y SPA. En la planta alta se construirá las habitaciones triples y dobles y con vista al mar se construirá las habitaciones matrimoniales.

### 3.5.5 Flujograma del proceso de hospedaje

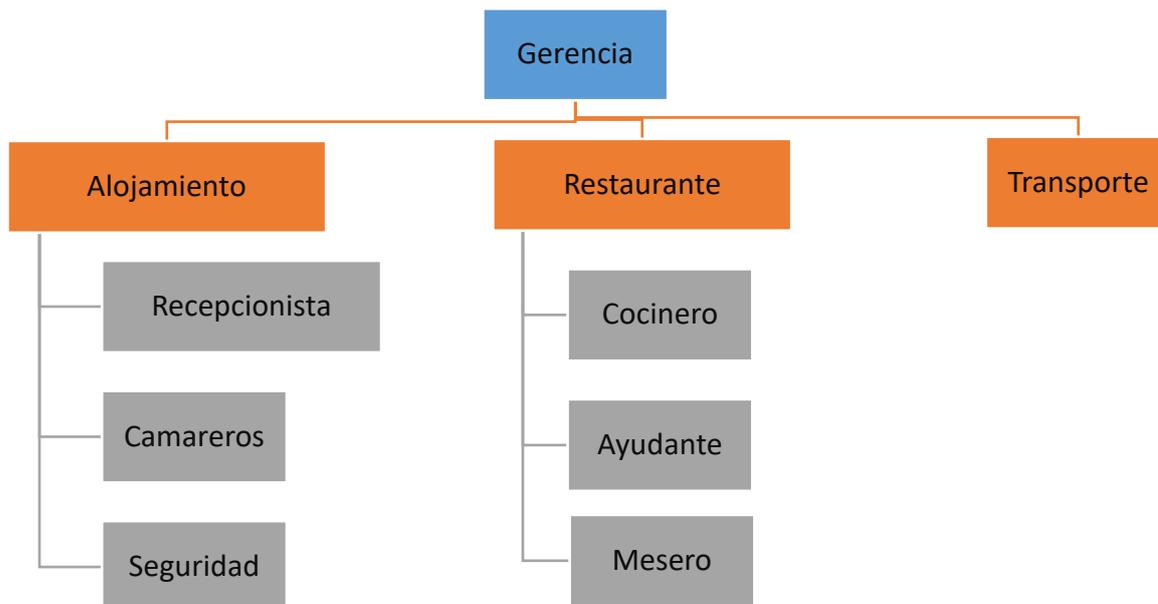
La siguiente gráfica detalla el proceso de servicio para el alojamiento, desde el primer paso que consiste en la publicidad, hasta el despacho en el último día de huésped.



**Gráfica 12:** Flujograma del servicio  
**Realizado por:** Rafael Vintimilla

### 3.5.6 Costos de mano de obra

Se contratará personal capacitado y eficiente para que labore dentro del resort y estará conformado de la siguiente manera, en total se tiene 10 personas que van a trabajar en las instalaciones del hotel.



**Gráfica 13:** Organigrama estructural  
**Realizado por:** Rafael Vintimilla

En cuanto a los sueldos que se otorgará a cada trabajador del resort se lo realizará de acuerdo a lo exigido por la ley, y por su labor en cada área conforme a la capacidad de atención, dedicación, responsabilidad que se le brinde al cliente, y el tipo de educación. El Resort tendrá la siguiente estructura organizacional.

**Tabla 18:** Transporte para resort

| Cargos               | Cantidad |
|----------------------|----------|
| Gerente General      | 1        |
| Recepcionista        | 1        |
| Camareros            | 3        |
| Personal de Cocina   | 3        |
| Chofer               | 1        |
| Guardia de Seguridad | 1        |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

**Tabla 19:** Costos del personal

| Cargos             | Cantidad | Sueldo     | Total Anual | Décimo Tercer | Décimo Cuarto | Total              |
|--------------------|----------|------------|-------------|---------------|---------------|--------------------|
| Gerente            | 1        | \$1.000,00 | \$12.000,00 | \$1.000,00    | \$1.000,00    | \$14.000,00        |
| Recepcionista      | 1        | \$400,00   | \$4.800,00  | \$400,00      | \$400,00      | \$5.600,00         |
| Camareros          | 3        | \$400,00   | \$4.800,00  | \$400,00      | \$400,00      | \$16.800,00        |
| Personal de Cocina | 3        | \$400,00   | \$4.800,00  | \$400,00      | \$400,00      | \$16.800,00        |
| Chofer             | 1        | \$400,00   | \$4.800,00  | \$400,00      | \$400,00      | \$5.600,00         |
| Guardia            | 1        | \$400,00   | \$4.800,00  | \$400,00      | \$400,00      | \$5.600,00         |
|                    |          |            |             |               | <b>Total</b>  | <b>\$64.400,00</b> |

Para cubrir los gastos del personal se requiere de 64.400 USD anuales incluyendo los décimos sueldos y seguro social

### 3.5.7 Costos de servicios

En el resort los costos de servicios son los concernientes al hospedaje, restaurante, transporte, complejo. (ver tabla 20)

**Tabla 20:** Costos de los servicios

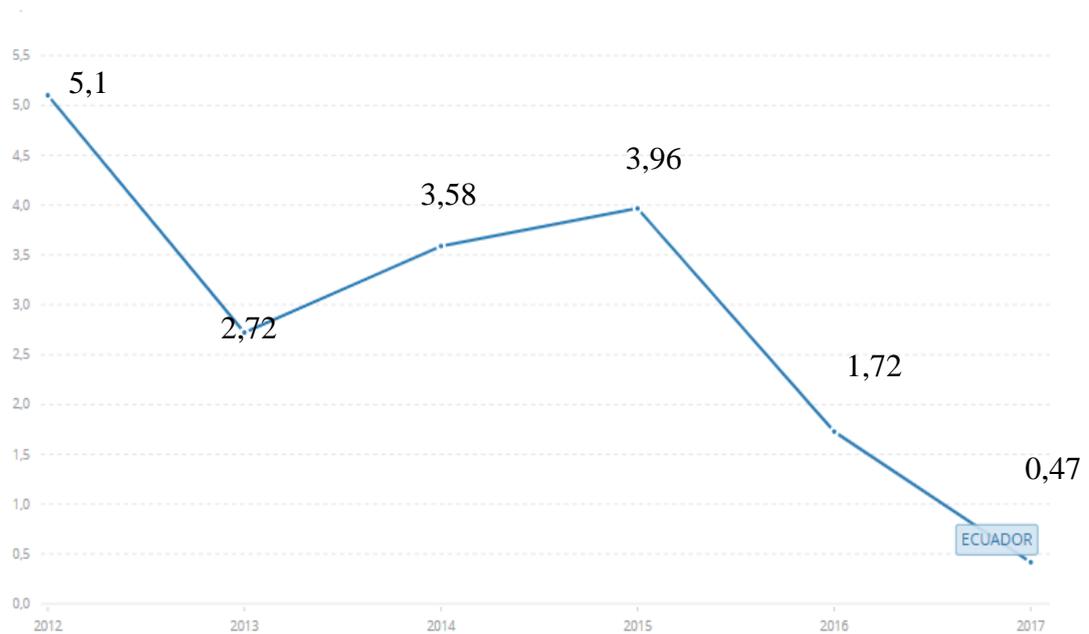
| Servicio hospedaje     |          |        |                 |            |             |  |
|------------------------|----------|--------|-----------------|------------|-------------|--|
|                        | cantidad | Unidad | Precio Unitario | Mensual    | Anual       |  |
| Lavado de sábanas      | 200      | u      | \$3,50          | \$700,00   | \$8.400,00  |  |
| Detergente             | 1        |        | \$50,00         | \$50,00    | \$600,00    |  |
| Ambientales            | 1        |        | \$20,00         | \$20,00    | \$240,00    |  |
| Energía eléctrica      | 1        |        |                 | \$100,00   | \$1.200,00  |  |
| Agua                   | 100      | m3     | \$0,48          | \$48,00    | \$576,00    |  |
| Subtotal               |          |        |                 | \$918,00   | \$11.016,00 |  |
| Servicio Restaurante   |          |        |                 |            |             |  |
|                        | cantidad | Unidad | Precio Unitario | Mensual    | Anual       |  |
| Agua                   | 150      | m3     | \$0,48          | \$72,00    | \$864,00    |  |
| Comida                 | 1        |        | \$800,00        | \$800,00   | \$9.600,00  |  |
| Víveres                | 1        |        | \$1.100,00      | \$1.100,00 | \$13.200,00 |  |
| Improvisos 15%         |          |        |                 |            | \$3.549,60  |  |
| Subtotal               |          |        |                 | \$1.972,00 | \$27.213,60 |  |
| Servicio de transporte |          |        |                 |            |             |  |
|                        | cantidad | Unidad | Precio Unitario | Mensual    | Anual       |  |
| Gasolina               | 50       | gl     | \$1,85          | \$92,50    | \$1.110,00  |  |
| Mantenimiento          | 1        |        | \$100,00        | \$100,00   | \$1.200,00  |  |
| Improvisos 15%         |          |        |                 |            | \$346,50    |  |
| Subtotal               |          |        |                 | \$192,50   | \$2.656,50  |  |
| Servicio Complejo      |          |        |                 |            |             |  |
|                        | cantidad | Unidad | Precio Unitario | Mensual    | Anual       |  |
| Insumos                |          |        |                 | \$200,00   | \$2.400,00  |  |
| Improvisos 15%         |          |        |                 |            | \$360,00    |  |
| Subtotal               |          |        |                 | \$200,00   | \$2.760,00  |  |
| Total                  |          |        |                 | \$3.282,50 | \$43.646,10 |  |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

### 3.6 Estudio financiero

#### 3.6.1 Análisis y proyección de la inflación

Dentro de lo que comprende los costos directos y de fabricación, hay que realizar las proyecciones de los costos de la materia prima e insumos necesarios, por lo cual se estima el alza de los costos en base a la inflación anual. La gráfica 14 muestra el histórico de la inflación desde el 2012



**Gráfica 14:** Histórico de la inflación  
**Realizado por:** Banco Mundial 2019

Los datos proyectados de la inflación para los siguientes años son los siguientes

**Tabla 21:** Proyección inflación en Ecuador

|      |       |
|------|-------|
| 2019 | 1,2   |
| 2020 | 0,944 |
| 2021 | 0,794 |
| 2022 | 0,64  |
| 2023 | 0,49  |
| 2024 | 0,34  |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

#### 3.6.2 Análisis y proyección de los ingresos

En la tabla 22 se muestra la proyección de los ingresos que recibe el resort por parte de los huéspedes se considera una ocupación inicial del 60 % para el año 1 y sube 5 % anual

hasta alcanzar el 80 % de ocupación para el año 5, el ingreso promedio es de 70 USD por cliente.

**Tabla 22:** Presupuesto de ingresos

|              | Año 1 |               | Año 2 |              | Año 3 |              | Año 4 |              | Año 5 |              |
|--------------|-------|---------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|
|              | Cant  | Total         | Cant  | Total        | Cant  | Total        | Cant  | Total        | Cant  | Total        |
| Huéspedes    | 3240  | \$ 388.800,00 | 3510  | \$429.624,00 | 3780  | \$471.925,44 | 4050  | \$515.747,09 | 4320  | \$561.132,83 |
| Ventas netas |       | \$388.800,00  |       | \$429.624,00 |       | \$471.925,44 |       | \$515.747,09 |       | \$561.132,83 |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

El primer año se estima un ingreso de 388.800 USD y para el año 5 se estima un ingreso de 561.132,83 USD

### 3.6.3 Flujo de efectivo

**Tabla 23:** Flujo de efectivo

|                                 | Año 0         | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO5                 |
|---------------------------------|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ventas netas                    |               | \$ 388.800,00        | \$ 429.624,00        | \$ 471.925,44        | \$ 515.747,09        | \$ 561.132,83        |
| Costos totales                  |               | \$ 108.046,10        | \$ 110.207,02        | \$ 112.411,16        | \$ 114.659,39        | \$ 116.952,57        |
| Anualidades (inversión inicial) | \$ 475.640,00 | \$ 131.947,16        | \$ 131.947,16        | \$ 131.947,16        | \$ 131.947,16        | \$ 131.947,16        |
| Utilidad antes de reparto       |               | \$ 148.806,74        | \$ 187.469,81        | \$ 227.567,11        | \$ 269.140,54        | \$ 312.233,09        |
| Reparto de utilidades (15%)     |               | \$ 22.321,01         | \$ 28.120,47         | \$ 34.135,07         | \$ 40.371,08         | \$ 46.834,96         |
| Utilidad antes de impuesto      |               | \$ 126.485,72        | \$ 159.349,34        | \$ 193.432,05        | \$ 228.769,46        | \$ 265.398,13        |
| Impuesto a utilidades (10%)     |               | \$ 25.297,14         | \$ 31.869,87         | \$ 38.686,41         | \$ 45.753,89         | \$ 53.079,63         |
| <b>Utilidad neta</b>            |               | <b>\$ 101.188,58</b> | <b>\$ 127.479,47</b> | <b>\$ 154.745,64</b> | <b>\$ 183.015,57</b> | <b>\$ 212.318,50</b> |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

### 3.6.4 TMAR

La tasa mínima aceptable de rendimiento en este proyecto se conforma por la sumatoria entre la inflación y el riesgo de la inversión (riesgo país). El valor de la inflación se va a considerar el más alto desde el 2012 hasta la fecha que corresponde al 5,1 % (ver gráfica 14) y la tasa riesgo país según datos del Banco Central del Ecuador para mayo del 2019 corresponde al 5,94 % y en diciembre del 2018 alcanzó el 8,26 %. Para este análisis se usará el 8,26 %

$$TMAR = \text{Inflación} + \text{Riesgo país}$$

$$TMAR = 5,1 \% + 8,26\%$$

$$TMAR = 13,36 \%$$

Es decir, que la TMAR para este proyecto es del 13,36 %

### 3.6.5 VAN

Para calcular el valor actual neto del proyecto se utilizó la tabla 24 de flujo de efectivo de los 5 años de análisis del negocio.

**Tabla 24:** Balance general

| <b>Año</b> | <b>Flujo de efectivo</b> |
|------------|--------------------------|
| 2019       | \$ - 475.640,00          |
| 2020       | \$ 101.188,58            |
| 2021       | \$ 127.479,47            |
| 2022       | \$ 154.745,64            |
| 2023       | \$ 183.015,57            |
| 2024       | \$ 212.318,50            |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

El VAN se calcula con la siguiente fórmula

$$VAN = Inv + \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+i)^j}$$

Donde Inv = inversión, j es períodos de análisis, i es el TMAR. Para el proyecto se tiene que:

$$VAN = -475.640 + \frac{101.188,58}{(1+0,1338)^1} + \frac{127.479,47}{(1+0,1338)^2} + \frac{154.745,64}{(1+0,1338)^3} + \frac{183.745,64}{(1+0,1338)^4} + \frac{212.318,50}{(1+0,1338)^5}$$

$$VAN = 73.260.05 \text{ USD}$$

Para este proyecto se tiene un VAN de 73.260.05 USD

### 3.6.6 TIR

El TIR de este proyecto se calculó con la siguiente fórmula

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

El TIR que se encontrado fue del 17 %.

Del análisis del VAN y TIR se puede deducir que el proyecto es rentable porque se tiene un valor actual neto positivo y un TIR superior al TMAR.

### 3.6.7 Periodo de la recuperación de la inversión

El periodo de la recuperación de la inversión se muestra en la siguiente tabla, donde se muestra que la inversión se recupera entre el tercer y cuarto año de funcionamiento del negocio

**Tabla 25:** Período de recuperación de la inversión

| <b>Año</b> | <b>Tiempo</b> | <b>Flujo de efectivo</b> | <b>Retorno</b> |
|------------|---------------|--------------------------|----------------|
| 2019       | 0             | \$ - 475.640,00          |                |
| 2020       | 1             | \$ 101.188,58            | \$-374.451,42  |
| 2021       | 2             | \$ 127.479,47            | \$-246.971,95  |
| 2022       | 3             | \$ 154.745,64            | \$-92.226,31   |
| 2023       | 4             | \$ 183.015,57            | \$90.789,25    |
| 2024       | 5             | \$ 212.318,50            | \$303.107,76   |

**Realizado por:** Rafael Vintimilla

### 3.6.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se calcula considerando solamente el valor de alojamiento de los turistas con un ingreso promedio de 100 USD. Para el primer año se tiene un total de gasto de \$ 108.046,10 que representa un valor mensual de 9.003,86 USD. El punto de equilibrio se calcula con la siguiente fórmula:

$$\text{Ingresos} = \text{Egresos (costos fijos + variables)}$$

$$100 \text{ USD ( \# turistas) } = 9.003,86 \text{ USD}$$

$$\# \text{ turistas} \approx 91$$

Es decir, que se necesita un flujo mínimo de 91 turistas para alcanzar el punto de equilibrio, lo que representa una ocupación del 10 % diaria.

## CONCLUSIONES

La fundamentación teórica que orienta de manera científica y académica la aplicación del plan de negocios, se constituye en la guía de selección de un conjunto de herramientas creativas e innovadoras en el logro de la satisfacción de los clientes. El conocimiento del entorno actual de la población objetivo con todas las ventajas y limitaciones, facilita el estudio de viabilidad para la creación del Resort en Cojimíes Manabí, encaminado al logro de la fidelización de los clientes.

Los ingresos que recibe el resort por parte de los huéspedes se considera una ocupación inicial del 60 % para el año 1 y sube 5 % anual hasta alcanzar el 80 % de ocupación para el año 5, el ingreso promedio es de 70 USD por cliente. Para este proyecto se tiene un VAN de 73.260.05 USD y un TIR de 17 %. Por los indicadores analizados se puede concluir que el proyecto es rentable y por ende su factibilidad para la creación es aceptada.

Se considera para el estudio que el financiamiento es 100% bancario para la instalación y puesta en marcha de la empresa, invirtiendo todo el capital en el año cero y pagando en anualidades los 5 primeros años el valor del préstamo correspondiente a 475.640,00 USD aproximadamente.

El período de recuperación de dinero se da a partir del cuarto año en donde se comienza a ver las ganancias generadas. Los tres primeros años corresponden a pérdidas debido a pagos de préstamos y también porque la capacidad instalada comienza a ser la óptima.

## **RECOMENDACIONES**

Es significativo el seguimiento de los procesos que permitirán la implementación de los aspectos legales, técnicos y financieros sobre la base de los estudios efectuados para la implementación del resort.

Para la creación del resort se requiere de una actualización de todos los aspectos necesarios para el estudio de mercado en función de su necesidad real en un análisis en sitio.

Para el funcionamiento del resort es imprescindible tomar en cuenta el potencial de la localidad con las características de un proyecto innovador que fundamenta esta propuesta como un negocio colaborativo.

El estudio del potencial de la población que vive en Cojimíes debe orientarse hacia una previa capacitación del personal de la zona que va a participar para que su empoderamiento sea una de las mejores promociones de visita de los turistas tanto de Quito como del resto de las provincias del país y a nivel internacional.

Un aspecto de vital importancia es también considerar la utilización de proveedores locales en los productos que sean posibles por ejemplo los necesarios para la alimentación, las visitas a la playa y los recorridos hacia las islas cercanas.

## BIBLIOGRAFÍA

- 50 Minutos.es. (2016). *El marketing mix: Las 4Ps para aumentar sus ventas*. Recuperado el 22 de 11 de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=VWTyCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+de+las+4+p&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiI8bS5zPLeAhWQzVMKHUj-B74Q6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>
- Aguiar, M., & Ferreira, H. (2012). Resort, ocio y organización: Relaciones estratégicas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(2), 745 - 762.
- Albán, D. (2018). *Plan de negocios para la agencia de viajes Hermesoperator Compañía*. Quito: Uiversidad Israel.
- Andrade, Ó., & Muñoz, D. (2014). *Diseño de un centro de SPA para desarrollar el turismo en Calceta, provincia de Manabí*. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López .
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. A., & Miranda-Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. . *Revista Alergia de México*, 63 (2).
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 8(1), 50-56. Obtenido de <http://riat.utralca.cl/index.php/test/article/viewFile/218/pdf>
- Beltran, J. (2008). *Indicadores de Gestión: Herramientas para lograr la competitividad* (segunda ed.). 3R EDITORES.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Bogotá: Pearson Educación.
- Cerón, M. C., & Cerâon, M. C. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Colmenares, O., & Saavedra, J. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. *Técnica Administrativa*, 6-7.

Corporación Financiera Nacional. (2017). SECTOR TURÍSTICO: Alojamiento y servicios de comida. *FICHA SECTORIAL: SECTOR TURÍSTICO – NIVEL NACIONAL*.

Desarrollo, S. N. (2018). *SENPLADES*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/senplades-realiza-feria-interactiva-de-informacion/>

Economía y empresa en 50 Minutos. (2016). *El marketing mix: Las 4Ps para aumentar sus ventas*. Paperback. Recuperado el 22 de 11 de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=VWTyCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+de+las+4+p&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiI8bS5zPLeAhWQzVMKHUj-B74Q6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>

El Comercio. (4 de Diciembre de 2018). Ecuador obtuvo tres ‘Oscar’ en la gala mundial de los World Travel Awards. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-oscar-turismo-portugal-premio.html>

El Comercio. (3 de Septiembre de 2018). Las playas y Pichincha, los más visitados. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/playas-pichincha-visitas-turismo-ecuador.html>

Encalada, E. (14 de Septiembre de 2018). Ecuador obtuvo 131 premios en 14 años en los World Travel Awards. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/viajar/ecuador-turismo-world-travel-awards.html>

Fred, D. (2003). *Conceptos De Administración Estratégica* (9na ed.). México: Pearson Educacion.

Gerry, J., Kevan, S., & Whittington, R. (2010). *Dirección Estratégica* (Septima ed.). Madrid, España: Pearson Educación S.A.

Gobierno autónomo Descentralizado del Cantón Pedernales. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pedernales*. Pedernales: GAD Pedernales.

Gómez, C. (2014). [carlogomezsancho.blogspot.com/2014/03/las-ventajas-y](http://carlogomezsancho.blogspot.com/2014/03/las-ventajas-y).

- Hernández, R., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Tipos de investigación*. México: Mcgraw Hill.
- INEC. (2018). Registro de cifras estadísticas de turismo. Indicadores. *Ecuador en cifras*, 78-84.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Décimocuarta ed.). México: Pearson Educación.
- Logitravel. (07 de Abril de 2008). *Turismo mundial y los problemas de la gran demanda*. Obtenido de Noticias de turismo: [https://blog.logitravel.com/noticias/turismo\\_mundial\\_y\\_los\\_problemas\\_de\\_la\\_gran\\_demanda/](https://blog.logitravel.com/noticias/turismo_mundial_y_los_problemas_de_la_gran_demanda/)
- Ministerio de Ambiente. (2018). *Ministerio de Ambiente simplifica proceso de licenciamiento ambiental*. Obtenido de [www.ambiente.gob.ec](http://www.ambiente.gob.ec)
- Ministerio de Turismo. (2016). *Boletín de estadísticas turísticas 2011 - 2015*. Quito: MINTUR. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- Ministerio de Turismo. (21 de Marzo de 2019). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Innovación turística 4: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Turismo en cifras*. Obtenido de Establecimientos registrados: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Mora, M. (2018). *Diseño del hostel "MONTAÑITA", mediante la elaboración del plan de negocios para fortalecer el turismo en la Parroquia Tarapoa, cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbios*. Loja: Universidad Nacional de Loja.

- Morillo Moreno, M. (2017). *Turismo sustentable*. Recuperado el 2019, de [http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17208/1/morillo\\_turismo\\_sustentable.pdf](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17208/1/morillo_turismo_sustentable.pdf)
- Muñiz González, R. (2014). *Marketing del SXXI*. México: Trillas.
- Organización de las Naciones Unidas. (2013). *Turismo sostenible: Contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible*. Ginebra: ONU; Conferencia de las Naciones Unidas.
- Organización Mundial del Turismo. (2013). *Notas Metodológicas de la base de datos de estadística del turismo*. Recuperado el 25 de 11 de 2018, de Notas Metodológicas de la base de datos de estadística del turismo: <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>
- Pico, S., & Rincón, K. (2014). *Plan de negocio para la creación del hotel Oikonatura*. Bogotá: Universidad EAN.
- Porter, M. (2006). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Continental.
- Poveda, G., Rendón, J., & Castro, D. (2018). *Incentivo del turismo en el Ecuador como una fuente de empleo, inclusión y desarrollo sostenible -sustentable*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Recuperado el 13 de Febrero de 2019
- Ramírez, V., & Antero, J. (2014). *Evolución de las teorías de explotación de recursos naturales: Hacia la creación de una nueva ética mundial*. Caldas: Universidad de Caldas; Luna azul ISSN 1909-2474.
- Robles, C. (2012). *Fundamentos de administración financiera* (Primera ed.). México: Red Tercer Milenio.
- Rosales. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos*. San José: ICAP.
- Sapag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogota: Mac Graw Hill.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Generación de Geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional: Pedrñales*. Pedernales: SENPLADES.

Thomsen, M. (2009). *Plan de Negocios Dinámico*. Paraguay: Enlace .

Valencia, W. A., & Pinto, E. P. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 80-84.

Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Media Corp Perú.

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta para posibles turistas del resort

Este es un estudio que valora su interés y opiniones sobre la creación del Resort Coco Playa en la parroquia de Cojimíes. Le solicito de favor, participar en esta encuesta contestando las preguntas con la mayor veracidad. Los resultados de esta encuesta son confidenciales y no se revelará su identidad

**Instrucciones:** Lea cada pregunta y escriba una (X) en la alternativa con la que esté de acuerdo.

**Edad:** 18 – 20 ( ) 21 – 25 ( ) 26 - 30 ( ) 31 – 35 ( ) 36 – 40 ( ) 41 - 45 ( )  
46 – 50 ( ) 51 – 55 ( ) 56 - 60 ( ) 61 – 65 ( ) más de 65 ( )

**Sexo:** Femenino ( ) Masculino ( )

**Estudios más altos alcanzados:** Secundarios ( ) Superiores ( ) Postgrado ( )

**Ocupación:** Estudiante ( ) Empleado público ( ) Empleado privado ( )  
Profesional en libre ejercicio ( ) Otro ( )

**Ingresos mensuales:** menos 500 USD ( ) 500 – 800 USD ( ) 800 – 1200 USD ( )  
1200– 1500 USD ( ) 1500 – 2000 USD ( ) más 2000 USD ( )

¿Cuál de los siguientes factores considera que son el / los más importantes para la selección de un resort ubicado en Cojimíes para sus vacaciones?

| Razones de preferencia  | Selección |
|---|-----------|
| Hospedaje con instalaciones arquitectónicas amplias.  | ( )       |
| Infraestructura adecuada que dispone de servicios de alojamiento, alimentación, entrenamiento y recreación.                   | ( )       |
| Calidad en el servicio, como en un complejo turístico.  | ( )       |
| Servicio de transporte que permita al turista estar seguro y confiado de llegar a su destino.                                 | ( )       |
| Visita guiada a la playa, y lugares seleccionados como la isla del amor con información de la cultura e historia de Cojimíes. | ( )       |
| Variedad de servicios como internet permanente.   | ( )       |

|   |     |
|---|-----|
| Posibilidades de ocio y relax sin salir de resort.  | ( ) |
| Cercanía a la playa con oleaje moderado.  | ( ) |
| Actividades recreativas para personas de todas las edades.  | ( ) |
| Habitaciones amplias, amobladas y accesibles para todos, incluidas las personas con discapacidad por ejemplo silla de ruedas. | ( ) |
| Ambiente natural con paisajes hermosos.   | ( ) |
| Precios cómodos para turistas que van en familia.   | ( ) |
| Pago con tarjetas hasta tres meses sin intereses.   | ( ) |
| Valoración de su satisfacción al ingreso y salida del resort.   | ( ) |
| Material de promoción.  | ( ) |
| Visita guiada a lugares para fotografías  | ( ) |

Este es un plan de un proyecto de emprendimiento con participación comunitaria, de acuerdo a su criterio, ¿Cuáles serían los factores más importantes para escoger el resort “Coco Playa” para sus vacaciones?

| <b>Razones de mi decisión</b>   | <b>Selección</b> |
|---|------------------|
| El proyecto es solidario tiene un enfoque de apoyo socio-económico a la parroquia de Cojimés.   | ( )              |
| Es una inversión que ayuda al crecimiento productivo y económico de la parroquia.   | ( )              |
| El resort se ubicaría en un sitio de vacaciones para turistas nacionales y extranjeros que desean estos servicios.  | ( )              |
| Los procesos de capacitación a la población para que sean ellos los que mejoren su economía sin salir de su hogar.  | ( )              |
| Aprovechamiento de las medidas de reactivación económica que ofrece el Gobierno a quienes realizan proyectos de emprendimiento.   | ( )              |
| La participación comprometida de la población que se encargaría de realizar las acciones de promoción y difusión para conseguir la visita de más turistas nacionales y extranjeros. | ( )              |
| La ubicación en un ambiente natural con paisajes hermosos.  | ( )              |
| Otro. ¿Cuál?  |                  |

¿Cómo apoyaría usted para que pueda recibir más turistas y no existan pérdidas en este emprendimiento?

| <b>Formas de ayuda</b>   | <b>Selección</b> |
|--|------------------|
| Promoción en mi lugar de trabajo.  | ( )              |
| Entrega de los documentos recibidos con información del Resort.  | ( )              |
| Conversación de las ventajas de ir de vacaciones a ese Resort a amigos y familiares.   | ( )              |
| Podría participar en los procesos de capacitación a la población de forma gratuita.  | ( )              |
| Enviaría la promoción a través del chat y correo electrónico a sus familiares y más conocidos tanto a nivel nacional como internacional. | ( )              |
| Otro. ¿Cuál?   |                  |

1. Por favor, dígnese escribir sugerencias para el éxito de este emprendimiento.

- a. -----
- b. -----
- c. -----
- d. -----

**Gracias por su colaboración**

**Anexo 2. Entrevista realizada a los emprendedores hoteleros de Cojimíes**

Este es un estudio que valora su interés y opiniones sobre la creación del Resort Coco Playa en la parroquia de Cojimíes. Le solicito de favor, participar en esta entrevista contestando las preguntas con la mayor veracidad. Los resultados de esta encuesta son confidenciales y no se revelará su identidad

**¿Cuáles son los aspectos más relevantes que buscan los turistas en Cojimíes?**

.....  
.....  
.....  
.....

**¿Cuáles con los problemas que usted a identificado que alejan a los turistas?**

.....  
.....  
.....  
.....

**¿Cuántos días permanece un turista en su Hotel? ¿Cuál es el valor promedio que pagan a diario? ¿Qué servicios adicionales a alojamiento le solicitan?**

.....  
.....  
.....  
.....

**¿Cuál es la temporada donde más turista llegan a su establecimiento?**

.....  
.....  
.....  
.....

**¿Considera que el sector turístico en el sector puede convertirse en un potencial de ingresos y fuentes de trabajo?**

.....

.....

.....

.....

Anexo 3. Distribución del resort Coco Playa

