

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Posgrados**

**Plan de Negocios Traveler's Bay Hostel**

**Proyecto de investigación y desarrollo**

**Andrea Denisse Rojas Flores**

**Xavier Castellanos, MADE  
Director de Trabajo de Titulación**

Trabajo de titulación de posgrado presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Magíster en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias

Quito, 6 noviembre de 2020

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**  
**COLEGIO DE POSGRADOS**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Plan de Negocios Traveler's Bay Hostel**

**Andrea Denisse Rojas Flores**

Nombre del Director del Programa:	Fernando Romo
Título académico:	Master of Science
Director del programa de:	Maestría en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias

Nombre del Decano del colegio Académico:	César Zambrano
Título académico:	Doctor of Philosophy
Decano del Colegio:	Colegio de Ciencias e Ingenierías

Nombre del Decano del Colegio de Posgrados:	Hugo Burgos
Título académico:	Doctor of Philosophy

**Quito, noviembre 2020**

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombre del estudiante: Andrea Denisse Rojas Flores

Código de estudiante: 00214181

C.I.: 0927860494

Lugar y fecha: Quito, 6 de noviembre de 2020

## ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## UNPUBLISHED DOCUMENT

**Note:** The following graduation project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **DEDICATORIA**

Mi trabajo de titulación lo dedico con todo mi amor a mi familia. A mis padres, Luis Alberto y Leticia; A mis hermanos, Pamela y Luis; por su apoyo incondicional y ser mi fuente de motivación para cumplir mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Quisiera expresar mi agradecimiento en primer lugar a Dios, por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida; A la universidad y catedráticos por la asistencia académica, con afecto, respeto y admiración; A mi madre Leticia Flores, por estar a mi lado y brindarme su amor, apoyo y consejos durante todo este camino; A mi padre Luis Rojas, por ser esa estrella en el cielo que ha sido guía y motivación en mi vida; A mis amigos Fabián Ruiz, Adriana Mendoza, Martha Gómez y Margarita Aguirre, quienes sin esperar nada a cambio, aportaron con sus conocimientos para la elaboración de mi tesis; Finalmente, a Andrés Cevallos por creer en mi e impulsarme a crecer.

## RESUMEN

El Ecuador al ser nominado por varias ocasiones en los World Travel Awards, se encuentra dentro de los mejores países para viajar en el mundo. Específicamente Montañita ha conseguido ser uno de los quince destinos turísticos a nivel nacional más visitados por extranjeros, producto de existencia de innumerables ofertas de entretenimiento altamente atractivas.

Es así como nace el proyecto de inversión llamado "Traveler's Bay Hostel", con la intención de llenar el vacío en las propuestas hoteleras actuales. Una edificación de 648m<sup>2</sup> de construcción con 4 pisos más terraza, ubicado en un terreno esquinero, frente al mar, que contará con 14 habitaciones, cuya oferta abarcará desde habitaciones compartidas hasta una mini suite con comodidades necesarias y existirán áreas comunes para que quienes se hospeden puedan interactuar.

Hacerlo realidad requiere de una inversión inicial de \$ 491 mil dólares, anualmente egresos a partir de \$126 mil dólares e ingresos a partir de \$221 mil dólares, logrando una recuperación de la inversión al quinto año de operación del proyecto. Mientras que los indicadores financieros se encuentran favorables dentro del análisis puro a partir de año 12 y dentro del análisis apalancado a partir del año 6. Se espera iniciar su operación en el año 2022.

Cabe indicar que su viabilidad fue evaluada y analizada desde el punto de vista de varios factores como: macroeconómico, localización, mercado, arquitectónico, costos, comercial y optimización. Información que estará al alcance con mayor detalle en el presente trabajo de tesis.

## ABSTRACT

Ecuador, by being nominated several times in the World Travel Awards, is among the best countries to travel in the world. Specifically, Montañita has managed to be one of the fifteen most visited national tourist destinations by foreigners, as a result of the existence of innumerable highly attractive entertainment offers.

This is how the idea of creating this investment project called “Traveler’s Bay Hostel” was born, with the intention of filling the void in current hotel proposals. A 648m<sup>2</sup> building with 4 floors plus a terrace, located on a corner lot, facing the sea, which will have 14 rooms, whose offer will range from shared rooms to a mini suite with necessary amenities and there will be common areas for those who stay can interact.

Making it possible requires an initial investment of \$ 491 thousand dollars, annually expenses starting at \$ 126 thousand dollars and income starting from \$ 221 thousand dollars, achieving a recovery of the investment in the fifth year of operation of the project. While the financial indicators are favorable within the pure analysis from year 12 and within the leveraged analysis from year 6. It is expected to start its operation in 2022.

It should be noted that its viability was evaluated and analyzed from the point of view of several factors such as: macroeconomic situation, location, market, architectural, costs, commercial and optimization. Information that will be available in greater detail in this thesis work.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	7
ABSTRACT .....	8
TABLA DE CONTENIDO.....	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	13
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	17
ÍNDICE DE TABLAS.....	19
1. RESUMEN EJECUTIVO .....	25
1.1. Descripción General.....	25
1.2. Entorno Macroeconómico .....	25
1.3. Localización .....	26
1.4. Análisis de Mercado.....	27
1.5. Análisis Arquitectónico .....	28
1.6. Evaluación de Costos .....	29
1.7. Estrategia Comercial .....	30
1.8. Evaluación Financiera .....	30
1.9. Optimización .....	31
1.10. Gerencia de Proyectos.....	32
2. ENTORNO MACROECONÓMICO .....	34
2.1. Introducción.....	34
2.1.1. Objetivo .....	34
2.1.2. Metodología .....	35
2.2. Indicadores Macroeconómicos.....	35
2.2.1. Producto Interno Bruto .....	35
2.2.2. Producto Interno Bruto Per Cápita.....	37
2.2.3. Producto Interno Bruto por sector .....	38
2.2.4. Inflación: Índice de precios al consumidor .....	40
2.2.5. Inflación: Índice de precios de la Construcción .....	42
2.2.6. Balanza Comercial.....	44
2.2.7. Formación Bruta de Capital Fijo .....	47
2.2.8. Volumen de crédito .....	49
2.2.9. Tasas de interés .....	50
2.2.10. Riesgo País .....	51
2.2.11. Salario Básico Unificado .....	54
2.2.12. Ingreso Familiar .....	55
2.2.13. Nivel Socioeconómico .....	56
2.2.14. Mercado Laboral.....	57
2.3. Conclusión.....	58
3. LOCALIZACIÓN .....	61
3.1. Introducción.....	61
3.1.1. Objetivo .....	61
3.1.2. Metodología .....	61
3.2. Macro Localización .....	62

3.2.1.	Factor Geográfico .....	62
3.2.2.	Factor Social.....	72
3.2.3.	Factor Ambiental .....	76
3.2.4.	Factor Económico .....	77
3.2.5.	Factor de Mercado .....	81
3.3.	Micro Localización .....	82
3.3.1.	Condiciones del Terreno.....	83
3.4.	Conclusión.....	87
4.	ANÁLISIS DE MERCADO .....	90
4.1.	Introducción.....	90
4.1.1.	Objetivo .....	90
4.1.2.	Metodología .....	91
4.2.	Análisis de oferta Turística.....	91
4.2.1.	Oferta de establecimientos turísticos .....	91
4.2.2.	Oferta de establecimientos de alojamiento.....	92
4.2.3.	Evolución de la oferta de establecimientos de alojamiento en Montañita	95
4.2.4.	Indicadores de Alojamiento.....	97
4.3.	Análisis de demanda turística .....	97
4.3.1.	Turismo Interno .....	97
4.3.2.	Turismo Receptivo .....	98
4.4.	Evaluación de la Competencia .....	108
4.4.1.	Proyectos .....	109
4.4.2.	Ubicación .....	111
4.4.3.	Cadena Hotelera .....	112
4.4.4.	Arquitectura y Acabado .....	112
4.4.5.	Tipos de Habitaciones.....	113
4.4.6.	Áreas promedio .....	115
4.4.7.	Precio promedio .....	116
4.4.8.	Áreas Comunes .....	117
4.4.9.	Servicios y Facilidades .....	117
4.4.10.	Formas de Pago .....	118
4.4.11.	Promoción.....	119
4.4.12.	Participación en OTA .....	120
4.4.13.	Posicionamiento .....	122
4.5.	Conclusión y Recomendaciones .....	123
5.	ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO .....	127
5.1.	Introducción.....	127
5.1.1.	Objetivo .....	127
5.1.2.	Metodología .....	128
5.2.	Ordenanzas y Regulaciones .....	128
5.2.1.	Regulaciones.....	128
5.2.2.	Reglamento de Alojamiento Turístico .....	130
5.3.	Diseño Arquitectónico .....	132
5.3.1.	Arquitectura de las edificaciones de la zona .....	132
5.3.2.	Proyecto Arquitectónico.....	133
5.4.	Características de las Ingenierías.....	149

5.5.	Sostenibilidad.....	150
5.6.	Conclusión.....	154
6.	EVALUACIÓN DE COSTOS.....	157
6.1.	Introducción.....	157
6.1.1.	Objetivo .....	157
6.1.2.	Metodología .....	158
6.2.	Costos de Inversión.....	158
6.2.1.	Resumen de Costos de Inversión .....	159
6.2.2.	Detalle de Costos de Inversión .....	160
6.3.	Costo de Operación del Hostal .....	172
6.3.1.	Resumen de Costos de Operación del Hostal .....	172
6.3.2.	Detalle de Costos de Operación del Hostal .....	172
6.4.	Flujo de Egresos .....	176
6.5.	Conclusión.....	178
7.	ESTRATEGIA COMERCIAL.....	181
7.1.	Introducción.....	181
7.1.1.	Objetivo .....	181
7.1.2.	Metodología .....	182
7.2.	Análisis FODA.....	182
7.3.	Aplicación de la Mezcla de Marketing.....	183
7.3.1.	Plan de Producto-Servicio .....	184
7.3.2.	Plan de Plaza /Distribución .....	190
7.3.3.	Plan de Promoción.....	194
7.3.4.	Distribución del Gasto .....	197
7.3.5.	Plan de Precio .....	199
7.4.	Conclusión.....	204
8.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	207
8.1.	Introducción.....	207
8.1.1.	Objetivo .....	207
8.1.2.	Metodología .....	208
8.2.	Evaluación Financiera de Proyecto Puro .....	208
8.2.1.	Análisis Estático .....	208
8.2.2.	Análisis Dinámico.....	209
8.2.3.	Análisis de Sensibilidades .....	212
8.3.	Evaluación Financiera de Proyecto Apalancado.....	219
8.3.1.	Porcentajes de financiamiento.....	219
8.3.2.	Análisis Estático .....	220
8.3.3.	Análisis Dinámico.....	220
8.3.4.	Análisis de Sensibilidades .....	222
8.4.	Evaluación financiera comparativa: Puro vs Apalancado.....	228
8.5.	Conclusión.....	229
9.	OPTIMIZACIÓN.....	232
9.1.	Introducción.....	232
9.1.1.	Objetivo .....	232
9.1.2.	Metodología .....	233
9.2.	Estrategia de Optimización.....	233

9.3.	Análisis Arquitectónico .....	234
9.3.1.	Programa de Necesidades .....	235
9.3.2.	Composición .....	235
9.3.3.	Planos Arquitectónicos .....	236
9.3.4.	Resumen de Áreas .....	239
9.4.	Evaluación de Costos .....	242
9.4.1.	Resumen de Costos de Inversión .....	242
9.4.2.	Detalle de Costos de Inversión .....	243
9.4.3.	Cronograma Valorado de Inversión General .....	246
9.4.4.	Resumen de Costos de Operación.....	247
9.4.5.	Flujo de Egresos.....	248
9.5.	Estrategia Comercial .....	249
9.5.1.	Plan de Producto – Servicio .....	249
9.5.2.	Distribución del Gasto .....	251
9.5.3.	Plan de Precio .....	252
9.5.4.	Flujo de Ingresos.....	254
9.6.	Evaluación Financiera .....	255
9.6.1.	Análisis Estático de Proyecto Puro .....	255
9.6.2.	Análisis Dinámico de Proyecto Puro.....	255
9.6.3.	Análisis de Sensibilidades de Proyecto Puro .....	257
9.6.4.	Análisis Estático de Proyecto Apalancado.....	264
9.6.5.	Análisis Dinámico de Proyecto Apalancado .....	264
9.6.6.	Análisis de Sensibilidades de Proyecto Apalancado.....	266
9.7.	Evaluación financiera comparativa: Puro vs Apalancado.....	272
9.8.	Evaluación financiera comparativa: Original vs Optimizado .....	273
9.9.	Conclusión.....	274
10.	GERENCIA DE PROYECTO .....	277
10.1.	Introducción.....	277
10.1.1.	Objetivo .....	277
10.1.2.	Metodología .....	278
10.2.	Planificación de áreas de énfasis alto .....	279
10.2.1.	Plan para la Gestión de los Costos.....	279
10.2.2.	Plan para la Gestión del Cronograma .....	281
10.2.3.	Plan para la Gestión del Alcance .....	283
10.2.4.	Plan para la Gestión de la Calidad .....	285
10.3.	Planificación de áreas de énfasis medio.....	287
10.3.1.	Plan para la Gestión de Riesgos.....	287
10.3.2.	Plan para la Gestión de los Interesados .....	289
10.3.3.	Plan para la Gestión de las Comunicaciones .....	291
10.4.	Planificación de áreas de énfasis bajo .....	293
10.4.1.	Plan para la Gestión de Recursos .....	293
10.4.2.	Plan para la Gestión de Adquisiciones .....	296
10.4.3.	Plan para la Gestión de Integración .....	297
10.5.	Conclusión.....	298
	BIBLIOGRAFÍA .....	301
	ÍNDICE DE ANEXOS .....	311

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Parámetros cumplidos .....	26
Gráfico 2: Registro de Actividades - Montañita .....	27
Gráfico 3: Evolución de alojamientos 1994-2019.....	27
Gráfico 4: Categorización de costos .....	29
Gráfico 5: Indicadores Financieros (PP).....	31
Gráfico 6: Indicadores Financieros (PO) .....	32
Gráfico 7: Objetivos de Entorno Macroeconómico.....	34
Gráfico 8: Evolución PIB anual.....	36
Gráfico 9: Evolución PIB per cápita anual.....	37
Gráfico 10: Evolución PIB Construcción 2010-2020 .....	38
Gráfico 11: Evolución PIB Turismo 2010-2020 .....	39
Gráfico 12: Inflación histórica en enero .....	40
Gráfico 13: Evolución de la inflación anual y mensual 2018-2020.....	41
Gráfico 14: Inflación por regiones .....	42
Gráfico 15: Índice general de la construcción .....	42
Gráfico 16: Índices del acero, cemento y hormigón 2018-2020 .....	43
Gráfico 17: Evolución de Balanza Comercial .....	44
Gráfico 18: Exportaciones totales, petroleras y no petroleras .....	45
Gráfico 19: Importaciones totales, petroleras y no petroleras.....	45
Gráfico 20: Evolución de la Balanza Comercial (enero-julio) .....	46
Gráfico 21: Evolución del FBKF 2018-2020.....	47
Gráfico 22: Porcentaje histórico de inversión en la construcción 2007-2019 .....	48
Gráfico 23: Evolución de la inversión en el sector de la construcción 2007-2019.....	48
Gráfico 24: Evolución volumen de crédito .....	49
Gráfico 25: Tasas de interés activas efectivas .....	51
Gráfico 26: Promedio anual Riesgo País - Ecuador 2010-2020 .....	52
Gráfico 27: Riesgo País comparativo .....	53
Gráfico 28: Evolución Riesgo País 2020 (enero-septiembre) .....	53
Gráfico 29: Evolución de salario básico .....	54
Gráfico 30: Canasta básica vs Ingreso Familiar 2007-2020 .....	55
Gráfico 31: Niveles Socioeconómicos.....	56
Gráfico 32: Evolución del empleo total nacional.....	57
Gráfico 33: Objetivos de Localización.....	61
Gráfico 34: Precipitación de lluvia mensual promedio .....	64
Gráfico 35: Temperatura máxima y mínima promedio.....	65
Gráfico 36: Niveles de comodidad de la humedad .....	65
Gráfico 37: Velocidad promedio del viento.....	66
Gráfico 38: Horas de luz natural y crepúsculo.....	66
Gráfico 39: Objetivos de análisis de mercado .....	90
Gráfico 40: Metodología de análisis de mercado.....	91
Gráfico 41: Catastro de Establecimientos Turísticos.....	92
Gráfico 42: Establecimientos de Alojamiento .....	94

Gráfico 43: Número de habitaciones por establecimiento - Montañita.....	95
Gráfico 44: Oferta de Alojamiento por Clasificación 2010-2019 .....	96
Gráfico 45: Oferta de Alojamientos 1994-2019 .....	96
Gráfico 46: Oferta de Hostales por Categoría 2010-2019.....	96
Gráfico 47: Visitas Internas a la Provincia de Santa Elena .....	98
Gráfico 48: Entrada de Extranjeros por motivo de Turismo .....	99
Gráfico 49: Llegadas Internacionales a Ecuador.....	99
Gráfico 50: Preferencia de Alojamiento de Turistas .....	104
Gráfico 51: Preferencias de Turistas Extranjeros .....	106
Gráfico 52: Motivaciones de Visita de Turistas Extranjeros.....	107
Gráfico 53: Satisfacción de los Servicios Hoteleros-Turistas Extranjeros.....	108
Gráfico 54: Valoración Ubicación .....	111
Gráfico 55: Valoración Cadena Hotelera .....	112
Gráfico 56: Valoración Arquitectura y Acabado.....	113
Gráfico 57: Valoración Tipo de Habitaciones .....	114
Gráfico 58: Valoración Área (m2) Promedio .....	115
Gráfico 59: Valoración (\$) Precio/m2 Promedio .....	116
Gráfico 60: Precio (\$) Promedio de la Competencia .....	116
Gráfico 61: Valoración Áreas Comunes .....	117
Gráfico 62: Valoración Servicios y Facilidades.....	118
Gráfico 63: Valoración Formas de Pago .....	119
Gráfico 64: Valoración de Promoción.....	120
Gráfico 65: Valoración Participación en OTAS .....	120
Gráfico 66: Calificación en OTAS .....	121
Gráfico 67: Valoración de Posicionamiento .....	122
Gráfico 68: Resumen de Posicionamiento .....	123
Gráfico 69: Objetivos del Análisis Arquitectónico .....	127
Gráfico 70: Metodología del Análisis Arquitectónico.....	128
Gráfico 71: Área Computable vs Área No Computable .....	143
Gráfico 72: Área del proyecto.....	143
Gráfico 73: Clasificación de Habitaciones.....	144
Gráfico 74: Cumplimiento de Regulaciones .....	145
Gráfico 75: Principales criterios de evaluación del Sistema de Certificación LEED.....	150
Gráfico 76: Principales criterios de evaluación del Sistema de Certificación Edge.....	151
Gráfico 77: Objetivos de evaluación de costos .....	157
Gráfico 78: Metodología de evaluación de costos .....	158
Gráfico 79: Costos de Inversión.....	158
Gráfico 80: Categorización de Costos de Inversión .....	159
Gráfico 81: Relación Valor de Compra vs Métodos.....	165
Gráfico 82: Distribución de Costos Directos.....	167
Gráfico 83: Relación de Costos Indirectos con Costos Directos (\$328,572.88) .....	168
Gráfico 84: Distribución de Gastos de Equipamiento y Amoblamiento .....	169
Gráfico 85: Inversión General en \$ Miles .....	171
Gráfico 86: Categorización de Costos Anuales de Operación - Año 1.....	172
Gráfico 87: Servicios Básicos %.....	174
Gráfico 88: Mantenimiento % .....	175

Gráfico 89: Flujo de Egresos Anuales .....	177
Gráfico 90: Objetivos de Estrategia Comercial.....	181
Gráfico 91: Metodología de Estrategia Comercial .....	182
Gráfico 92: Análisis FODA .....	183
Gráfico 93: Canales de Distribución .....	191
Gráfico 94: Canales de Distribución Seleccionados.....	193
Gráfico 95: Distribución del Gasto - Marketing.....	198
Gráfico 96: Ingresos Anuales Parciales y Acumulados .....	203
Gráfico 97: Objetivos de la Evaluación Financiera .....	207
Gráfico 98: Metodología de Evaluación Financiera.....	208
Gráfico 99: Flujos Anuales y Acumulados del Proyecto Puro.....	211
Gráfico 100: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PP) .....	213
Gráfico 101: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PP) .....	214
Gráfico 102: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PP) .....	215
Gráfico 103: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PP) .....	216
Gráfico 104: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PP).....	217
Gráfico 105: Flujos Anuales y Acumulados del Proyecto Apalancado .....	221
Gráfico 106: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PA).....	223
Gráfico 107: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PA) .....	223
Gráfico 108: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PA) .....	224
Gráfico 109: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PA) .....	225
Gráfico 110: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PA).....	226
Gráfico 111: Objetivos de Optimización.....	232
Gráfico 112: Metodología de Optimización .....	233
Gráfico 113: Áreas del proyecto optimizado.....	240
Gráfico 114: Clasificación de Habitaciones del proyecto optimizado.....	241
Gráfico 115: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado .....	242
Gráfico 116: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado .....	244
Gráfico 117: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado .....	245
Gráfico 118: Inversión General en \$ Miles .....	246
Gráfico 119: Categorización de Costos Anuales de Operación - Optimizado .....	247
Gráfico 120: Distribución de gastos anuales de operación - Optimizado .....	247
Gráfico 121: Flujo de Egresos Anuales - Optimizado .....	248
Gráfico 122: Flujo de ingresos anuales - Optimizado.....	254
Gráfico 123: Flujos Anuales y Acumulados (PP) - Optimizado .....	256
Gráfico 124: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PPO) .....	258
Gráfico 125: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PPO).....	259
Gráfico 126: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PPO) .....	260
Gráfico 127: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PPO).....	261
Gráfico 128: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PPO) .....	262
Gráfico 129: Flujos Anuales (PA) - Optimizado.....	265
Gráfico 130: Flujos Acumulados (PA) - Optimizado .....	266
Gráfico 131: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PAO) .....	267
Gráfico 132: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PAO).....	268
Gráfico 133: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PAO) .....	269
Gráfico 134: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PAO).....	269

Gráfico 135: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PAO).....	270
Gráfico 136: Objetivos de Gerencia de Proyecto .....	277
Gráfico 137: Metodología - Gerencia de Proyectos .....	278
Gráfico 138: Configuración de Costos de Inversión y Planificación .....	279
Gráfico 139: Estimación Ascendente de Costo .....	279
Gráfico 140: Estrategia de Gestión de Cronograma.....	281
Gráfico 141: Modelo de Estructura de Desglose de Trabajo EDT (WBS) .....	284
Gráfico 142: Ilustración de histograma .....	286
Gráfico 143: Herramientas de análisis de riesgos .....	288
Gráfico 144: Matrices "Poder/Influencia" y "Poder/Interés/Influencia" .....	290
Gráfico 144: Matrices "Poder/Interés" y "Poder/Influencia" .....	290

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Proyecto "Traveler's Bay Hostel" .....	24
Imagen 2: Ingresos.....	30
Imagen 3: Ubicación Geográfica del proyecto .....	63
Imagen 4: Mapa de Cuencas y Microcuencas Hidrográficas.....	68
Imagen 5: Mapa de relieves y pendientes.....	69
Imagen 6: Mapa de tipo y uso de suelo .....	70
Imagen 7: Mapa de amenaza por sismo e inundación.....	71
Imagen 8: Mapa de servicios sociales .....	73
Imagen 9: Actividades en Montañita .....	74
Imagen 10: Mapa de atractivos turísticos de la Parroquia Manglaralto.....	75
Imagen 11: Estero Montañita.....	76
Imagen 12: Ubicación Montañita .....	82
Imagen 13: Accesibilidad al terreno .....	84
Imagen 14: Servicios Básicos .....	85
Imagen 15: Visuales del Terreno .....	86
Imagen 16: Fotografía de Turistas Extranjeros.....	100
Imagen 17: Perfil Turista Extranjero.....	101
Imagen 18: Perfil Turista Extranjero.....	102
Imagen 19: Ubicación de la Competencia .....	109
Imagen 20: Ficha de Mercado .....	110
Imagen 21: Arquitectura de Montañita.....	132
Imagen 22: Bosquejo conceptual .....	133
Imagen 23: Composición Arquitectónica .....	134
Imagen 24: Plano Primer Piso.....	135
Imagen 25: Plano Segundo y Tercer Piso .....	136
Imagen 26: Plano Cuarto Piso y Terraza.....	137
Imagen 27: Corte Transversal y Longitudinal .....	138
Imagen 28: Fachada Norte y Sur .....	139
Imagen 29: Fachadas Este y Oeste .....	140
Imagen 30: Renders.....	141
Imagen 31: Análisis de Incidencia Solar y Sombra - mes de enero .....	152
Imagen 32: Exposición Solar del Hostal Montañita.....	153
Imagen 33: "Traveler's Bay Hostel" Balcón .....	184
Imagen 34: "Traveler's Bay Hostel" Interiores .....	185
Imagen 35: "Traveler's Bay Hostel" Interiores .....	186
Imagen 36: Logo "Traveler's Bay Hostel" .....	190
Imagen 37: Conceptualización de la Página Web.....	195
Imagen 38: Búsqueda Local.....	195
Imagen 39: Iconos de Redes Sociales .....	196
Imagen 40: Conceptualización de Volante .....	196
Imagen 41: Composición Arquitectónica Optimizada.....	235
Imagen 42: Plano Segundo y Tercer Piso Optimizado.....	236
Imagen 43: Plano Cuarto Piso y Terraza Optimizado .....	237
Imagen 44: Corte Longitudinal y Fachada Oeste.....	238

Imagen 45: Formato de Reporte de Gestión de Valor Ganado.....	280
Imagen 46: Representación Gráfica de Cronograma .....	282
Imagen 47: Modelo de Diagrama de Ishikawa .....	284
Imagen 48: Modelo de Flujograma .....	285
Imagen 49: Formato de Acta de Reunión.....	293
Imagen 50: Formato de Análisis de Precios Unitarios.....	294
Imagen 51: Plantilla Matriz RACI .....	295

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tasas de Interés vigentes.....	50
Tabla 2: Características morfológicas de las Cuencas .....	67
Tabla 3: Categorización de pendientes .....	69
Tabla 4: Servicios sociales y condiciones de vida .....	72
Tabla 5: Costo aproximado de transporte.....	77
Tabla 6: Precio de Terrenos.....	81
Tabla 7: Terreno y Normas de Construcción .....	83
Tabla 8: Alojamientos Turísticos Registrados - Provincia Santa Elena .....	93
Tabla 9: Alojamientos Turísticos Registrados - Parroquia Manglaralto .....	93
Tabla 10: Alojamientos Turísticos por clase y por categoría - Montañita.....	94
Tabla 11: Temporada Playera .....	97
Tabla 12: Participación de Llegadas Internacionales en el Ecuador .....	100
Tabla 13: Características Sociodemográficas de Turistas Nacionales y Extranjeros .....	103
Tabla 14: Características Sociodemográficas de Turistas Extranjeros .....	105
Tabla 15: Información General de la Competencia .....	108
Tabla 16: Evaluación de la Competencia - Ubicación.....	111
Tabla 17: Evaluación de la Competencia - Cadena Hotelera.....	112
Tabla 18: Evaluación de la Competencia - Arquitectura y Acabado .....	113
Tabla 19: Evaluación de la Competencia - Tipo de Habitaciones.....	114
Tabla 20: Evaluación de la Competencia - Tipo de Habitaciones % .....	115
Tabla 21: Evaluación de la Competencia - Área Promedio .....	115
Tabla 22: Evaluación de la Competencia - Precio Promedio .....	116
Tabla 23: Evaluación de la Competencia - Áreas Comunes.....	117
Tabla 24: Evaluación de la Competencia – Servicios y Facilidades .....	118
Tabla 25: Evaluación de la Competencia – Formas de Pago .....	118
Tabla 26: Evaluación de la Competencia - Promoción .....	119
Tabla 27: Evaluación de la Competencia - Participación en OTAS .....	120
Tabla 28: Calificación en OTAS .....	121
Tabla 29: Matriz de Posicionamiento .....	122
Tabla 30: Informe de Regulación.....	129
Tabla 31: Requerimientos de Hostales por categoría .....	131
Tabla 32: Programa de Necesidades .....	134
Tabla 33: Cuadro de Áreas.....	142
Tabla 34: Tipología de Habitaciones.....	144
Tabla 35: Cumplimiento de Regulaciones .....	145
Tabla 36: Cumplimiento de Requerimientos de Hostales.....	146
Tabla 37: Lista de acabados parte 1 .....	147
Tabla 38: Lista de acabados parte 2 .....	148
Tabla 39: Categorización de Costos de Inversión .....	159
Tabla 40: Costo por m <sup>2</sup> de Área Bruta .....	160
Tabla 41: Incidencia de Costo del Terreno .....	160
Tabla 42: Resumen Comparativo de Mercado .....	162
Tabla 43: Cálculo de Homogenización.....	162
Tabla 44: Media por Factor .....	163

Tabla 45: Media por Eliminación .....	163
Tabla 46: Método Residual .....	164
Tabla 47: Método de Margen de Construcción.....	164
Tabla 48: Resumen Comparativo de Métodos de valoración del Terreno .....	165
Tabla 49: Resumen de Costos Directos .....	166
Tabla 50: Resumen de Costos Indirectos.....	167
Tabla 51: Resumen de Equipamiento y Amoblamiento .....	168
Tabla 52: Depreciación Anual .....	169
Tabla 53: Cronograma Valorado de Obra.....	170
Tabla 54: Cronograma Valorado de Inversión General .....	171
Tabla 55: Sueldos del Personal .....	173
Tabla 56: Servicios Básicos .....	174
Tabla 57: Mantenimiento .....	175
Tabla 58: Otros Gastos .....	176
Tabla 59: Categorización de Costos y Gastos Anuales .....	177
Tabla 60: Características del Servicio de Alojamiento.....	188
Tabla 61: Gastos de Comercialización .....	198
Tabla 62: Cronograma de Distribución de Gastos .....	198
Tabla 63: Porcentaje de Ocupación en función de Temporada .....	199
Tabla 64: Rango de precios por tipo de habitaciones .....	200
Tabla 65: Establecimiento de Precios.....	200
Tabla 66: Incremento de Precios en Función de Temporada y Feriados .....	201
Tabla 67: Tarifas establecidas por habitación en Temporadas y Feriados.....	201
Tabla 68: Resumen Anual de Días .....	202
Tabla 69: Ingresos Anuales por Noche según Temporada y Feriados.....	202
Tabla 70: Flujo de Ingresos Anuales Esperados.....	203
Tabla 71: Análisis Estático - Indicadores Financieros (PP).....	209
Tabla 72: Determinación de Tasa de Descuento con el modelo CAPM .....	210
Tabla 73: Análisis Dinámico - Indicadores Financieros (PP) .....	212
Tabla 74: Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos (PP).....	213
Tabla 75: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PP) .....	214
Tabla 76: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PP) .....	214
Tabla 77: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PP) .....	215
Tabla 78: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PP).....	217
Tabla 79: Variación en Porcentaje de Ocupación (PP) .....	217
Tabla 80: Variaciones cruzadas (PP) .....	218
Tabla 81: Condiciones del Préstamo .....	219
Tabla 82: Análisis Estático - Indicadores Financieros – Flujo Apalancado .....	220
Tabla 83: Ponderación de Tasa de Descuento para el Flujo Apalancado.....	220
Tabla 84: Análisis Dinámico (PA) - Indicadores Financieros .....	222
Tabla 85: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PA).....	222
Tabla 86: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PA) .....	223
Tabla 87: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PA).....	224
Tabla 88: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PA) .....	225
Tabla 89: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PA) .....	226
Tabla 90: Variación en Porcentaje de Ocupación (PA).....	226

Tabla 91: Variaciones cruzadas (PA).....	227
Tabla 92: Cuadro comparativo de indicadores financieros.....	228
Tabla 93: Cuadro comparativo de límites de sensibilidad.....	228
Tabla 94: Programa de Necesidades Optimizado.....	235
Tabla 95: Cuadro de Áreas de proyecto optimizado.....	239
Tabla 96: Tipología de habitaciones - Comparativo.....	240
Tabla 97: Detalle de Tipología de Habitaciones (PO).....	241
Tabla 98: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado.....	242
Tabla 99: Costo por m2 de Área Bruta - Optimizado.....	243
Tabla 100: Incidencia de Costo del Terreno - Optimizado.....	243
Tabla 101: Resumen de Costos Directos – Optimizado.....	244
Tabla 102: Resumen de Costos Indirectos – Optimizado.....	245
Tabla 103: Cronograma Valorado de Inversión General.....	246
Tabla 104: Categorización de costos y gastos anuales - Optimizado.....	248
Tabla 105: Características del Servicio de Alojamiento.....	251
Tabla 106: Gastos de Comercialización - Optimizado.....	251
Tabla 107: Cronograma de Distribución de Gastos - Optimizado.....	252
Tabla 108: Establecimiento de precios.....	252
Tabla 109: Incremento de Precios en Función de Temporada y Feriados.....	253
Tabla 110: Tarifas establecidas por habitación - Optimizado.....	253
Tabla 111: Flujos de ingresos anuales - Optimizado.....	254
Tabla 112: Análisis Estático - Indicadores Financieros (PP)- Optimizado.....	255
Tabla 113: Análisis Dinámico - Indicadores Financieros (PPO).....	257
Tabla 114: Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos (PPO).....	257
Tabla 115: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PPO).....	258
Tabla 116: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Operación (PPO).....	259
Tabla 117: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PPO).....	260
Tabla 118: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PPO).....	261
Tabla 119: Variación en Porcentaje de Ocupación (PPO).....	262
Tabla 120: Variaciones cruzadas (PPO).....	263
Tabla 121: Análisis Estático - Indicadores Financieros (PAO).....	264
Tabla 122: Ponderación de Tasa de Descuento (PAO).....	265
Tabla 123: Análisis Dinámico - Indicadores Financieros (PAO).....	266
Tabla 124: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PAO).....	267
Tabla 125: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PAO).....	268
Tabla 126: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PAO).....	268
Tabla 127: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PAO).....	269
Tabla 128: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PAO).....	270
Tabla 129: Variación en Porcentaje de Ocupación (PAO).....	270
Tabla 130: Variaciones cruzadas (PAO).....	271
Tabla 131: Cuadro comparativo de indicadores financieros - Optimizado.....	272
Tabla 132: Cuadro comparativo de límites de sensibilidad - Optimizado.....	272
Tabla 133: Cuadro Comparativo de Proyectos Original vs Optimizado.....	273
Tabla 134: Límites de Sensibilidad Proyecto Original vs Optimizado.....	273
Tabla 135: Modelo de Matriz de Trazabilidad de Requisitos.....	283
Tabla 136: Hoja de Verificación.....	286

Tabla 137: Ilustración de Estructura de Desglose de los Riesgos.....	287
Tabla 138: Registro de Información de los Interesados .....	289
Tabla 139: Matriz de Evaluación de Involucramiento de Interesados .....	291
Tabla 140: Plan de Comunicación - Información de las partes .....	292
Tabla 141: Establecimiento de comunicaciones .....	292
Tabla 142: Matriz de Selección de Oferentes.....	296

# CAPÍTULO 1

RESUMEN EJECUTIVO

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL



Imagen 1: Proyecto "Traveler's Bay Hostel"  
Elaborado por: Andrea Rojas

## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

### **1.1. Descripción General**

El proyecto hotelero llamado “Traveler’s Bay Hostel” que se desarrollará en Montañita, provincia de Santa Elena, está planificado para iniciar sus operaciones a inicios del 2022. El mismo contará con 56 camas entre habitaciones dobles y compartidas además de espacios de uso común, áreas de servicio y espacios abiertos. Un establecimiento que requiere de una inversión de aproximadamente \$491 mil dólares.

El presente documento reúne el estudio de viabilidad del proyecto en mención, tomando en cuenta factores técnicos, económicos y sociales. Además, se proponen estrategias, que ser aplicadas, conseguirán optimizar aún más el proyecto.

### **1.2. Entorno Macroeconómico**

El Ecuador este año está teniendo un comportamiento económico muy bajo, incluso peor que lo vivido durante el feriado bancario, esto se debe en gran medida a la pandemia del COVID-19. Aunque, la economía ya venía desacelerándose desde el 2014 y la pandemia solo lo intensificó, al ocasionar una caída en la actividad de muchos sectores como la reducción del gasto público, baja en el consumo de hogares e inclusive disminución de las exportaciones, entre otros, generando así incertidumbre y estancamiento.

Todo esto, pone en evidencia la carencia de estrategias que amortigüen malos escenarios y una limitada inversión privada. De manera que, nos enfrentamos a grandes desafíos como trabajar eficientemente para combatir la pandemia y salvar vidas, vencer la crisis actual económica y social generada por el COVID-19 y establecer buenas bases que permitan una rápida recuperación económica del país.

Si bien es cierto que, se estima para el 2020 un decrecimiento del PIB en 8.1%, no obstante, considero que la economía ecuatoriana recuperará lentamente la senda de crecimiento, pues para el 2023 podría iniciar su recuperación en el que se logre al menos conseguir valores del PIB similares al de 2019.

En cuanto al ámbito turístico, es un sector que efectivamente está siendo afectado enormemente por las restricciones de movilidad en el mundo. Se estima que el COVID-19 impactará negativamente al Turismo a nivel mundial con una reducción de llegadas de turistas internacionales entre el 20% y 30% en el 2020 y probablemente se mantenga en terreno negativo para el 2021, pero siendo optimistas su recuperación iniciará en el mismo año. Además, es probable también que, se creen planes económicos de reactivación para el sector turístico que faciliten el financiamiento de proyectos dentro de la industria hotelera.

Por lo que, si bien es cierto que nos encontramos atravesando una crisis, éstas no son eternas, volveremos a subir y es en eso en lo que hay que fijarse.

### 1.3. Localización

La alta demanda turística que existe en Montañita, producto de la búsqueda de viajes de aventura, y sumando la reducida cantidad de opciones de hospedajes cuyas instalaciones se encuentren en condiciones de brindar comodidad y confort, terminan siendo las razones principales que motivan a la inversión en infraestructura hotelera.

Teniendo en cuenta que el lugar de emplazamiento es clave a la hora de generar un proyecto hotelero, es necesario resaltar que este proyecto cuenta con una ubicación ideal para crear un espacio atractivo para sus futuros usuarios, no solo por encontrarse frente a la playa, sino también por disponer de un terreno de forma regular, de tamaño aceptable y de topografía plana, por contar con vías de fácil acceso y disposición de servicios básicos, pero sobre todo por ubicarse en una zona de crecimiento y con mucho futuro en el ámbito turístico, como lo es “Baja Montañita”. Su puesta en marcha significará un aporte al desarrollo integral de la zona.

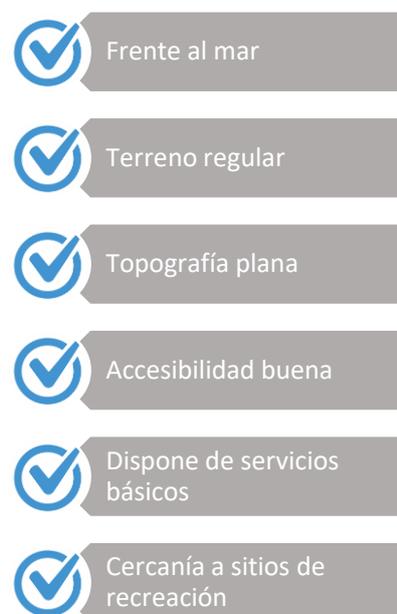


Gráfico 1: Parámetros cumplidos  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 1.4. Análisis de Mercado

Los datos más relevantes recabados del estudio de oferta y demanda, así como de la evaluación de la competencia son los siguientes:

- La actividad de Alojamiento dentro de Montañita es la que más se destaca, con un 55.4%. Lo que refleja una alta demanda turística en la zona, siendo un dato favorecedor para la implementación del proyecto.



Gráfico 2: Registro de Actividades - Montañita

Elaborado por: Andrea Rojas

- Los registros históricos muestran un crecimiento ascendente de la industria hotelera en Montañita, especialmente a partir del año 2014, en donde anualmente se incorporaban más de 9 establecimientos registrando esta actividad. Siendo el hostel de categoría 1 estrella, el alojamiento con mayor participación.

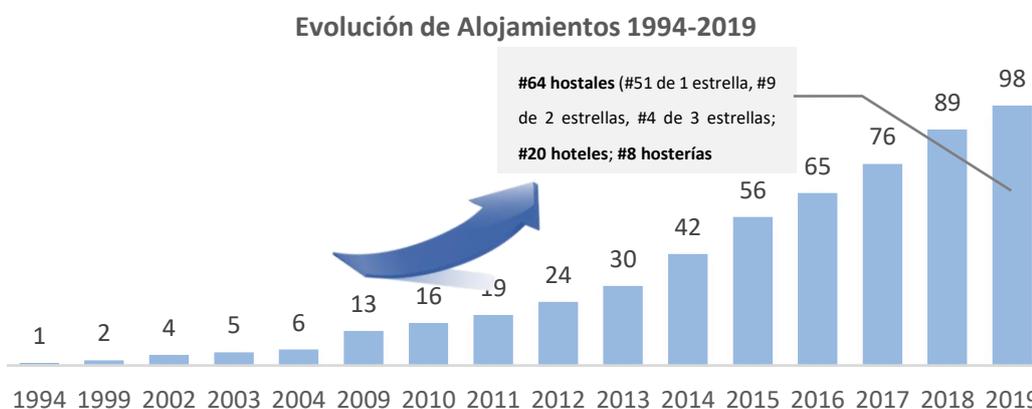


Gráfico 3: Evolución de alojamientos 1994-2019

Elaborado por: Andrea Rojas

- Montañita cuenta con temporadas altas, medias y bajas producto de las condiciones climáticas y oleaje. Durante la temporada alta el clima y las olas se encuentran en su clímax, durante la temporada media las ballenas jorobadas se encuentran en el área y durante la temporada baja se debe a la presencia de lluvias.

- La preferencia de tipo de alojamiento son hostales, toda vez que uno de los aspectos que priman al momento de elegir un establecimiento es el precio, seguido de la limpieza y el confort.
- El valor promedio por m<sup>2</sup> ponderado va de \$1.7 hasta \$3.7 dólares.
- Los tipos de habitación que no pueden faltar en la edificación son Dobles, Triples y Habitaciones compartidas. De contar con una suite es un plus porque solo el 20% de los hostales cuentan con ella.
- El rango de precios según el tipo de habitación está en: habitaciones compartidas de \$6 a \$19 dólares la noche por persona, habitaciones dobles de \$30 a \$79 dólares la noche por habitación, habitaciones triples de \$25 a \$70 dólares la noche por habitación y suite de \$80 a \$120 dólares la noche.
- El perfil de quienes visitan Montañita presenta las siguientes características: Jóvenes, con estudio y empleo, que viajan solos o en grupos pequeños, en búsqueda de aventura, surf - playa y diversión, cuyos ingresos superan los \$1000 dólares.

### **1.5. Análisis Arquitectónico**

Al contar con un terreno cuya área total es de 120m<sup>2</sup>, sobre el cual se puede proyectar un máximo de 4 pisos de altura con terraza cubierta sobre rasante, se plantea llevar a cabo un proyecto de 648m<sup>2</sup> de construcción, maximizando las facilidades de construcción que brinda el terreno, esto es 93% con respecto al COS de PB y 98% del COS Total.

La relación de áreas dentro del proyecto es equilibrada y se encuentra configurada con un 50% en área de dormitorios, 26% en área social, 6% en área de servicio, 2% en área verde y 16% en área circulación. Cabe indicar que, los espacios se articulan a través de corredores y escaleras abiertas y ventiladas, siendo la circulación vertical un elemento que agrega carácter a la fachada.

En cuanto a las habitaciones ofertadas, el hostel cuenta con un total de 14 habitaciones, 56 camas y 60 plazas, cuyas áreas van de 16m<sup>2</sup> hasta 25m<sup>2</sup>. De las 14 habitaciones el 28.6% tiene una capacidad de 4 personas, el 42% para 6 personas, y el 29%

para 2 personas. Por otro lado, el 35% de las habitaciones cuenta con baño compartido y el 65% con baño privado.

Es importante resaltar que se han incorporado criterios sostenibles dentro del diseño arquitectónico pasivo y activo, logrando reducir el consumo de energía y de agua respectivamente.

### 1.6. Evaluación de Costos

Al realizar una valoración de los precios inmersos en las diferentes categorías de inversión y costos de operación del proyecto, se determinó que se requiere de un total de \$469 mil dólares de inversión inicial, valor que incluye costos de terreno, costos directos de construcción, costos indirectos y costos de equipamiento y amoblamiento. Además, se prevén gastos anuales a partir de USD \$82 mil dólares, valor dentro del cual se consideran sueldos administrativos, pagos de servicios básicos, gastos de mantenimientos, gastos en menajes de aseo y limpieza, pago de tasas y gastos en promociones y comisiones de ventas.

En cuanto a los costos de inversión, se identificó que los más representativos son los costos directos con el 69%, seguido del equipamiento y amoblamiento con el 12%. Con respecto a los costos de operación, se definieron que los más representativos son los gastos administrativos con el 61%, seguido de la promoción con el 14%.

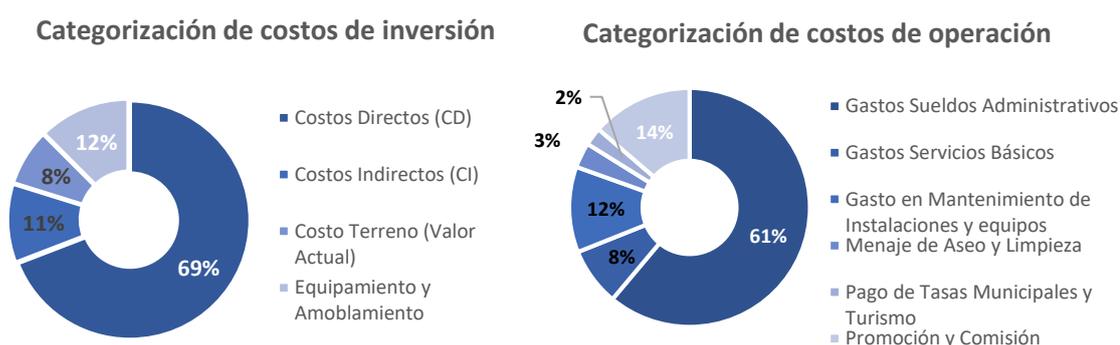


Gráfico 4: Categorización de costos  
Elaborado por: Andrea Rojas

Adicionalmente, es importante señalar que el costo por metro cuadrado de área bruta es de \$634 dólares y que la incidencia del terreno sobre los costos del proyecto es de 9.6%, un porcentaje dentro de lo recomendable para el éxito de un proyecto.

## 1.7. Estrategia Comercial

El proyecto ofrece una variedad de opciones de alojamiento que va desde habitaciones privadas que cuestan desde \$65 dólares la noche hasta habitaciones compartidas que cuestan desde \$10 dólares por persona la noche. Valores que se incrementan en función de precios hedónicos, temporadas y feriados especiales.

El incremento se realizó aplicando un porcentaje en función de la temporada, del 5% al 10% (baja/ media/alta) y feriados de mayor actividad turística (Carnaval/Semana Santa/Fin de Año) un 20%. De manera que, los ingresos por noche con tarifa estándar ascienden a \$911 dólares y aplicando los porcentajes de incremento en función de las temporadas, los ingresos por noche ascienden a \$957 dólares en temporada media, \$1,002 dólares en temporada alta y en feriados especiales \$1,123 dólares, considerando un 100% de ocupación del hostel.



Imagen 2: Ingresos  
Elaborado por:  
Andrea Roias

Para la estimación del flujo de ingresos proyectados se cruzaron datos como registros de días entre semana y fines de semana que contiene cada año en un periodo de 15 años, variación positiva anual del 3% en precios y los porcentajes de ocupación del hostel acordes a los registros históricos. Permitiendo identificar ingresos anuales a partir de 221 mil dólares.

## 1.8. Evaluación Financiera

Los resultados obtenidos del análisis financiero del proyecto puro y apalancado se resumen a continuación:

- En el análisis estático, se identificó que el proyecto apalancado presenta mayores gastos en un 8% debido a las implicaciones de contar con un financiamiento bancario, lo que se refleja en la reducción de utilidades en un 17%, esto es de \$1,188,912 a \$986,029 dólares. Sin embargo, el periodo de recuperación de la inversión se cumple en el año 4, es decir 1 año antes que el proyecto puro. Así como

también, el retorno sobre la inversión es superior el proyecto apalancado sobre el puro en un 106%.

- En el análisis dinámico, tanto el VAN como la TIR y la relación Beneficio/Costo en el proyecto apalancado ofrecen mejores beneficios que en el proyecto puro, generándole mayor seguridad al inversionista. Específicamente, el VAN pasa de

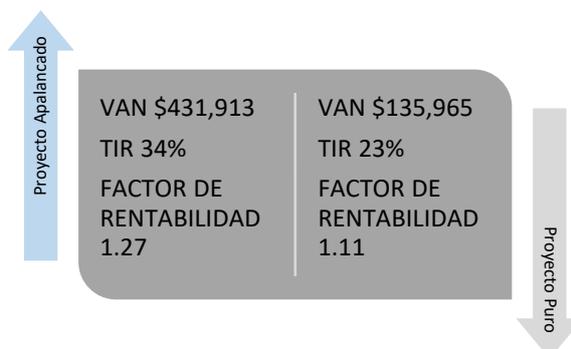


Gráfico 5: Indicadores Financieros (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

\$135,965 a \$431,913, la TIR de 23% al 34% y el factor de rentabilidad de 1.11 a 1.27.

### 1.9. Optimización

En la búsqueda de mejorar las condiciones del proyecto concebidas originalmente, con la finalidad generar mayores ingresos. Se propuso:

- Modificar la disposición de los baños, logrando que todas las habitaciones cuenten con baño privado.
- Ajustar la dimensión de la habitación con menor tamaño para poder diversificar los tipos de habitaciones a ofertar, así como también su tipología.
- Convertir la terraza en un área que genere ingresos, por lo que se propone ofrecer el servicio de acampar en terraza, una propuesta innovadora que está empezando a revolucionar la industria hotelera a nivel mundial.

Ante dichos cambios, se procedió a evaluar los costos adicionales que implica llevarlos a cabo, establecer nuevas estrategias de precios para las habitaciones ofertadas para finalmente evaluar financieramente el proyecto y así demostrar su viabilidad. Por lo que, los resultados obtenidos del análisis financiero del proyecto puro y apalancado se resumen a continuación:

- En el análisis estático, se identificó que el proyecto apalancado presenta mayores gastos en un 7% debido a las implicaciones de contar con un financiamiento bancario, lo que se refleja en la reducción de utilidades en un 13%, esto es de

\$1,533,025 a \$1,328,064 dólares. Sin embargo, el periodo de recuperación de la inversión se cumple en el año 3, es decir 2 años antes que el proyecto puro. Así como también, el retorno sobre la inversión es superior al proyecto apalancado sobre el puro en un 114%.

- En el análisis dinámico, tanto el VAN como la TIR y la relación Beneficio/Costo en el proyecto apalancado ofrecen mejores beneficios que en el proyecto puro, generándole mayor seguridad al inversionista. Específicamente, el VAN pasa de \$261,270 a \$609,949, la TIR de 27% al 42% y el factor de rentabilidad de 1.21 a 1.36.

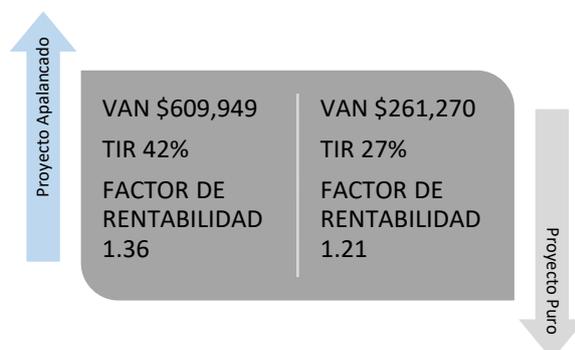


Gráfico 6: Indicadores Financieros (PO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 1.10. Gerencia de Proyectos

Se propone un modelo de dirección para el desarrollo del proyecto hotelero "Traveler's Bay Hostel" fundamentado en la guía que ofrece el PMBOK, con la finalidad de fortalecer las competencias en la gestión de todas las áreas de conocimiento, y así poder culminar el proyecto de forma exitosa, es decir, a tiempo, de acuerdo o por debajo de lo presupuestado y en cumplimiento de los requerimientos y necesidades establecidos por los interesados.

La estrategia de gestión estará configurada de la siguiente forma, dentro de las áreas de énfasis alto se encuentra la planificación de los costos, el cronograma, el alcance y la calidad. Mientras que las de énfasis medio están la planificación de los riesgos, los interesados y las comunicaciones. Finalmente, las áreas de énfasis bajo se encuentra la planificación de los recursos, las adquisiciones y la integración.

# CAPÍTULO 2

ENTORNO

MACROECONÓMICO

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 2. ENTORNO MACROECONÓMICO

### 2.1. Introducción

A la hora de invertir en proyectos inmobiliarios, estudiar la situación macroeconómica del país en donde éstos serán implementados, es de vital importancia. A través del mismo, conseguimos proveernos de instrumentos claves para comprender el entorno, identificar oportunidades y amenazas, que nos permitirán tomar decisiones empresariales acertadas garantizando el desarrollo eficiente de los proyectos.

Toda vez que, el presente proyecto inmobiliario será ejecutado en Ecuador, se procederá a exponer un análisis preliminar del nivel de influencia de los indicadores macroeconómicos del país en los últimos años, así como también, su proyección para años futuros.

#### 2.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Analizar la situación económica actual del país, evaluando el estado de los principales indicadores macroeconómicos que influyen en el comportamiento del mercado inmobiliario, para determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto en estudio.

##### Objetivo Específico

- Recopilar información histórica, hasta el año 2020, de cada una de las variables con la finalidad de emitir proyecciones futuras y determinar niveles de influencia en el desarrollo del proyecto en estudio, cuya proyección de funcionamiento está planteada para el año 2022.
- Identificar oportunidades y amenazas para los interesados clave del proyecto ante la situación económica del país.
- Evaluar el comportamiento de la industria hotelera.

Gráfico 7: Objetivos de Entorno Macroeconómico

Elaborado por: Andrea Rojas

### **2.1.2. Metodología**

Para cumplir con lo planteado anteriormente, se utilizará la información obtenida de fuentes primarias, esto es páginas oficiales de organismos que publican indicadores económicos del país, tales como: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Banco Mundial, entre otros. La misma que será recopilada, procesada y analizada en función de determinar las incidencias en el sector inmobiliario.

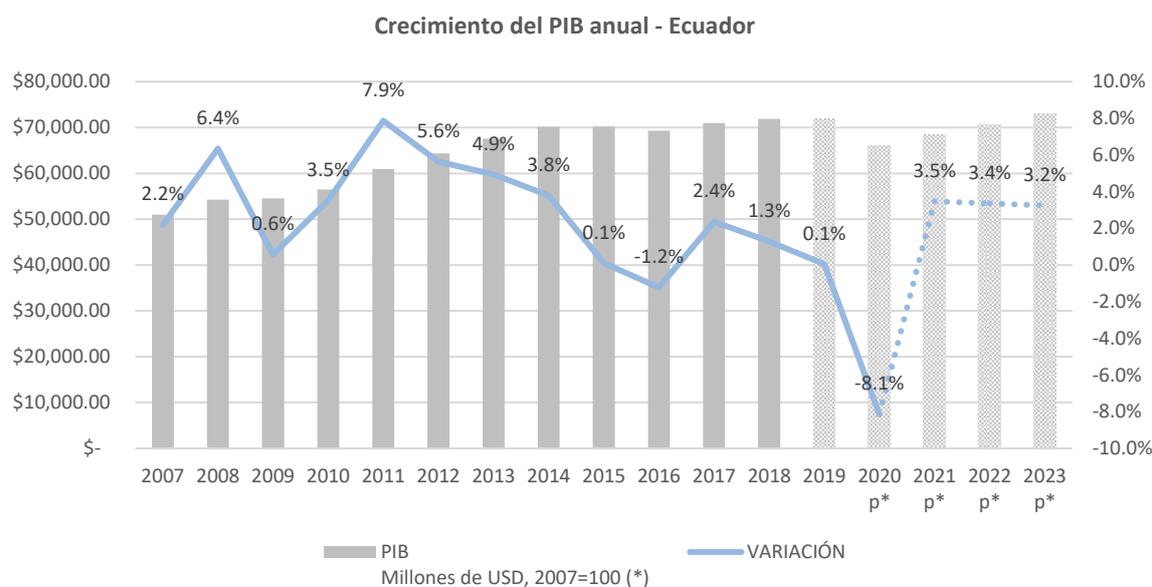
## **2.2. Indicadores Macroeconómicos**

### **2.2.1. Producto Interno Bruto**

El Producto Interno Bruto (PIB) es una de las medidas más utilizadas para determinar el tamaño de una economía o mejor dicho la riqueza de un país. El Banco Central de Ecuador (BCE), define al PIB como *“el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales (...)”* (Banco Central del Ecuador, a. s.f.).

Si se revisa parte de la historia del país, el Ecuador ha presentado considerables variaciones en el PIB (ver gráfico Nro.8). Durante los años 2007-2014 presentó crecimientos anuales aceptables a excepción del año 2009 en el que se consiguió un crecimiento mínimo del 0.57%, producto del colapso del precio del petróleo y de las remesas al país durante la crisis y recesión financiera mundial. A partir del primer trimestre del 2014 empezó el segundo colapso del precio del petróleo, mucho más prolongado, por lo que en el año 2016 llegó a registrar un decrecimiento del 1.2% en el PIB. En los años siguientes logró recuperarse, pero, el año pasado se vio afectado gravemente por el paro nacional de 11 días, suscitado en el mes de octubre, como protesta al decreto 883, mismo que consistía en la eliminación de subsidios al diésel, la gasolina extra y ecopaís, entre otras medidas regulatorias, como mecanismo para cubrir parte de la brecha fiscal y reducir el endeudamiento público, lo que ocasionó pérdidas de alrededor de \$700 y \$800 millones de dólares.

El presente año desde su inicio se vio indudablemente agravado por la pandemia mundial del coronavirus, pues se tomaron medidas de suspensión de actividades, confinamiento y aislamiento, sumando la caída significativa en los precios del petróleo, reducción de dinamismo en la demanda externa de productos no petroleros y contracción económica en China, EE.UU. y UE.



**Gráfico 8: Evolución PIB anual**

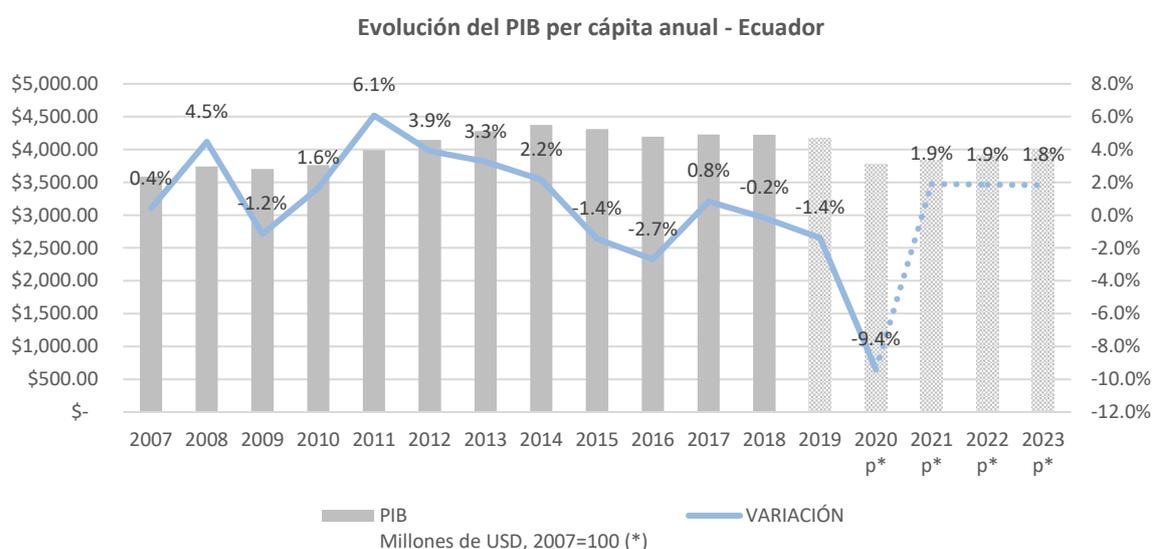
Fuentes: (Banco Central del Ecuador, a. 2020); (Banco Central del Ecuador, b. 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Actualmente, El BCE expuso los resultados reestablecidos de las previsiones económicas del país para el 2020, en los que tomó en consideración el entorno económico lleno de incertidumbre, debido a la suspensión de las actividades productivas en consecuencia de la pandemia del COVID-19. Por lo que, la economía creció en el 2019 un 0.1% con respecto al período anterior y para el 2020 se estima que decrecerá en 8.1%, no obstante, considero que la economía ecuatoriana recuperará lentamente la senda de crecimiento toda vez que se prevé para el 2023 empezar su recuperación en el que se logrará conseguir valores del PIB similares al de 2019 (Banco Central del Ecuador, b. 2020).

Ante lo expuesto, se podría decir que las previsiones económicas apuntan a un crecimiento promedio anual cercano al 3% en los próximos 3 años, lo que significaría una reducción de proyectos de inversión.

## 2.2.2. Producto Interno Bruto Per Cápita

Para expresar adecuadamente el potencial económico de un país, debe tomarse en cuenta su número de habitantes. Es entonces donde se introduce el término PIB per cápita (PIB pc), ya que éste resulta de dividir el PIB global de un país entre la población total a mitad de año (Grupo Banco Mundial, 2019). Por lo que se utiliza como una medida indirecta de la calidad de vida de la población de una economía. A continuación, se mostrará una gráfica que resume el comportamiento del PIB pc en los últimos años.



**Gráfico 9: Evolución PIB per cápita anual**  
 Fuentes: (Banco Central del Ecuador, c. 2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

Según cifras registradas en el Ecuador, el crecimiento anual promedio del PIB pc entre el 2006 y 2016 fue del 1,5%, porcentaje superior al obtenido en los 26 años previos con el 0,6%, un crecimiento modesto pero razonable para un país en desarrollo y que se enfrentó a afectaciones externas. A partir de entonces el crecimiento ha sido mínimo e inclusive negativo. Se estima que el PIB pc caerá dos años consecutivos como resultado de la carencia de políticas públicas catalizadoras del crecimiento económico, sin embargo, a partir del 2021 se espera que la economía se recupere lentamente y se estabilice. De hecho, el FMI señala que *“de 2021 al 2023, el ingreso por ecuatoriano crecerá, pero a tasas inferiores al 0,5%, lo que quiere decir que la población seguirá aumentando mucho más rápido (2% anual) que la producción nacional”*. (La Hora, 2019)

## 2.2.3. Producto Interno Bruto por sector

### 2.2.3.1. PIB del sector de la Construcción

El sector de la construcción tiene un papel muy importante en la economía ecuatoriana. De hecho, es uno de los que más aportan al PIB, en los últimos 10 años su contribución ha sido en promedio del 9.02%.

Cabe señalar que, la industria 18 años atrás ocupaba el octavo lugar entre los sectores de mayor aporte, para el 2007 alcanzó el sexto lugar, en los siguientes años se vivió el boom inmobiliario provocando que para el 2013 la construcción se convirtiera en el tercer sector más importante de la economía ecuatoriana, manteniendo su posición en los 2 años posteriores. Sin embargo, a partir de entonces ha ido en retroceso, para el 2016 y 2017 la variación anual registrada fue negativa de -5.77% y -4.41% respectivamente.

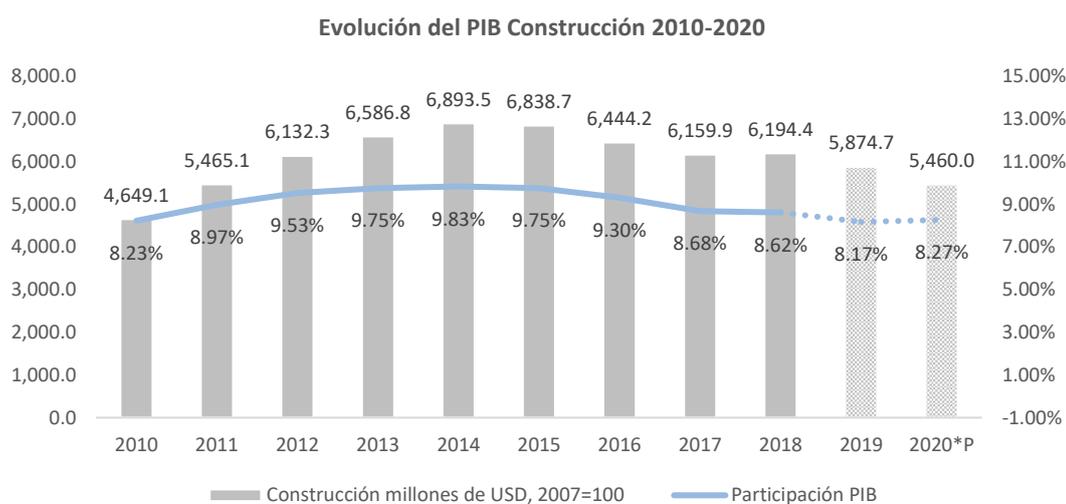


Gráfico 10: Evolución PIB Construcción 2010-2020

Fuentes: (Banco Central del Ecuador, d. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

En el 2019, entre las 17 ramas de actividades económicas del país, la construcción ocupó el 5to lugar, en cuanto a niveles de aportación se refiere, con un 8.17%. Siendo las actividades de manufactura, comercio, enseñanza-servicios sociales-salud y petróleo los más representativos, los mismos que en conjunto significaron alrededor del 50% del PIB. (Lucero, 2020)

Ahora, de acuerdo a datos de la industria publicados en El Universo, se menciona que esta venía desacelerándose y que se agravó con la llegada de la pandemia tanto así que *“el sector tuvo una disminución en ventas de hasta 61.4% y una contracción de 7.1%”*. (El Universo, 2020)

En la actualidad la industria se encuentra atravesando una situación compleja, se percibe un escenario pesimista en cuanto a su evolución para el 2021 debido a los elevados niveles de incertidumbre, pero se están buscando alternativas que ayuden a rescatarla. La clave para afrontar este escenario no es la inversión pública, sino más bien de la inversión privada.

### 2.2.3.2. PIB del sector turístico

La participación del turismo en la economía del país sigue consolidándose, cada vez es mayor. Según datos publicados del Banco Central del Ecuador, actualmente el sector de alojamiento y servicios de comida representa el 1.86% del PIB lo que significó una variación positiva con respecto al año anterior.



Gráfico 11: Evolución PIB Turismo 2010-2020

Fuentes: (Banco Central del Ecuador, d. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

En cuanto a la información emitida por el Ministerio de Turismo (MINTUR), basándose en la investigación anual 2018 y 2019 más actualizada realizada por el World Travel & Tourism Council (WTTC), señala que la contribución total del turismo en el PIB del

2018 fue del 6%, lo que significó un incremento del 21.6% con respecto al año 2017 y con un aporte proyectado para el 2028 del 6.7%, mientras que el aporte directo en el PIB fue de 2.8% superior al año anterior que fue de 2.2% (MINTUR, 2019). Un pronóstico alentador.

Sin embargo, la actual pandemia que enfrentamos frenó el turismo a tal punto en que se estiman reducciones de los ingresos en un 70% para el 2020. Pues existen empresas cerradas o en pausa, al momento el sector tiene el 67% de empresas en pausa, mientras que el 33% restante no abrirá, adicionando la paralización de las inversiones para la construcción de hoteles (El Universo, 2020). De manera que, se registró un bajón en la industria del 4.9% (Primicias, 2020).

Cabe mencionar que, con acuerdo con lo señalado por Serrano, de retomar las condiciones normales, esto es, la confianza en viajar e inmunidad por tener vacuna, el sector no se recuperaría hasta finales del 2021. Recién en el 2022 se visualizarían los resultados, por lo que el 2020 y 2021 serán a pérdida general. (El Universo, 2020)

#### 2.2.4. Inflación: Índice de precios al consumidor

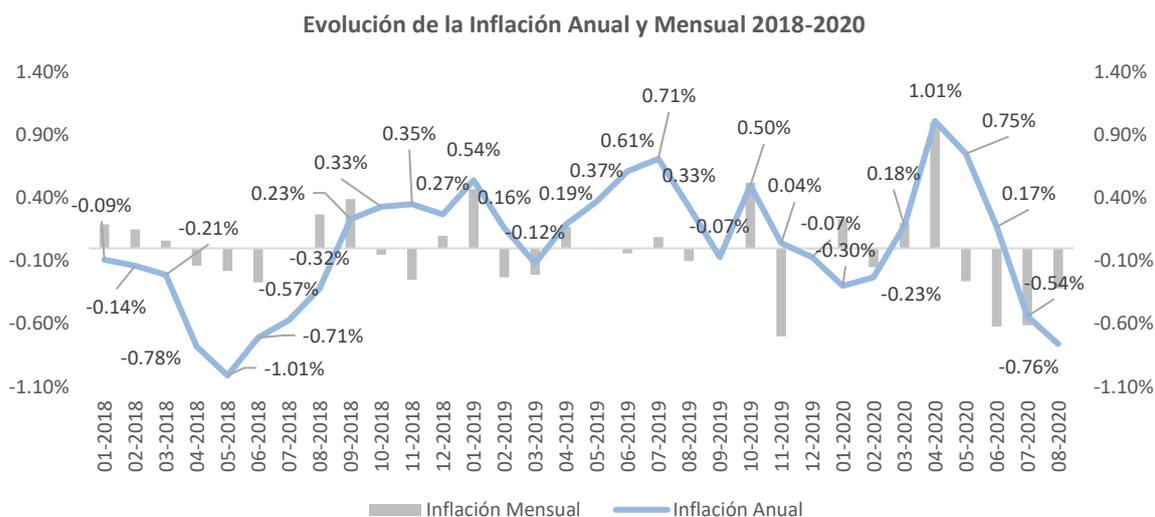
La inflación registrada en el país es medida a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC), un parámetro económico que cumple con la finalidad de computar la evolución del nivel general de precios correspondiente al conjunto de productos de consumo, sean estos bienes y servicios, que son adquiridos por los hogares en un determinado periodo de tiempo. (INEC, c.2019).



Gráfico 12: Inflación histórica en enero  
Fuentes: (INEC, d. 2020) (INEC, a.2019) (INEC, a.2018)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Como se puede apreciar en el gráfico Nro. 6, el Instituto nacional de Estadística y Censos (INEC) ha reportado información histórica de las mediciones alcanzadas de inflación en el Ecuador. Actualmente, la inflación mensual en enero de 2020 se ubicó en el 0.23% mientras que la inflación anual en -0.30% (de los cuales 7 divisiones aportaron al agregado negativo con -0.65% y las 5 divisiones restantes al agregado positivo con 0.35%), siendo este el porcentaje más bajo.

En un país en donde no hay ingresos ni productividad, tanto la inflación como la deflación son perjudiciales. En los últimos años (Ver gráfico Nro.13) la inflación en el Ecuador se ha mostrado baja, lo que evidencia una desaceleración económica. Se podría estimar para el Ecuador en los próximos años precios bajos y pocas ventas, infiriendo un proceso de estandeflación, en donde se combina el estancamiento económico sumado a la deflación.



**Gráfico 13: Evolución de la inflación anual y mensual 2018-2020**

Fuentes: (INEC, d. 2020) (INEC, a.2019) (INEC, a.2018)

Elaborado por: Andrea Rojas

Esta reducción de precios en el mes de agosto ha sido principalmente de los productos como alimentos y bebidas no alcohólicas, transporte, prendas de vestir y calzado. Mientras que los bienes que no influyeron en la baja del IPC fueron salud y restaurantes & hoteles.

A nivel regional las ciudades de la Costa tuvieron menor variación anual que las ciudades de la Sierra, mientras que en la variación mensual sucedió lo contrario, siendo las ciudades de Guayaquil, Manta, Loja y Cuenca las que presentaron variaciones superiores.

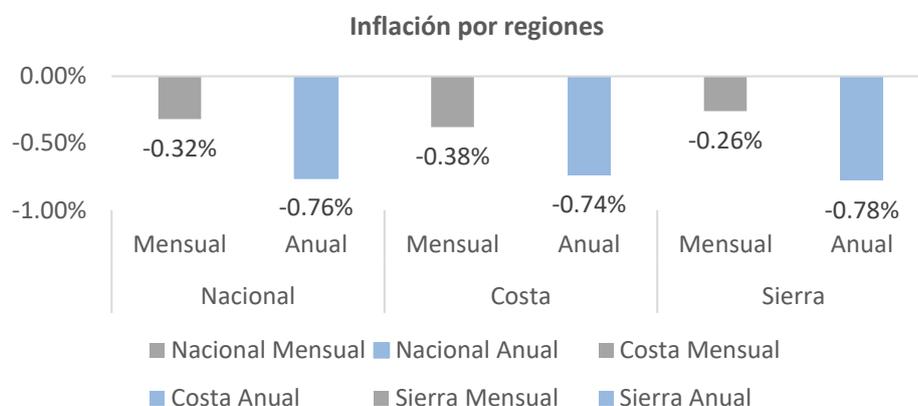


Gráfico 14: Inflación por regiones

Fuentes: (INEC, d. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 2.2.5. Inflación: Índice de precios de la Construcción

Dentro del sector de la construcción es importante conocer cómo se están comportando los materiales, equipos y maquinarias a nivel de precios, con la finalidad de tenerlos en consideración al momento de evaluar un proyecto arquitectónico. Esta información se la conoce como Índice de Precios de la Construcción (IPC).

A nivel general, se puede observar en el gráfico Nro.15 que los precios en materiales de la construcción de los últimos 5 años de cierta forma se han estabilizado, con excepción de un alza a finales del año pasado que sin duda afectó desfavorablemente en los costos de obra. Sin embargo, se restablecieron a inicios del 2020.

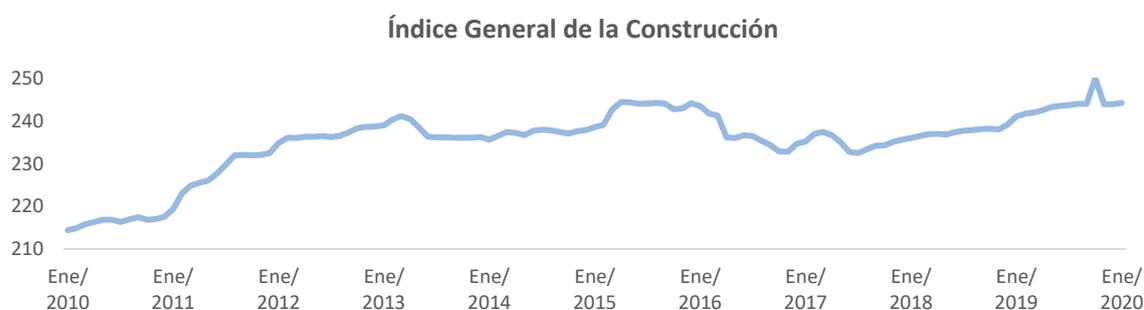


Gráfico 15: Índice general de la construcción

Fuentes: (INEC, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Según el INEC, de acuerdo a los resultados obtenidos en enero del 2020, dos de los materiales constructivos de uso principal como lo son el acero en barras y el cemento portland no han presentado variaciones en el precio desde el mes de mayo del 2019, mientras que la variación anual fue de 5.30% y 0.00% respectivamente. En cuanto al hormigón premezclado, este presentó una variación mensual negativa de 0.18% debido a la competencia y una variación anual de 0.22%.

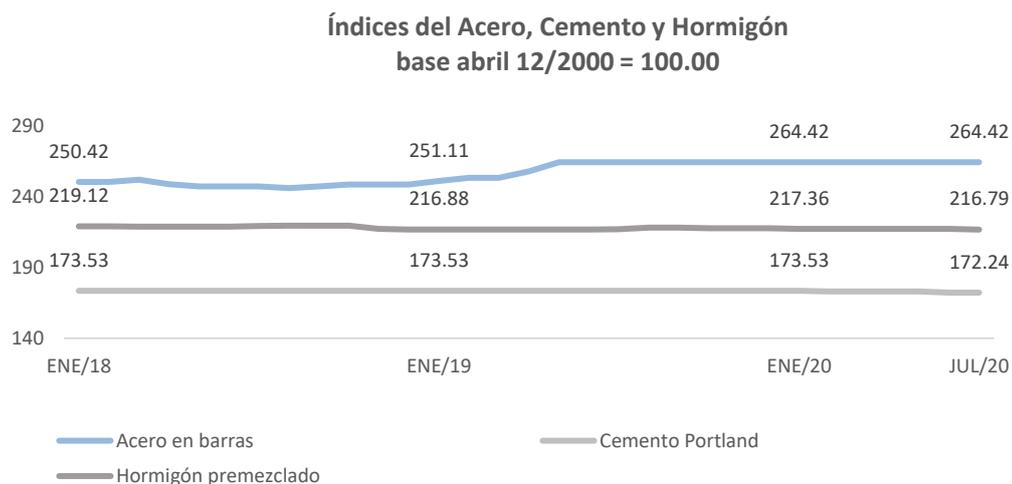


Gráfico 16: Índices del acero, cemento y hormigón 2018-2020

Fuentes: (INEC, b. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

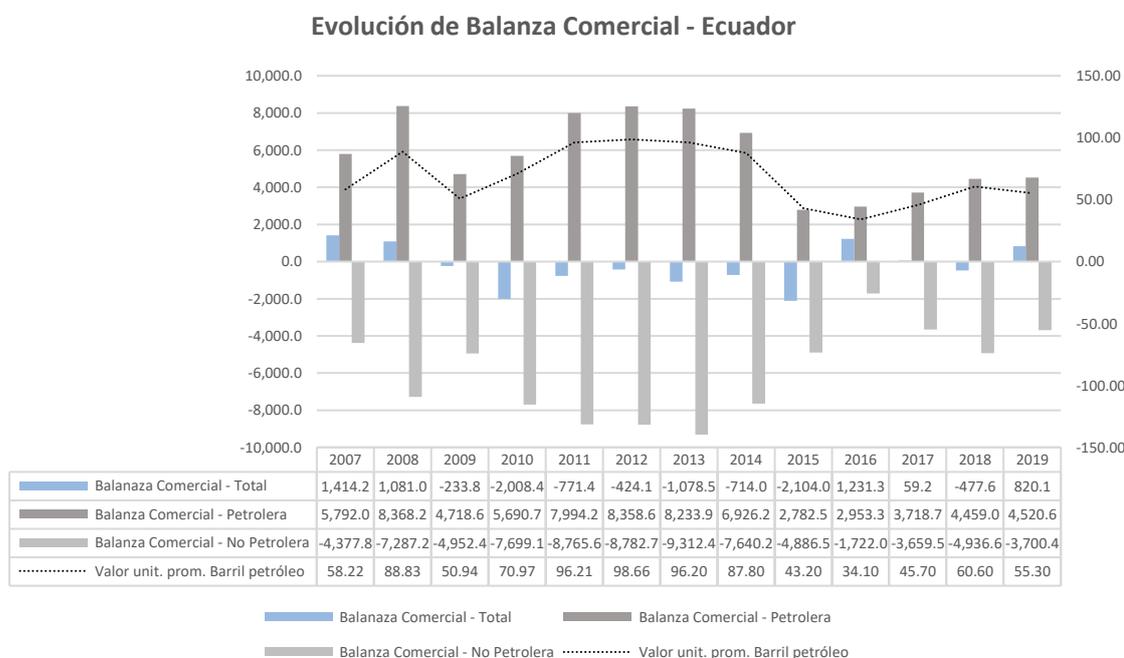
Es importante señalar que, a nivel nacional, los materiales que más subieron en el mes de enero del presente año, fueron: artículos de soldadura (var. 3.95%), tableros de control-distribución y Acc. (var. 2.80%), acetileno (var. 2.43%), aditivos para hormigones asfálticos 3/ (var. 1.96%), ascensores (var. 1.59%), equipos para detección de incendios (var. 1.35%) y perfiles estructurales de acero (var. 1.17%). Mientras que los que más bajaron fueron: llantas para equipo y maquinaria de aseo (var. -0.55%), combustibles (var. -1.41%), equipo de aire acondicionado (var. -1.43%), acero estructural para puentes (var. -2.39%) y centrales telefónicas (var. -3.15%) (INEC, c. 2020).

Según el último reporte emitido por el INEC, correspondiente al mes de julio del presente año, los materiales que más bajaron de precio frente al inicio de año fueron el acero estructural, sacos de cemento, hormigón premezclado y piezas sanitarias lavamanos, mientras que lo que más subieron fueron interruptores y tomacorrientes, perfiles estructurales de acero y productos metálicos estructurales.

Ante lo expuesto, los precios en los materiales de la construcción no van a variar mucho, incluso algunos bajarán de precios ante la falta de actividad productiva.

## 2.2.6. Balanza Comercial

La balanza comercial es un sistema estadístico mediante el cual se evidencian las transacciones económicas que ocurren durante determinado periodo de tiempo entre una economía y el resto del mundo. Básicamente “Es el resultado entre importaciones y exportaciones de mercancías o bienes” (Banco Central del Ecuador, 2012, pág. 50), con el cual se determina si el país se encuentra en déficit o superávit, es decir si son mayores las importaciones o exportaciones.



**Gráfico 17: Evolución de Balanza Comercial**  
**Fuentes: (Banco Central del Ecuador, e. 2020)**  
**Elaborado por: Andrea Rojas**

En el Ecuador, según cifras publicadas por el Banco Central del Ecuador, se registró superávit en los años 2007-2008, posteriormente un déficit durante 7 años consecutivos (2009-2015), revirtiendo el déficit dos años siguientes, luego del cual registra nuevamente déficit en el año 2018 y terminó el 2019 con un superávit de USD 820.1 millones, recuperándose en un 121% con respecto al año anterior.

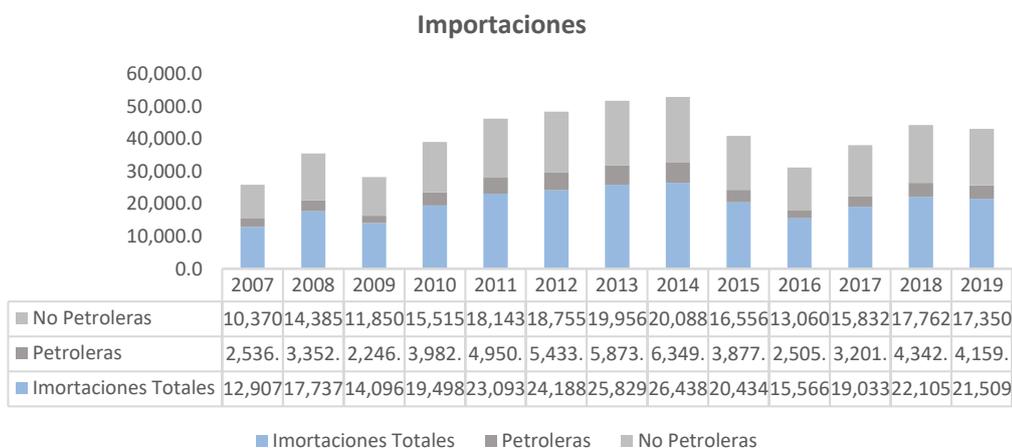
En cuanto a las exportaciones, en el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2019, alcanzaron un total de USD 22,329.4 superando en un 3.2% el periodo anterior que fue de USD 21,628.0. Sin embargo, las exportaciones petroleras experimentaron una reducción del 1.4%, además de una variación del -9% en el valor unitario promedio del barril exportado.



**Gráfico 18: Exportaciones totales, petroleras y no petroleras**  
Fuentes: (Banco Central del Ecuador, e. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

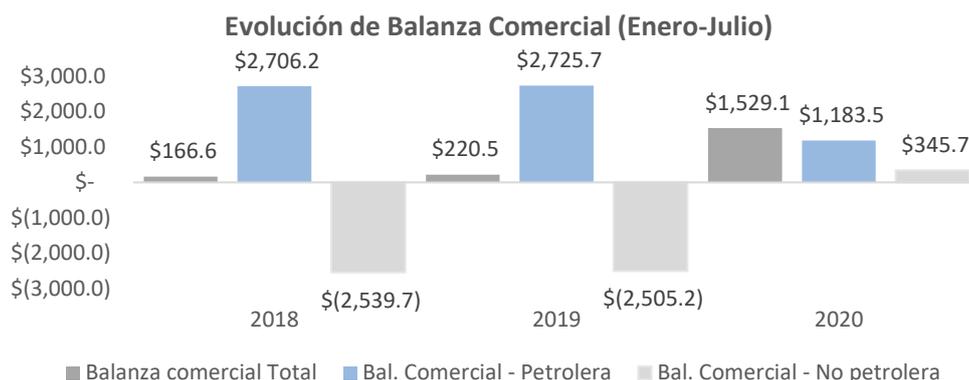
Por otra parte, las importaciones en el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2019, alcanzaron un total de USD 21,509.3 disminuyendo en un 2.7% con respecto al periodo anterior que fue de USD 22,105.6. Las importaciones que resultaron inferiores fueron las materias primas, combustibles y lubricantes y bienes de consumo.



**Gráfico 19: Importaciones totales, petroleras y no petroleras**  
Fuentes: (Banco Central del Ecuador, e. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Si se analiza el periodo comprendido entre enero y julio del presente año, podemos señalar que el país registró un superávit de \$1,529.1 millones de dólares, esto es \$1,308.7 millones más que lo obtenido en el año 2019 durante el mismo periodo. Variación que responde a la reducción de las importaciones en un 24.9% así como también a las exportaciones en un 14.4%, producto del impacto por la pandemia del COVID19. Cabe destacar que al menos las exportaciones no petroleras tradicionales se han mantenido.



**Gráfico 20: Evolución de la Balanza Comercial (enero-julio)**

Fuentes: (Banco Central del Ecuador, f. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Si bien la balanza comercial petrolera presentó un superávit de 1183.5 millones de dólares, el mismo representa un -56.6% de contracción frente al periodo anterior en consecuencia de la caída del valor de la exportación de los bienes petroleros y a la reducción de la importación de los mismos. Según lo expuesto por el BCE se señala que *“En el periodo enero-julio de 2020, el valor promedio del barril exportado de petróleo fue de USD 33.7; la variación del precio promedio mensual del barril de petróleo crudo registrada entre julio 2019 y julio 2020 fue negativa en 36.7%, al pasar de USD 57.2 a USD 36.2”* (Banco Central del Ecuador, f. 2020).

Con respecto a las exportaciones, las no petroleras tradicionales crecieron en un 9.6% entre enero y julio del 2020 frente a los seis primeros meses del 2019 y las no petroleras tradicionales también crecieron en un 6.1%. Probablemente la balanza comercial no se vea afectada significativamente. De hecho, si somos optimistas esta contracción en las importaciones podría ser una oportunidad para el mercado local, puesto que al encontrarse restringida provocarán la activación de la producción nacional.

## 2.2.7. Formación Bruta de Capital Fijo

La Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) es definida por el BCE como “*la inversión de un país, representada por la variación de los activos fijos no financieros tanto públicos como privados, (total de adquisiciones menos ventas de activos fijos), en un periodo de tiempo determinado*”. Además, al permitir incrementar la capacidad productiva de un país, se la considera un motor de crecimiento económico (Banco Central del Ecuador, a. 2017).

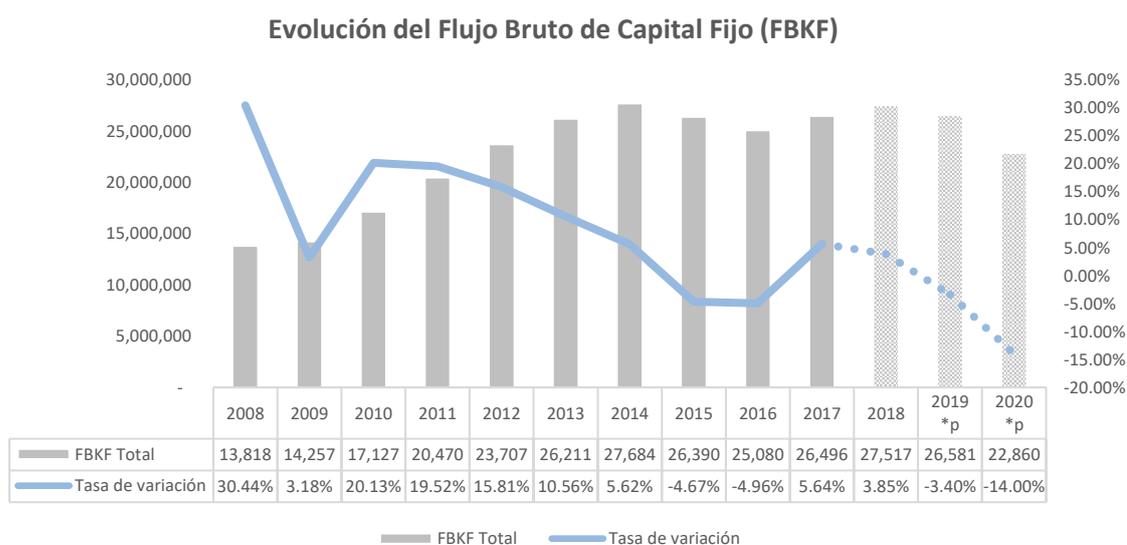


Gráfico 21: Evolución del FBKF 2018-2020

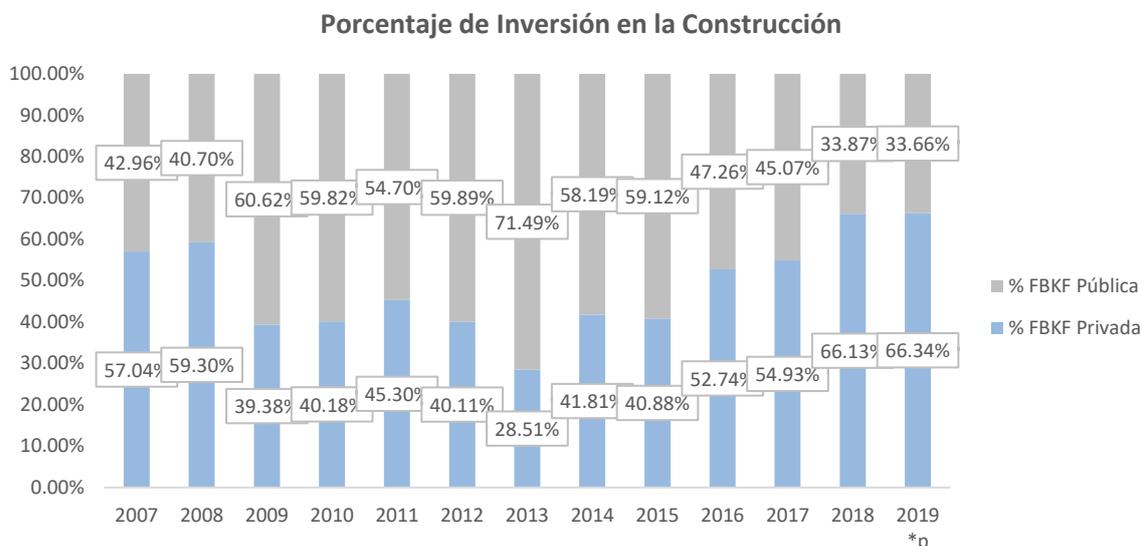
Fuentes: (Banco Central del Ecuador, b. 2018); (Banco Central del Ecuador, g.2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

En términos anuales, en el 2018 el Ecuador registró un crecimiento en la inversión del 3.85%, debido en parte al buen desempeño del sector de la construcción con un 0.6%. Para el 2019 el BCE estima que decreció en un 3.4% en respuesta a la reducción de la inversión pública y privada, así como también, el mal desempeño de las industrias de la construcción y comercio procedentes del sector privado (Banco Central del Ecuador, g.2020). Finalmente, para el 2020 se pronostica una caída del 14% como consecuencia del COVID que contribuyó a la reducción de la inversión pública y la caída de las importaciones de bienes de capital (Banco Central del Ecuador, b. 2020).

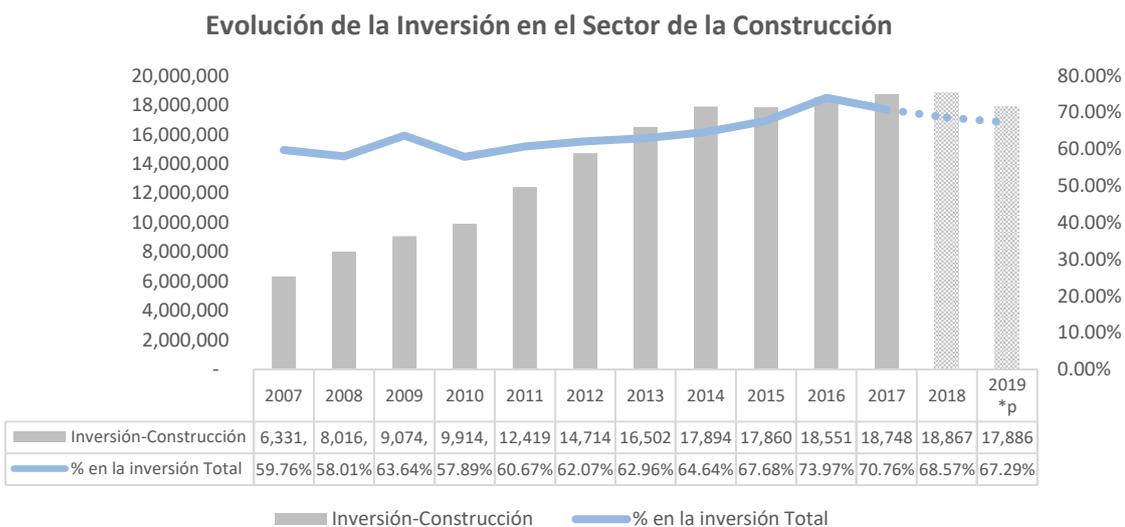
La inversión pública y privada dentro del sector de la construcción, ha representado en promedio, dentro de los últimos 10 años, alrededor del 66% de la estructura de esta variable. Durante años la inversión pública había mantenido mayor participación, sin

embargo, a partir del 2016 se invirtieron los papeles, en vista de las medidas de austeridad ejercidas por el gobierno para afrontar la situación crítica del endeudamiento del país.



**Gráfico 22: Porcentaje histórico de inversión en la construcción 2007-2019**  
 Fuentes: (Banco Central del Ecuador, b. 2018); (Banco Central del Ecuador, g.2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

Las probabilidades que este sector se contraiga por los próximos 2 años son altas. Por lo que es necesario lograr disminuir los niveles de incertidumbre y se apliquen estrategias de gestión que viabilicen tramites y créditos, con la finalidad de que al menos el sector privado cubra el porcentaje que ocupaba la inversión pública.

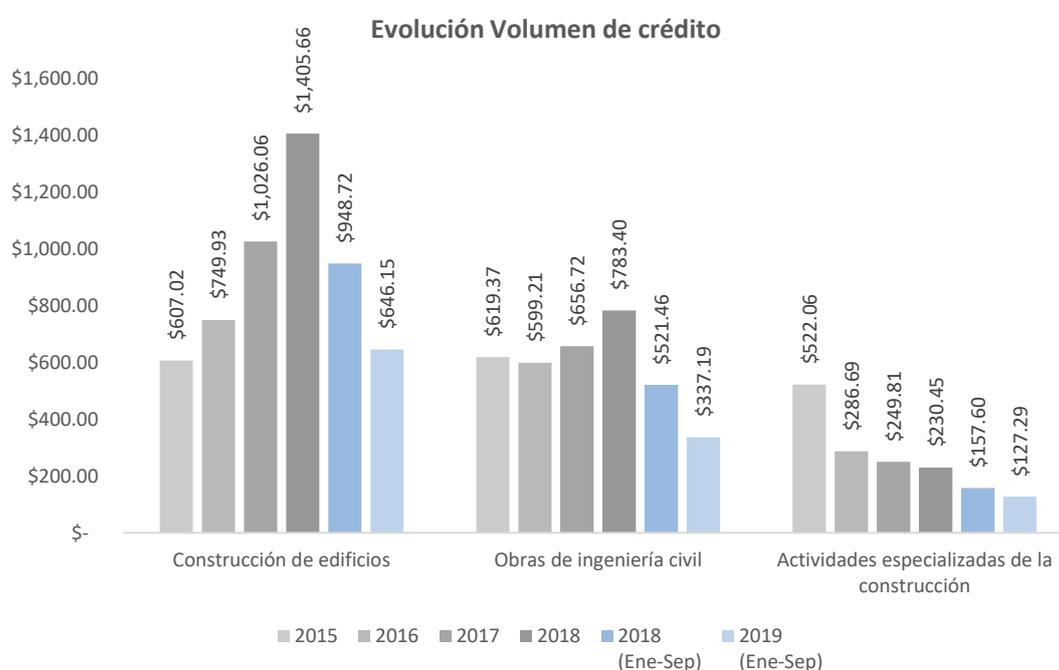


**Gráfico 23: Evolución de la inversión en el sector de la construcción 2007-2019**  
 Fuentes: (Banco Central del Ecuador, b. 2018); (Banco Central del Ecuador, g.2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

## 2.2.8. Volumen de crédito

Parte del análisis macroeconómico, implica identificar las operaciones de crédito del sistema bancario ecuatoriano. Por lo que se evaluará el volumen de crédito de las principales actividades de la construcción: Construcción de edificios, Obras de ingeniería civil y Actividades especializadas de la construcción.

Según lo reportado en la ficha sectorial del último trimestre de 2019, emitida por la Corporación Financiera Nacional (CFN), basada en los datos de la Superintendencia de Bancos señala lo siguiente:



**Gráfico 24: Evolución volumen de crédito**  
Fuentes: (Corporación Financiera Nacional, 2019)  
Elaborado por: Andrea Rojas

- Dentro de las actividades de Construcción de edificios y Obras de ingeniería civil se muestra un aumento paulatino en el volumen de crédito desde el 2016 hasta el 2018. Sin embargo, en el tercer trimestre de 2019 en ambas se evidenció una reducción del 32% y 39% respectivamente con respecto al monto registrado en el mismo periodo del año 2018.

- Dentro de las actividades especializadas de la construcción se muestra una reducción en el volumen de crédito desde el 2015. El monto registrado en el tercer trimestre de 2019 es 19% inferior al año anterior.
- En los primeros 3 trimestres del año 2019 la participación del volumen de crédito por subsistema dentro de la actividad de la construcción de edificios fue de 11% por instituciones financieras públicas y 89% por bancos privados; dentro de la actividad de obras de ingenierías 25% y 75% respectivamente; dentro de actividades especializadas de la construcción 36% y 64%. Por lo que los bancos privados son la fuente principal de financiamiento.

En este año 2020 la banca inició mucho más capitalizada y con mayor liquidez, por lo que espera aumentos de crédito y mejoría en las condiciones de financiamiento e instrumentos financieros, a pesar de ser un año complicado y de periodo preelectoral. (Escobar, 2020)

### 2.2.9. Tasas de interés

La tasa de interés es definida por el BCE como “la razón entre los intereses y la suma original solicitada”. Al momento de adquirir un préstamo para negocios inmobiliarios es necesario conocer esa suma de dinero adicional que estamos obligados a devolver en relación al tipo de financiamiento. A continuación, se resume las tasas anunciadas:

Segmento	Tasas de interés activas efectivas						
	Tasas Referenciales %Anual						Tasa Máxima %Anual
	Enero 2016	Enero 2017	Enero 2018	Enero 2019	Enero 2020	Septiembre 2020	2020
Productivo Corporativo	9.32	8.39	8.03	9.06	9.14	9.24	9.33
Productivo Empresarial	9.53	10.06	10.01	9.49	9.22	9.93	10.21
Productivo PYMES	11.80	11.57	10.45	8.79	10.88	10.67	11.83
Comercial Ordinario	9.58	9.00	8.03	8.11	8.67	9.09	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.15	8.02	7.72	7.99	8.68	9.02	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	10.00	9.68	9.84	9.63	9.78	9.86	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.26	11.32	10.64	9.70	10.95	10.54	11.83
Consumo Ordinario	16.25	16.72	16.72	16.27	16.27	16.64	17.3
Consumo Prioritario	16.10	16.70	16.46	16.09	16.74	16.68	17.3
Educativo	7.14	9.50	9.48	9.49	9.46	9.48	9.5
Vivienda de Interés Pública	4.98	4.97	4.98	4.78	4.74	4.82	4.99
Inmobiliario	10.88	10.90	10.54	9.55	10.14	10.20	11.33

Tabla 1: Tasas de Interés vigentes  
Fuentes: (Banco Central del Ecuador, f. 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

De acuerdo con la información publicada por el BCE referente a la Tasa Activa Efectiva Máxima correspondientes al mes de septiembre de 2020, éstas no han presentado variación en los últimos 4 años. Sin embargo, la Tasa Activa Efectiva Referencial por segmento si muestran variaciones ascendentes mínimas.

A inicios del año 2020 la Tasa Activa Efectiva Referencial del segmento inmobiliario incrementó en un 6% con respecto al mismo periodo del año anterior, pero sigue estando por debajo de las tasas establecidas en los 3 años que le anteceden.

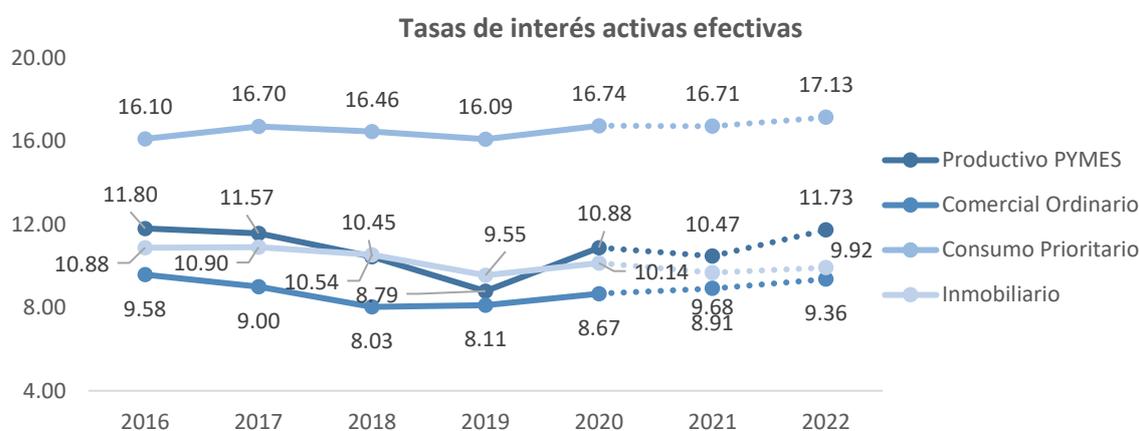


Gráfico 25: Tasas de interés activas efectivas  
Fuentes: (Banco Central del Ecuador, f. 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

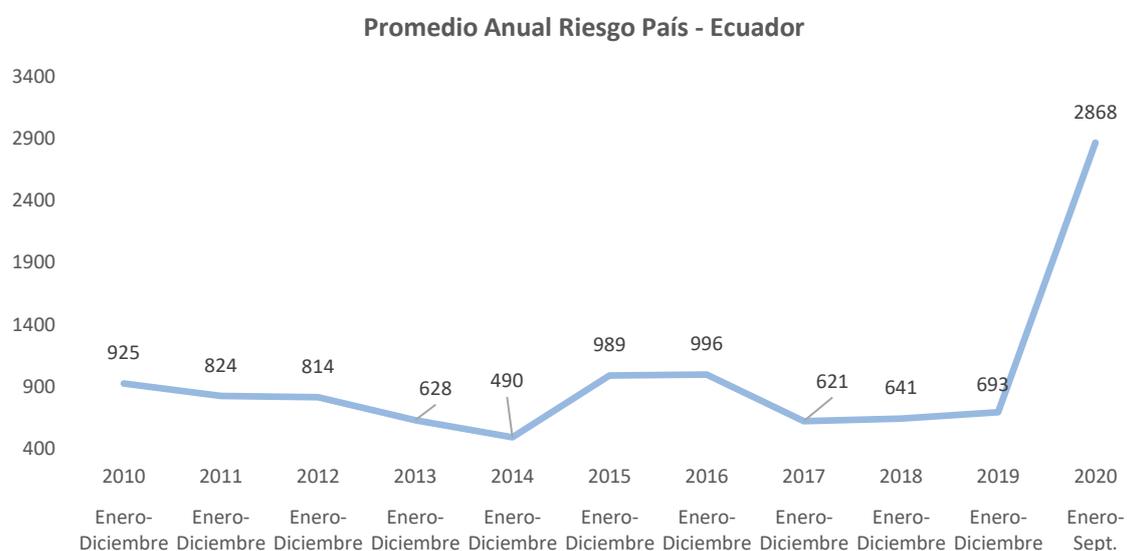
De las líneas de crédito disponibles para el año en curso, las que presentan mayores tasas de interés son para microcrédito y créditos de consumo ordinario y prioritario, mientras que la de menor tasa es para viviendas de interés público de 4.82%. Estas tasas variarán en función del ambiente político, por lo que siendo optimistas las tasas variarán mínimamente pero no se dispararán.

### 2.2.10. Riesgo País

En cuanto al término “Riesgo País” el economista Andrés Cardenal aporta con la siguiente definición básica del mismo: Si bien es cierto toda inversión tiene su riesgo, “*el riesgo país es el riesgo adicional que estamos asumiendo cuando invertimos en un país determinado (...) consiste en calcular la diferencia de rendimiento entre un bono del Tesoro de los Estados Unidos y un bono del país en cuestión con el mismo plazo de vencimiento*”. (Cardenal, 2018)

El método más utilizado es el creado por JP Morgan denominado EMBI (Índice de Bonos de Mercados Emergentes).

En la actualidad existen múltiples entidades que miden este riesgo, siendo las de mayor prestigio: Moody's, Standard & Poor's y Fitch, quienes utilizan diferentes factores para determinar la puntuación que le corresponde asignar a cada país. Cuando éstos no son favorables el nivel de riesgo aumenta y por consiguiente su puntuación, lo que ocasiona que los inversionistas se alejen de estas economías desencadenando afectaciones a nivel de producción, empleo, demanda agregada y por lo tanto en el crecimiento económico.



**Gráfico 26: Promedio anual Riesgo País - Ecuador 2010-2020**

Fuentes: (Banco Central del Ecuador, 2018) (Asobanca, 2020) (Ámbito, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Cifras históricas del Ecuador señalan que el promedio más bajo del riesgo país en estos últimos 10 años se obtuvo en el 2014 cuando cayó hasta los 490 pb, en el 2015 y 2016 se disparó llegando a alcanzar un promedio anual superior a los 980 puntos, posteriormente en los años siguientes logró mantenerse en alrededor de 500 -700 pbs hasta lo acontecido en octubre del 2019, en donde se fue en aumento, llegando a superar los 1000 pb desde el 31 de enero del 2020. Según datos obtenidos de la página web ámbito.com, el indicador internacional de riesgo país (EMBI+) del Ecuador para el término del mes de enero del 2020 se ubicó en los 1018 pb, para el 23 de marzo llegó a 6063pb y a los 15 días del mes de septiembre está en 941pb.



Gráfico 28: Evolución Riesgo País 2020 (enero-septiembre)

Fuentes: (Ámbito, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Al comparar el riesgo país ecuatoriano con otros países de la región, se evidencia que el país se mantiene en cifras altas, en el mes de enero del presente año se ubicó por debajo de Argentina cuyo riesgo promedio en enero del 2020 alcanzó los 1920pbs y sobre Brasil, Colombia, Chile y Perú que se mantienen en un rango de 114 y 217pbs; mientras que para el mes de julio superó a Argentina con 2853pbs (ver gráfico No. 27).

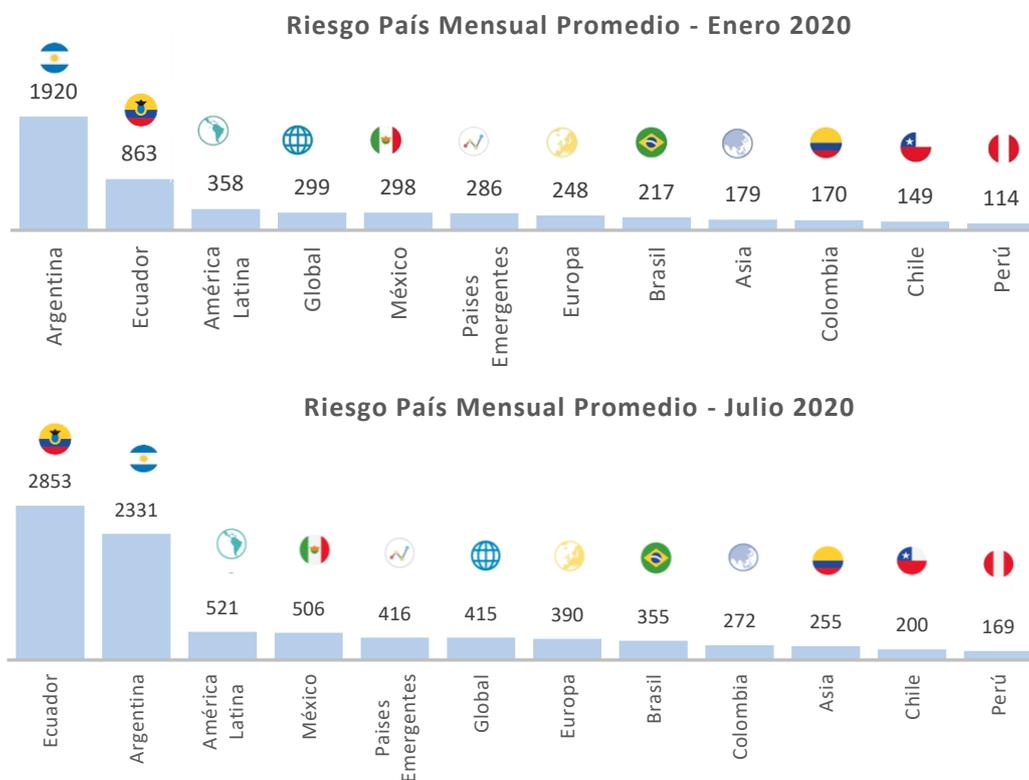


Gráfico 27: Riesgo País comparativo

Fuentes: (Asobanca, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 2.2.11. Salario Básico Unificado

La organización mundial del trabajo define al salario básico como la cuantía mínima de remuneración que el empleador está en la obligación de pagar al empleado por el trabajo realizado durante un determinado período (OIT, s.f.). Este valor normalmente es incrementado anualmente y su variación es establecida en base a una serie de variables tales como la inflación, el costo de la canasta básica, entre otros.

El salario es un determinante importante a la hora de identificar el destino de los gastos de los ciudadanos y clasificarlos según su nivel de importancia. Normalmente buscan cubrir en primera instancia las necesidades básicas de vivienda, alimentación, vestimenta, transporte y luego el ocio y la recreación.

En el Ecuador, el salario básico percibido mensualmente ha ido incrementando, se puede decir que dentro del periodo comprendido entre el 2007 y 2014 su variación de crecimiento anual promedio fue del 10.5%, mientras que durante los años restantes ha sido del 3%. Hoy en día, el salario básico unificado está en \$400, es decir \$6 más que el año pasado, lo que se traduce en términos de incremento en una variación del 1.5%.

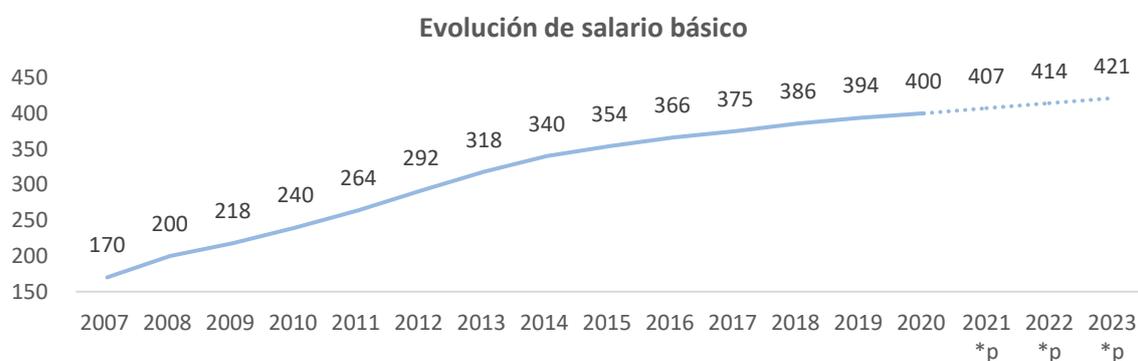


Gráfico 29: Evolución de salario básico  
Fuentes: (Ámbito, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Ante lo expuesto y tomando en cuenta el escenario del país, se puede estimar una proyección lineal ascendente para los siguientes 3 años, partiendo del año 2016, toda vez que estos valores se acercan más a la canasta básica, por lo que la variación promedio anual sería del 2% aproximadamente.

## 2.2.12. Ingreso Familiar

El Ingreso Familiar es un indicador económico que nos permite conocer los estándares de vida de una población y para cuantificarlo se considera remuneraciones nominales y sueldos mensualizados de un hogar tipo de 4 integrantes con 1.6 perceptores del salario básico unificado. (El Universo, 2019)

Este indicador se lo contrasta con la Canasta Familiar Básica (CFB), es decir el conjunto de bienes y servicios indispensables para cubrir las necesidades básicas de un hogar tipo, con la finalidad de conocer la capacidad de cobertura. Según datos históricos publicados por el INEC, hasta el 2017 el Ingreso Familiar se encontraba por debajo del costo de la Canasta Familiar Básica. Sin embargo, a partir de entonces, durante 3 años consecutivos, los papeles se invirtieron con una diferencia casi imperceptible. Hoy en día la canasta básica se encuentra en \$716.14 mientras que el ingreso familiar en \$746.67.

En los próximos años, tomando en consideración la línea de tendencia, se podría estimar un escenario positivo con un crecimiento paulatino de ambos parámetros en donde el costo de la canasta básica permanecerá por debajo del ingreso familiar.

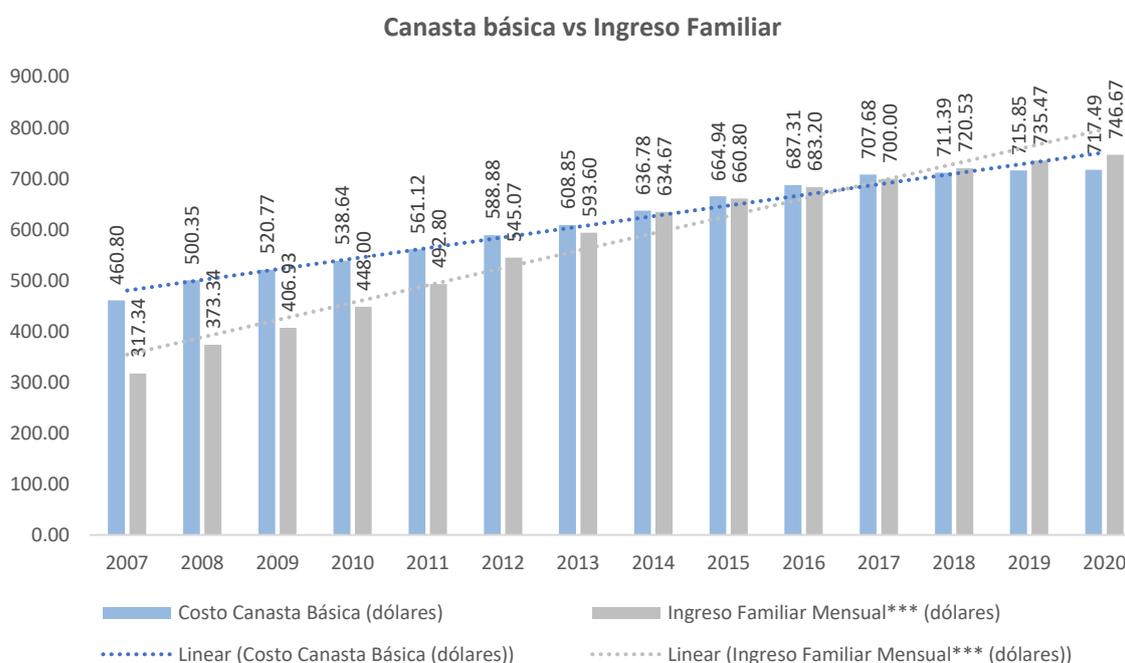


Gráfico 30: Canasta básica vs Ingreso Familiar 2007-2020

Fuentes: (INEC, d. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Una vez que se tiene referencias del ingreso de los hogares, vale señalar también la composición del gasto con la finalidad de evaluar aspectos determinantes sobre la destinación de los recursos. Resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares (INEC, 2012) indican lo siguiente: 24.4 % Alimentos y bebidas no alcohólicas, Transporte 14.6%, 9.9% Bienes y servicios diversos, 7.9% Prendas de vestir y calzado, 7.7% Restaurantes y hoteles, 7.5% Salud, 7.4% Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, 5.9% Muebles y artículos para el hogar, 5% Comunicaciones, 4.6% Recreación y cultura, 4.4% Educación, 0.7% Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes.

Cabe mencionar que, ante la pandemia la forma de consumo de las familias se vio alterada, ahora los alimentos, medicina y artículos de limpieza son prioritarios, mientras que los rubros de transporte, vestimenta y entretenimiento se han reducido (El Universo, a. 2020).

### 2.2.13. Nivel Socioeconómico

Al momento de enfrentarnos a la toma de decisiones dentro de un proyecto inmobiliario para definir adecuadamente la segmentación del mercado de consumo, es necesario conocer entre otros factores, cómo se encuentra determinada una sociedad.

Para el Ecuador, el INEC realizó un estudio en el que determinó la Estratificación del Nivel Socioeconómico del país. El estudio reflejó que los hogares ecuatorianos se dividen en cinco estratos en donde *“el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.”*

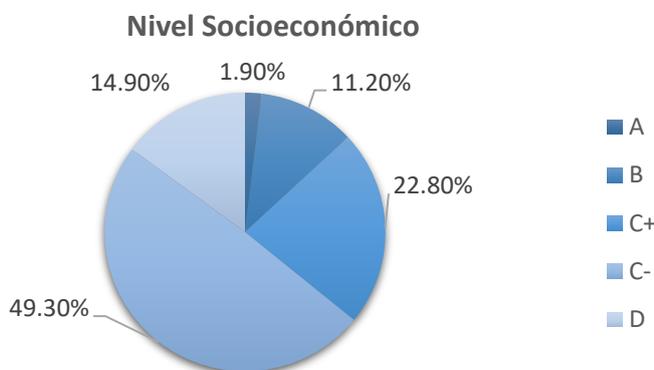


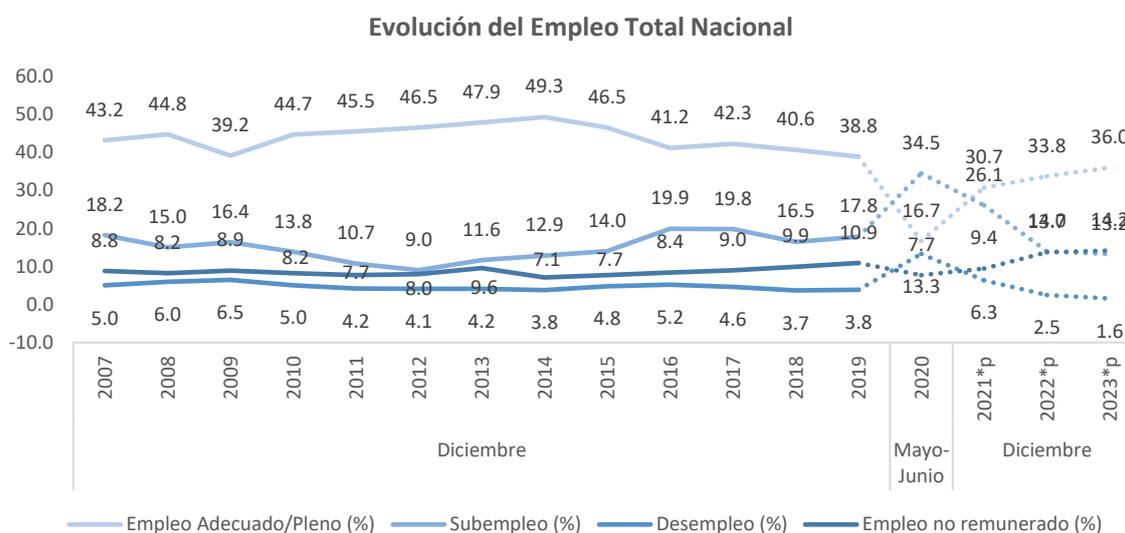
Gráfico 31: Niveles Socioeconómicos  
Fuentes: (INEC, 2011)  
Elaborado por: Andrea Rojas

La pertenencia a cada uno de los estratos se establece en base a los porcentajes adquiridos en las seis dimensiones de estudio: Vivienda (24%), Educación (17%), Economía (17%), Bienes (16%), Tecnología (16%) y Hábitos de consumo (10%).

Los niveles descritos se pueden identificar de la siguiente manera: Nivel A - los más pudientes, Nivel B - los medios adinerados, Nivel C+ - de clase media, Nivel C- - de clase menos pudiente y los de Nivel D - de clase pobre.

## 2.2.14. Mercado Laboral

La evolución del mercado laboral en el Ecuador ha sido compleja dada a las dificultades que se han presentado en la economía del país.



**Gráfico 32: Evolución del empleo total nacional**

Fuentes: (INEC, e. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Si comparamos cifras actuales con las de finales de año, podemos darnos cuenta que la emergencia sanitaria impactó significativamente el mercado laboral, pues el porcentaje de desempleo ascendió de 3.8% a 13.3%, el empleo adecuado/pleno decreció de 38.8% a 16.7% y el subempleo ascendió de 17.7% a 34.5%.

Al ver estas cifras es fácil reconocer que se deben aplicar nuevas medidas en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos adecuados. De ser el caso el pronóstico para los siguientes años podría ser alentador. Es probable que este año y el siguiente se presenten bajas en empleos, sin embargo, se espera mejoría para el 2022.

### 2.3. Conclusión

Indicador	Monitoreo 2019	Tendencia	Impacto
PIB y PIB Per Cápita	↓ Empeoró Comentarios: Se proyecta recuperación lenta a partir de 2023 Lo que significaría retraso en reactivación de proyectos de inversión.	↗ Recuperación lenta	➡ Negativo
PIB Construcción	↓ Empeoró Comentarios: Situación actual compleja debido a elevados niveles de Incertidumbre. Es necesario enfrentarla con inversión privada.	↗ Recuperación lenta	➡ Negativo
PIB Turismo	↑ Mejoró Comentarios: El aporte directo en el PIB es inferior en 4.9% al año anterior producto del covid-19, impacto que influirá hasta el 2021.	↑ En aumento	➕ Positivo
Inflación Construcción	↓ Empeoró Comentarios: Se estiman precios bajos. Por lo que el sector no se ve afectada con incrementos en precios de materiales.	➡ Estancamiento	➕ Positivo
Balanza Comercial	↑ Mejoró Comentarios: Afectación no significativa. Es posible que, ante la restricción de importación se activará la producción nacional.	➡ Estancamiento	➕ Positivo
FBKF	↓ Empeoró Comentarios: Es necesario que se apliquen estrategias de gestión que se viabilicen trámites y créditos en el sector de la construcción.	➡ Estancamiento	➡ Negativo
Volumen de crédito	↓ Empeoró Comentarios: La banca inició el año más capitalizada, por lo que se espera aumento de crédito y mejor condición de financiamiento.	↑ En aumento	➕ Positivo
Tasa de interés	↑ Mejoró Comentarios: Se proyecta un incremento mínimo en tasas para líneas de crédito, afectando en el interés por optar en adquirir préstamos.	➡ Estancamiento	➡ Negativo
Riesgo País	↓ Empeoró Comentarios: Si bien es cierto que es un indicador del riesgo que se asume al invertir en un país, toda inversión siempre tiene su riesgo.	↑ En aumento	⊖ Nulo
Salario Básico	↑ Mejoró Comentarios: Se proyecta una proyección lineal ascendente, por lo que la gente podrá cubrir con mayor tranquilidad gastos básicos.	↑ En aumento	➕ Positivo
Ingreso Familiar	↑ Mejoró Comentarios: Durante los últimos años se ha logrado superar el costo de la canasta básica dando posibilidad de ahorro e inversión.	↑ En aumento	➕ Positivo
Nivel Socioeconómico	➡ Se mantiene Comentarios: La estratificación se encuentra definida y no se percibe cambios.	➡ Permanente	⊖ Nulo
Mercado Laboral	↓ Empeoró Comentarios: Se presentarán bajas en empleo para el 2020 y 2021, pero con pronóstico alentador de que mejorará para el 2022.	↓ Negativa	➡ Negativo

Ecuador cerró un 2019 difícil e inició un 2020 con síntomas de estancamiento de manera generalizada en todos los sectores, reflejando una demanda del sector de interés algo desmotivada por las expectativas de liquidez.

Pese a la situación económica actual, desde la perspectiva del sector de la construcción, es importante considerar el hecho que el crecimiento poblacional y la demanda que este conlleva crece a niveles más acelerados que la economía y el mismo sector de la construcción. Por lo que se convierte en un supuesto déficit de edificaciones de vivienda y alojamiento turístico, siendo esta una oportunidad para el futuro inmediato.

Por otra parte, Ecuador al ser un país lleno de riqueza natural inmensurable se ha convertido en un destino digno de ser visitado, por lo que es imperativo la inversión local y por consiguiente conseguir que la inversión extranjera llegue a estos mercados.

# CAPÍTULO 3

LOCALIZACIÓN

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

### 3. LOCALIZACIÓN

#### 3.1. Introducción

La localización es un tema de estudio técnico que debe evaluarse dentro de la planeación de un proyecto. Consiste en analizar de manera exhaustiva factores tangibles e intangibles que intervienen en la toma de decisiones, con la finalidad obtener resultados óptimos que garanticen la rentabilidad a largo plazo del proyecto.

En vista de que el proyecto será implantado en Montañita, se analizarán las condiciones del entorno a nivel macro y micro.

##### 3.1.1. Objetivo

###### Objetivo General

- Identificar las ventajas y desventajas de la zona en donde se desarrollará el hostel para así tomar medidas necesarias que impulsen a la viabilidad del proyecto.

###### Objetivo Específico

- Recopilar información de los factores que intervienen en la macro y micro localización de la zona de Montañita y determinar si el terreno seleccionado reúne las características mínimas que beneficien al proyecto.
- Detectar afectaciones al terreno.

Gráfico 33: Objetivos de Localización

Elaborado por: Andrea Rojas

##### 3.1.2. Metodología

Para llevar a cabo la investigación se utilizará la información obtenida de fuentes primarias, esto es páginas oficiales de organismos, así como también de información de campo. El estudio constará de dos etapas: Macro Localización y Micro Localización, cuyos resultados serán evaluados con el método cualitativo por puntos, en donde se asignará un valor del 1 al 3 que indique su condición, siendo 1 Malo, 2 Medio y 3 Bueno.

## **3.2. Macro Localización**

A continuación, se diagnosticará las condiciones de la zona en la que el proyecto será implantado.

### **3.2.1. Factor Geográfico**

#### **3.2.1.1. Ubicación Geográfica**

El proyecto se encuentra ubicado en Montañita, una comunidad que pertenece a la parroquia Manglaralto, de la provincia de Santa Elena, en la costa ecuatoriana, conocida turísticamente como la “Ruta del Spóndylus”.

Montañita se encuentra aproximadamente a 200km de la ciudad de Guayaquil, el aeropuerto internacional más cercano y su playa es un icono del surf para el país debido a que las condiciones geográficas le permite tener oleaje todo el año.

Los límites geográficos de la provincia de Santa Elena comprenden: Al Norte: Provincia de Manabí; Al Este y Sur: Provincia de Guayas; Al Oeste: Océano Pacífico. Santa Elena se encuentra contigua al cantón de La Libertad (1L) y ésta junto al cantón Salinas (Antocito (1S), José Luis Tamayo(2S), Salinas(3S)). Se divide en 6 parroquias: Manglaralto (1), Colonche (2), Simón Bolívar (3), Chanduy (4), Santa Elena (5), Atahualpa (6).

Una característica de Santa Elena es que además de su división política administrativa, cuenta con una división territorial de 60 comunas, las mismas que toman decisiones de manera autónoma. Dentro de la parroquia Manglaralto existen 18 comunas: Barcelona, Curia, Cadeate, Dos Mangas, Atravezado, La Entrada, Montañita, Olón, Pajiza, Rio Seco, San Pedro, San José, San Antonio, San Fco. de la Núñez, Sinchal, Sitio Nuevo, Valdivia y Monteverde. (GADM Santa Elena, 2014).

Los límites geográficos de Montañita comprenden: Al Norte: Comuna Olón; Al Sur: Cabecera Parroquial Manglaralto; Al Este: Cordillera Chongón; Al Oeste: Océano Pacífico. Santa Elena. De acuerdo al ordenamiento territorial emitido por el GAD, Santa Elena pertenece a la zona 5 y las coordenadas (DMS) del proyecto son: 1°49'17"S 80°45'20"W.

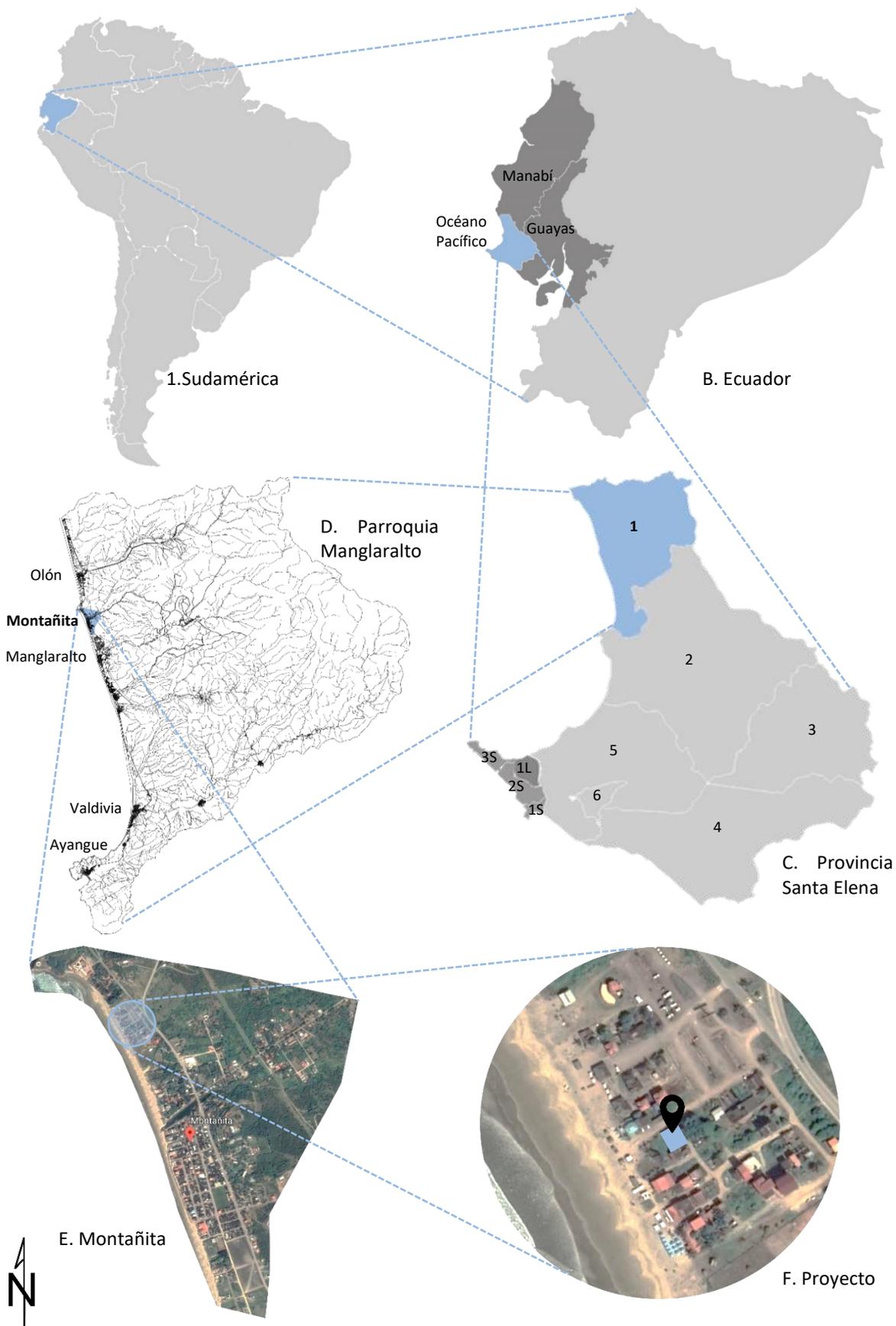


Imagen 3: Ubicación Geográfica del proyecto  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.2.1.2. Condiciones climáticas

#### Clima

La provincia de Santa Elena presenta un clima tropical con una variación muy marcada entre tropical húmedo y tropical seco. Se puede describir como una región caliente y nublada en temporada de lluvia, mientras que en temporada seca es ventosa, cómoda y parcialmente nublada. Cabe señalar que, durante los meses de noviembre a abril se considera la temporada playera. A continuación, se presentarán los datos climatológicos obtenidos de Weather Spark (Weather Spark, 2020), basados en la recopilación de datos históricos de 1980 al 2016.

#### Precipitaciones

Durante el transcurso del año, las lluvias se presentan durante los meses de diciembre a junio con un intervalo móvil de 31 días de lluvia de al menos 13mm. Los días más lluviosos corresponden a los 31 días centrados alrededor del 2 de marzo, en donde la acumulación total promedio es de 129mm.

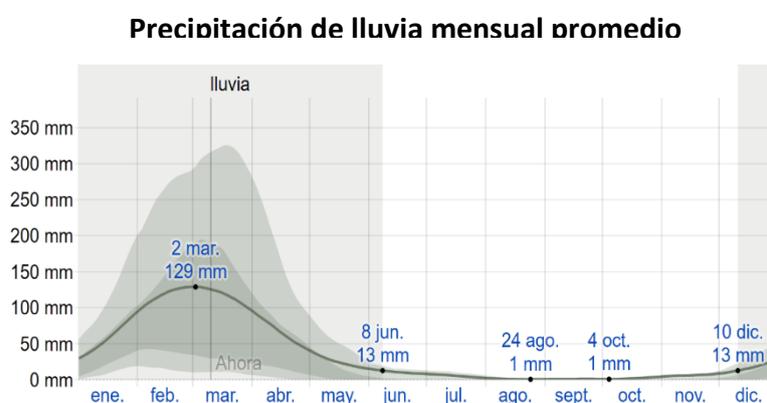


Gráfico 34: Precipitación de lluvia mensual promedio  
Fuentes: (Weather Spark, 2020)

#### Temperatura

Durante el transcurso del año, la temperatura suele estar dentro del rango de 17°C y 28°C. Generalmente no supera los 30°C ni baja de los 15°C.

Desde el mes de enero hasta el mes de abril la temperatura es considerada templada, ya que se registra una temperatura máxima promedio diaria superior a 26°C.

El día más caluroso del año el 14 de marzo con una temperatura máxima promedio de 28°C. Desde el mes de junio hasta el mes de noviembre la temperatura es considerada fresca, al contar con una temperatura inferior a 22°C. Siendo el día más frío del año el 22 de agosto con una temperatura promedio mínima de 17°C.

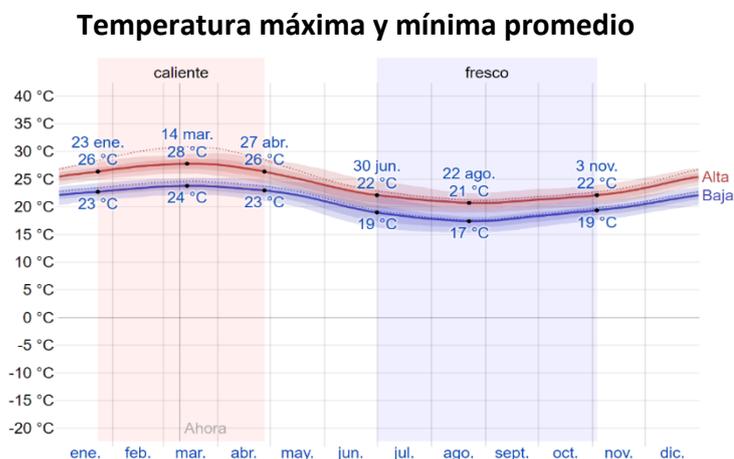


Gráfico 35: Temperatura máxima y mínima promedio  
Fuentes: (Weather Spark, 2020)

## Humedad

La comodidad de la humedad en términos de punto de rocío, tiende a variar levemente. Cuando éste es bajo se siente seco, mientras que cuando es alto se siente húmedo. El periodo más húmedo del año se presenta durante los meses de noviembre a agosto, tiempo durante el cual el nivel de comodidad es bochornoso. Siendo el día más húmedo del año el 29 de febrero y el día menos húmedo el 8 de septiembre.

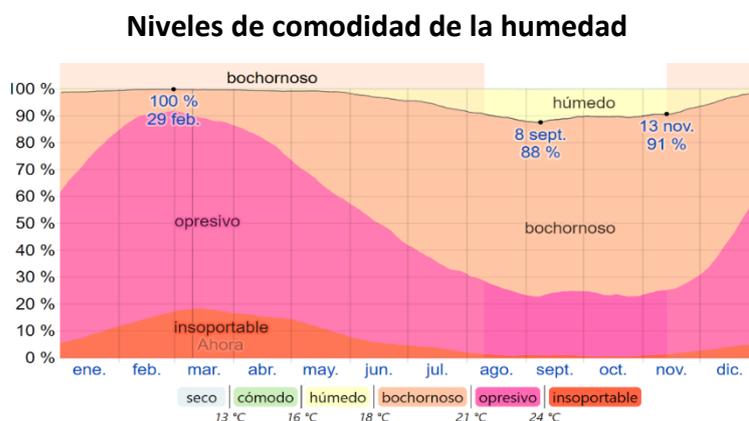


Gráfico 36: Niveles de comodidad de la humedad  
Fuentes: (Weather Spark, 2020)

## Vientos

La velocidad promedio del viento varían en el transcurso del año. Durante los meses de mayo a enero, es la época más ventosa, con una velocidad promedio de 15km/h. Mientras que, durante los meses de enero a mayo, es la época más clamada. En cuanto a la dirección del viento, en promedio anual proviene del oeste. (WINDFINDER, 2020)

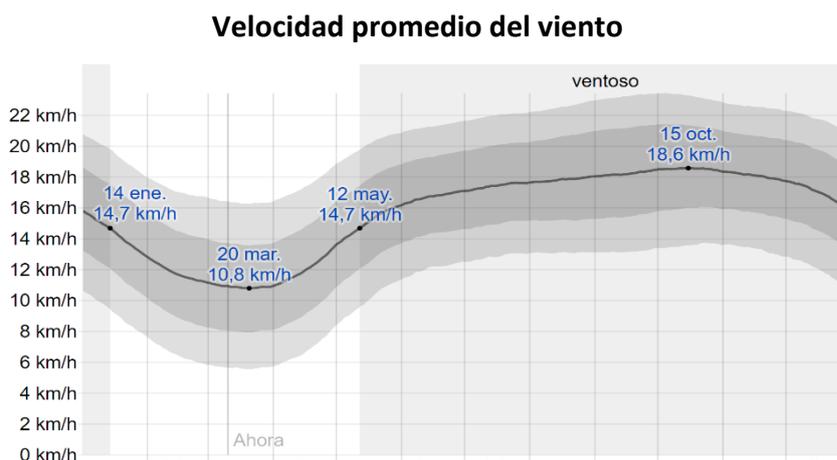


Gráfico 37: Velocidad promedio del viento  
Fuentes: (Weather Spark, 2020)

## Sol

En el transcurso del año, la duración del día no varía significativamente. Su variación es de 15 min de las 12h durante todo el año. En cuanto a la salida del sol, la hora más temprana es a las 6h01 y la tardía 6h32, mientras que la puesta de sol más temprana es a las 18h12 y la más tardía 18h43.



Gráfico 38: Horas de luz natural y crepúsculo  
Fuentes: (Weather Spark, 2020)

### 3.2.1.3. Hidrología

Dentro de la parroquia Manglaralto existen 3 drenajes principales que forman las subcuencas, cuyos nombres son tomados de los ríos principales que atraviesan en sentido Este-Oeste y éstas a su vez se encuentran divididas en microcuencas.

Características morfológicas de las cuencas					
Cuencas	Microcuencas	Área (ha)	Área (ha)	Perímetro (km)	Longitud cauce principal (km)
Río Valdivia	Estero Salado	10495.95	14753.3	85.33	38.17
	Microcuenca S/N 1	1307.03			
	Microcuenca S/N 2	864.76			
Río Manglaralto	Río Culebra	5433.89	13527.3	53.73	26.94
	Río Cruzado	4199.78			
	Estero del Mate	1465.20			
	Estero Chico	938.29			
	Río Dos Bocas	561.50			
Río Olón	Río Olón	5493.84	7147.12	49.10	21.26
	Río La Curia	984.86			

Tabla 2: Características morfológicas de las Cuencas

Fuentes: (MINTUR, 2013)

Elaborado por: Andrea Rojas

Ante eventos de precipitación, cada cuenca de acuerdo a su configuración morfológica reacciona diferente en cuanto a magnitud, intensidad y crecidas de la esorrentía. Siendo los coeficientes de compacidad (kc) y de forma (kf) de los ríos los que nos ayudan a determinar la incidencia. Para las cuencas dentro del área los índices presentan los siguientes valores: Río Valdivia – kc 1.97 - kf 0.101; Río Manglaralto – kc 1.29 - kf 0.186; Río Olón – kc 1.63 - kf 0.158.

Estos valores indican que, la cuenca del río Valdivia al ser compacta y de forma alargada presenta menores probabilidades de riesgo y concentraría menos esorrentía en partes bajas, la cuenca del río Olón presenta valores intermedios, mientras que la más riesgosa a efectos de precipitaciones y susceptible a crecidas en la parte baja es la cuenca del río Manglaralto debido a su forma semicircular y longitud corta.

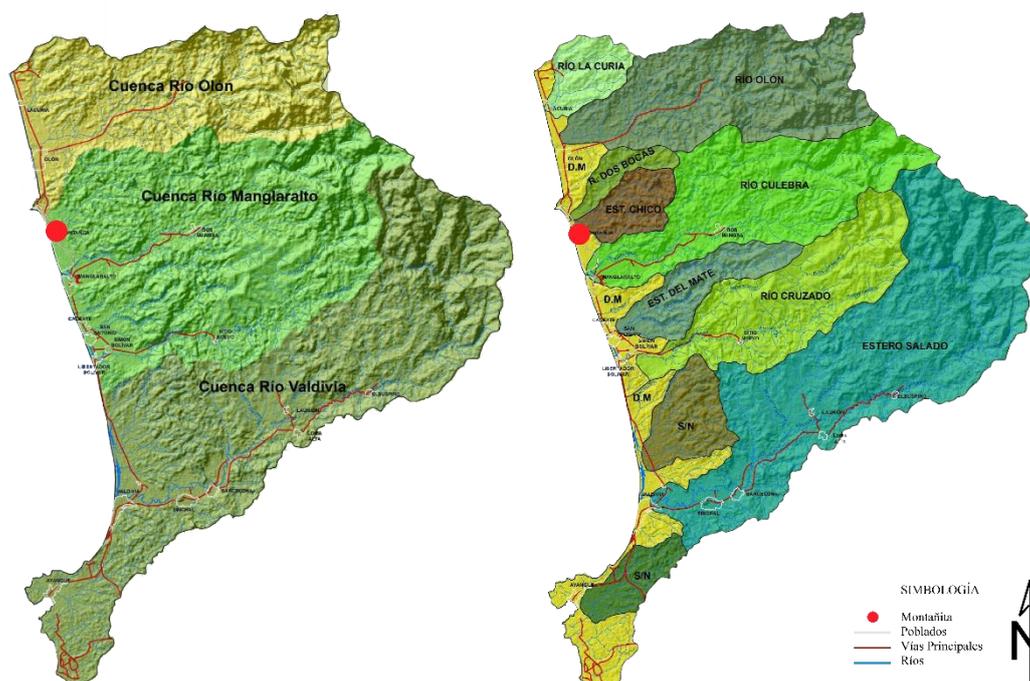


Imagen 4: Mapa de Cuencas y Microcuencas Hidrográficas

Fuentes: (MINTUR, 2013)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.2.1.4. Pendientes del Terreno

El territorio posee terrenos con pendientes que van desde suaves a fuertes. La estructura de las pendientes en áreas cercanas al borde marino son planas, suaves o medias mientras que las pendientes más fuertes y escarpadas se encuentran hacia el Este (cordillera Chongón – Colonche). De acuerdo a la información generada por el Instituto de Estudios Ecuatorianos (IEE) y trabajada por el MINTUR, la zona presenta lo siguiente:

El 41.97% del terreno, al ser plano o suave, no representa riesgos para construcciones; en el 22.3% es posible construir, pero debe considerarse riesgos y costos económicos; en el 18.92% presenta pendientes media-fuerte por lo que solo se podría considerar construcciones estrictamente necesarias; y finalmente el 16.80% presenta pendientes fuertes, muy fuertes y escarpadas, sitios donde se restringe todo tipo de construcción. Es necesario acotar que, las poblaciones se encuentran emplazadas en su gran mayoría cerca de las fuentes naturales de agua por tema de abastecimiento, en donde las condiciones del terreno son casi planas y de mayor accesibilidad.

Categorización de pendientes				
Pendiente %	Pendiente en grados	Categoría	Área (ha)	% del Territorio
0-5	0-3	Plana	12461.18	33.52
5-12	3-7	Suave	3141.72	8.45
12-25	7-14	Media	8290.28	22.3
25-40	14-22	Media-Fuerte	7033.62	18.92
40-70	22-35	Fuerte	5237.05	14.09
70-100	35-45	Muy Fuerte	883.19	2.38
>100	>45	Escaparada	125.32	0.34

Tabla 3: Categorización de pendientes

Fuentes: (MINTUR, 2013)

Elaborado por: Andrea Rojas

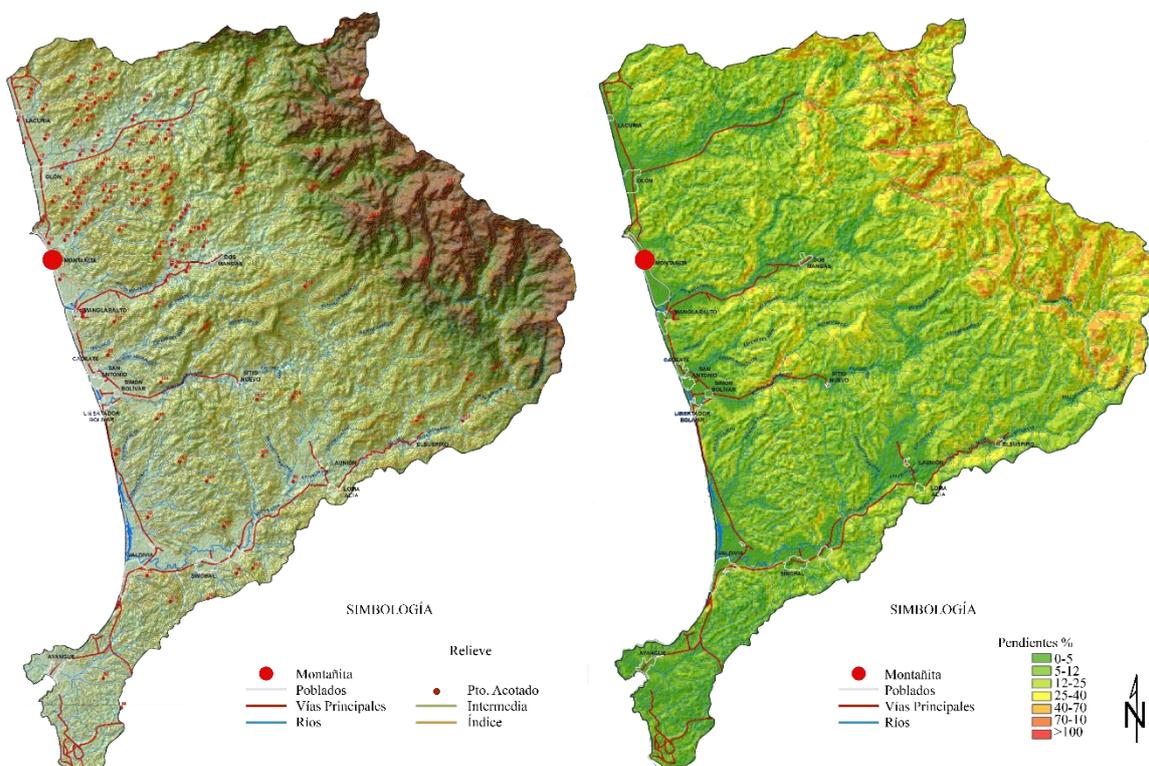


Imagen 5: Mapa de relieves y pendientes

Fuentes: (MINTUR, 2013)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.2.1.5. Usos de suelo

El uso de suelo de la zona es variado ya que va en función de condicionantes topográficos, tipo de suelo, climatología, entre otros factores. A manera de porcentajes de cobertura del suelo, el territorio presenta: 79,11% de suelo natural alterado, 9,64% de

suelo agrícola, 6.46% de pastos cultivados, 3.54% de suelo antrópico (alterado por humanos), 0.87% Forestal, 0.23% de tierras improductivas y 0.15% de cuerpos de agua.

Montañita es mayormente urbano, producto del crecimiento del turismo a nivel nacional e internacional, sin embargo, sus alrededores aún conservan áreas de matorral, bosque alterado y pasto cultivado. Es importante resaltar que existen plantaciones de caña guadua, pastos cultivados y frutales en dirección a Sitio Nuevo; En Valdivia se puede encontrar cultivos de melón, pimiento, sandia, maíz, paja toquilla etc.; En curia existen plantaciones de Teca; En Olón también se puede encontrar plantaciones de Teca y Cedro.

**3.2.1.6. Tipos de suelo**

En la parroquia Manglaralto se encuentran suelos con alto contenido de arenisca, además de encontrar suelos que contienen limos y arenas de grano fino en las franjas de amortiguamiento de los ríos. En cuanto a las poblaciones que se encuentran al borde de la playa (Montañita, Libertador Bolívar, Manglaralto y Valdivia), su suelo presenta lutitas laminadas y gravas.

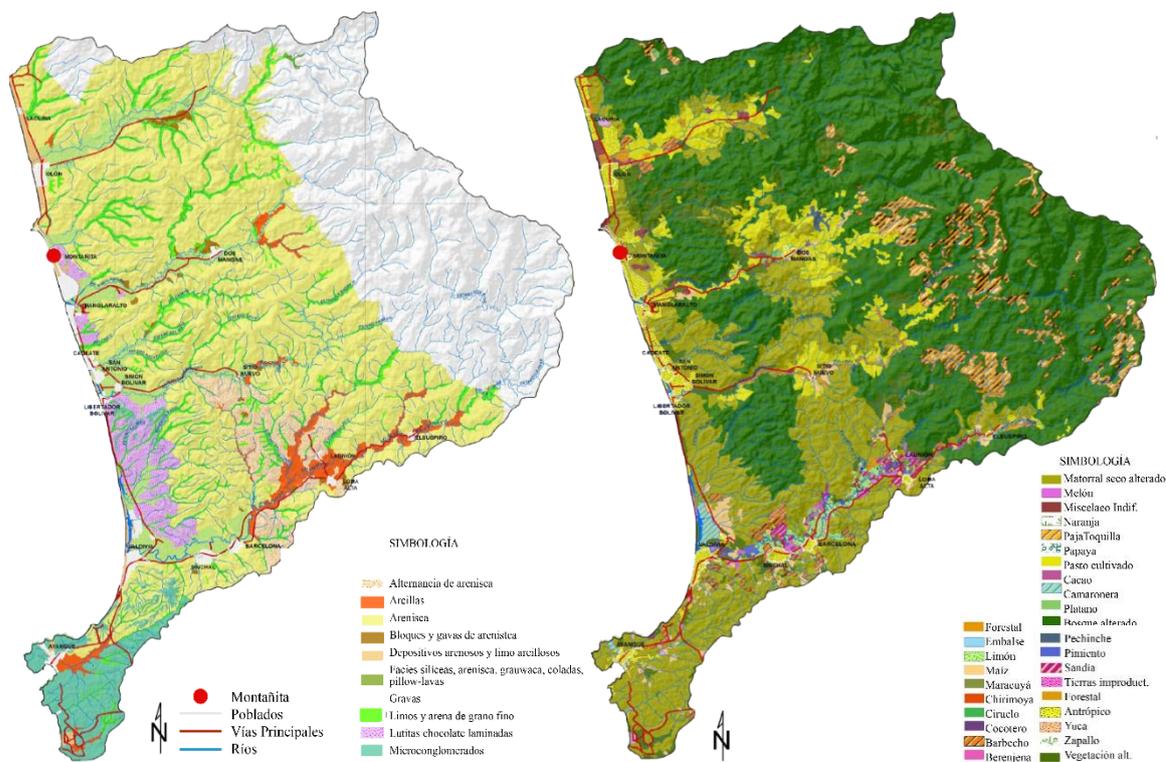


Imagen 6: Mapa de tipo y uso de suelo

Fuentes: (MINTUR, 2013)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.2.1.7. Amenazas

#### Sismo

Según el mapa de intensidad sísmica de la zona, se puede evidenciar que Montañita, Manglaralto, Dos Mangas, Valdivia, Sinchal y Barcelona se encuentran localizados dentro del rango 5.0 y 5.2 de magnitud. Lo que significa una amenaza moderada de afectación.

#### Inundación

La secretaria General de Riesgos presenta un mapa de amenazas por inundaciones en el que se puede apreciar las zonas con diferentes grados de susceptibilidad de presentarse precipitaciones prolongadas. La población con mayor afectación, serían Manglaralto y Montañita debido a que son atravesados por dos ríos principales, además de encontrarse al nivel del mar. A pesar de que Montañita cuenta con muros de protección en primera línea de mar y en los costados del río, de presentarse este fenómeno en grandes magnitudes no servirían de protección.

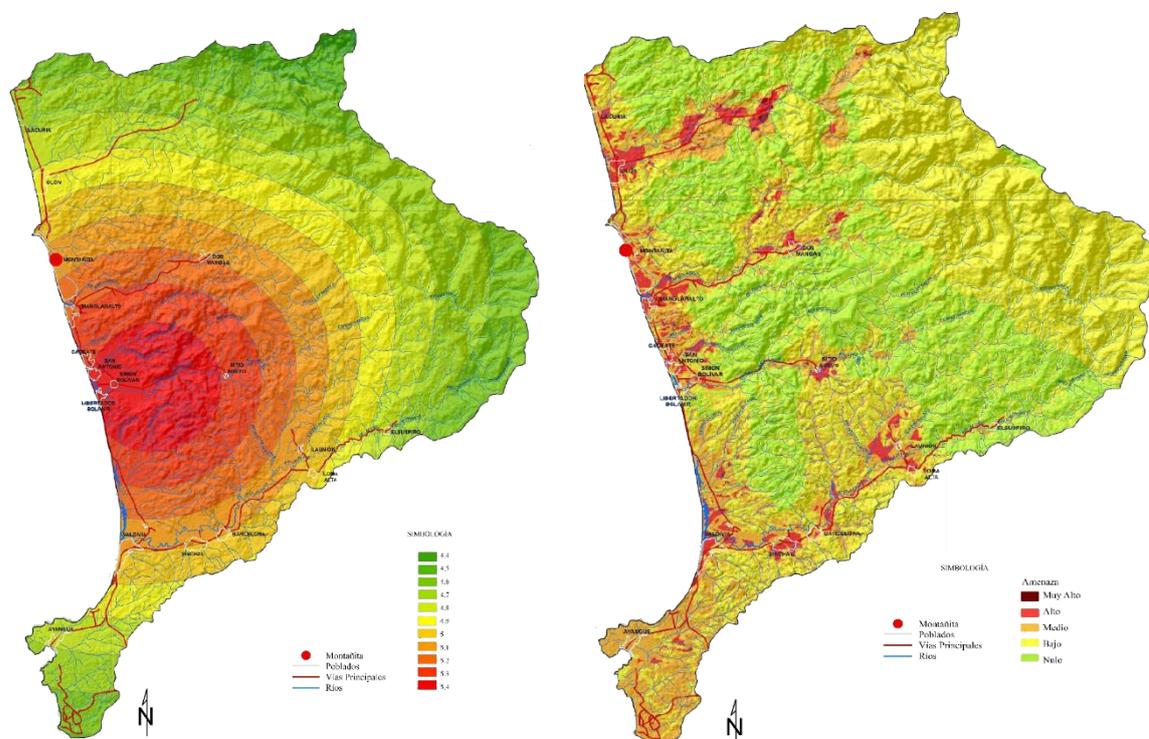


Imagen 7: Mapa de amenaza por sismo e inundación

Fuentes: (MINTUR, 2013)

Elaborado por: Andrea Rojas

## Tsunami

De acuerdo a la información proporcionada por la Secretaría General de Riesgos, toda población ubicada en el perfil costero presenta riesgos de afectación ante un Tsunami. De ocurrir un tsunami, el mar penetraría a la zona urbana de Montañita a una distancia mínima de 700m y podría llegar hasta 1km alcanzando el sector El Tigrillo, el único sector que no se vería afectado, por encontrarse en una zona de alto relieve, es Punta Montañita. Cabe indicar que, de presentarse la emergencia, existen sitios seguros de protección para la población ubicados en zonas altas fuera de la cota 8 y 12 msnm.

### 3.2.2. Factor Social

#### 3.2.2.1. Servicios sociales y condiciones de vida

Servicios sociales y condiciones de vida	
<b>Zonificación:</b>	Montañita comprende 3 zonas identificadas como Baja Montañita 21Ha, Montañita 21Ha y Tigrillo 29Ha. Las mismas que conforman un tejido urbano heterogéneo.
<b>Centros de Salud:</b>	En cuanto a la proximidad de equipamientos de salud al proyecto podemos encontrar 2: El hospital de Manglaralto y el Subcentro de salud en Olón.
<b>Servicios Financieros:</b>	Los cajeros automáticos se encuentran localizados en el núcleo de Montañita, zona de mayor densidad de población. Existen 4 ATM de diferentes agencias bancarias: Banco Bolivariano, Banco Guayaquil, Banco Pichincha y Cooperativa de ahorro y crédito JEP.
<b>Estación de Transporte:</b>	En la zona se puede encontrar 2 estaciones de buses de CLP (Cooperativa Libertad Peninsular) en Montañita y Olón. Así como también 2 cooperativas de taxis Montañisol y Surf Taxi.
<b>Farmacias:</b>	Dentro de la comunidad, existen 3 farmacias tales como: Farmacias Cruz azul, Farmacia Montañita y Farmacia comunitaria.
<b>Centros Educativos:</b>	Por motivos del enfoque del proyecto, cabe señalar las escuelas de surf (Escuela de Surf La Punta y Surf Aloha) y las escuelas de idiomas en la zona (Ohana Language School y Montañita Spanish School).
<b>Supermercados:</b>	El 14 de diciembre de 2019, se inauguró el local de Tía dentro de la comunidad de Montañita.
<b>Actividades de diversión:</b>	Al ser un destino de diversión, los siguientes bares y discotecas son las más concurridas: Nativa Bambú, Lost Beach y la calle de los cocteleros. Existen además restaurantes que ofrecen variedad gastronómica, desde pizzas vegetarianas hasta un delicioso spaghetti con camarones.

Tabla 4: Servicios sociales y condiciones de vida

Fuentes: Información de Campo

Elaborado por: Andrea Rojas



Imagen 8: Mapa de servicios sociales  
 Fuentes: Información de campo  
 Elaborado por: Andrea Rojas

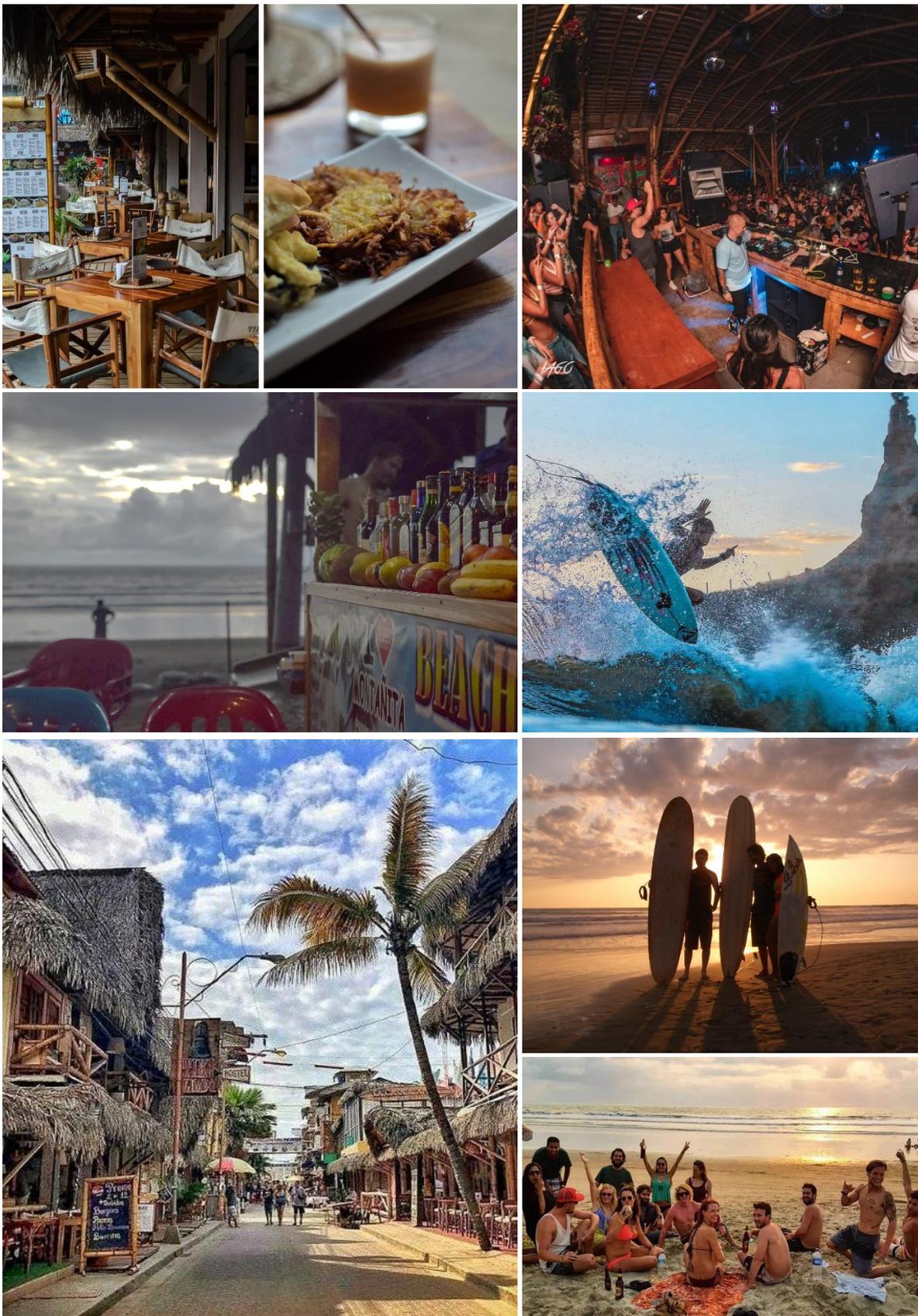


Imagen 9: Actividades en Montañita  
 Fuentes: (Hostelworld, 2020) (Tikilimbo, 2020) (Montañita, 2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.2.2.2. Atractivos Turísticos de la zona

Montañita es uno de los pueblos más famosos que forma parte de la “Ruta del Spóndylus” conocida por sus playas con oleaje y ambiente bohemio. Para muchos es considerada el paraíso del surf y para otros un lugar de diversión. Dentro de la parroquia de Manglalaralto también se puede encontrar diferentes atractivos naturales, y culturales, que ayudan a potencializar y diversificar la oferta turística de la zona, tal como se puede observar en la imagen No.10.

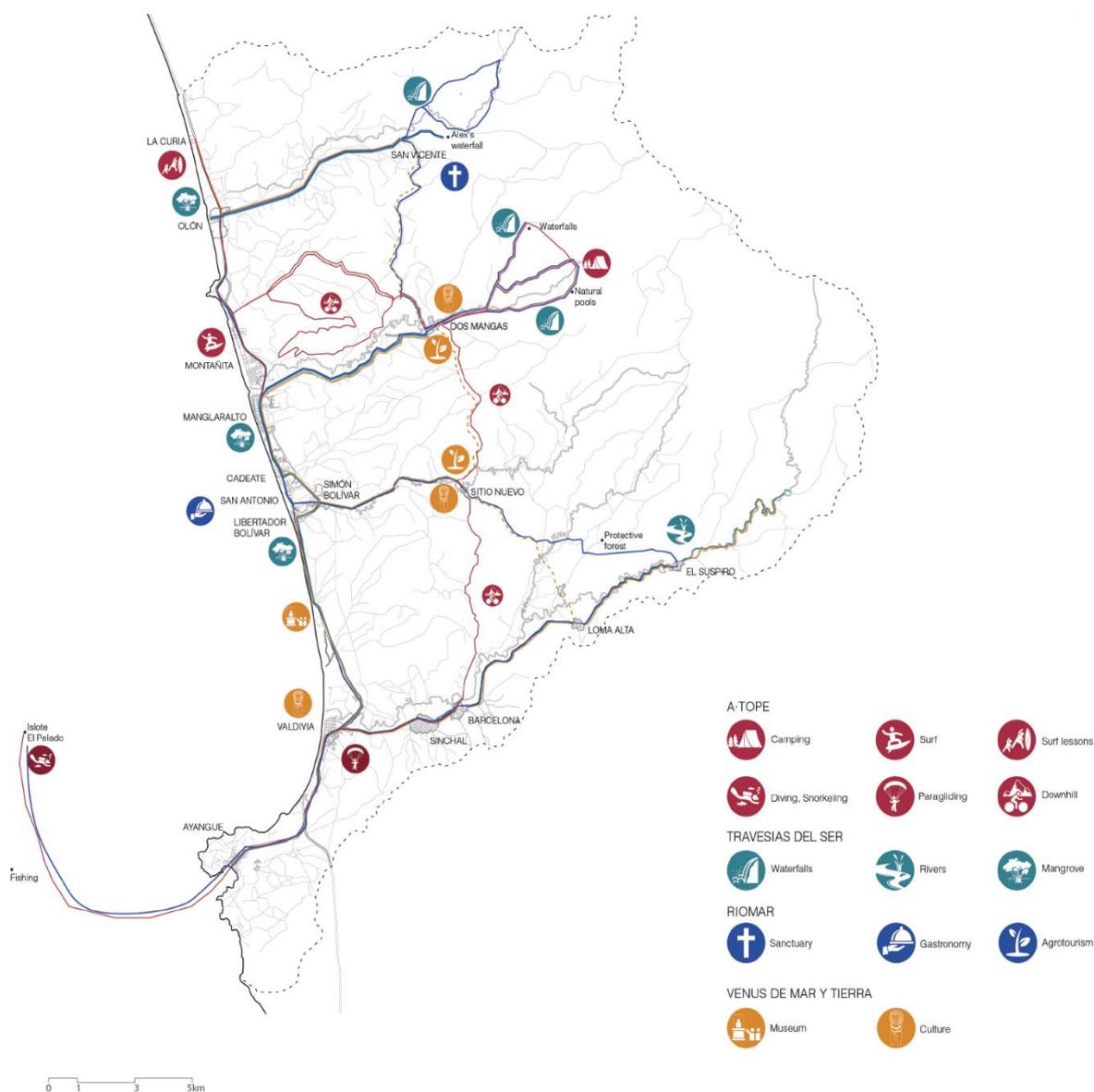


Imagen 10: Mapa de atractivos turísticos de la Parroquia Manglalaralto

Fuentes: (Cabezas, y otros, 2015)

### 3.2.3. Factor Ambiental

La playa de Montañita es uno de los balnearios más reconocidos a nivel nacional e internacional. La práctica del surf es el motivo principal por la que los turistas llegaron a este destino y hoy en día el nivel de afluencia de turistas es tal, que es necesario la aplicación de medidas ambientales para reducir su impacto.

Si bien es cierto que el desarrollo turístico ha contribuido significativamente a la economía local, impulsando su crecimiento con la implementación de infraestructura turística como hoteles, hostales, restaurantes, también está generando inconvenientes con los recursos del entorno, sobre todo en la provisión de servicios básicos y la contaminación ambiental que amenaza con malos olores cerca del estero y ruidosa vida nocturna.



Imagen 11: Estero Montañita  
Fuentes: (Heneedsfood, 2020)

### 3.2.4. Factor Económico

#### 3.2.4.1. Actividad Económica

En la actualidad, la actividad económica pasó de dedicarse a actividades primarias como la agricultura, pesca y ganadería a actividades turísticas con crecimiento exponencial y sostenido. Información recopilada en años anteriores, las actividades que representan una importante participación dentro de la Parroquia Manglaralto son: actividades de alojamiento y servicios de comida, actividades de información y comunicación y actividades de servicios administrativos, de apoyo y de construcción. (Puebla & Acuña, 2013)

#### 3.2.4.2. Costos de servicios básicos y transporte

Los costos de los servicios básicos varían de acuerdo al consumo. Inicia con un básico de \$5 por consumo de 10m<sup>3</sup> y de energía con un básico de \$6 aproximadamente, incluido la recolección de basura y alumbrado público. El consumo de hoteles y hostales fluctúan entre 100-150 mensuales de agua y 300-350 mensuales de luz. (Villao, 2020)

El precio de la evacuación de desechos mediante tanqueros oscila entre 25 y 35 dólares, mientras que en feriado puede llegar a 60.

Existen algunas alternativas de medios de transporte para llegar a Montañita. Tomando en consideración que los aeropuertos más cercanos son el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo (Guayaquil) y el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro (Manta). Desde cualquiera de estos puntos se puede tomar taxi, Uber o bus y sus precios varían:

Costo aproximado de Transporte		
Medios de Transporte	Guayaquil – Montañita (180km) 2h30min	Manta – Montañita (136km) 2h08min
Bus	\$6.25	\$6.00
Taxi	\$100-\$130	\$65-\$80
Uber	\$95-\$105	\$70-\$80

Tabla 5: Costo aproximado de transporte  
Fuentes: (Rome2rio, 2020) (CLP, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.2.4.3. Infraestructura de servicios públicos

#### Agua

A diferencia de otras cabeceras cantonales en donde la prestación del servicio de agua potable lo realiza la Empresa Pública Municipal Mancomunada (Aguapen-EP), Montañita se abastece de agua a través de la Junta Administradora de Agua Regional de Manglaralto. Según datos del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), hasta el año 2010 el 41.4% del sector se provee del líquido vital por red pública mientras que el resto mediante pozos, carros repartidores de agua y otros. (GADM Parroquia Rural de Manglaralto, 2015)

Es necesario resaltar que, en el año 2018, dentro del “Plan Nacional de desarrollo 2017-2021 Toda una Vida”, se contempló la intervención “Misión y Saneamiento para Todos” que beneficiará con abastecimiento de agua potable a 29 comunidades de Santa Elena, siendo una de ellas Montañita. El proyecto contempla *“construcción de líneas de conducción de agua potable, estación de bombeo, planta de potabilización en San Vicente, tubería de impulsión, reservorios y una estación reforzada de presión (...)”*. (Tamayo, 2018)

#### Alcantarillado

En cuanto a la conexión con la red de alcantarillado, el 1.1% de las edificaciones eliminan las aguas negras a través de la red pública de alcantarillado (laguna de oxidación), el 50.8% pozo séptico, el 16.2% pozo ciego, el 0.1% descarga directamente al mar, 15.9% letrina y 15.9% no tiene. (GADM Parroquia Rural de Manglaralto, 2015)

Hoy en día los pozos sépticos siguen siendo el sistema de descarga de aguas servidas de mayor porcentaje. La limpieza de estos pozos se lo realiza con carros cisterna, mismos que realizan la operación regularmente hasta tres veces por semana, mientras que en época de feriado es necesario aumentar la frecuencia de limpieza de los mismos, llegando a operar hasta tres veces por día.

Actualmente, según lo informado por la vocera del Municipio de Santa Elena, existe un plan sanitario para alcantarillado que consiste en el mantenimiento y reparación integral

del alcantarillado, con la finalidad de poner fin a los problemas de contaminación generada por aguas residuales. Este plan, luego de ser socializado se pondrá a licitación y posteriormente iniciará su construcción. (Lino, 2020)

### **Recolección de basura**

La Empresa Municipal de Aseo y Limpieza del cantón Santa Elena (EMASA-EP), es responsable de la recolección de los desechos en Montañita, actividad que se realizaba pasando un día, sin embargo, gracias a la gestión del cabildo comunal se lo está realizando a diario en la comunidad (Villao, 2020). En la parroquia Manglaralto, según información facilitada por el Ministerio de Ambiente del Ecuador, el carro recolector de basura cubre el 96% mientras que el 3.2% la incinera, el 0.2% lo deposita en terrenos baldíos o quebradas, el 0.3% lo entierra y el 0.3% de otra forma. (GADM Parroquia Rural de Manglaralto, 2015)

### **Energía Eléctrica, telefonía, internet y afines**

La Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad (CENEL EP) brinda el servicio público de distribución y comercialización de la energía eléctrica a la parroquia Manglaralto. Según datos de la misma fuente, el 81.1% de las edificaciones reciben este servicio a través de la red de distribución y el porcentaje restante lo recibe a través de otros medios, generalmente con instalaciones clandestinas.

Con respecto a telefonía e internet existen varios proveedores, sin embargo, para servicios de Tv solo existe antenas satelitales de Direct TV, Claro, CNT. TV cable no llega a Montañita,

#### **3.2.4.4. Normativas y Reglamentos**

Existen ordenanzas desactualizadas, ineficientes e insatisfactorias que tienen vinculación con el ordenamiento territorial, social, económico y ambiental en el cantón.

De acuerdo al análisis de ordenanzas vigentes en el GADM Santa Elena se indica que no se han determinado o elaborado las siguientes ordenanzas: Ordenanzas sobre el código de arquitectura y urbanismo, Ordenanzas de propiedad horizontal, Ordenanza de la normativa de regulación urbana, entre otros. (GADM Santa Elena, 2014)

Parte del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santa Elena 2014-2019 consta la elaboración, actualización y complementación de ordenanzas a las necesidades y realidades del territorio.

Ante lo expuesto, se procedió a verificar y analizar las construcciones circundantes con la finalidad de que el proyecto se encuentre alineado al entorno. Además, se acogerán normativas y reglamentos de alojamiento turístico basado en el Acuerdo Ministerial No. 20150101 de 14.10.2015 (Reforma).

#### **3.2.4.5. Aprobaciones**

Para el registro de construcción de edificaciones de más de 3 pisos, el departamento de desarrollo urbano rural y vivienda de Santa Elena solicita la siguiente documentación:

- Solicitud dirigida a alcalde para obtener el registro de construcción, firmada por el propietario o arrendatario del terreno.
- Pago de tasa por derecho de trámite (\$2.00).
- Copia de la escritura registrada y catastrada o contrato de arrendamiento vigente.
- Certificado de no ser deudor a la Municipalidad.
- Copia de pago del impuesto predial del presente año.
- Copia de la cedula de identidad del propietario o Ruc de la compañía.
- Copia del certificado de votación del propietario.
- Copia de la cedula de identidad del responsable técnico.
- Copia del certificado de votación del responsable técnico.
- Copia del carnet profesional del responsable técnico.
- 3 juegos de planos arquitectónicos con implantación o emplazamiento (firmados por el propietario y Responsable Técnico).
- 3 juegos de planos estructurales (firmados por el Responsable Técnico).
- 3 juegos de planos eléctricos, sanitarios y contraincendios (firmados por el propietario y Responsable Técnico).
- Estudio de suelo.
- Estudio de impacto ambiental.

- Presupuesto de materiales, incluido mano de obra e indicar los m2 de construcción (firmado por el responsable técnico).
- Certificado de factibilidad de servicios básicos, AGUAPEN.
- Presentar planos en digital.

### 3.2.5. Factor de Mercado

#### 3.2.5.1. Precios de terrenos

Precios de Terrenos							
Ubicación	Valor	Valor (m2)	Medio	Tamaño	Informante	Tiempo de Anuncio	Observación Cerramiento-Servicios
Baja Montañita	\$2,500,000.00	\$250.00	Internet	10,000m2	plusvalía.com	Reciente	No / Si
Baja Montañita	\$735,000.00	\$350.00	Internet	2,100m2	plusvalía.com	Antiguo	No / Si
Baja Montañita	\$48,000.00	\$240.00	Internet	200m2	plusvalía.com	Reciente	No / Si
Centro-Montañita	\$760,400.00	\$200.00	Internet	3,802m2	plusvalía.com	Antiguo	No / Si
Olón-Manglaralto	\$89,00.00	\$222.50	Internet	400m2	MLS-Ecuador	Antiguo	No / Si

Tabla 6: Precio de Terrenos

Fuentes: Properati.com; Plusvalía.com; MLS-Ecuador

Elaborado por: Andrea Rojas

Existe oferta de predios cerca de la zona de emplazamiento. El precio promedio por metro cuadrado es aproximadamente \$302.23, valor que resulta de un análisis de cálculo mediante el método comparativo (Media Homogenizada, Por Factores y Eliminación por Zona). Por lo que, tomando en cuenta el valor antes mencionado (\$302.23) en función del área del terreno (120m2), el precio sería de \$36,267.35.

Toda vez que, el terreno fue adquirido en el año 2018, por un valor de \$300/m2, se podría indicar que la inversión de \$36.000.00 resultó ser bastante cercana al valor del mercado actual.

#### 3.2.5.2. Precios de alojamiento

Los hoteles de Montañita, según su categoría varían su costo por noche. En promedio, hoteles de 3 estrellas pueden costar desde \$44 dólares por noche, mientras que los de 4 estrellas desde \$87 dólares y los de 5 estrellas desde \$162 dólares. (Booking. com, 2020)

En cuanto a hostales, los precios son variados, el hospedaje por noche en habitaciones compartidas puede costar desde \$6 dólares hasta \$30 dólares por persona, mientras que otras tipologías van desde \$50 dólares en adelante.

En el capítulo siguiente se realizará un análisis más detallado de los precios establecidos en el sector.

### 3.3. Micro Localización

El proyecto será implantado en un terreno situado en la Cdla. El Surfista, dentro de la zona “Baja Montañita” de la Parroquia Manglaralto, Provincia Santa Elena.



Imagen 12: Ubicación Montañita  
Fuentes: (Booksurfcamps, s.f.)

### 3.3.1. Condiciones del Terreno

#### 3.3.1.1. Dimensionamiento y Forma

El solar esquinero es de forma regular (rectangular), cuenta con una superficie total de 120m<sup>2</sup> cuyas medidas de frente son de 10m y fondo de 12m, teniendo los siguientes linderos: Norte: Calle pública; Sur: Solar del Sr. Pablo Limón; Este: Calle Pública; Oeste: Punto de Surf.

#### 3.3.1.2. Topografía y uso de suelo

El terreno presenta una topografía plana, con un tipo de suelo caracterizado por ser limoso arenoso.

En cuanto a las normas de edificación vigente, toda vez que la zona carece de normativa, se procedió a realizar una inspección en sitio con la finalidad de identificar los criterios aplicados en las construcciones colindantes. Por lo que se resolvió aplicar la siguiente regulación:

Regulaciones		
Indicadores		Terreno
Coefficiente de Uso PB (COS)	1,00 del Área del Solar	
Altura Máxima	5 pisos	
Coefficiente de uso Total (CUS)	5,47 del Área del Solar	
Tipo de Construcción	Adosada	
Salientes / voladizos	SI	
Asignación de Uso de Suelo	Residencial y Comercial	
Factibilidad de servicios	SI	

Tabla 7: Terreno y Normas de Construcción  
Fuentes: Información de Campo  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.3.1.3. Accesibilidad

Para acceder al terreno existen dos alternativas, vehicular y peatonal.

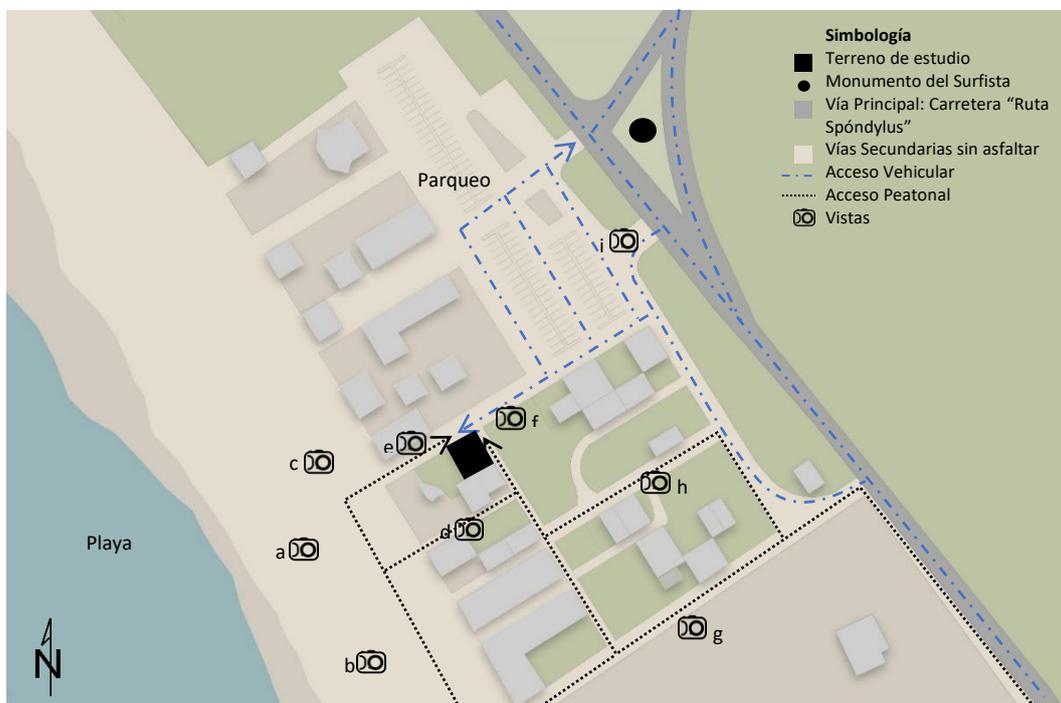


Imagen 13: Accesibilidad al terreno

Fuentes: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Rojas

**Accesibilidad Vehicular:** La única vía de acceso es a través de la carretera de cuatro carriles que bordea la faja costera denominada la "Ruta del Spóndylus". A la altura del monumento del surfista, en dirección a la playa, se ingresa a un parqueadero comunal que cubre la demanda del comercio de la zona, incluyendo el proyecto de estudio. Cabe señalar que la carretera de hormigón flexible se encuentra en buen estado, mientras que las vías que se dirigen al terreno se encuentran sin asfaltar. **Accesibilidad Peatonal:** Al proyecto se puede acceder caminando ya sea por todo el perfil playero o desde la ruta vial y atravesando vías secundarias.

En cuanto al tiempo de recorrido para llegar al sitio, varía dependiendo del tipo de movilidad y punto de partida. Usando medio de transporte desde la ciudad de Guayaquil la distancia es de 180 km y conlleva 2h30 de recorrido, mientras que, desde la ciudad de Manta la distancia es de 136 km y conlleva 2h08min de recorrido. Caminando desde el centro de montaña toma alrededor de 10 min. y desde el hotel Baja Montaña 6 min.

#### 3.3.1.4. Disponibilidad de servicios básicos

Por servicios básicos se considera la disponibilidad de agua por tubería, alumbrado eléctrico y eliminación de excreta. En lo que respecta al proyecto, el mismo dispone de todos los servicios: Acometida de agua hacia la calle lateral del terreno, poste de alumbrado eléctrico en la esquina del terreno hacia la fachada oeste, y pozo séptico debajo del mismo en dirección a la calle principal.



Imagen 14: Servicios Básicos  
Fuentes: Información de Campo  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 3.3.1.5. Ruido

Si bien es cierto que, Montañita se caracteriza por una vida nocturna ruidosa, el proyecto en estudio se encuentra ubicado en la zona tranquila relativamente apartada del bullicio, en donde se percibe un ambiente un poco más relajado.

#### 3.3.1.6. Visual

Gracias a la ubicación del terreno, el proyecto contará con vistas que perdurarán a mediano plazo, puesto la zona se encuentra en desarrollo. Aún existen solares vacíos en lo que se pueden desarrollar construcciones a futuro, en respuesta a la alta demanda turística. Actualmente, la edificación en su fachada Este cuenta con vista directa a la playa; mientras que en la fachada Oeste se encuentra un árbol frondoso que le genera sombra a la edificación, minimizando el impacto solar. Por otra parte, en la Fachada Norte se visualiza pasando la calle una edificación con actividad comercial de 2 plantas; mientras que en la fachada Sur se visualiza una edificación residencial de 2 plantas.

De manera general desde el terreno se puede visualizar lo siguiente (las fotografías corresponden al código asignado en la imagen No.8):



Imagen 15: Visuales del Terreno  
Fuentes: Investigación de Campo  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 3.4. Conclusión

A pesar de ciertos inconvenientes que presenta el solar, se considera una buena oportunidad para desarrollar el proyecto.

A continuación, se expone su valoración en función de los distintos factores que inciden en su localización. Cabe señalar que el mismo obtuvo un puntaje de 25/33.

Valoración de Localización			
Factores	Comentarios	Calificación	
Geográfico	Ubicación ideal por situarse frente al mar, en un lugar con alta demanda turística, donde las condiciones climáticas se prestan para disfrutar de la naturaleza.	Bueno	3
Orientación y Forma	El terreno al estar ligeramente inclinado significa que la incidencia solar es de menor impacto y el contar con una forma regular permite mejor aprovechamiento del espacio	Bueno	3
Tamaño	El tamaño del terreno es aceptable para el modelo de negocio a implementarse en el sitio.	Medio	2
Topografía	El terreno presenta una ventaja al tener topografía plana puesto que facilita la construcción.	Bueno	3
Social	El terreno se encuentra ubicado cerca de diferentes establecimientos.	Bueno	3
Accesibilidad	El proyecto cuenta con vías de fácil acceso. Una carretera en excelente estado y vías secundarias que a pesar de no estar asfaltadas o adoquinadas se encuentra en buen estado.	Medio	2
Ambiental	Producto de la alta actividad turística en la zona es necesaria la aplicación de medidas ambientales en cuanto a la provisión de servicios básicos que reduzcan los malos olores que se produce en el estero y el control para la ruidosa vida nocturna.	Malo	1
Servicios Básicos	El sector cuenta con todos los servicios básicos. Sin embargo, la calidad de agua potable no es muy buena y para el manejo de desechos se usa pozos sépticos. Cabe señalar que, el sistema de alcantarillado se encuentra en proceso de construcción.	Malo	1
Económico	La actividad económica del sector se centra en alojamiento y servicios de comida, actividades de información y comunicación, así como también actividades de servicios administrativos, de apoyo y de construcción. Al ser un pueblo en vías de desarrollo, los productos y servicios se adquieren a precios asequibles.	Bueno	3

Mercado	El valor del terreno se encuentra dentro de los parámetros del mercado.	Bueno	3
Regulaciones	Falta de ordenanzas sobre el código de arquitectura y urbanismo, Ordenanzas de propiedad horizontal, Ordenanza de la normativa de regulación urbana, entre otros. Por lo que se debe tener precaución.	Malo	1

# CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE  
MERCADO

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 4. ANÁLISIS DE MERCADO

### 4.1. Introducción

La investigación de mercado es una herramienta de gran utilidad que permite obtener una serie de información en relación al comportamiento de la oferta y demanda de un determinado producto, en un sector específico. Su estudio incidirá en el uso adecuado de esfuerzos y recursos a destinarse en el proyecto.

La información recopilada en este capítulo será dentro del ámbito turístico, específicamente la actividad de alojamiento en Montañita, puesto que servirá para determinar las características idóneas con las que debe contar el producto, en función del perfil del cliente potencial, permitiendo al proyecto competir de manera efectiva en el mercado.

#### 4.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Determinar la factibilidad de la implementación de un Hostal en la provincia de Santa Elena, cantón Manglaralto, comuna Montañita, desde el punto de vista de mercado.

##### Objetivo Específico

- Identificar la demanda hotelera insatisfecha, dentro de la categoría Hostales, en base a las características de la oferta existente.
- Determinar la tendencia de la industria hotelera en la zona.
- Conocer los canales de distribución más usados por los establecimientos turísticos.
- Evaluar precios, instalaciones y servicios que ofrece la competencia.
- Detectar periodos de alta demanda turística en Montañita.
- Determinar las necesidades arquitectónicas mínimas con las que debe contar el proyecto.

Gráfico 39: Objetivos de análisis de mercado

Elaborado por: Andrea Rojas

### 4.1.2. Metodología

Para llevar a cabo la investigación de mercado se utilizará la información obtenida de fuentes primarias y secundarias, esto es, páginas oficiales de organismos que manejan cifras de oferta y demanda turística del país, así como también, investigaciones existentes sobre el perfil y satisfacción del turista nacional e internacional que visita Montañita-Ecuador.

La estructura de la investigación consiste en:



Gráfico 40: Metodología de análisis de mercado  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 4.2. Análisis de oferta Turística

### 4.2.1. Oferta de establecimientos turísticos

La oferta turística se refiere al conjunto de productos y servicios turísticos que se encuentran a disposición del visitante con el fin de disfrutar y consumir en el destino. La misma que es clasificada en función de las actividades que se desempeñan, pudiendo identificarse como: Alojamiento, Alimentos & Bebidas, Centros de turismo comunitario, Operación e Intermediación, Parques de atracción y Transporte.

La provincia dispone de una amplia oferta turística que, de acuerdo al catastro de establecimientos, proporcionado por la Dirección de Registros y Control del Ministerio de Turismo, se encuentran a la fecha registrados #896 establecimientos en toda la provincia de Santa Elena, donde #241 pertenecen a la Parroquia Manglaralto y un total de #177 a

Montañita, los mismos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera (ver gráfico Nro. 41):

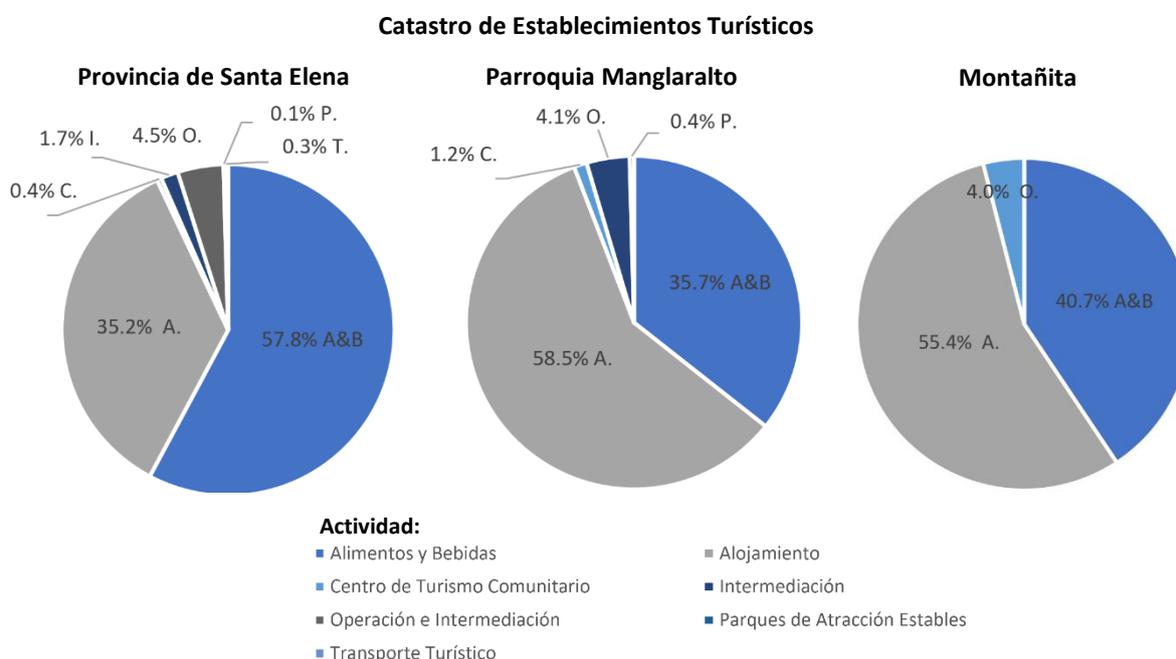


Gráfico 41: Catastro de Establecimientos Turísticos

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

La actividad de Alojamiento dentro del área de estudio es la que más se destaca, con un 55.4%. Por consiguiente, se refleja una alta demanda turística en la zona de estudio, lo que implica un dato inicial favorecedor para la implementación del proyecto.

#### 4.2.2. Oferta de establecimientos de alojamiento

Conforme a la clasificación y categoría de alojamiento, a continuación, se detallará la cantidad establecimientos registrados a nivel de provincia, parroquia y finalmente área de estudio. Con la finalidad de identificar su capacidad de ocupación.

Tomando en consideración que el proyecto en estudio es un hostel, se identificarán el número de hostales ofertados en el sector a nivel general y específico.

Cabe señalar que la categorización actual de alojamiento corresponde a “1 estrella”, “2 estrellas”, “3 estrellas” mientras que la anterior comprende “Primera”, “Segunda” y “Tercera”. Existen establecimientos que aún no han sido recategorizados por el MINTUR.

#### 4.2.2.1. Distribución por clase – Provincia Santa Elena

Dentro de la provincia de Santa Elena existen 173 establecimientos catalogados como hostales que representan el 54.23% del total. Siendo 122 (71%) de ellos categorizados como “1 estrella” o su equivalente “Tercera”, 36 (21%) como “2 estrellas” o su equivalente “Segunda” y 15 (9%) como “3 estrellas” o su equivalente “Primera”.

Alojamientos Turísticos Registrados – Provincia Santa Elena				
Alojamientos	No. Registros	Habitaciones	Camas	Plaza
Campamento Turístico	1	4	4	8
Casa de Huéspedes	24	94	233	250
Centro de Turismo Comunitario	4	11	34	42
Hostal	173	2,574	6,491	7,302
Hostería	34	510	1.366	1,505
Hotel	82	2,200	5,695	6,210
Resort	1	198	456	457
<b>Total</b>	<b>319</b>	<b>5.591</b>	<b>14,279</b>	<b>15,774</b>

Tabla 8: Alojamientos Turísticos Registrados - Provincia Santa Elena

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.2.2.2. Distribución por clase – Parroquia Manglaralto

A nivel de parroquia, en Manglaralto existen 90 hostales que representan el 62,5% de todos los establecimientos ofertados. Dentro de los cuales 68 (76%) están categorizados como “1 estrella” o su equivalente “Tercera”, 17 (19%) como “2 estrellas” o su equivalente “Segunda” y 5 (6%) como “3 estrellas” o su equivalente “Primera”.

Alojamientos Turísticos Registrados – Parroquia Manglaralto				
Alojamientos	No. Registros	Habitaciones	Camas	Plaza
Casa de Huéspedes	9	35	90	94
Centro de Turismo Comunitario	3	11	34	42
Hostal	90	1,240	3,235	3,653
Hostería	17	233	669	717
Hotel	25	538	1,557	1,602
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>2,057</b>	<b>5,587</b>	<b>6,108</b>

Tabla 9: Alojamientos Turísticos Registrados - Parroquia Manglaralto

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.2.2.3. Distribución por clase y por categoría – Montañita

En Montañita, la gran mayoría de establecimientos ofertados son hostales, pues representan el 65%. De los 64 establecimientos registrados, 51 (80%) están categorizados como “1 estrella” o su equivalente “Tercera”, 9 (14%) como “2 estrellas” o su equivalente “Segunda” y 4 (6%) como “3 estrellas” o su equivalente “Primera”.

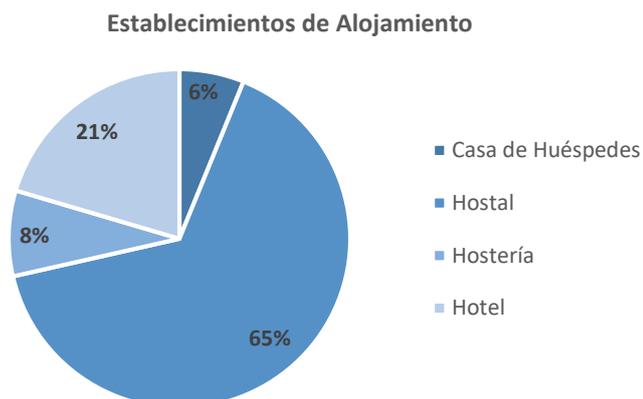


Gráfico 42: Establecimientos de Alojamiento

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

<b>Alojamientos Turísticos por Clase y por Categoría - Montañita</b>				
<b>Alojamiento</b>	<b>No. Registros</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Camas</b>	<b>Plaza</b>
<b>Casa de Huéspedes</b>	<b>6</b>	<b>23</b>	<b>63</b>	<b>65</b>
Categoría Única	6	23	63	65
<b>Hostal</b>	<b>64</b>	<b>916</b>	<b>2,490</b>	<b>2,798</b>
“1 Estrella” y “TERCERA”	51	668	1,885	2,062
“2 Estrellas” y “SEGUNDA”	9	190	487	596
“3 Estrellas” y “PRIMERA”	4	58	118	140
<b>Hostería</b>	<b>8</b>	<b>129</b>	<b>324</b>	<b>344</b>
“3 Estrellas” y “PRIMERA”	7	115	309	316
“2 Estrellas” y “SEGUNDA”	1	14	15	28
<b>Hotel</b>	<b>20</b>	<b>460</b>	<b>1,324</b>	<b>1,377</b>
“2 Estrellas” y “SEGUNDA”	13	295	898	962
“3 Estrellas” y “PRIMERA”	4	94	252	252
4 Estrellas	3	71	174	163
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>1,528</b>	<b>4,201</b>	<b>4,584</b>

Tabla 10: Alojamientos Turísticos por clase y por categoría - Montañita

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Esta información revela la gran acogida que tienen los hostales a la hora de visitar este destino turístico. Se podría inferir el gran interés que existe por socializar, conocer otros huéspedes, compartir experiencias y sobre todo ahorrar dinero para poder destinarlo a otras actividades.

#### 4.2.2.4. Número de habitaciones por establecimiento – Montañita

Los establecimientos de alojamiento de la zona, en su gran mayoría (48%), cuentan con alrededor de 11 a 20 habitaciones, seguido de 3 a 10 habitaciones con un 32%, 21 a 30 habitaciones con 14% y 6% con más de 30 habitaciones. Por lo que se podría decir que las edificaciones existentes no son de gran altura.

Por otra parte, se podría inferir que la demanda de alojamientos económicos en Montañita es alta y por consiguiente su competencia.

A continuación, se puede identificar en el gráfico Nro.5 el número de habitaciones de los establecimientos según su tipo.

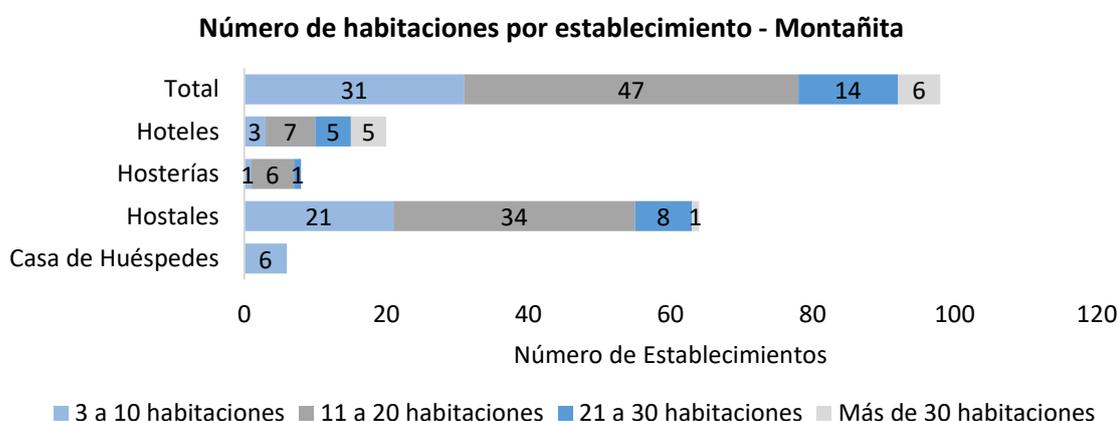


Gráfico 43: Número de habitaciones por establecimiento - Montañita

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

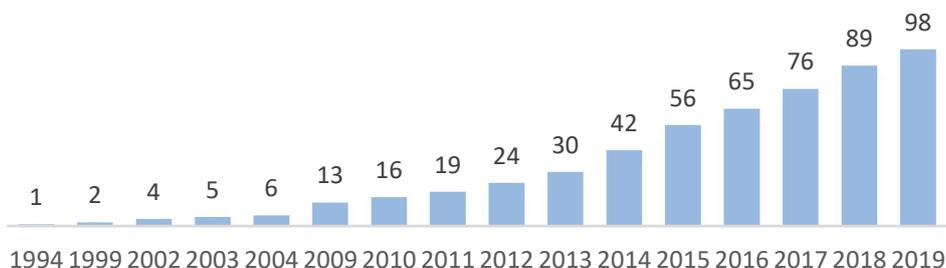
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.2.3. Evolución de la oferta de establecimientos de alojamiento en Montañita

Tomando en consideración las fechas de registros de establecimientos turísticos destinados a la actividad de alojamiento en Montañita a la fecha, se puede evidenciar un crecimiento significativo, que afirma una vez más el potencial turístico del balneario.

En los gráficos siguientes se puede visualizar el crecimiento ascendente de la industria hotelera en la zona de estudio, especialmente a partir del año 2014, en donde anualmente se incorporaban más de 9 establecimientos registrando esta actividad. Siendo el hostel de categoría 1 estrella, el alojamiento con mayor participación.

**Oferta de Alojamientos 1994-2019**

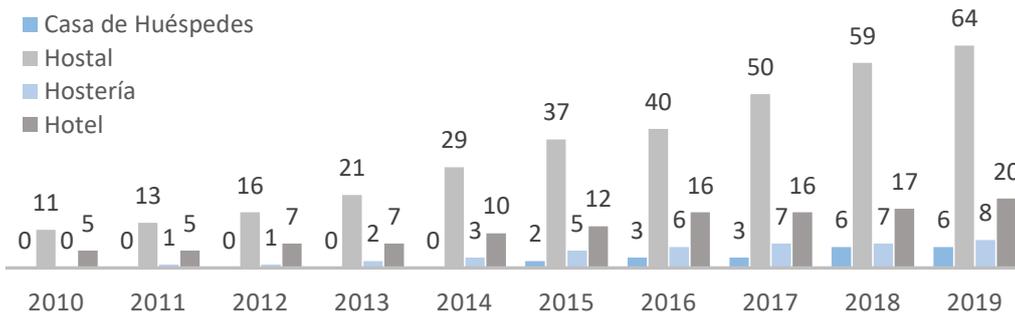


**Gráfico 45: Oferta de Alojamientos 1994-2019**

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

**Oferta de Alojamientos por Clasificación 2010-2019**

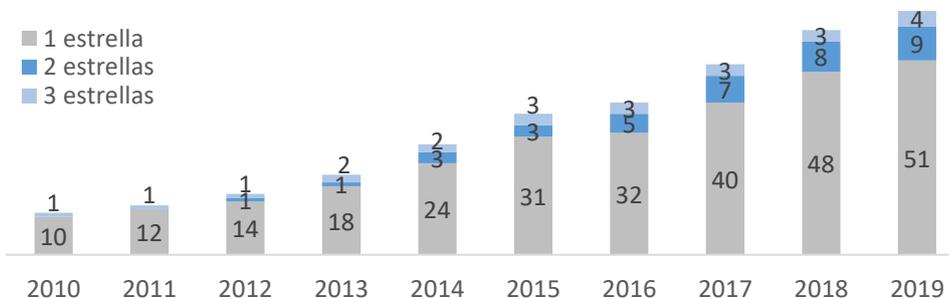


**Gráfico 44: Oferta de Alojamiento por Clasificación 2010-2019**

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

**Oferta de Hostales por Categoría 2010-2019**



**Gráfico 46: Oferta de Hostales por Categoría 2010-2019**

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.2.4. Indicadores de Alojamiento

Los resultados de la encuesta coyuntural de alojamiento, realizado a una muestra de establecimientos turísticos del cantón de Santa Elena, señalan que para los alojamientos de categoría 1 estrella, el mes de mayor porcentaje de ocupación en el 2019 fue diciembre con el 78%, mientras que para los de 2 estrellas en febrero con el 48% y para los de 3 estrellas en enero con el 89%. (MINTUR, b. 2020)

Es importante tener en consideración que Montañita cuenta con temporadas altas, medias y bajas (ver tabla Nro.11), producto de las condiciones climáticas y oleaje. Durante la temporada alta el clima y las olas se encuentran en su clímax, durante la temporada media las ballenas jorobadas se encuentran en el área y durante la temporada baja se debe a la presencia de lluvias.

Temporada Playera	
Temporada	Meses
Temporada Alta	Enero
	Febrero
	Marzo
	Abril
	Mayo
Temporada Media	Junio
	Julio
	Agosto
	Septiembre
Temporada Baja	Octubre
	Noviembre
Temporada Alta	Diciembre

Tabla 11: Temporada Playera

Fuentes: (Ecualive, 2018)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.3. Análisis de demanda turística

##### 4.3.1. Turismo Interno

El último registro obtenido del Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador, desarrollado por el MINTUR, señala que en los feriados del año 2018 se realizaron 13.6 millones de viajes, donde el 2.4% de desplazamientos (322,672) fueron desarrollados hacia

la provincia de Santa Elena. Siendo el 4to destino de sol y playa más visitado del país, por debajo de Atacames, Salinas y Manta respectivamente.

Del gran porcentaje que se desplaza para vacacionar en la Provincia, el 57% proviene principalmente de Guayaquil, seguido de Cuenca (9.20%), Quito (9.15%) y Samborondón (6.84%). En orden de mayor a menor concurrencia, con respecto a los nueve feriados. Se puede evidenciar en el gráfico Nro.7 que en primer lugar se encuentra el feriado de Carnaval, seguido de Año Nuevo, Viernes Santo, Batalla de Pichincha, Día de los Difuntos, Primer Grito de la Independencia, Día del Trabajo, Independencia de Guayaquil y Navidad.



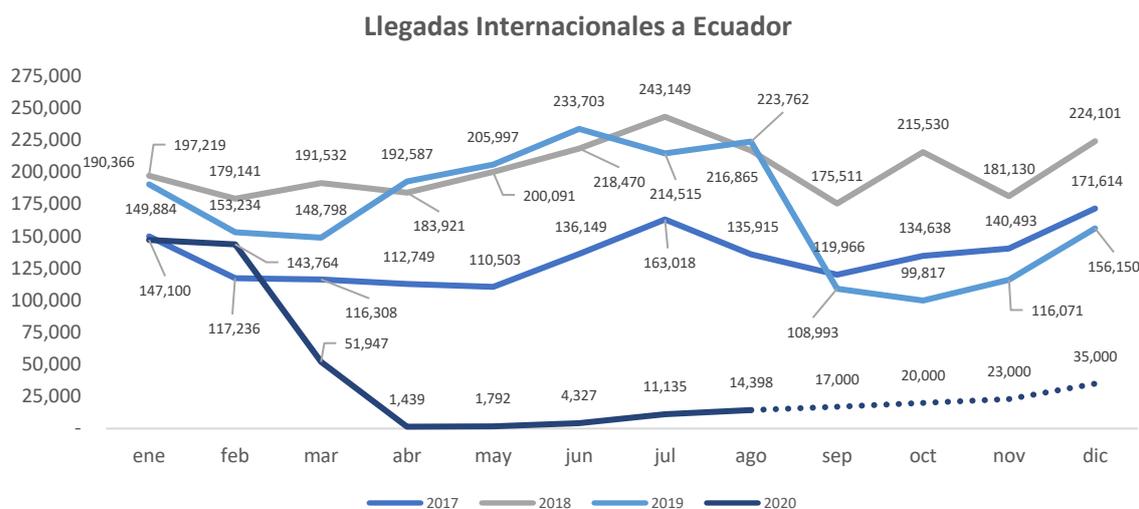
Gráfico 47: Visitas Internas a la Provincia de Santa Elena  
Fuentes: (GEOVIT, 2018)  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.3.2. Turismo Receptivo

##### 4.3.2.1. Entrada de Extranjeros en el Ecuador

###### Evolución de Llegadas Internacionales en el Ecuador

La actividad turística ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años. Sin embargo, desde finales del 2019 el turismo se ha visto afectado significativamente, tanto por protestas suscitadas en el mes de octubre de ese año, como por la declaración nacional de emergencia sanitaria a modo de medida preventiva al contagio de la pandemia COVID-19 en marzo del 2020, reflejando cifras contraídas de turistas internacionales en un 69% durante el primer semestre y probablemente cerrará el año con una variación negativa del 77%, caída dentro del rango proyectado por la Organización Mundial del Turismo, esto es del 60% al 80%. (OMT, 2020).



**Gráfico 49: Llegadas Internacionales a Ecuador**  
 Fuentes: (INEC, 2018) (INEC, b. 2019) (Ministerio de Gobierno, 2019) (MINTUR, c.2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

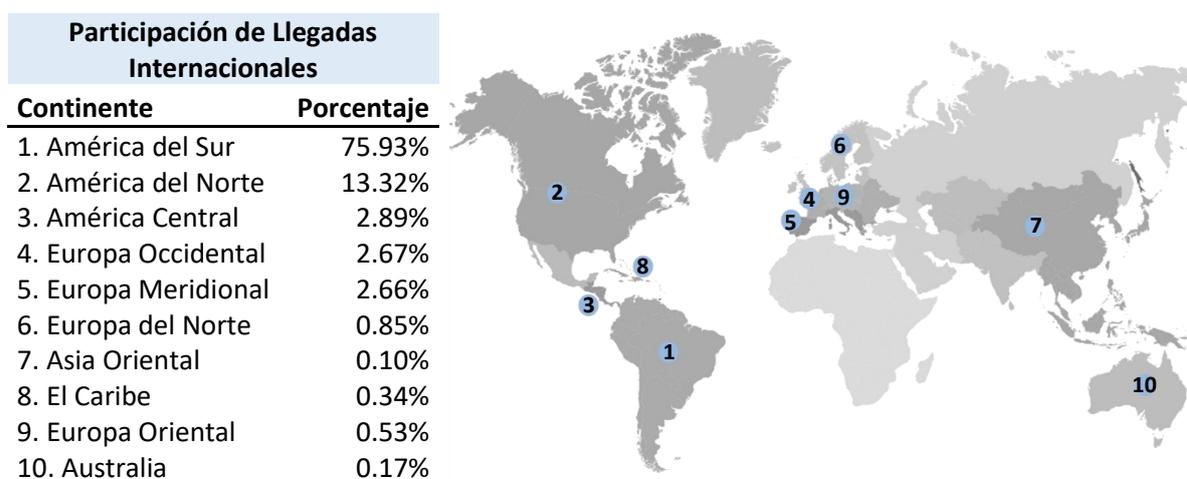
Según cifras migratorias del Ministerio de Gobierno en el 2019 se registraron 2,043,993 llegadas internacionales al Ecuador (variación del -15.8% con respecto al año anterior), de los cuales el 79.5% fueron por motivos de Turismo. Por otra parte, en el tiempo transcurrido del presente año (enero-agosto) el MINTUR presentó un registro de 395,902 llegadas internacionales lo que significa una variación del -76% si se lo compara con el mismo periodo del año 2019. A pesar de lo acontecido y dependiendo de la duración de las restricciones de viaje y cierre de fronteras estimo que el Ecuador empezará a ver signos de recuperación a partir del último trimestre del 2021, especialmente en viajes de ocio por sobre los viajes de negocio (OMT, 2020) (ver gráfico Nro.48).



**Gráfico 48: Entrada de Extranjeros por motivo de Turismo**  
 Fuentes: (INEC, b. 2019)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

## Participación de Llegadas Internacionales en el Ecuador

El turista extranjero que llega al país por motivo de turismo, proviene de todas partes del mundo. Según el último reporte publicado por el INEC en junio del 2019, la mayoría es procedente de América del Sur, especialmente de Colombia, Perú, Chile, Argentina y Brasil. Sin embargo, datos publicados por el MINTUR reflejan que durante el 2020 los países de mayor procedencia son EE. UU (30.5%), Colombia (17.6%), Perú (10.1%), España (8.2%) y Chile (4%).



Participación de Llegadas por País					
País	Porcentaje	País	Porcentaje	País	Porcentaje
1. Colombia	58.03%	3. EEUU	12.33%	5. Chile	1.34%
2. Perú	13.81%	4. España	2.29%	6. Panamá	1.30%

Tabla 12: Participación de Llegadas Internacionales en el Ecuador

Fuentes: (INEC, b. 2019)

Elaborado por: Andrea Rojas



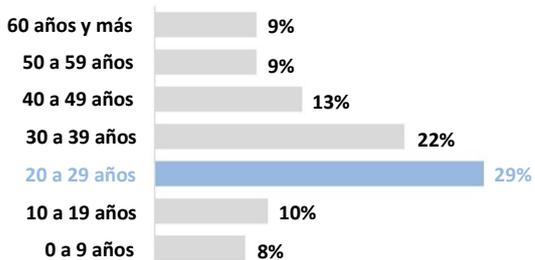
Imagen 16: Fotografía de Turistas Extranjeros

Fuentes: (Booking, 2020)

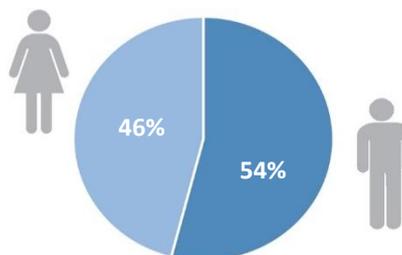
### 4.3.2.2. Perfil Turista Extranjero motivado por vacaciones, recreo y ocio

#### ¿Qué características tiene?

##### Rango Etario



##### Género



##### Ocupación



##### Estado Civil



##### Grado de Instrucción



#### ¿Por qué viaja a ECUADOR? y ¿Cómo planifica su visita?

##### Actividad Principal



##### Anticipación de Planificación



##### Servicios Incluidos en Paquetes Turísticos



##### Paquete Turístico



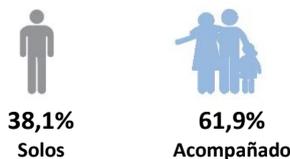
Imagen 17: Perfil Turista Extranjero  
Fuentes: (MINTUR, a. 2017) (INEC, b. 2019)  
Elaborado por: Andrea Rojas

## ¿Medios de Información para planificar viajes?

### Medio principal de información



### Cómo Viaja



### Otas

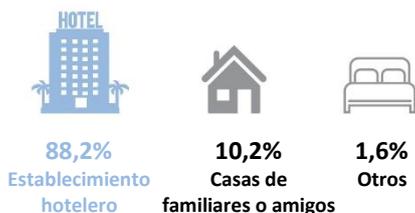


### Sitios Web Oficiales del Ecuador



## Alojamiento

### Lugar de Alojamiento



Hotel u hostel de 1 o 2 estrellas 22%  
Hotel u hostel de 3 estrellas 34.8%  
Hotel de 4 o 5 estrella 43.2%

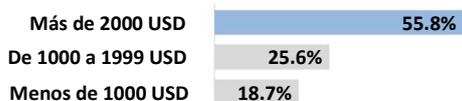
## Estadía

### Principales Destinos

Ranking	Destino
1	Quito
2	Galápagos
3	Otavalo
4	Guayaquil
5	Tren Crucero
6	Cuenca
7	P.N. Cotopaxi
8	Tena
9	Míndo
10	Yasuni
11	Baños de Agua Santa
12	Parque Nacional Machalilla
13	Cotacachi
14	Cuyabeno
15	Papallacta
16	Salinas
17	<b>Montañita</b>
18	Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

## Gasto

### Gasto por Turista



### Gasto Promedio por Turista y Estructura

### Gasto Promedio por Turista y Rango Etario



- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte interno
- Otros Gastos
- Compras
- Actividades turísticas

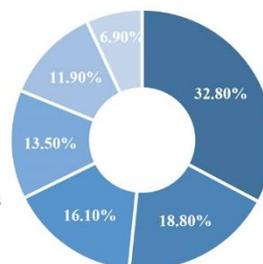


Imagen 18: Perfil Turista Extranjero  
Fuentes: (MINTUR, b. 2017) (MINTUR, a. 2017) (INEC, b. 2019)  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.3.2.3. Perfil del turista que visita montaña

Considero valioso exponer información alcanzada en un estudio realizado en Montañita, publicado en un artículo científico en el año 2019, en el que se analiza el sector hotelero de Montañita, Ecuador. (Coronel Guerrero & Cañizares Galarza, 2019)

Teniendo en consideración un tamaño de muestra encuestada de 393 **turistas nacionales e internacionales** y un periodo de un mes para la recopilación de la información, se obtuvo los siguientes resultados que permiten identificar el perfil del turista:

##### a. Características Sociodemográficas

La mayoría de personas que visitan el balneario son jóvenes menores de 25 años, cuyos niveles de educación van desde Bachilleres a Universitarios y laboralmente se encuentran en relación de dependencia o estudiando. (ver tabla Nro.13)

Características Sociodemográficas de Turistas Nacionales y Extranjeros					
	Variable	Porcentaje	Variable	Porcentaje	
<b>Género</b>	Hombre	55.0%	<b>Situación Laboral</b>	Estudia	33.6%
	Mujer	45.0%		Dueño de Negocio	12.4%
<b>Edad</b>	Menor de 25	42.3%	Jubilado	4.0%	
	Entre 26 y 40	34.7%	Empleado	41.8%	
	Entre 41 y 59	15.1%	No trabaja	7.0%	
	Mayores de 60	7.9%	Ninguno	1.30%	
			<b>Educación</b>	Secundaria	8.3%
				Bachiller	53.0%
				Universitario	31.2%
				Posgrado	5.8%

Tabla 13: Características Sociodemográficas de Turistas Nacionales y Extranjeros

Fuentes: (Coronel Guerrero & Cañizares Galarza, 2019)

Elaborado por: Andrea Rojas

##### b. Preferencias

Un porcentaje considerable realiza el viaje en grupo, con amigos o compañeros de trabajo (49%) y su tiempo de estadía es mayormente de 2 (27.3%) a 3 días (22.9%).

Adicionalmente, la preferencia de tipo de alojamiento son hostales (ver gráfico Nro.50), toda vez que uno de los aspectos que priman al momento de elegir un establecimiento es el precio, seguido de la limpieza y el confort. Mientras que el sello de calidad, la infraestructura y decoración del mobiliario son de menor importancia.

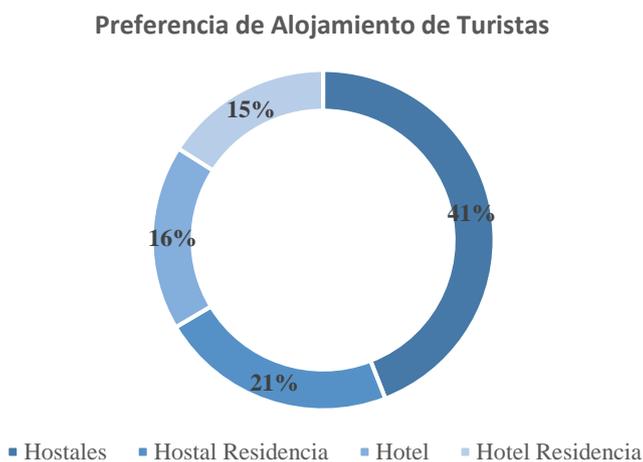


Gráfico 50: Preferencia de Alojamiento de Turistas  
Fuentes: (Coronel Guerrero & Cañizares Galarza, 2019)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### c. Fuente de información turística

Gran porcentaje de los turistas (54%) señalan que obtienen información del sitio a través de internet, mientras que un porcentaje mínimo obtiene información mediante familiares y amigos. De manera que, el uso del internet en la industria hotelera es sumamente indispensable, ya que es el medio más usado para informarse sobre un destino turístico y realizar un análisis comparativo que les permita seleccionar el que mejor se adapte a sus necesidades.

Si valoramos el perfil y satisfacción puntualmente del **turista extranjero** que visita Montañita, existe un estudio (Carvache, Torres, & Carvache, 2017) basado en una encuesta realizada a 408 visitantes durante los meses de septiembre a octubre, considerando un margen de error de +/- 4.85% y una variación del 50%, el mismo que señala lo siguiente, luego de ser tabulados, organizados y analizados en el programa SPSS Versión 22:

### a. Características Sociodemográficas

La mayoría de extranjeros que visitan el balneario proceden de varios continentes, América del Sur (35%), Europa (31%), América del Norte (24%), Australia (5%) y Otros (5%), son jóvenes menores de 29 años, cuyos ingresos superan los \$1000 dólares y un 76.85% son solteros. Con lo que respecta a su ocupación el 23% eran estudiantes y un 19% profesionales independientes. (ver tabla Nro.14)

Características Sociodemográficas de Turistas Extranjeros					
	Variable	Porcentaje	Variable	Porcentaje	
<b>Género</b>	Hombre	55.9%	<b>Lugar de Procedencia</b>	América del Sur	35.0%
	Mujer	44.1%		Europa	31.0%
<b>Edad</b>	Menores a 20 años	3.4%		América del Norte	24.0%
	De 20 a 29 años	62.0%		Australia	5.0%
	De 30 a 39 años	21.8%		Otros	5.0%
	De 40 a 49 años	5.6%	<b>Ingresos</b>	Menos de \$700	37.4%
	De 50 a 59 años	3.7%		De \$700 a \$1000	17.3%
	Igual o Mayor a 60 años	3.4%		De \$1001 a \$1500	11.8%
<b>Educación</b>	Primaria	1.0%		De \$1501 a \$2500	12.5%
	Secundaria	19.1%		De \$2501 a \$3500	9.0%
	Universitaria	67.9%		Mas de \$3500	12.0%
	Posgrado	12.0%			
<b>Estado Civil</b>	Soltero	76.8%			
	Unión libre	7.8%			
	Viudo	0.5%			
	Casado	13.2%			
	Divorciado	1.7%			

Tabla 14: Características Sociodemográficas de Turistas Extranjeros

Fuentes: (Carvache, Torres, & Carvache, 2017)

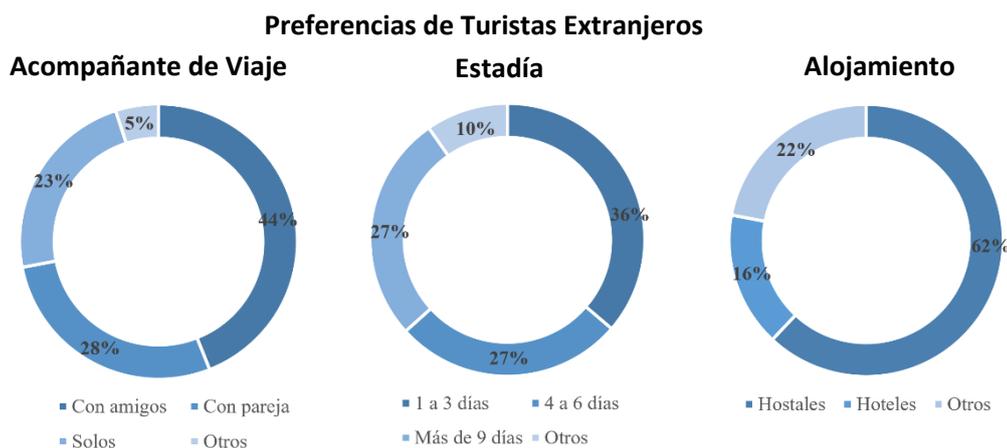
Elaborado por: Andrea Rojas

### b. Preferencias

En cuanto a la frecuencia de visita al destino, un alto porcentaje (72%) de turistas lo hacía por primera vez mientras que un bajo porcentaje (16%) lo había hecho hasta dos veces. Por otra parte, muchos de ellos hicieron el viaje con amigos (44%), seguido de viajes con pareja (28%) y por último solos (23%) (ver gráfico Nro.51). De estos grupos el 62.5% estaba conformado por menos de 3 personas, el 6.4% entre 4 y 6 personas y el 31% grupos

superiores a 6 personas. Tomando en consideración los datos expuestos, se puede definir que es un destino al que llegan grupos pequeños de personas.

Acercas de la estadía y hospedaje, existe un 63.3% que gozan de estadías cortas y un 27% de estadías largas, siendo los establecimientos de alojamiento más seleccionados los hostales con un 62% y un 16% hoteles. (Ver gráfico Nro.45)

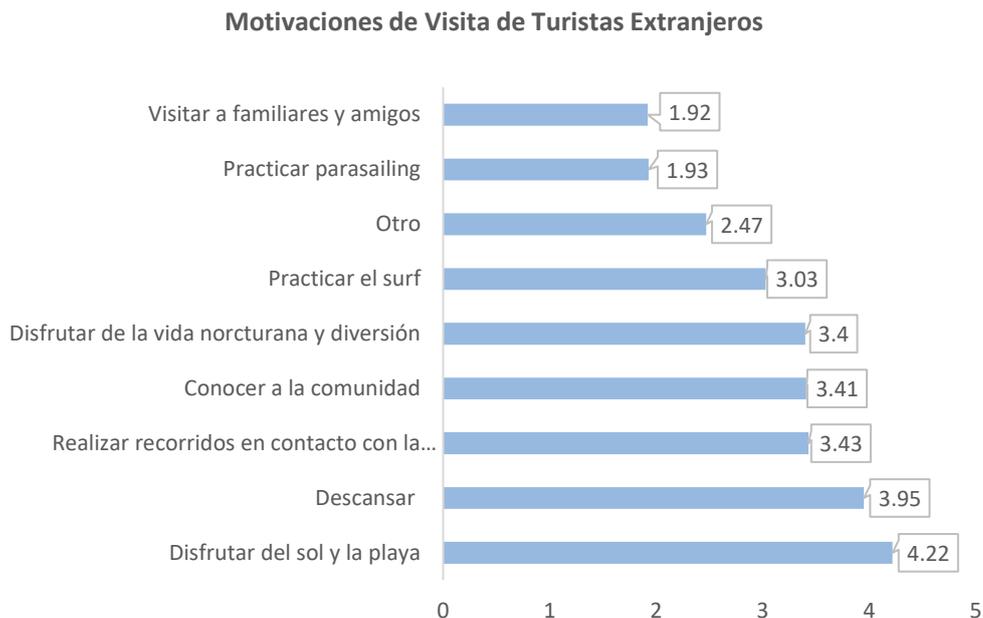


**Gráfico 51: Preferencias de Turistas Extranjeros**  
Fuentes: (Carvache, Torres, & Carvache, 2017)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Muchos lo consideran un destino económico, pues su gasto promedio diario es de aproximadamente \$41 dólares. Con respecto a la forma en que recibieron información del sitio, el 65% fue a través de amigos, el 19% por medio de internet y el 7.4% mediante folletos turísticos. Por lo que se puede concluir que Montañita se promociona a través de boca a boca.

### c. Motivaciones

Basado en la escala de Likert de 5 puntos, siendo 1 muy poco y 5 mucho, las motivaciones de los turistas extranjeros para visitar Montañita se debían en gran medida para disfrutar del sol y la playa, seguido de descanso, contacto con la naturaleza, disfrutar la vida nocturna y diversión y práctica del surf (ver gráfico Nro.52). Los lugares más visitados en el destino durante la estadía era la playa, los restaurantes de comida típica, las discotecas y bares, sitios de prácticas de surf, sitios de turismo de naturaleza, sitios de entretenimiento y tiendas de artesanía.



**Gráfico 52: Motivaciones de Visita de Turistas Extranjeros**  
 Fuentes: (Carvache, Torres, & Carvache, 2017)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

Se determinó además que, el 42% practicaba el surf mientras que el 58% no, lo que conlleva a concluir que los turistas llegan atraídos a este lugar no solo por el reconocimiento mundial como destino del surf sino también por sus playas.

Además, el 97.5% de los encuestados señalaron que si recomendarían a sus conocidos visitar Montañita y el 89.8% regresaría al destino, mientras que solo el 2.5% indicaron que no lo recomendarían y un 10.2% indicó que no regresaría.

#### **d. Valoración de servicios hoteleros**

Una de las variables valoradas con mayor puntaje, según la escala de Likert de 5 puntos, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho, en relación con los servicios hoteleros de Montañita es la ubicación, seguido del servicio de internet, la atención del personal y la limpieza mientras que las menos valoradas fueron el profesionalismo en el check-in, confortabilidad de camas, calidad de información, decoración de mobiliario y diseño arquitectónico. (ver gráfico Nro.53)

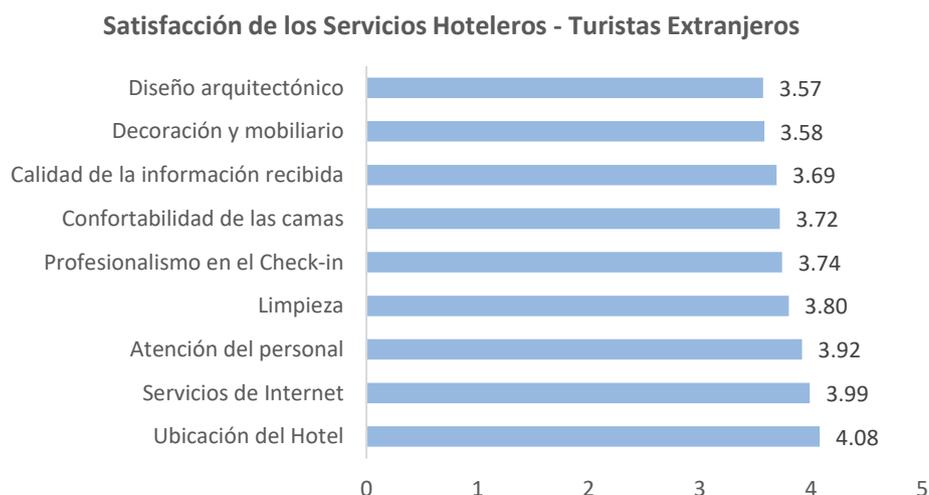


Gráfico 53: Satisfacción de los Servicios Hoteleros-Turistas Extranjeros

Fuentes: (Carvache, Torres, & Carvache, 2017)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4. Evaluación de la Competencia

Teniendo en consideración que el hostel a implementarse se encuentra proyectado con los requerimientos establecidos para definirse como Hostal de categoría “1 estrella”, para analizar la competencia se procedió a seleccionar 9 hostales relativamente cerca al proyecto que tienen mayor puntaje dentro de las plataformas más usadas para realizar reservas de alojamiento en el mundo, adicionalmente se incluyó un hotel que se encuentra en el sector permeable. Resultando los siguientes alojamientos:

Información General de la Competencia						
Cod.	Nombre	Nro. Registro	Año de Registro	Clasificación	Categoría	Cadena
A	Hidden House	YSTEAJ00003530	2015	Hostal	1 estrella	No
B	Mama Cucha	YSTEAJ00001625	2010	Hostal	1 estrella	No
C	Pop House	YSTEAJ00003844	2015	Hostal	1 estrella	No
D	Karukera	YSTEAJ00000739	2016	Hostal	1 estrella	No
E	Kundalini	YSTEAJ00002222	2009	Hostal	3 estrellas	No
F	Casa del Sol	2401540627	2014	Hostal	1 estrella	No
G	Sotavento	YSTEAJ00001353	2016	Hotel	2 estrellas	No
H	Iguana Backpackers	YSTEAJ00003332	2018	Hostal	1 estrella	No
I	Selina	YSTEAJ00003024	2018	Hostal	2 estrellas	Si
J	Rosa Mística	YSTEAJ00000735	2013	Hostal	3 estrellas	No

Tabla 15: Información General de la Competencia

Fuentes: (MINTUR, a. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Cada uno de ellos se consideran competencia directa no solamente por la cercanía, sino también porque poseen características similares con respecto al tipo de producto, servicios, entre otros.

#### 4.4.1. Proyectos

A continuación, se presenta una imagen en la que se puede observar la ubicación de cada uno de los proyectos de la competencia, 5 de ellos se encuentra en la zona de baja montaña, 2 de ellos en el centro de montaña y el resto en la zona del barrio El Tigriillo.



Imagen 19: Ubicación de la Competencia  
Fuentes: Investigación de Campo 2020  
Elaborado por: Andrea Rojas

Con la finalidad de estandarizar la información de los proyectos, se elaboró una ficha tipo (ver imagen Nro.20) que permita evaluar los datos de mercado registrados durante el desarrollo del presente capítulo. Las fichas en su totalidad se encuentran en Anexos.

FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO									
Ficha de Información Nro.							001		
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento: May 17, 2020					
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>				<b>INFORMACIÓN DEL SECTOR</b>					
Nombre: Hidden House				Provincia: Santa Elena					
Nro. De Registro: YSTEAJ00003530				Cantón: Santa Elena					
Fecha de Registro: September 4, 2015				Parroquia: Manglaralto					
Actividad: Alojamiento				Comuna: Montañita					
Clasificación: Hostal				Zona: Residencial y Comercial					
Categoría: 1 estrella				Sector: Barrio El Tigrillo					
Página Web: No tiene				Dirección: Calle Principal El Tigrillo					
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL</b>									
Ofrece un alojamiento que combina tranquilidad, naturaleza, comodidad y diversión, Escondido lejos del fuerte sonido de la fiesta de montañita, Hidden House acoge huéspedes de todas partes del mundo, dando un ambiente cómodo, cálido y agradable.									
<b>DATOS</b>				<b>ENTORNO Y SERVICIOS</b>					
Forma de Pago:				Transporte:		Regular			
Efectivo: Si				Cajeros:		Regular			
Tarjetas: Si				Farmacias:		Regular			
Check-in: 14h00				Tiendas / Supermercado:		Cerca			
Check-out: 12h00				Bares / Discotecas:		Regular			
% Ocupación: 60%				Restaurantes:		Regular			
<b>DETALLES</b>									
<b>CONSTRUCCIÓN</b>			<b>EMPLEADOS</b>				<b>CAPACIDAD</b>		
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas
2	2 y 3	0	2	2	0	4	9	48	49
<b>Estructura</b>	<b>Paredes</b>	<b>Cubierta</b>	<b>ÁREAS COMUNES</b>				<b>FACILIDADES</b>		
Mixta	Bloque	Paja	Área Verde				Aparcamiento		
<b>ACABADOS</b>			Área de Lavado				WiFi gratis		
Pisos:	Cerámica y Madera		Cocina Compartida				Recepción 24 h		
Tumbado:	Caña Guadúa		Instalaciones de wellnes				Bicicletas gratis y de alquiler		
Ventanas:	Perfil de madera y vidrio natural		Bar / Salón / BBQ				Servicio de limpieza		
Puertas:	Madera		Zona de picnic				Traslado aeropuerto		
Muebles:	Caña Guadúa y Madera		Zona de Juegos				Actividades y lugares de entretenimiento		
<b>HABITACIONES</b>									
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación Compartida 10p	1	15	60	4.00	5 Litera (s)	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Compartida 8p	1	14	48	3.43	4 Litera (s)	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Compartida 5p	1	15	35	2.33	5 Twing	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Compartida 4p	1	8	28	3.50	2 Litera (s)	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Cuádruple Deleux	1	10	32	3.20	2 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Estudio Deluxe	1	15	60	4.00	3 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Habitación Cuádruple	1	10	40	4.00	2 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Suite Deluxe	1	15	60	4.00	3 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Habitación Deluxe	1	8	30	3.75	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Total	9	12	44	3.58	48				
<b>PUNTAJE EN OTAS</b>							<b>PROMOCIÓN</b>		
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia			Volantes	No	
Instalación y Servicio	4/5	8.1/10					Redes Sociales		
Limpieza	4/5	7.7/10					Instagram	Si	
Confort		8.1/10					Facebook	Si	
Personal del Alojamiento		7.6/10	No existe calificación	NA			Página Web	No	
Calidad/Precio	4/5	8.6/10					Revistas	No	
Ubicación	4.5/5	8.1/10					Prensa Escrita	No	
WiFi		7.0/10					Radio	No	
Total	4/5	7.8/10	7.6/10				Tv	No	

Imagen 20: Ficha de Mercado

Fuentes: Investigación de Campo, 2020 (Trivago, 2020) (Booking, 2020) (Tripadvisor, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

El método seleccionado de evaluación de la competencia del proyecto Traveler's Bay Hostel fue el método cualitativo por puntos, en donde se asignará un valor del 1 al 5 que indique su condición, siendo 1 Muy Malo, 2 Malo, 3 Regular, 4 Bueno y 5 Muy Bueno.

#### 4.4.2. Ubicación

Toda vez que la aceptación de los clientes es proporcional a la cercanía a lugares de interés y servicios. Se tomaron en consideración 2 factores cercanía a la playa y cercanía a servicios. Como resultado, el proyecto de estudio obtuvo el tercer lugar con un puntaje de 4.5/5. Siendo Selina y Kundalini los alojamientos con mayor puntaje ya que no solo se encuentran frente al mar, sino que además cuentan con todos los servicios al alcance.

Evaluación de la Competencia - Ubicación												
Ponderación	Cercanía/Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
70%	Playa	3	4	3	4	5	4	4	3	5	4	5
	Transporte	3	4	3	5	4	2	3	4	5	2	3
30%	Cajeros	3	4	3	5	4	2	3	4	5	2	3
	Farmacias	3	4	3	5	4	2	3	4	5	2	3
	Tiendas / Supermercado	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
	Bares / Discotecas	3	4	3	5	4	2	3	4	5	2	3
	Restaurantes	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4
100%	<b>Total Ponderado</b>	3.1	4	3.1	4.3	<b>4.7</b>	3.6	3.8	3.3	<b>5</b>	3.6	<b>4.5</b>

Tabla 16: Evaluación de la Competencia - Ubicación  
Elaborado por: Andrea Rojas

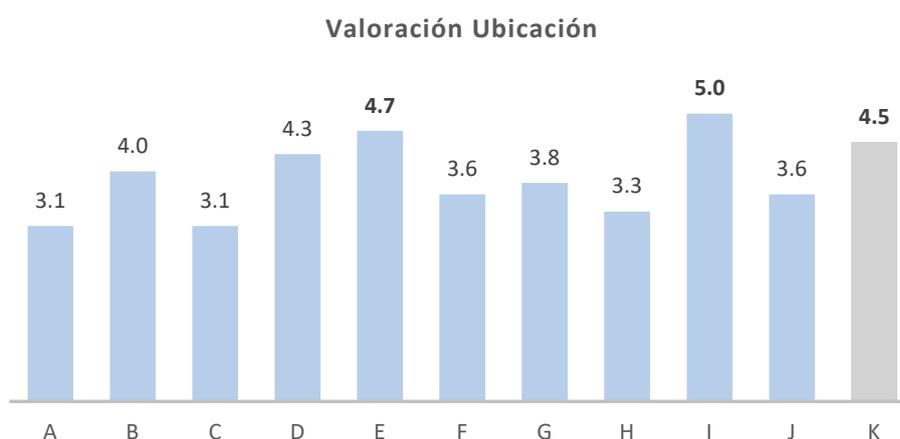


Gráfico 54: Valoración Ubicación  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.3. Cadena Hotelera

Dentro de la industria hotelera, es importante reconocer dentro de la competencia aquellas que pertenecen a cadenas hoteleras reconocidas. En este caso en particular dentro de Montañita existe un hostel que forma parte de una Cadena Hotelera llamada Selina, única en el sector. Por lo que, a la hora de otorgar una valoración con respecto a este factor, la misma se encuentra en ventaja con respecto al resto.

Si bien es cierto que es difícil competir con cadenas hoteleras, no es imposible, ya que los hoteles independientes ofrecen también a los viajeros propuestas innovadoras asociadas a un servicio personalizado.

Evaluación de la Competencia – Cadena Hotelera											
Cadena Hotelera / Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Calificación	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5.0	1.0	1.0

Tabla 17: Evaluación de la Competencia - Cadena Hotelera  
Elaborado por: Andrea Rojas



Gráfico 55: Valoración Cadena Hotelera  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.4. Arquitectura y Acabado

El factor arquitectónico es un aspecto importante dentro de un proyecto, su concepto, diseño y decoración influye en el éxito o fracaso del mismo. La arquitectura que se proyecta además de buscar belleza y proporción debe ser confortable y generar bienestar a sus ocupantes.

En la zona se evidencia una arquitectura rústica en la que predominan materiales como el bambú, la caña, la madera y la paja. A continuación, se muestra la valoración promedio que obtuvieron los proyectos de la competencia en función del diseño, acabados, confort (puntaje obtenido de Booking.com) y estado de la edificación.

Evaluación de la Competencia – Arquitectura y Acabado											
Criterios/ Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Diseño	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	4.0	2.0	5.0	3.0	5.0
Acabados	3.0	3.0	4.0	4.0	5.0	3.0	4.0	2.0	4.0	3.0	5.0
Estado de la edificación	4.0	3.0	4.0	4.0	5.0	4.0	5.0	4.0	5.0	4.0	5.0
Confort	4.1	4.5	4.3	4.2	4.6	4.5	4.1	4.1	3.8	3.8	5.0
<b>Calificación</b>	<b>3.5</b>	<b>3.4</b>	<b>4.1</b>	<b>3.8</b>	<b>4.6</b>	<b>3.6</b>	<b>4.3</b>	<b>3.0</b>	<b>4.4</b>	<b>3.5</b>	<b>5.0</b>

Tabla 18: Evaluación de la Competencia - Arquitectura y Acabado  
Elaborado por: Andrea Rojas

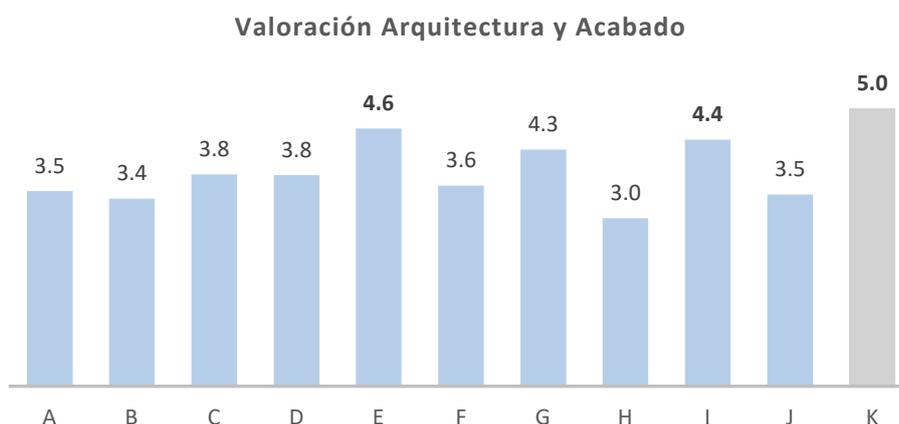


Gráfico 56: Valoración Arquitectura y Acabado  
Elaborado por: Andrea Rojas

Estos resultados demuestran que la carencia de proyectos con buenos diseños arquitectónicos y buenos acabados. Siendo esto una ventaja y oportunidad para el proyecto de ofertar un hostel que permita llenar este vacío en las propuestas hoteleras actuales, permitiéndole al turista tener una de experiencia diferenciada de alojamiento con precio asequible y generándole un impacto visual positivo, a la altura de la belleza de los recursos naturales que allí se encuentran.

#### 4.4.5. Tipos de Habitaciones

Hoy en día, existe una variedad de tipos de habitaciones en hoteles de todo el mundo, con el fin de atender a cualquier tamaño de grupo y la mayoría de las preferencias.

Por lo que, se procedió a analizar la variedad de tipos de habitaciones que los establecimientos de la competencia ofrecen en función de 4 tipos de habitaciones que se registraron. Mientras mayor variedad posea mayor puntaje tendrá.

Evaluación de la Competencia – Tipo de Habitaciones											
Tipo de Habitaciones / Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Habitación Compartida	5.0	5.0	1.0	1.0	5.0	5.0	1.0	5.0	5.0	1.0	5.0
Habitación Sencilla o Doble	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
Habitación de 3 a más personas	1.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	1.0	1.0	5.0	1.0
Suite	1.0	5.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5.0	1.0	5.0
<b>Calificación</b>	3.0	<b>5.0</b>	3.0	3.0	<b>4.0</b>	<b>4.0</b>	3.0	3.0	<b>4.0</b>	3.0	<b>4.0</b>

Tabla 19: Evaluación de la Competencia - Tipo de Habitaciones  
Elaborado por: Andrea Rojas



Gráfico 57: Valoración Tipo de Habitaciones  
Elaborado por: Andrea Rojas

Como se observa en la tabla Nro. 19 se puede concluir que el 100% cuenta con habitaciones de capacidad máxima de 2 personas, seguido del 70% con habitaciones de capacidad a partir de 3 a 6 personas, un 60% con habitaciones compartidas y un 20% con suites.

Por otra parte, se identificó el porcentaje de tipos de habitaciones que cada uno de los alojamientos ofrece para identificar lo que indirectamente se está demandando en la zona. Con la tabla Nro.20 se puede inferir que no es posible prescindir de habitaciones de capacidad para dos personas, y que existe una alta demanda de habitaciones compartidas de 4 y 6 personas, así como también, habitaciones grupales de 3 y 4 personas.

Evaluación de la Competencia – Tipo de Habitaciones %											
Proyectos / Tipo de Habitaciones	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Habitación Compartida	44%	8%	0%	0%	5%	8%	0%	80%	38%	0%	71%
Habitación Sencilla o Doble	11%	40%	33%	25%	55%	17%	54%	20%	51%	14%	21%
Habitación Triple y + Suite	44%	48%	67%	75%	41%	75%	46%	0%	10%	86%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 20: Evaluación de la Competencia - Tipo de Habitaciones %  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.6. Áreas promedio

El indicador de las áreas promedio son un referente para observar el tamaño de las habitaciones promedio que oferta la competencia y poder considerarlo dentro del proyecto. Según lo registrado, se observa que el área promedio ponderado que más se presenta se encuentra en un rango de 17 a 20 m<sup>2</sup>. Por lo que se podría decir que el nuevo proyecto se encuentra en ventaja al ofertar habitaciones con dimensiones aceptables.

Evaluación de la Competencia – Área Promedio											
Área Promedio/ Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Área promedio ponderado (m <sup>2</sup> )	12	20	19	30	17	19	29	9	17	19	23
Calificación	3.0	4.0	3.0	5.0	3.0	3.0	5.0	2.0	3.0	3.0	4.0

Tabla 21: Evaluación de la Competencia - Área Promedio  
Elaborado por: Andrea Rojas

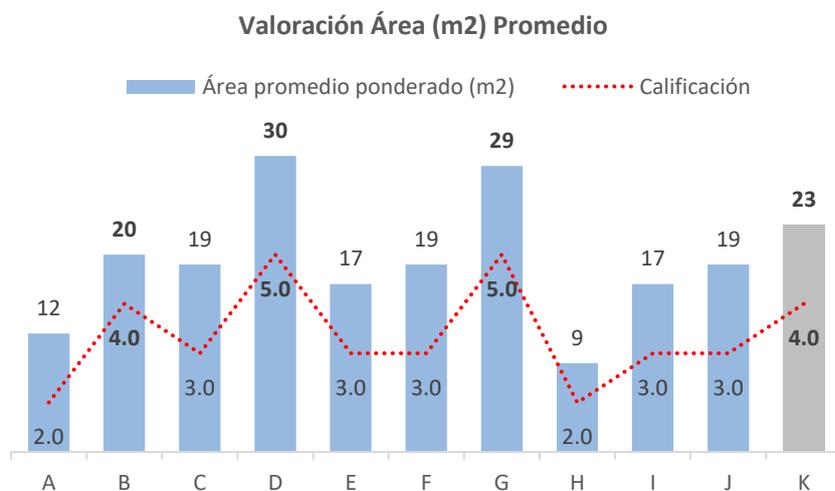


Gráfico 58: Valoración Área (m<sup>2</sup>) Promedio  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.7. Precio promedio

Para tener una mejor percepción de precios, se registró el precio promedio ponderado de alojamiento y el valor por m2. Como se observa en la siguiente tabla, los valores son bastante homogéneos. Además, se reconoce que el proyecto se encuentra entre la oferta con un precio por m2 asequible, lo que lo hace atractivo para los visitantes.

Evaluación de la Competencia – Precio Promedio											
Precio Promedio/ Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Precio promedio ponderado	44	33	43	55	61	51	82	30	56	58	65
Precio por m2 ponderado	3.6	1.7	2.3	1.9	3.7	2.7	2.9	3.5	3.5	3.1	2.9
<b>Calificación</b>	4.0	<b>5.0</b>	4.0	<b>5.0</b>	4.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	<b>4.0</b>

Tabla 22: Evaluación de la Competencia - Precio Promedio

Elaborado por: Andrea Rojas

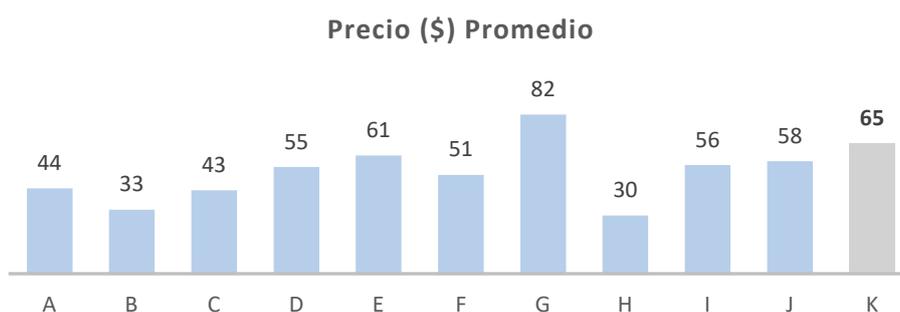


Gráfico 60: Precio (\$) Promedio de la Competencia

Elaborado por: Andrea Rojas

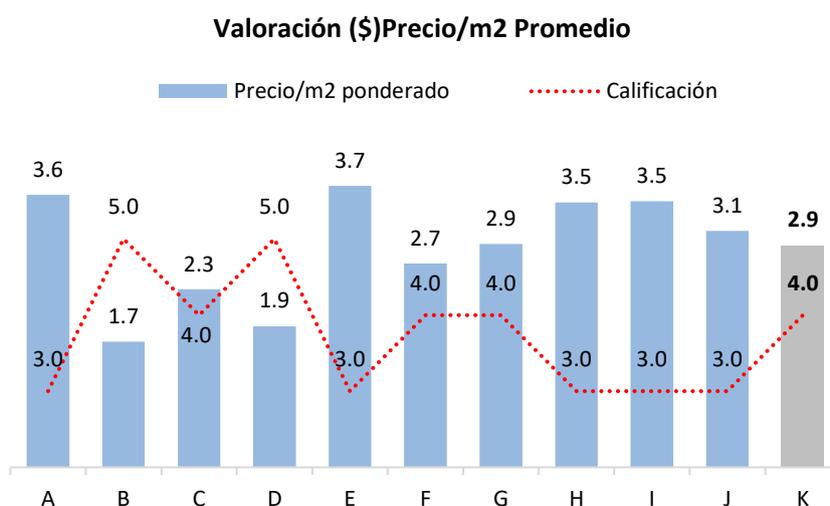


Gráfico 59: Valoración (\$) Precio/m2 Promedio

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.8. Áreas Comunes

De acuerdo al estudio realizado de la competencia, se pudo identificar que todos cuentan con al menos 3 áreas comunes. Dentro de las áreas comunes más frecuentes en los hostales son cocinas compartidas, áreas abiertas sean balcones o terrazas, salas de tv, bares y áreas verdes. Existen otras áreas como piscina, zonas wellness, área de lectura, zona de juegos, piscina, entre otros, que se incluyen dependiendo del área que abarca la propiedad.

Evaluación de la Competencia – Áreas Comunes											
Áreas Comunes / Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Calificación	4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0

Tabla 23: Evaluación de la Competencia - Áreas Comunes

Elaborado por: Andrea Rojas

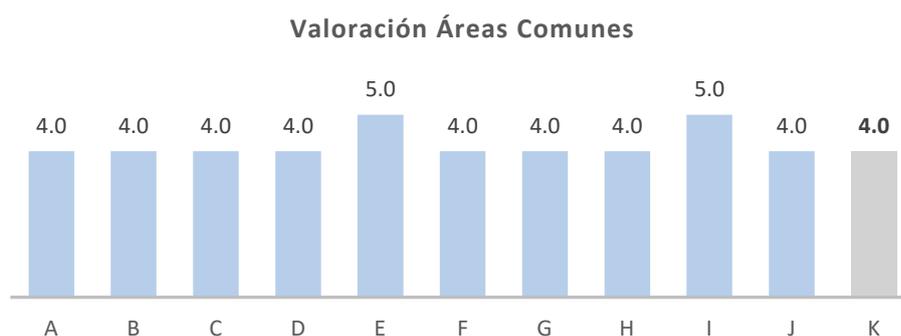


Gráfico 61: Valoración Áreas Comunes

Elaborado por: Andrea Rojas

Si bien es cierto que el proyecto se encuentra en desventaja frente a Selina y Kundalini, hay que tomar en cuenta que quienes visitan el balneario buscan conocerlo, por consiguiente, buscan alojamientos económicos ya que usan las instalaciones solamente para dormir, ducharse y desayunar. Adicionalmente, cabe mencionar que Traveler's Bay Hostel es uno de los pocos establecimientos que cuentan con una terraza con vista de 360 grados.

#### 4.4.9. Servicios y Facilidades

La calidad de servicios y las facilidades que brindan los establecimientos turísticos, es un diferenciador que permite sobresalir de la competencia.

A la hora de seleccionar donde alojarse la disponibilidad de paqueo es importante, así como también la seguridad, servicios a la habitación, servicios de la recepción, Wifi gratis, entre otros. En función de lo antes expuesto se calificaron los proyectos.

Evaluación de la Competencia – Servicios y Facilidades											
Servicios y Facilidades/ Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Parqueo	5.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5.0	1.0	1.0	5.0	5.0
Seguridad	5.0	1.0	1.0	5.0	5.0	3.0	5.0	5.0	5.0	3.0	5.0
Servicio a la habitación	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	3.0	5.0	5.0	5.0
Servicio a la recepción	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	3.0	5.0	5.0	5.0
Wifi gratis	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0
Otros	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
<b>Calificación</b>	<b>5.0</b>	<b>3.7</b>	<b>3.7</b>	<b>4.3</b>	<b>4.3</b>	<b>4.0</b>	<b>5.0</b>	<b>3.7</b>	<b>4.3</b>	<b>4.5</b>	<b>5.0</b>

Tabla 24: Evaluación de la Competencia – Servicios y Facilidades  
Elaborado por: Andrea Rojas

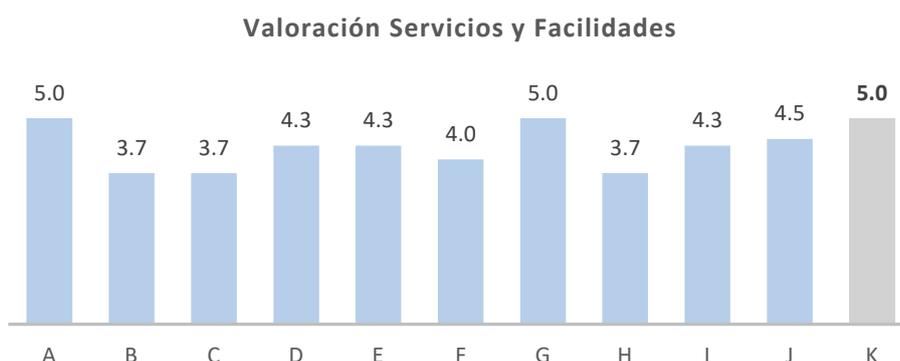


Gráfico 62: Valoración Servicios y Facilidades  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.10. Formas de Pago

Los resultados reflejan que el 36% de establecimientos no se encuentran preparadas para brindar facilidades de pagos. Es necesario adaptarse a la tecnología producto de la evolución y la propia demanda de los clientes.

Evaluación de la Competencia – Formas de Pago											
Formas de Pago/ Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Efectivo	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
Tarjeta de Crédito	5.0	1.0	1.0	1.0	5.0	5.0	5.0	1.0	5.0	5.0	5.0
<b>Calificación</b>	<b>5.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	<b>3.0</b>	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>

Tabla 25: Evaluación de la Competencia – Formas de Pago  
Elaborado por: Andrea Rojas

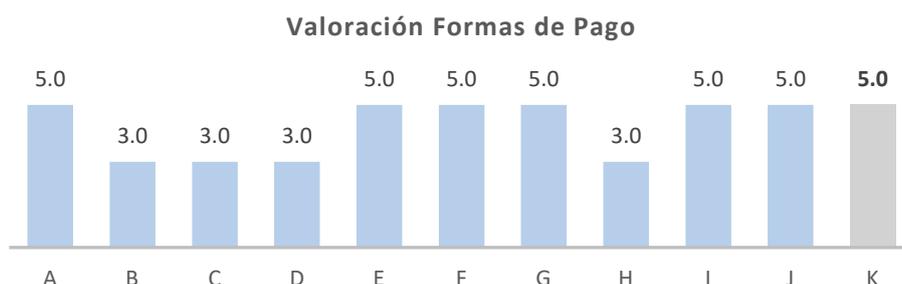


Gráfico 63: Valoración Formas de Pago  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.11. Promoción

Existen un sinnúmero de medios de promoción, sin embargo, dentro de la industria hotelera es imprescindible apostar por el internet. La web es la mejor tarjeta de presentación y una vía importantísima de reservas. A través de ella es posible ofrecer ofertas especiales, recorridos virtuales para visualizar de cerca cada alojamiento, así como también información de espectáculos.

Por lo antes expuesto se ha procedido a calificar los distintos establecimientos en su forma de promocionarse, ponderando con mayor porcentaje a aquellos que usan como medio las redes sociales (Instagram y Facebook) y las páginas web. Cabe señalar que solo el 30% de la competencia cuenta con página web, lo cual es ventajoso para el proyecto.

Evaluación de la Competencia – Promoción												
Ponderación	Proyectos/ Promoción	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
80%	Instagram	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
	Facebook	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
	Página Web	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5.0	1.0	1.0	5.0	5.0	5.0
20%	Revistas	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	Prensa Escrita	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5.0	1.0	1.0
	Radio	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	Tv	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	Volantes	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5.0	1.0	5.0
100%	<b>Calificación Ponderada</b>	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	<b>4.2</b>	3.1	3.1	<b>4.5</b>	<b>4.2</b>	<b>4.4</b>

Tabla 26: Evaluación de la Competencia - Promoción  
Elaborado por: Andrea Rojas



Gráfico 64: Valoración de Promoción  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.4.12. Participación en OTA

Las Agencias de Viaje Online (OTA), son el principal canal de reservas. Lo más recomendable es conectarse a las OTAS que estén alineados al producto. Los canales más populares son: Trip Advisor, Booking, Expedia y Trivago. Por lo que se ha evaluado el nivel de importancia que la competencia ha dado a este tema.

Evaluación de la Competencia – Participación en OTAS											
Participación en OTAS/Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Trip Advisor	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
Booking	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
Trivago	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	1.0
Expedia	1.0	1.0	5.0	1.0	5.0	5.0	1.0	1.0	5.0	5.0	1.0
<b>Calificación</b>	4.0	4.0	<b>5.0</b>	4.0	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	4.0	4.0	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	<b>3.0</b>

Tabla 27: Evaluación de la Competencia - Participación en OTAS  
Elaborado por: Andrea Rojas

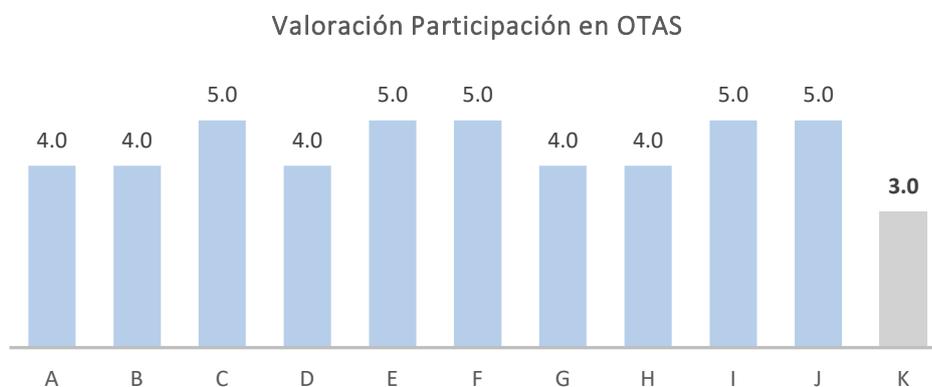


Gráfico 65: Valoración Participación en OTAS  
Elaborado por: Andrea Rojas

Los resultados evidencian que el 50% de la competencia no se encuentra en Expedia mientras que el 100% se encuentra en Trip Advisor, Booking y Trivago. Por lo que el proyecto deberá buscar diversificar los canales de reserva para sobresalir.

En cuanto a la calificación que se otorgan a los diferentes alojamientos se registró lo siguiente:

Calificación en OTAS											
Calificación Trip Advisor/Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Instalación y Servicio	4.0	4.5	4.5	4.0	4.5	4.5	4.0	3.5	3.5	4.0	4.0
Limpieza	4.0	4.0	4.5	4.5	4.5	4.0	4.0	3.5	3.0	4.0	5.0
Calidad/Precio	4.0	4.5	4.5	4.5	4.5	4.0	4.5	4.0	3.0	4.0	5.0
Ubicación	4.5	4.5	4.5	4.5	5.0	4.5	4.0	4.5	4.0	4.5	5.0
General	4.0	4.5	4.5	4.0	4.5	4.5	3.5	3.5	3.5	4.0	4.8
Calificación Booking /Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Instalación y Servicio	4.1	4.5	4.3	4.2	4.7	4.4	3.9	4.2	3.8	3.9	4.0
Limpieza	3.9	4.4	4.2	4.3	4.8	4.5	3.9	4.0	3.8	3.9	5.0
Confort	4.1	4.5	4.3	4.2	4.6	4.5	4.1	4.1	3.8	3.8	5.0
Personal del Alojamiento	3.8	4.9	4.6	4.5	4.7	4.8	3.8	4.7	3.9	4.3	5.0
Calidad/Precio	4.3	4.7	4.3	4.1	4.5	4.5	3.5	4.3	3.5	3.9	5.0
Ubicación	4.1	4.8	4.6	4.7	4.9	4.5	4.1	4.6	4.4	4.4	5.0
General	3.9	4.6	4.3	4.3	4.7	4.5	3.9	4.3	3.9	4.0	4.8
<b>Calificación Promedio</b>	<b>4.0</b>	<b>4.6</b>	<b>4.4</b>	<b>4.2</b>	<b>4.6</b>	<b>4.5</b>	<b>3.7</b>	<b>3.9</b>	<b>3.7</b>	<b>4.0</b>	<b>4.8</b>

Tabla 28: Calificación en OTAS  
Elaborado por: Andrea Rojas

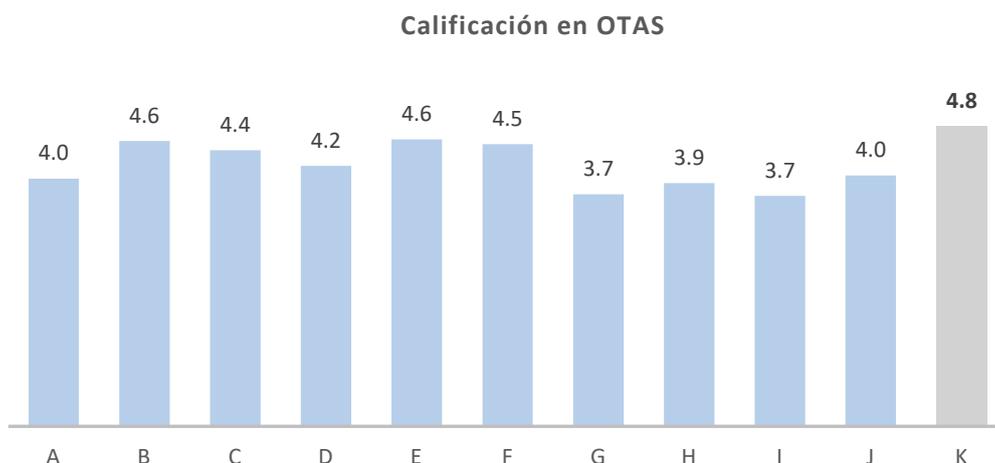


Gráfico 66: Calificación en OTAS  
Elaborado por: Andrea Rojas

**4.4.13. Posicionamiento**

Al reunir todas las puntuaciones obtenidas de los proyectos por factor, se puede visualizar el posicionamiento de los mismos y evaluar el estado del Hostal a implementarse. En el siguiente gráfico se mostrarán los proyectos que obtuvieron los mejores resultados.

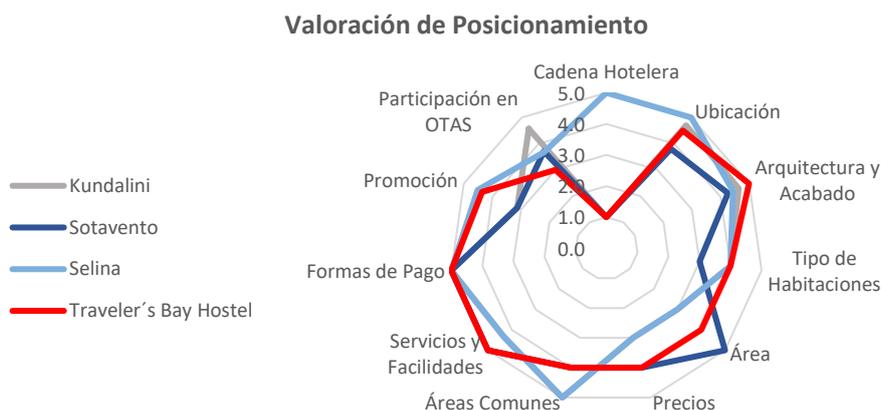


Gráfico 67: Valoración de Posicionamiento  
Elaborado por: Andrea Rojas

Se puede observar como el proyecto Travelers Bay Hostel obtiene valoraciones altas en arquitectura, precios/m2, servicios, promoción y ubicación. Siendo una de sus falencias el no pertenecer a una cadena hotelera. Sin embargo, es un reto alcanzable. A continuación, se expondrá la matriz ponderada de evaluación obtenida.

Matriz de Posicionamiento												
Ponderación	Factor / Proyectos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
4%	Cadena Hotelera	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5.0	1.0	1.0
30%	Ubicación	3.1	4.0	3.1	4.3	4.7	3.6	3.8	3.3	5.0	3.6	4.5
4%	Arquitectura y Acabado	3.5	3.4	3.8	3.8	4.6	3.6	4.3	3.0	4.4	3.5	5.0
4%	Tipo de Habitaciones	3.0	5.0	3.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0
4%	Área	2.0	4.0	3.0	5.0	3.0	3.0	5.0	2.0	3.0	3.0	4.0
15%	Precios	3.0	5.0	4.0	5.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0	3.0	4.0
4%	Áreas Comunes	4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0
15%	Servicios y Facilidades	5.0	3.7	3.7	4.3	4.3	4.0	5.0	3.7	4.3	4.5	5.0
10%	Formas de Pago	5.0	3.0	3.0	3.0	5.0	5.0	5.0	3.0	5.0	5.0	5.0
4%	Promoción	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	4.2	3.1	3.1	4.5	4.2	4.7
4%	Participación en OTAS	4.0	4.6	4.4	4.2	4.6	4.5	3.7	3.9	3.7	4.0	3.0
<b>100%</b>	<b>Calificación</b>	<b>3.5</b>	<b>3.9</b>	<b>3.3</b>	<b>4.0</b>	<b>4.1</b>	<b>3.7</b>	<b>4.0</b>	<b>3.1</b>	<b>4.4</b>	<b>3.7</b>	<b>4.3</b>

Tabla 29: Matriz de Posicionamiento  
Elaborado por: Andrea Rojas



Gráfico 68: Resumen de Posicionamiento  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 4.5. Conclusión y Recomendaciones

Una vez realizada la investigación de mercado pertinente, se pueden establecer algunas conclusiones dentro de los 3 ámbitos estudiados.

##### **Oferta**

La industria hotelera ha tomado fuerza con el paso de los años. Hoy en día existen 98 establecimientos de alojamiento turístico, cantidad que, si la comparamos con lo registrado en el 2010, se quintuplicó. Lo que refleja el alto potencial turístico de Montañita. Es así como la gran cadena hotelera Selina, no dudó en apostar su inversión en la implementación de una estructura hotelera en el sitio. Dando lugar a que las estrategias de atracción turística empiecen a cumplir estándares de más alta calidad.

Como dato a considerar, el 65% de los establecimientos son hostales, de los cuales el 80% pertenecen a la categoría 1 estrella, el 14% 2 estrellas y el 6% 3 estrellas. Por lo que, se puede inferir la gran acogida que tienen los hostales a la hora de visitar este destino turístico, así como también el interés que existe por socializar, conocer otros huéspedes, compartir experiencias y sobre todo ahorrar dinero para poder destinarlo a otras actividades.

Lo antes expuesto, significa para el proyecto, un reto al competir con la cantidad de oferta existente, sumando el hecho de enfrentarse a una cadena hotelera y una ventaja de ofertar un producto altamente demandado en la zona.

## **Demanda**

Se resalta que Montañita se encuentra, según las estadísticas anunciadas por el Ministerio de Turismo, dentro de los 15 destinos turísticos a nivel nacional más visitados por extranjeros, debido a las innumerables ofertas de entretenimiento altamente atractivas. Además, datos del turismo interno señala que el balneario es considerado el 4to destino de sol y playa más visitado del país, por debajo de Atacames, Salinas y Manta respectivamente.

En cuanto al turismo receptivo, el Ecuador recibió aproximadamente 1.6 millones de turistas extranjeros, de los cuales el 41% contaba con edades correspondientes al intervalo comprendido entre 20 y 40 años. Un nicho de mercado significativo para este destino turístico. Flujo que se estima incrementa progresivamente en los próximos años.

En resumen, el perfil de quienes visitan el lugar presenta las siguientes características: Jóvenes, con estudio y empleo, que viajan solos o en grupos pequeños, en búsqueda de aventura, surf - playa y diversión, cuyos ingresos superan los \$1000 dólares. Quienes al momento de elegir un establecimiento prima la ubicación, el precio, seguido de la limpieza y el confort, mientras que, que el sello de calidad, la infraestructura y decoración del mobiliario son de menor importancia.

Sin duda alguna este lugar es mágico, pero se ha identificado que la percepción de satisfacción de los servicios hoteleros ofertados en este balneario es baja en cuanto a confortabilidad de camas, diseño arquitectónico, decoración y mobiliario. Por lo que, este nuevo proyecto deberá buscar atender estas necesidades para sobresalir en el mercado.

Por otra parte, el uso del internet en la industria hotelera es sumamente indispensable, ya que es el medio más usado para informarse sobre un destino turístico y realizar un análisis comparativo que les permite seleccionar el mejor alojamiento que se adapte a sus necesidades.

## **Competencia**

Respecto de la competencia, se concluye lo siguiente:

Cadena Hotelera	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se encuentra en desventaja, ya que al ser un hostel independiente se enfrenta a una competencia con una buena gestión empresarial y alto estándar de calidad. De manera que, se deberá ofrecer a los viajeros propuestas innovadoras asociadas a un servicio personalizado.</li> </ul>
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ubicación privilegiada por su cercanía al mar. Relativamente cerca del centro de montaña, pero lo suficientemente lejos del ruido para descansar por la noche.</li> </ul>
Arquitectura y Acabado	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Al ser una construcción nueva con buenos acabados y espacios confortables se diferencia de la mayoría. Haciéndolo atractivo para el turista.</li> </ul>
Tipo de Habitaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Tiene disponible el tipo de habitaciones que más se demanda en la zona. Sin embargo, podría analizarse la posibilidad de cambiar ciertas habitaciones compartidas por habitaciones triples o cuádruples.</li> </ul>
Área	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Las habitaciones cuentan con un área promedio aceptable de 23m<sup>2</sup>. Mientras que el rango ofertado varía de 9m<sup>2</sup> a 30m<sup>2</sup>.</li> </ul>
Precios	<ul style="list-style-type: none"> <li>•El proyecto presenta precios competitivos, con un precio promedio de \$67. El rango que se oferta varía de \$30 a \$82.</li> </ul>
Áreas Comunes	<ul style="list-style-type: none"> <li>•A pesar de contar con un área reducida de terreno se consideraron áreas comunes (terraza BBQ, balcones, cocina y sala compartida) para incentivar la integración de los huéspedes. La terraza con vista de 360° es un ambiente destacado del proyecto.</li> </ul>
Servicios y Facilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>•El simple hecho de contar con cámaras de seguridad, parqueo inmediato, Wifi gratis en todas las instalaciones, asesoría turística ya logra destacarse sobre la competencia.</li> </ul>
Formas de Pago	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Disponer de pagos con tarjetas de crédito permite optimizar la gestión del hostel y genera ventaja.</li> </ul>
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Los niveles de promoción son buenos, es necesario abarcar la mayor cantidad de medios posibles. Considerar blogs de opinión.</li> </ul>
Participación en OTAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Seleccionar OTAS que más se alineen al proyecto y le generen beneficios.</li> </ul>

Ante lo expuesto se recomienda:

- Apostar por el internet, no existe mejor tarjeta de presentación que la web. Además de ser una vía importante de reservas.
- Trabajar en estrategias que permitan brindar atención de 3 estrellas a precio de 1 estrella. Esto es, mobiliarios únicos, mejores camas, muchas almohadas, muchas toallas, excelente conexión Wifi gratuita, entre otros.
- Diseño arquitectónico amigable con el medio ambiente, que resalte de la competencia. Creando ambientes con elementos estrella que provoquen al visitante querer tomar fotos y lo compartan en sus redes.

# CAPÍTULO 5

ANÁLISIS

ARQUITECTÓNICO

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 5. ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO

### 5.1. Introducción

El componente arquitectónico es esencial dentro del estudio de factibilidad de un proyecto inmobiliario. La clave es encontrar la óptima combinación entre el diseño, la funcionalidad y los costos.

Para conseguirlo, se tomará en cuenta los resultados obtenidos del análisis de mercado y poder así conceptualizarlo con éxito, definiendo espacios dirigidos al cliente potencial. Es necesario, respetar las normativas del terreno y lograr diseñar un producto diferenciado que además de cuidar la estética, optimice los espacios de tal forma que se alcance la mayor rentabilidad posible.

#### 5.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Evaluar el producto arquitectónico en función del diseño, espacios y cumplimiento de normativas.

##### Objetivo Específico

- Identificar el porcentaje de aprovechamiento de los coeficientes de uso de suelo.
- Verificar el cumplimiento de la normativa y ordenanzas.
- Determinar características del proyecto en cuanto al sistema constructivo, acabados e ingenierías involucradas.
- Determinar el programa arquitectónico.
- Determinar la tipología de habitaciones a ofertar.
- Identificar áreas del proyecto.
- Identificar la arquitectura de la zona.
- Señalar el factor diferenciador del establecimiento.

Gráfico 69: Objetivos del Análisis Arquitectónico

Elaborado por: Andrea Rojas

### 5.1.2. Metodología

Para llevar a cabo este capítulo se seguirá el siguiente procedimiento, con la finalidad de poder reunir información necesaria que permita evaluar la propuesta actual y poder tomar decisiones más convenientes para el futuro del proyecto:

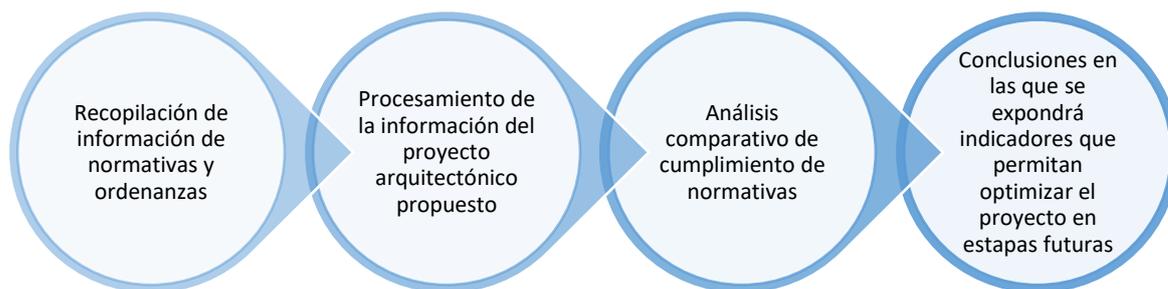


Gráfico 70: Metodología del Análisis Arquitectónico  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 5.2. Ordenanzas y Regulaciones

### 5.2.1. Regulaciones

De acuerdo a la información obtenida en la visita a las oficinas del GAD municipal de Santa Elena el 21 de febrero del 2020, se indicó que a la fecha se encuentran trabajando en la elaboración de ordenanzas a las necesidades reales del territorio en la zona de Montañita, al ser un pueblo en vías de desarrollo. Por lo que se procedió a analizar la zona en el ámbito morfológico. En concordancia con el diagnóstico territorial-urbano de la comuna elaborado por el MINTUR (MINTUR, 2013), se evidenció lo siguiente:

**Análisis Predial:** Las manzanas han sufrido mayor subdivisión predial. Los predios en la zona varían en un rango de 60m<sup>2</sup> a 500m<sup>2</sup>. Además, se pudo observar que la mayoría de los predios conservan una composición rectangular en donde el frente de menor dimensión se orienta hacia la calle y el frente de mayor dimensión se extiende hacia el fondo de la manzana.

Análisis de ocupación de suelo: En cuanto a la forma en la que las edificaciones se han dispuesto sobre los terrenos, se puede señalar que las mismas se encuentran adosadas a línea de fábrica, esto es al límite frontal de los predios y sus laterales compartidos con las edificaciones adyacentes, creando un contexto urbano de fachadas continuas. Los pisos altos presentan volados que se proyectan hacia la calle tratando de representar la arquitectura costeña tipo portal, pero sin conexión con las veredas.

Basándonos en las construcciones existentes en la zona y en las características del terreno adquirido según la escritura. Se resolvió lo siguiente:

Informe de Regulación					
<b>Datos del Titular</b>					
C.I.:	093008149-2				
Nombre:	Nelson Javier Valdivieso Diaz				
<b>Datos del predio</b>					
Dirección:	Ciudadela El Surfista, Montañita 241702				
Superficie:	120m <sup>2</sup>				
Frente al Norte:	Calle pública con 10m				
Frente al Sur:	Solar del Sr. Pablo Limón con 10m				
Frente al Este:	Calle pública con 12m				
Frente al Oeste:	Punto del Surf con 12m				
<b>Zonificación</b>		<b>Pisos</b>		<b>Retiros</b>	
Zona:	5	Número de pisos:	5	Frontal:	0m
Lote mínimo:	60m <sup>2</sup>			Lateral:	0m
Frente mínimo:	6m			Posterior:	0m
Fondo mínimo:	10m			Entre Bloques:	0m
COS en Planta Baja:	1,00				
COS Total:	5,47				
Uso de suelo:	Residencial y Comercial				
Factibilidad de servicios:	SI				
Salientes y Voladizos:	SI				

Tabla 30: Informe de Regulación  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 5.2.2. Reglamento de Alojamiento Turístico

Según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico, las categorías oficiales para Hostales consideran un rango de 1 a 3 estrellas, las mismas que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan, donde la más alta categoría es 3 y la más baja 1. Cabe señalar que el establecimiento deberá contar con mínimo 5 habitaciones.

A continuación, se detallarán los requisitos de categorización que deberán cumplir los Hostales para garantizar el bienestar del turista. Se resalta la categoría 1 estrella, toda vez que será el parámetro comparativo a usarse para evaluar el cumplimiento del proyecto propuesto.

Requerimientos por categoría				
Nro	Requisitos	Estrellas		
		★ ★ ★	★ ★	★
<b>Infraestructura</b>				
<b>Instalaciones Generales</b>				
1	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento.	10%	0%	0%
2	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.	x		
3	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:			
	Cuartos de baño y aseo	x		
	Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	x	x	x
	Área de comedor	x		
<b>Accesos</b>				
4	Una entrada principal de clientes y otra de servicio.	x*		
<b>Área de Clientes</b>				
<b>Áreas de clientes - General</b>				
4-A	Área de recepción con mobiliario	x	x	x
<b>Áreas de clientes - Habitaciones</b>				
5	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	2%	0%	0%
6	Habitaciones Privadas con cuarto de baño y aseo privado.	x		
	Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.		x	
	Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, y/o habitaciones compartidas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.			x

7	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.		x		
8	Servicio telefónico	Servicio nacional e internacional en la recepción	x		
		Servicio nacional en la recepción		x	
		Sistema de comunicación			x
9	Caja fuerte en la habitación.		x		
10	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.			x	x
11	Cerradura para puerta de acceso a la habitación.		x	x	x
12	Almohada extra a petición del huésped.		x	x	
13	Portamaletas.		x		
	Clóset o armario.		x		
14	Clóset, armario o colgador de ropa.			x	x
15	Escritorio o mesa.		x		
16	Silla, sillón o sofá.		x		
17	Luz de velador o cabecera en habitación.		x**	x	
18	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.		x	x	x
<b>Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado</b>					
19	Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado y/o compartido.	Agua caliente Las 24 horas Centralizada	x x x	x	x
20	Juego de toallas por huésped	Cuerpo Manos	x x	x	
21	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.		x		
22	Espejo sobre el lavamanos.			x	x
23	Secador de cabello a solicitud del huésped.		x		
24	Amenities de limpieza	Champú Jabón Papel higiénico de repuesto	x x x		
<b>Servicios</b>					
25	Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.		x		
26	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.		10%	1p	1p
27	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.		10%	1p	0%
28	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con al menos pozo séptico		x	x	x

Tabla 31: Requerimientos de Hostales por categoría  
Fuente: (MINTUR, REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO, d.2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 5.3. Diseño Arquitectónico

#### 5.3.1. Arquitectura de las edificaciones de la zona

Montañita se caracteriza por reunir edificaciones rústicas, en las que predomina el uso del bambú, madera y paja para detalles arquitectónicos como aleros, barandas y ornamentos, mientras que las estructuras son a base de hormigón armado o mixtas de hormigón armado y madera.



Imagen 21: Arquitectura de Montañita  
Fuente: Información de campo

Este estilo de arquitectura nativa es uno de los atractivos de la zona, al convertirla en un espacio natural con aprovechamiento de los recursos del entorno como el mar y la vegetación.

Es por esto, que se decidió diseñar un proyecto de carácter hotelero que mantenga el lenguaje arquitectónico rústico de las construcciones colindantes, pero añadiéndole un toque moderno. Aportando así al desarrollo de los servicios e infraestructura de la zona y a su vez, generando un impacto visual positivo a la altura de la belleza de los recursos naturales de su entorno.

### 5.3.2. Proyecto Arquitectónico

#### 5.3.2.1. Concepto

Tomando en cuenta la importancia que tiene el surf en Montañita debido a las excelentes condiciones de oleaje que presenta su playa, lo que le ha permitido ganar reconocimiento nacional e internacional. La conceptualización de la edificación responde a la inspiración de la acción “surfear” trasladada a una configuración geométrica lineal, representada en el siguiente bosquejo.

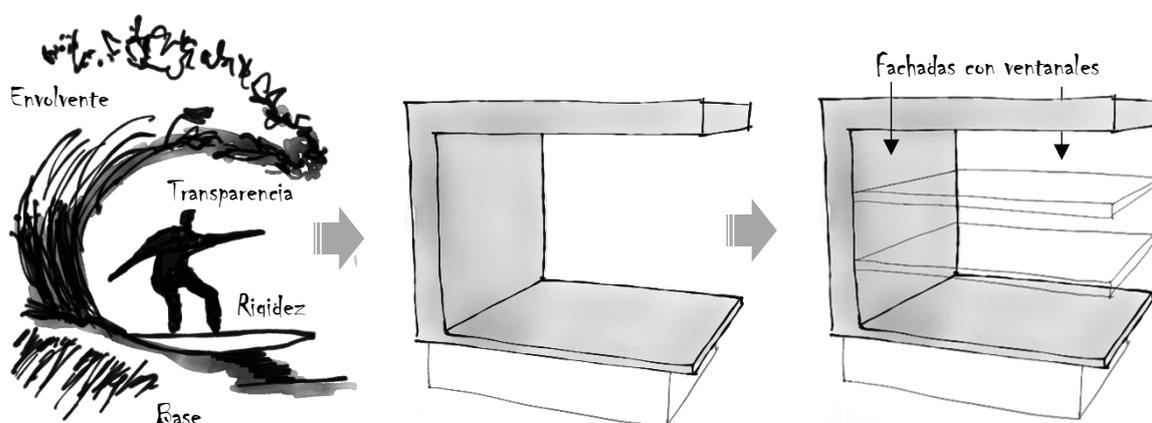


Imagen 22: Bosquejo conceptual  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 5.3.2.2. Programa de necesidades

Luego de las reuniones programadas con el inversionista y en cumplimiento de las exigencias de los resultados obtenidos del estudio de mercado, se definieron condicionantes arquitectónicos, así como también, se determinaron los diferentes ambientes necesarios para las zonas de hospedaje, comunales y de servicio (ver tabla Nro. 32) a ser distribuidos en los diferentes niveles de la edificación.

Al contar con un área reducida era prioritario lograr que exista la mayor cantidad de habitaciones posibles sin dejar de lado la calidad de los espacios, esto es: sensación de apertura, transparencia, iluminación natural, inclusión de áreas de esparcimiento, cumplimiento de normativas de dimensiones mínimas de distancias entre objetos o paredes y por consiguiente confort.

Programa de Necesidades			
Zona	Ambientes	Cantidad	Piso
<b>Hospedaje</b>	Habitaciones Dobles con baño y closet	2	P1
	Habitaciones Dobles con baño, closet, escritorio y balcón	1	P4
	Habitaciones Compartidas con baño interior y colgador de ropa	5	P2,P3,P4
	Habitaciones Compartidas con baño exterior y colgador de ropa	5	P2,P3,P4
	Suite con baño, walk-in-closet, área de tv, mesón cocina y balcón	1	P4
<b>Común</b>	Terraza BBQ	1	P5
	Balcones - Área Social	2	P2,P3
	Sala comunal	2	P1
<b>Servicio</b>	Lavandería	1	P1
	Cocina	1	P1
	Recepción con área de casilleros	1	P1
	Baño público	1	P1
	Bodega	1	P1

Tabla 32: Programa de Necesidades  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 5.3.2.3. Composición

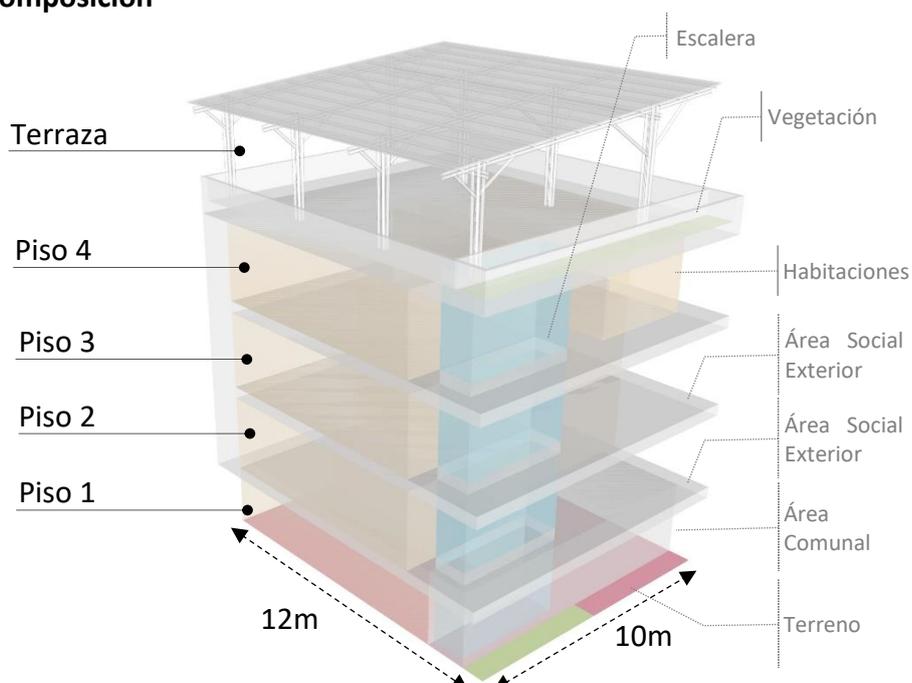


Imagen 23: Composición Arquitectónica  
Elaborado por: Andrea Rojas

Se proyectó un hostel de 4 pisos más terraza cubierta sobre rasante, donde los espacios se articulan a través de corredores y escaleras abiertas y ventiladas, siendo la circulación vertical un elemento que agrega carácter a la fachada.

Desde la primera planta hasta la cuarta se ubicaron las habitaciones, se destinaron espacios de uso común en 4 de sus 5 plantas, pues el piso 4 fue destinado solamente para habitaciones. En cuanto a zonas de servicio, estas fueron distribuidas en todas sus plantas.

Es importante resaltar que se decidió incorporar vegetación en la fachada frontal de la edificación, convirtiendo la terraza en un espacio vivo, generando impacto positivo para su entorno y sus ocupantes.

### 5.3.2.4. Solución Arquitectónica

#### 5.3.2.4.1. Planos Arquitectónicos

A continuación, se presentarán las plantas arquitectónicas, cortes y fachadas del proyecto con la finalidad de mostrar la configuración de los espacios en todos los pisos.

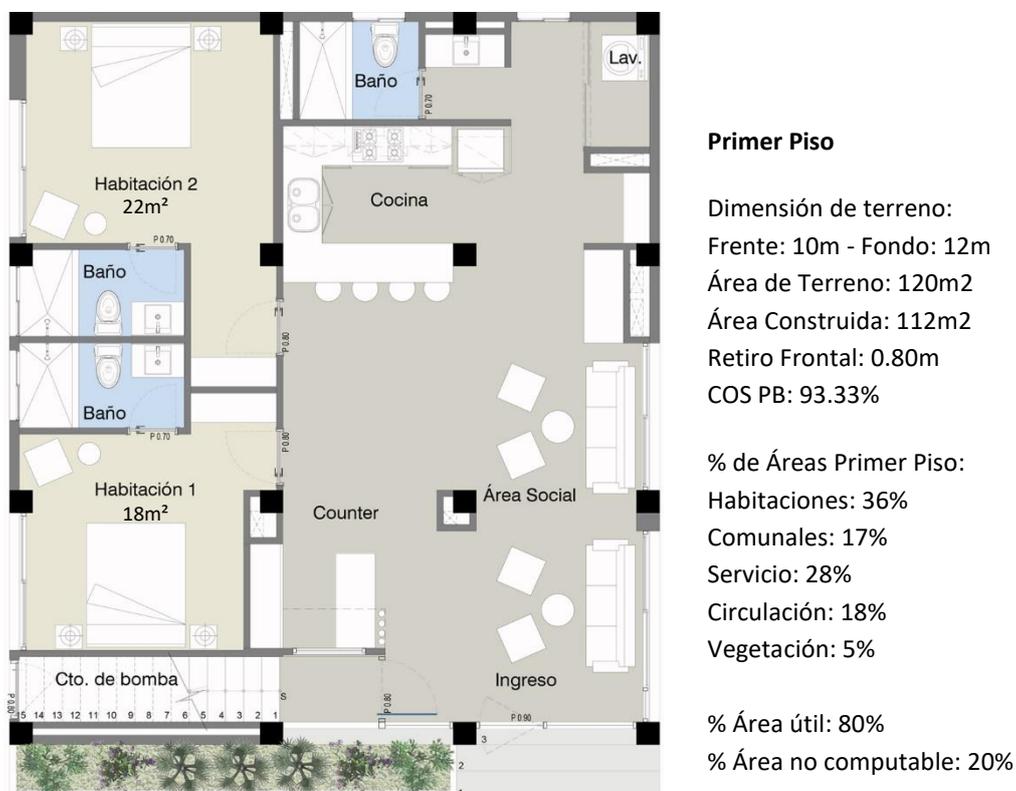
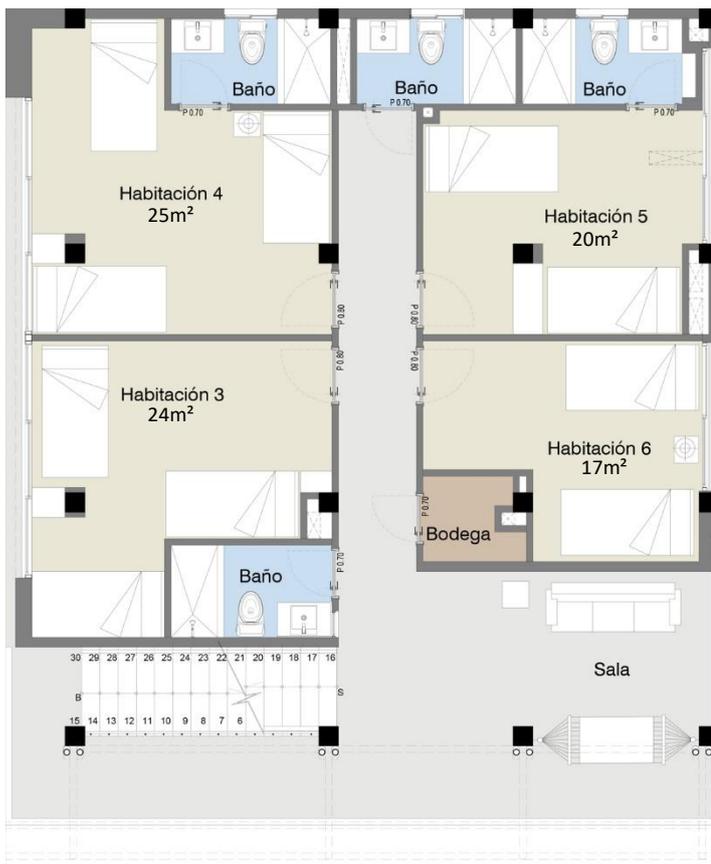


Imagen 24: Plano Primer Piso  
 Elaborado por: Andrea Rojas



### Segundo Piso

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas Segundo Piso:

Habitaciones: 65%

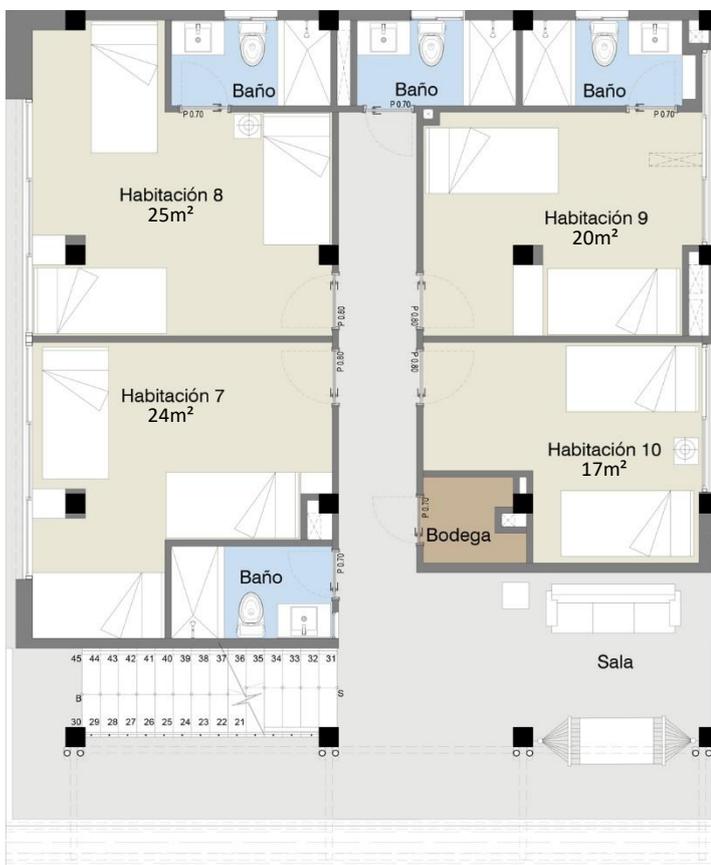
Comunales: 13%

Servicio: 2%

Circulación: 20%

% Área útil: 65%

% Área no computable: 35%



### Tercer Piso

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas Segundo Piso:

Habitaciones: 65%

Comunales: 13%

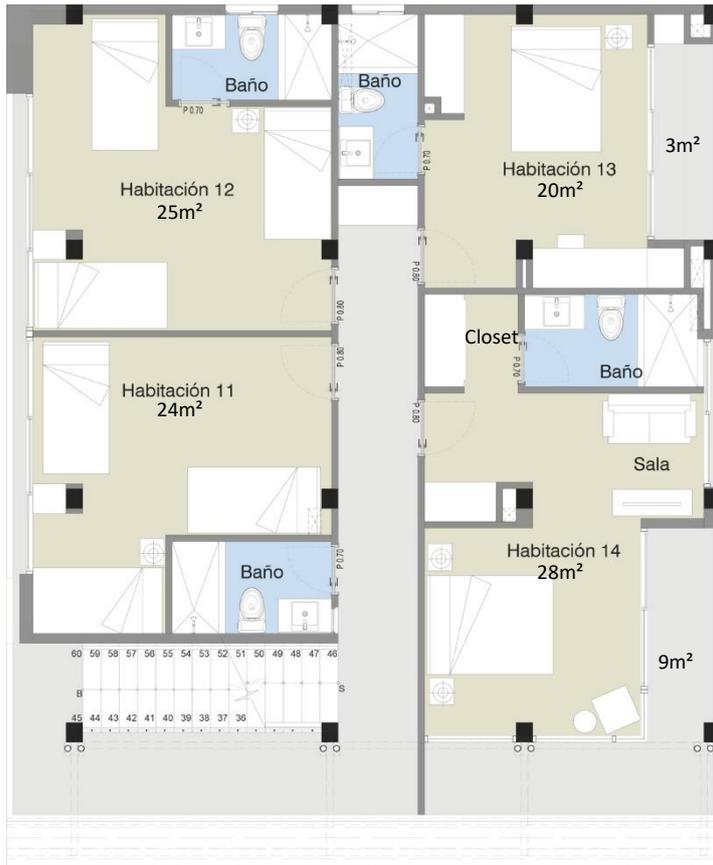
Servicio: 2%

Circulación: 20%

% Área útil: 65%

% Área no computable: 35%

Imagen 25: Plano Segundo y Tercer Piso  
Elaborado por: Andrea Rojas



**Cuarto Piso:**

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas

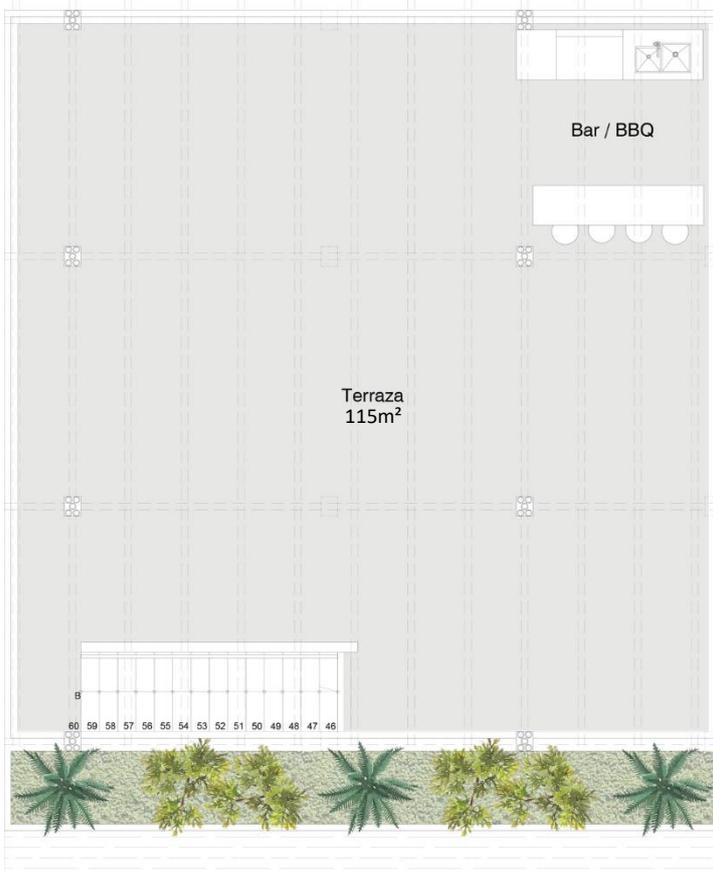
Habitaciones: 81%

Servicio: 1%

Circulación: 18%

% Área útil: 72%

% Área no computable: 28%



**Piso Terraza**

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas:

Comunales: 86%

Circulación: 3%

Vegetación: 10%

% Área útil: 0%

% Área no computable: 100%

Imagen 26: Plano Cuarto Piso y Terraza  
Elaborado por: Andrea Rojas

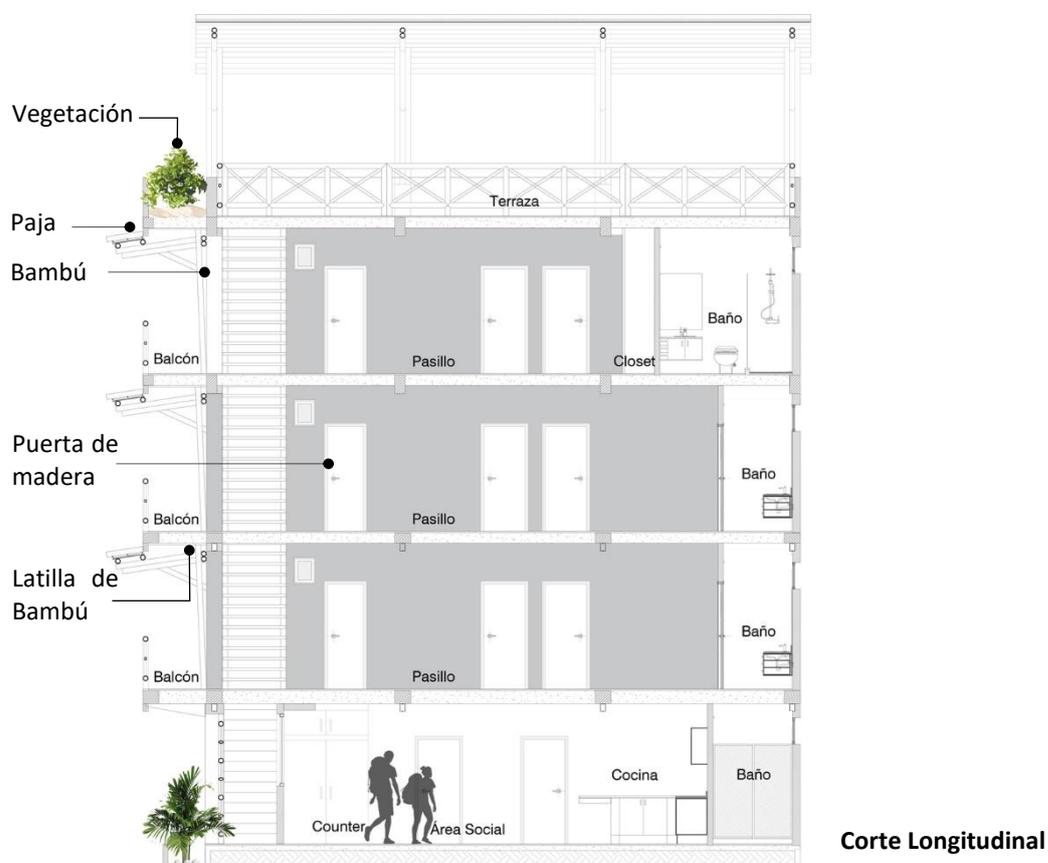
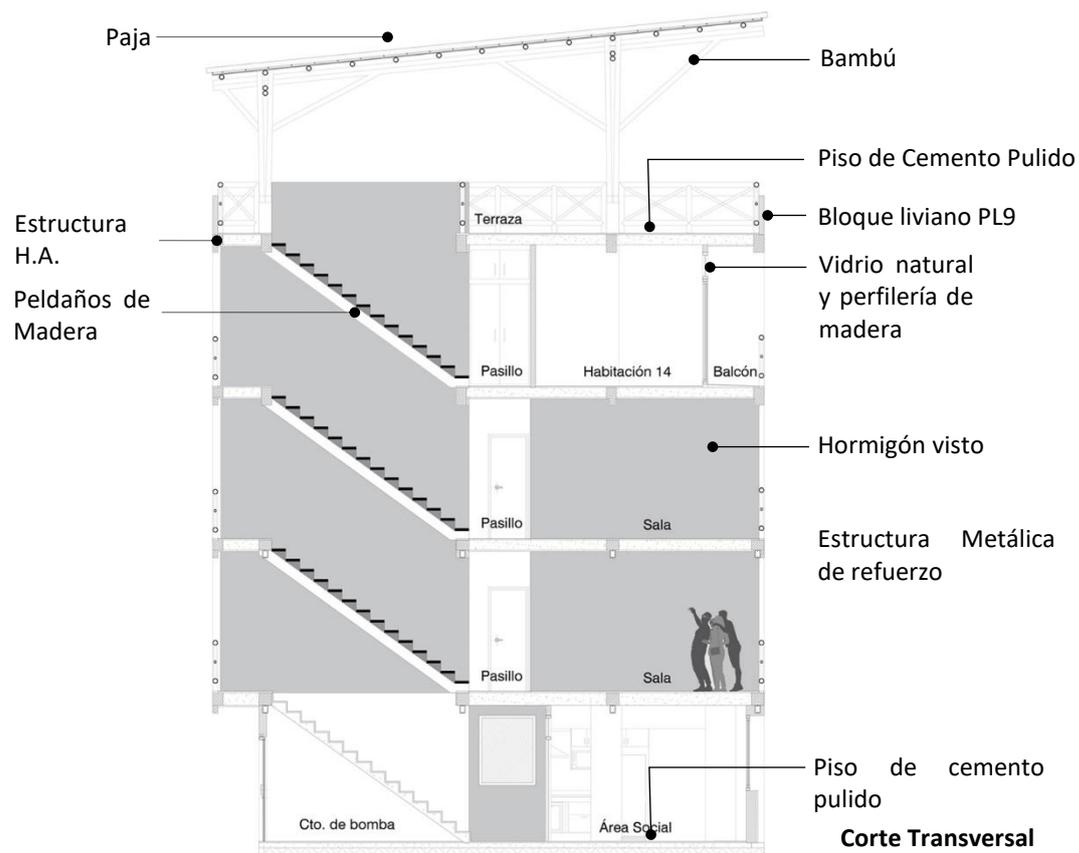
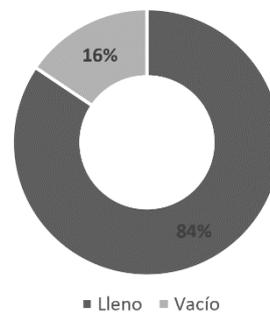
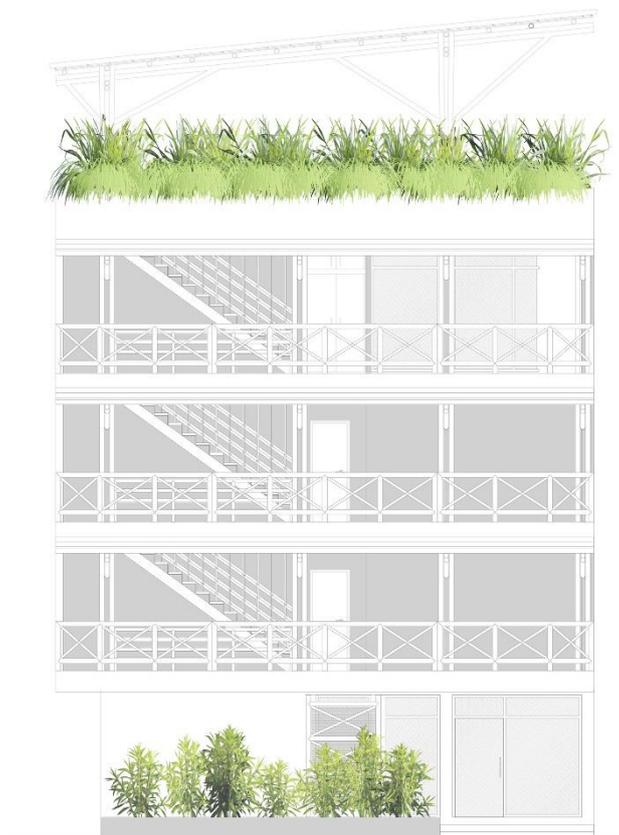


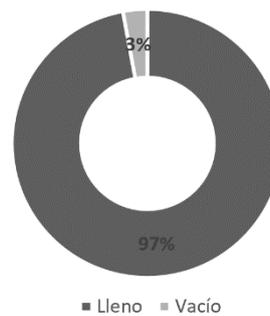
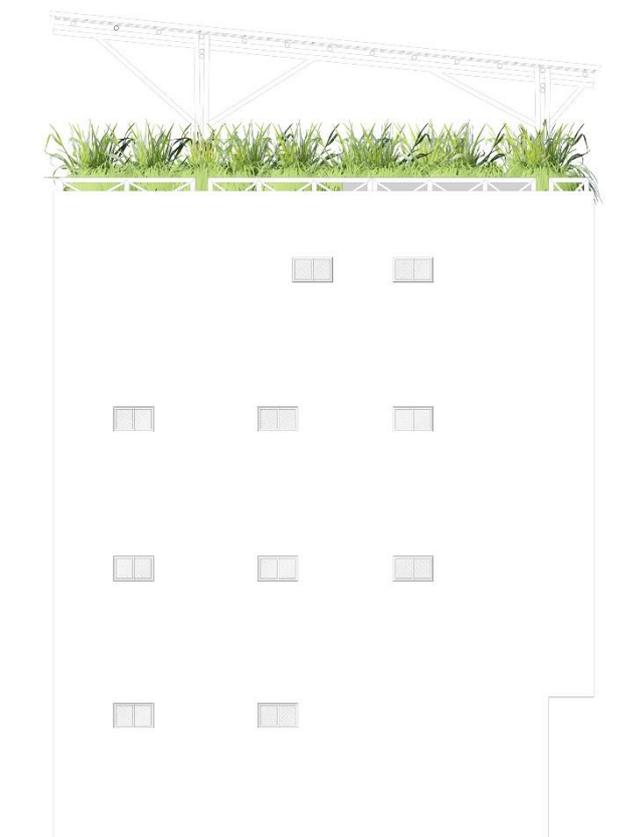
Imagen 27: Corte Transversal y Longitudinal  
Elaborado por: Andrea Rojas



#### Fachada Norte

Predominio de lleno sobre vacío.

Habitaciones retiradas para crear terrazas techadas abiertas e incentivar la habitabilidad del espacio exterior frente al mar.

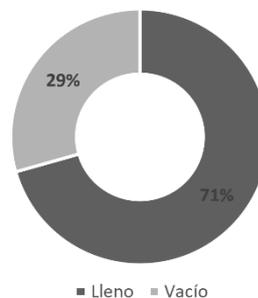
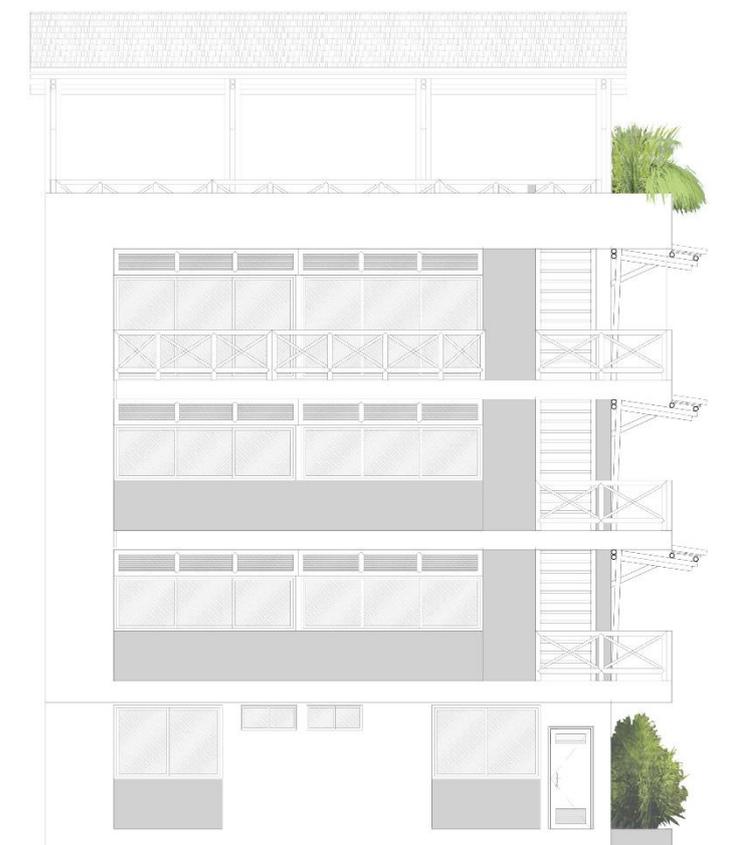


#### Fachada Sur

Predominio de lleno sobre vacío.

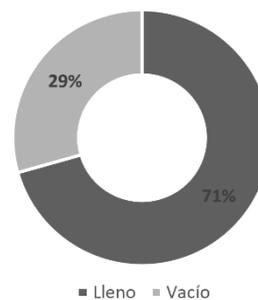
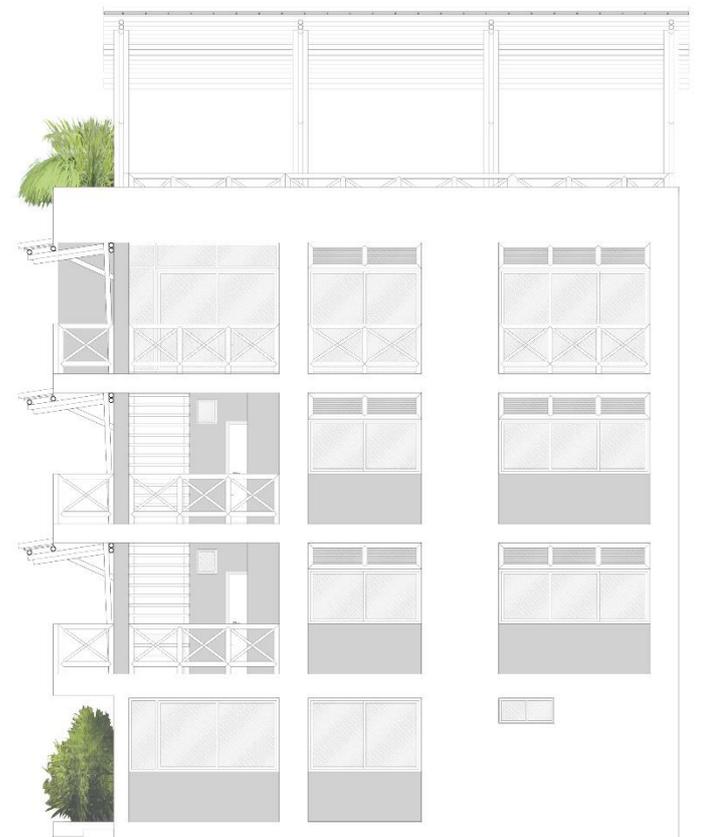
Se dispusieron la mayor cantidad de baterías sanitarias en dirección a la fachada trasera.

Imagen 28: Fachada Norte y Sur  
Elaborado por: Andrea Rojas



**Fachada Este**

Predominio de lleno sobre vacío. Sin embargo, la presencia de vanos es equilibrada. Permite aprovechamiento de visuales del entorno.



**Fachada Oeste**

Predominio de lleno sobre vacío. Sin embargo, la presencia de vanos es equilibrada. Permite aprovechamiento de visuales del perfil playero.

Imagen 29: Fachadas Este y Oeste  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 5.3.2.4.2. Renders



Imagen 30: Renders  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 5.3.2.4.3. Resumen de áreas

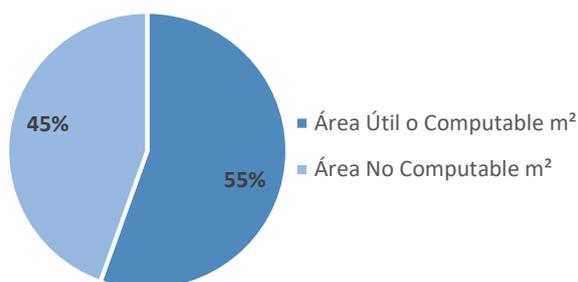
Cuadro de Áreas												
Área de Terreno:		120	m <sup>2</sup>		Número de Unidades de Habitaciones:						14	
Piso	Uso	U	Área Útil m <sup>2</sup>	Área No Computable		Área Bruta m <sup>2</sup>	Área Hospedaje m <sup>2</sup>	Área de Servicio m <sup>2</sup>	Área Común m <sup>2</sup>	Área Circ. m <sup>2</sup>	Área Veg. m <sup>2</sup>	
				Const. m <sup>2</sup>	Abierta m <sup>2</sup>							
1er Piso	Habitación Nro.1 (2p)	1	18.33			18.33	18.33					
	Habitación Nro.2 (2p)	1	22.34			22.34	22.34					
	Recepción	1	3.62			3.62		3.62				
	Cocina Compartida	1	15.72			15.72		15.72				
	Área Social	1	19.29			19.29			19.29			
	Área de lavado y secado	1	4.25			4.25		4.25				
	Baño compartido	1	5.54			5.54		5.54				
	Ducto	5		2.59		2.59		2.59				
	Circulación Vertical	1		5.68		5.68				5.68		
	Circulación Horizontal	1		14.64		14.64				14.64		
	Área Verde	1				5.6	5.6				5.6	
	<b>Subtotal</b>			<b>89.09</b>	<b>22.91</b>	<b>5.60</b>	<b>112.00</b>	<b>40.67</b>	<b>31.72</b>	<b>19.29</b>	<b>20.32</b>	<b>5.6</b>
	<b>%</b>			<b>80%</b>	<b>20%</b>		<b>100%</b>	<b>36%</b>	<b>28%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>5%</b>
2do Piso	Habitación Nro.3 (6p)	1	23.52			23.52	23.52					
	Habitación Nro.4 (6p)	1	25.21			25.21	25.21					
	Habitación Nro.5 (4p)	1	20.47			20.47	20.47					
	Habitación Nro.6 (4p)	1	17.43			17.43	17.43					
	Balcón - Área Social	1		17.56		17.56			17.56			
	Bodega	1		2.56		2.56		2.56				
	Ducto	2		0.75		0.75		0.75				
	Circulación Vertical	1		4.62		4.62				4.62		
	Circulación Horizontal	1		21.81		21.81				21.81		
	<b>Subtotal</b>			<b>86.63</b>	<b>47.29</b>		<b>133.92</b>	<b>86.63</b>	<b>3.30</b>	<b>17.56</b>	<b>26.43</b>	
	<b>%</b>			<b>65%</b>	<b>35%</b>		<b>100%</b>	<b>65%</b>	<b>2%</b>	<b>13%</b>	<b>20%</b>	
	3er Piso	Habitación Nro.7 (6p)	1	23.52			23.52	23.52				
		Habitación Nro.8 (6p)	1	25.21			25.21	25.21				
Habitación Nro.9 (4p)		1	20.47			20.47	20.47					
Habitación Nro.10 (4p)		1	17.43			17.43	17.43					
Balcón - Área Social		1		17.56		17.56			17.56			
Bodega		1		2.56		2.56		2.56				
Ducto		2		0.75		0.75		0.75				
Circulación Vertical		1		4.62		4.62				4.62		
Circulación Horizontal		1		21.81		21.81				21.81		
<b>Subtotal</b>				<b>86.63</b>	<b>47.29</b>		<b>133.92</b>	<b>86.63</b>	<b>3.30</b>	<b>17.56</b>	<b>26.43</b>	
<b>%</b>				<b>65%</b>	<b>35%</b>		<b>100%</b>	<b>65%</b>	<b>2%</b>	<b>13%</b>	<b>20%</b>	
4to Piso		Habitación Nro.11 (6p)	1	23.69			23.69	23.69				
		Habitación Nro.12 (6p)	1	25.06			25.06	25.06				
	Habitación Nro.13 (2p)	1	20.30			20.30	20.30					
	Balcón (Habitación Nro.13)	1		2.97		2.97	2.97					
	Habitación Nro.14 (2p)	1	27.66			27.66	27.66					
	Balcón (Habitación Nro.14)	1		9.05		9.05	9.05					
	Circulación Vertical	1		4.62		4.62				4.62		
	Circulación Horizontal	1		19.85		19.85				19.85		
	Armario - Utilería	1		0.72		0.72		0.72				
	<b>Subtotal</b>			<b>96.71</b>	<b>37.21</b>		<b>133.92</b>	<b>108.73</b>	<b>0.72</b>		<b>24.47</b>	
	<b>%</b>			<b>72%</b>	<b>28%</b>		<b>100%</b>	<b>81%</b>	<b>1%</b>		<b>18%</b>	
	5to Piso	Terraza Cubierta	1		115.26		115.26			115.26		
		Circulación Vertical	1		4.62		4.62				4.62	
Vegetación		1		14.04		14.04					14.04	
<b>Subtotal</b>				<b>133.92</b>		<b>133.92</b>			<b>115.26</b>	<b>4.62</b>	<b>14.04</b>	
<b>%</b>				<b>100%</b>		<b>100%</b>			<b>86%</b>	<b>3%</b>	<b>10%</b>	
<b>Total</b>			359.06	288.61	5.60	647.67	322.66	39.05	169.66	102.26	19.64	
<b>%</b>			<b>55%</b>	<b>45%</b>		<b>100%</b>	<b>50%</b>	<b>6%</b>	<b>26%</b>	<b>16%</b>	<b>3%</b>	
<b>COS PB Construcción:</b>		93%				<b>COS Total Construcción:</b>		540%				

Tabla 33: Cuadro de Áreas  
Elaborado por: Andrea Rojas

Analizando la relación de área computable vs área no computable para cada nivel de la edificación, se puede evidenciar que en los primeros 4 pisos predomina el área computable sobre el área no computable. En el primer piso existe una relación de 80% - 20%, en el segundo y tercer piso 65%-35% y en el cuarto piso 72%-28%. En el último nivel al destinarlo como terraza, se contabiliza como el 100% de área no computable, porcentaje que incidió en el resultado global.

Como resultado del cuadro de áreas se concluye que la relación de áreas dentro del proyecto a nivel general es equilibrada, puesto que el 55% de la edificación es área computable o útil, mientras que el 45% es área no computable.

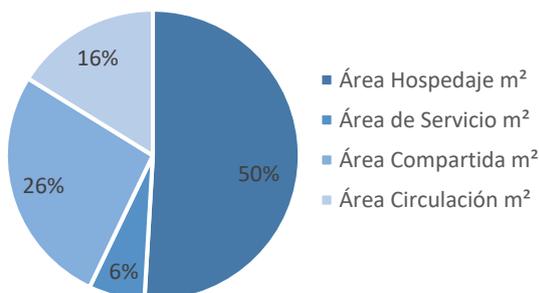
**Área Computable vs Área No computable**  
Área Bruta: 648m<sup>2</sup>



**Gráfico 71: Área Computable vs Área No Computable**  
Elaborado por: Andrea Rojas

Si se analiza las áreas según su uso, se puede señalar que el 50% de los espacios de la edificación fueron destinadas a habitaciones, seguido del 26% en área compartida, 16% en circulación horizontal – vertical y el 6% en áreas de servicio.

**Áreas del proyecto**  
Área Bruta: 648m<sup>2</sup>



**Gráfico 72: Área del proyecto**  
Elaborado por: Andrea Rojas

Ahora, en cuanto al área contemplada para las habitaciones, a continuación, se detallan las dimensiones y características que cada una de ellas dispone.

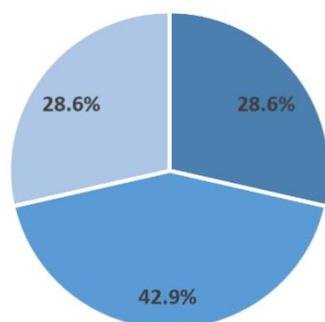
Tipología de Habitaciones								
Tipo de habitación	U	m <sup>2</sup>	Características					
			Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón	
Habitación Compartida 4p	2	20	2 Litera (s)	Privado	AA.CC.	Lockers	No	
Habitación Compartida 4p	2	17	2 Litera (s)	Compartido	AA.CC.	Lockers	No	
Habitación Compartida 6p	3	25	3 Litera (s)	Privado	AA.CC.	Lockers	No	
Habitación Compartida 6p	3	24	3 Litera (s)	Compartido	AA.CC.	Lockers	No	
Habitación Doble	1	18	1 2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte	No	
Habitación Doble	1	22	1 2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte	No	
Habitación Doble	1	23	1 2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte	Si	
Mini Suite	1	37	1 2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte	Si	

Tabla 34: Tipología de Habitaciones  
Elaborado por: Andrea Rojas

Ante lo expuesto, el hostel cuenta con un total de 14 habitaciones, 56 camas y 60 plazas. De las 14 habitaciones el 28.6% tiene una capacidad de 4 personas, el 42% para 6 personas, y el 29% para 2 personas.

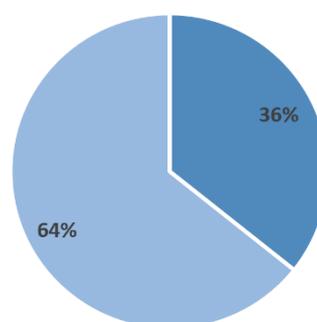
Por otro lado, el 35% de las habitaciones cuenta con baño compartido y el 65% con baño privado.

Capacidad de Habitaciones



■ 4P ■ 6P ■ 2P

Baños privados vs Baños compartidos



■ Baño Compartido ■ Baño Privado

Gráfico 73: Clasificación de Habitaciones  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 5.3.2.5. Cumplimiento de Regulaciones

Una vez calculadas las áreas del proyecto actual, así como también sus características constructivas y contrastándolas con las regulaciones del lote, se puede señalar que el proyecto cumple con todas las condiciones (ver tabla Nro. 35).

En cuanto al COS de Planta Baja, a pesar de no demandar retiros, se decidió aplicar retiro frontal para poder dar la sensación de soportal y aprovechar el espacio con la inclusión de áreas verdes, resultando un COS de Planta Baja equivalente del 93%.

En cuanto al COS total, producto del retiro considerado en Planta Baja y la maximización del área de los pisos siguientes, se logró alcanzar el 98% de lo normado.

Por lo que, los resultados demuestran que el proyecto ha utilizado casi en su totalidad las facilidades de construcción que brinda el terreno.

Cumplimiento de Regulaciones			
Requerimientos	Proyecto		Observaciones
COS Planta Baja	1,00	0,93	Cumple
COS Total	5,47	5,40	Cumple
Número de pisos	5	5	Cumple
Retiros (m)	0	0.80m en PB	Cumple
Salientes y Voladizos	SI	SI	Cumple

Tabla 35: Cumplimiento de Regulaciones  
Elaborado por: Andrea Rojas

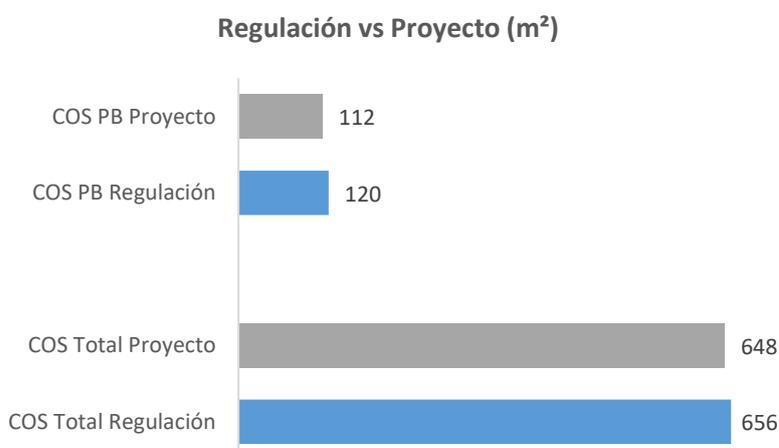


Gráfico 74: Cumplimiento de Regulaciones  
Elaborado por: Andrea Rojas

Por otra parte, se sometió al proyecto a una evaluación del cumplimiento de los requerimientos establecidos para Hostales de categoría 1 estrella, resultando afirmativo.

Además, se resalta que el proyecto cubrirá algunos parámetros solicitados para categorías superiores, siendo una ventaja que lo diferencia de la competencia, los mismos que son: acondicionamiento térmico en áreas comunes y habitaciones, caja fuerte en cada una de las habitaciones, ciertas habitaciones disponen de escritorios o sofás, disposición de juego de toallas por huésped, secador de cabello a solicitud del huésped, facilidades de formas de pago y contratación de personal que hable al menos un idioma extranjero.

Cumplimiento de Requerimientos de Hostales				
Nro.	Requisitos	Estrellas ★	Proyecto	
<b>Infraestructura</b>				
<b>Instalaciones Generales</b>				
3	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:	Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	x	Cumple
<b>Área de Clientes</b>				
<b>Áreas de clientes - General</b>				
4-A	Área de recepción con mobiliario		x	Cumple
<b>Áreas de clientes - Habitaciones</b>				
6	Habitaciones	Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, y/o habitaciones compartidas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.	x	Cumple
8	Servicio telefónico	Sistema de comunicación	x	Cumple
9	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.		x	Cumple
10	Cerradura para puerta de acceso a la habitación.		x	Cumple
13	Clóset, armario o colgador de ropa.		x	Cumple
17	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.		x	Cumple
<b>Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado</b>				
18	Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado y/o compartido.	Agua caliente	x	Cumple
	Espejo sobre el lavamanos.		x	Cumple
<b>Servicios</b>				
24	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.		1p	Cumple
26	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con al menos pozo séptico		x	Cumple

Tabla 36: Cumplimiento de Requerimientos de Hostales  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 5.3.2.6. Acabados

Se buscó fusionar un material pesado como el hormigón visto con una variedad de elementos en madera, latilla, bambú y paja. Generando un contraste entre lo frío y lo cálido, lo pétreo y lo vegetal.

Los acabados seleccionados para brindar esta apariencia final en el proyecto son:

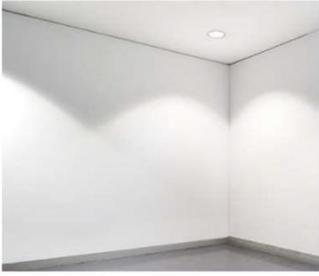
Lista de Acabados		
Área	Imagen	Descripción
Piso en habitaciones, pasillos y áreas comunes		Cemento Pulido
Paredes interiores		Pintura blanca y rastreras de madera tonalidad blanca
Baños		Piso: Cerámica Gris Claro Pared: Cerámica blanca a media altura y pintura color gris claro, la pared de ducha con cerámica tipo mosaico piso /techo
Paredes exteriores		Hormigón visto y pintura blanca
Pasamanos		Bambú

Tabla 37: Lista de acabados parte 1

Elaborado por: Andrea Rojas

Lista de Acabados		
Área	Imagen	Descripción
Aleros y cubierta		Estructura de bambú y paja
Fondo de losa		Latilla de bambú en exteriores, pintura blanca en habitaciones
Ventanas		Perfil de madera y vidrio claro
Escalera PB		Tablones de madera
Escalera Plantas altas		Tablones de madera

Tabla 38: Lista de acabados parte 2  
Elaborado por: Andrea Rojas

### **5.3.2.7. Diseño Interior**

Toda vez que el diseño interior tiene mucho poder para contribuir a la reducción de los desechos y una responsabilidad enorme de actuar de manera sostenible. Se busca en el presente proyecto con el diseño interior equiparlo con mobiliarios y detalles únicos, hechos a base de materiales reciclados. Porque parte de la tendencia de la propuesta de valor es que sea sostenible.

La creación del propio mobiliario es parte de la experiencia diferenciada que ofrecerá el Hostal. Se busca crear experiencias únicas partiendo del hecho que cada ambiente del hostal cuente con un elemento estrella que haga que los visitantes tomen fotos y compartan en sus redes.

### **5.4. Características de las Ingenierías**

En el proceso técnico constructivo se proponen ciertos aspectos esenciales para la construcción del mismo:

Para la estructura, sistema tradicional de hormigón armado con un hormigón estructural de  $f'c=210 \text{ Kg/cm}^2$ , acero de refuerzo  $f_y=4200 \text{ Kg/cm}^2$ , perfiles de acero  $f_y=2400 \text{ Kg/cm}^2$  y soldadura AWS E6011.

Para la ing. eléctrica – electrónica por mencionar unos cuantos aspectos: Un transformador monofásico en poste de hormigón, acometida en baja tensión, sistema de puesta a tierra, sistema CCTV compuesto por 5 cámaras tipo domo con lente autoiris varifocal y un grabador de video digital.

Para la ing. Sanitaria, el sistema de agua potable contará con dos cisternas para cubrir la demanda final, se dotará de agua potable caliente mediante calentadores termo eléctricos y contemplará diseño de aguas lluvias y aguas negras.

En cuanto a la climatización se contemplan Split de pared de 12 mil y 18 mil BTU con la finalidad de que exista la posibilidad de ajustar la temperatura de cada ambiente a la comodidad del usuario.

## 5.5. Sostenibilidad

Hoy en día el planeta continúa siendo afectado en términos de contaminación ambiental, producto de la actividad de la construcción. Por lo que es imperativo un cambio de mentalidad con una visión firme hacia una construcción respetuosa con el entorno, que ahorre recursos, que ahorre energía y que cuente con la colaboración de quienes lo habitan.

Con respecto al sector hotelero, en el mundo existen alrededor de 400.000 propiedades hoteleras, que en conjunto suman una gran fuente de consumo y gasto de recursos. Por lo que juegan un papel importante en la misión de cuidar el medio ambiente. (Tecnohotelnews, 2018)

En la búsqueda de una construcción ecológica, es importante conocer los criterios de evaluación de los diferentes sistemas de certificación de eficiencia energética, siendo los más reconocidos en Ecuador, el sistema LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) y el sistema Edge (Excellence in Design For Greater Efficiencies). A continuación, se detallan los principales criterios que evalúan ambos sistemas:



Gráfico 75: Principales criterios de evaluación del Sistema de Certificación LEED

Fuente: (GBC, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas



Consumo de energía: La edificación debe contar con dispositivos o medidas que generen el 20% de ahorro en el consumo energético durante su operación.



Consumo de agua: Durante la operación del edificio, éste debe generar un 20% de ahorro en el consumo de agua.



Energía incorporada a los materiales: Cuantifica el ahorro del gasto energético asociado a la fabricación y transporte de materiales.

Gráfico 76: Principales criterios de evaluación del Sistema de Certificación Edge

Fuente: (EDGE, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Para fines del proyecto, se procedió a evaluar el cumplimiento de parámetros pasivos y activos propios de una arquitectura bioclimática.

Se conoce como diseño pasivo a la reducción del consumo energético buscando el máximo nivel de confort ambiental, mediante la ubicación, orientación, forma, zonificación y características de la envolvente de la edificación. Al igual que el diseño pasivo, el diseño activo busca disminuir el consumo energético, pero a través de sistemas mecánicos y/o eléctricos, junto con tecnologías de baja emisión e impacto ambiental.

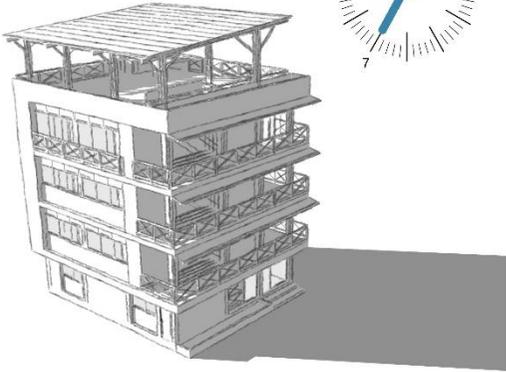
En cuanto al diseño arquitectónico pasivo podemos decir que:

- Con respecto al sitio, el proyecto posee alta conectividad con la comunidad, puesto que a menos de 800m se puede acceder a una gran cantidad de servicios comunitarios peatonalmente y cuenta con accesibilidad para el transporte alternativo como bicicleta, con la finalidad de reducir la contaminación ambiental producto del uso de vehículos.
- A la hora de proyectar una edificación resulta esencial considerar la orientación para efectos de contemplar menor cantidad de vanos en aquellas fachadas que reciben mayor incidencia solar. En este caso particular, la orientación de la edificación no es favorable puesto que producto de su inclinación todas las fachadas se encuentran expuestas directamente al sol. (ver imagen 29 y 30).

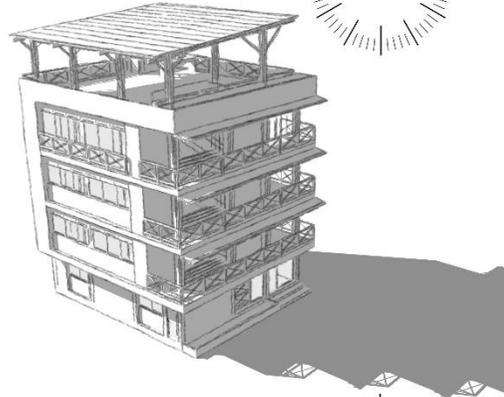
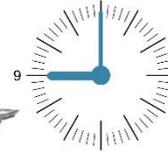
### Análisis de Incidencia Solar y Sombra

**Mañana**

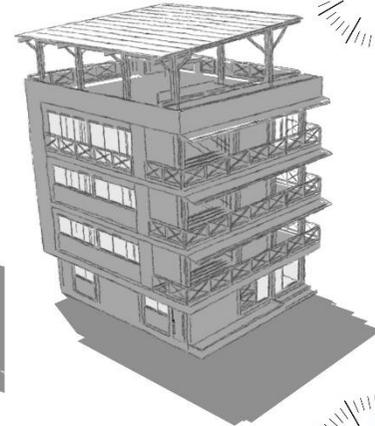
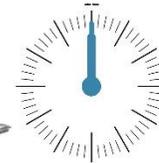
enero 7am



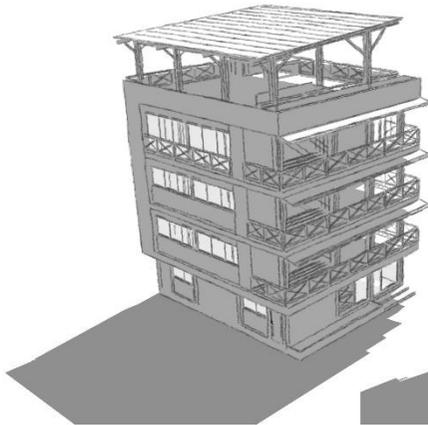
enero 9am



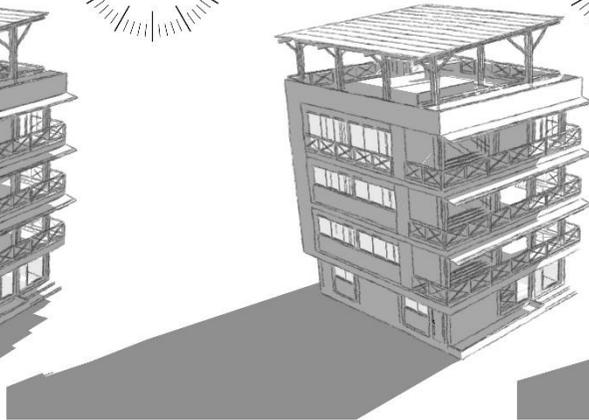
enero medio día



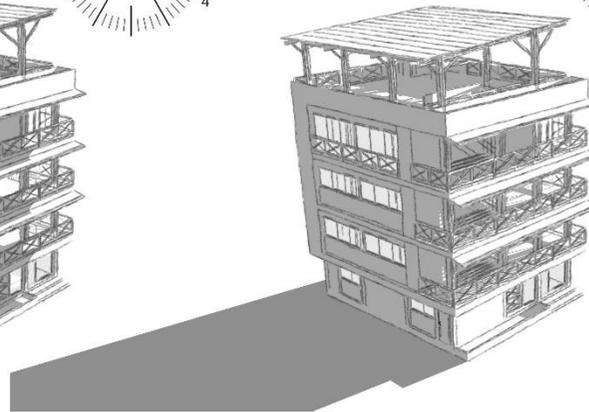
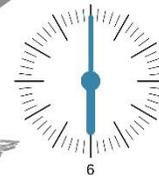
enero 2pm



enero 4pm



enero 6pm

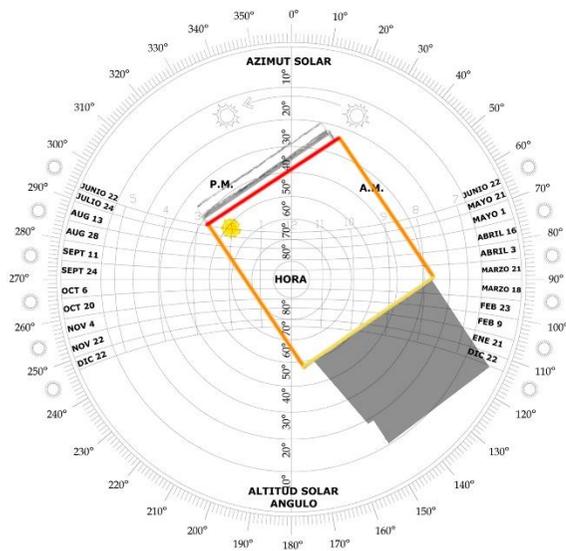


**Tarde**

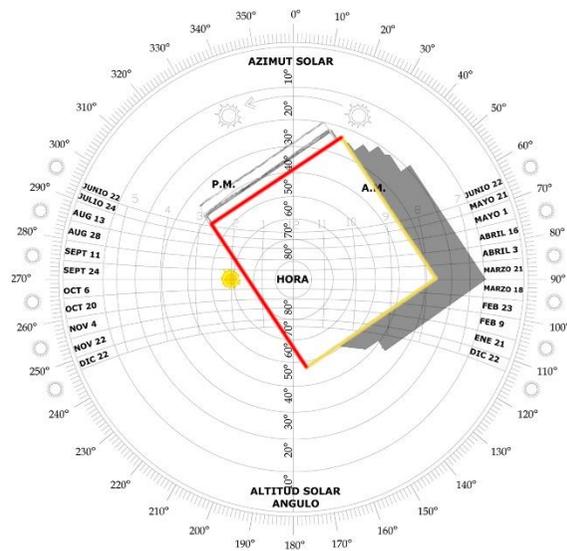
Imagen 31: Análisis de Incidencia Solar y Sombra - mes de enero  
Elaborado por: Andrea Rojas

### Exposición Solar

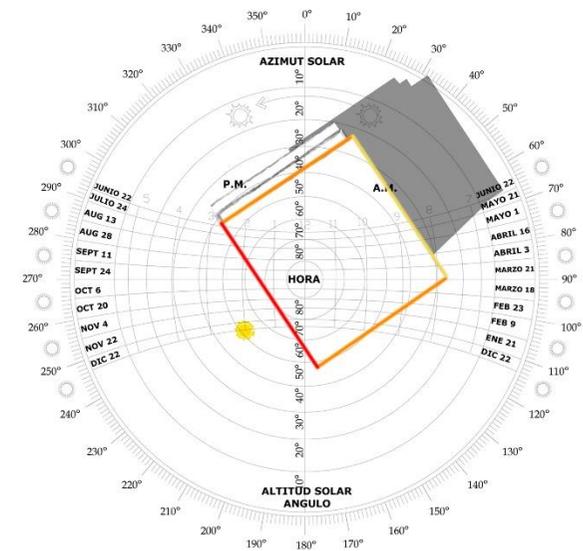
Alta Moderada Baja



Mes de junio  
patrón de sombra 14h00



Mes de septiembre  
patrón de sombra 14h00



Mes de diciembre  
patrón de sombra 14h00

Imagen 32: Exposición Solar del Hostal Montañita  
Elaborado por: Andrea Rojas

En vista de que la orientación de la edificación no es favorable, se buscó manejar un tamaño de vanos neutral que minimice la exposición solar pero que permita aprovechar la ventilación y la vista directa a la playa, además en ciertas zonas se crearon balcones que generen sombra y alivien en cierta medida la incidencia solar directa, evitando tener demandas de refrigeración excesivas.

- Se contemplaron materiales de construcción con menor afectación al medio ambiente, como el bambú, la madera, la caña y la paja. Para su selección se tomaron en cuenta las siguientes pautas: Materiales que provengan de fuentes renovables, que se produzca en la zona, que tengan precio accesible, que no sean contaminantes, que consuman poca energía durante su ciclo de vida, que tenga valor cultural en su entorno y que no procedan de otros países.
- Unos de los recursos bioclimáticos usados en la edificación fue la inclusión de vegetación en la terraza, un espacio destinado para un pequeño huerto de frutas y plantas medicinales. Una pequeña contribución a la sostenibilidad de la comuna y un incentivo para los visitantes a ser conscientes con la naturaleza.
- Para la instalación de alumbrado se consideraron luminarias LED, al ser de alta eficacia luminosa, generan poco calor, resistente a golpes y tienen una larga vida.
- Para la calidad de aire interior, se consideró la instalación de Split ecológicos que permiten hasta un 70% de ahorro en el consumo energético.
- Para la gestión del agua se instalarán piezas sanitarias que dispongan de sistemas ecológicos, con la finalidad de contribuir a un consumo consciente de este líquido vital.

## 5.6. Conclusión

Como resultado del análisis del componente arquitectónico, se puede concluir que:

Variable	Comentario	Evaluación
Cumplimiento de Normativas y Regulaciones	El proyecto cumple con los requisitos establecido en las normativas constructivas y regulaciones propias de un establecimiento turístico de alojamiento.	Positivo
Aprovechamiento de los indicadores de uso de suelo	La edificación ha utilizado casi en su totalidad las facilidades de construcción que brinda el terreno. Un 93% con respecto al COS de Planta Baja y 98% del COS Total.	Positivo
Programa Arquitectónico	Si bien es cierto que el proyecto ofrece habitaciones de diferentes categorías, debe considerarse	Neutral

reconfigurar aquellas que cuentan con áreas de aseo compartida y convertirlos en privada.

Además, convendría analizar la posibilidad de ofrecer mayor variedad de plazas por habitación, es decir que, si actualmente existen habitaciones para grupos de 4 y 6 personas y habitaciones dobles o suite, podría replantearse la distribución arquitectónica de tal forma que se pueda contar con habitaciones triples y reducir la cantidad de habitaciones compartidas sin afectar la plaza total actual.

Relación de Áreas	<p>La relación de áreas dentro del proyecto a nivel general es equilibrada, puesto que el 55% de la edificación es área computable o útil, mientras que el 45% es área no computable.</p> <p>El 50% de los espacios de la edificación fueron destinadas a habitaciones, seguido del 26% en área compartida, 16% en circulación horizontal – vertical y el 6% en áreas de servicio.</p>	Positivo
Orientación	<p>A pesar de que la orientación de la edificación no es favorable, a nivel de fachada se incluyeron vanos de dimensiones considerables llegando a presentar un 29% de aberturas en las fachadas más críticas, además en ciertas zonas se crearon balcones que generen sombra aliviando en cierta medida la incidencia solar directa y aprovechando la ventilación para evitar tener demandas de refrigeración excesivas.</p>	Negativo
Sostenibilidad	<p>El proyecto ha aplicado algunos criterios sostenibles dentro del diseño arquitectónico pasivo y activo. Resaltando el uso de materiales que provienen de fuentes renovables, implementación de mobiliario elaborado a base de material reciclado, la inclusión de un huerto en la terraza, además de luminarias y baterías-griferías sanitarias que consiguen reducir el consumo de energía y de agua respectivamente.</p>	Positivo

# CAPÍTULO 6

EVALUACIÓN DE  
COSTOS

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 6. EVALUACIÓN DE COSTOS

### 6.1. Introducción

A la hora de tomar decisiones de inversión para emprender en un proyecto inmobiliario, es fundamental conocer los costos que éste demandará, puesto que permitirá adquirir un conocimiento anticipado de los flujos a producirse antes y durante la ejecución del mismo. Si se complementa esta información con las estimaciones de ingresos, podremos evaluar la rentabilidad del mismo.

Por lo que, la evaluación del presente proyecto a nivel de costos permitirá inicialmente cuantificar y valorar el monto requerido para ejecutarlo, con la finalidad de poder determinar si lo que se pretende realizar es alcanzable o no.

#### 6.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Determinar el flujo de egresos implícitos en la construcción y operación del hostel en Montañita "Traveler's Bay Hostel" y por consiguiente demostrar la viabilidad del proyecto.

##### Objetivo Específico

- Estimar costos anuales de inversión y operación del hostel.
- Establecer los costos directos e indirectos de obra e identificar sus incidencias sobre el costo total del proyecto.
- Analizar el impacto de rubros sobre el monto total del proyecto.
- Identificar el costo por m<sup>2</sup> de construcción.
- Definir el cronograma estimado de la obra.
- Evaluar el costo del terreno a través del uso de herramientas de análisis como: Método de mercado, Método residual y Método de margen de construcción.
- Unificar la estimación de egresos anuales en un periodo de 14 años.

Gráfico 77: Objetivos de evaluación de costos

Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.1.2. Metodología

Para llevar a cabo la evaluación de los componentes que integran los costos del proyecto en estudio, se seguirá el siguiente procedimiento, tomando en cuenta fuentes de información secundarias como: Precios de la Cámara de Construcción de Guayaquil, Precios tomados de casos de construcción similares y juicio experto.



Gráfico 78: Metodología de evaluación de costos

Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.2. Costos de Inversión

El presente enunciado pretende determinar el presupuesto de inversión necesario para llevar a cabo el proyecto del hostel. Para lo cual se consideró la siguiente estructura:

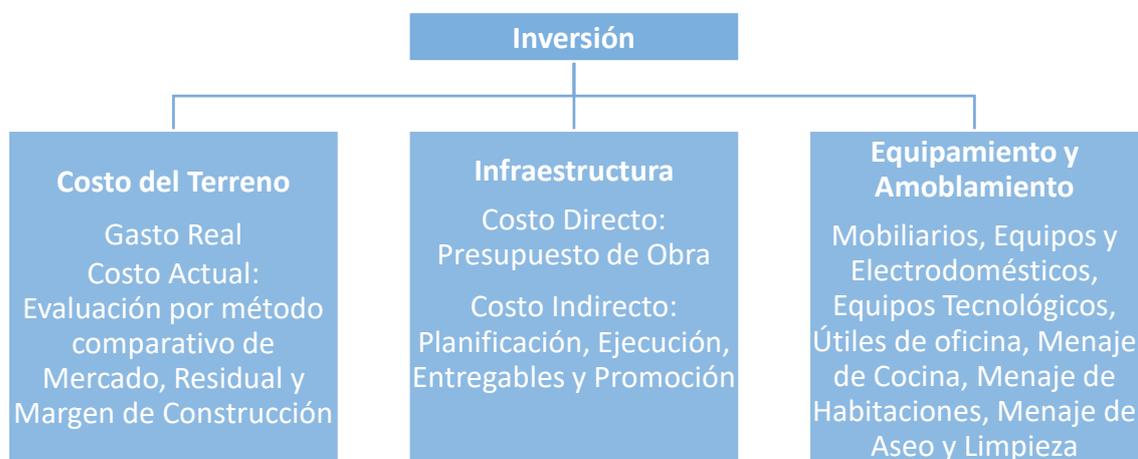


Gráfico 79: Costos de Inversión

Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.2.1. Resumen de Costos de Inversión

Luego de realizar una valoración detallada de los precios inmersos en las diferentes categorías de inversión, se puede concluir que se requiere de un total de \$468,852, tomando en consideración el costo actual del terreno y no el precio con el que fue adquirido (\$36,000.00).

Si se desglosan los costos tal como lo podemos observar en la tabla Nro. 39, tenemos que el 69% del valor total corresponden a los costos directos de obra, el 11% a los costos Indirectos, 8% al costo del terreno y el 12% a los costos de equipamiento y amoblamiento de la edificación. Por lo que los gastos más representativos del proyecto se encuentran dirigidos a la construcción y al equipamiento y amoblamiento de la misma, siendo fundamental el manejo óptimo de los mismos para evitar impactos negativos al proyecto.

Categorización de Costos de Inversión		
Descripción	Valor	Porcentaje
Costos Directos (CD)	\$324,037	69%
Costos Indirectos (CI)	\$50,314	11%
Costo Terreno (Valor Actual)	\$36,267	8%
Equipamiento y Amoblamiento	\$58,234	12%
<b>Total</b>	<b>\$468,852</b>	<b>100%</b>

Tabla 39: Categorización de Costos de Inversión  
Elaborado por: Andrea Rojas

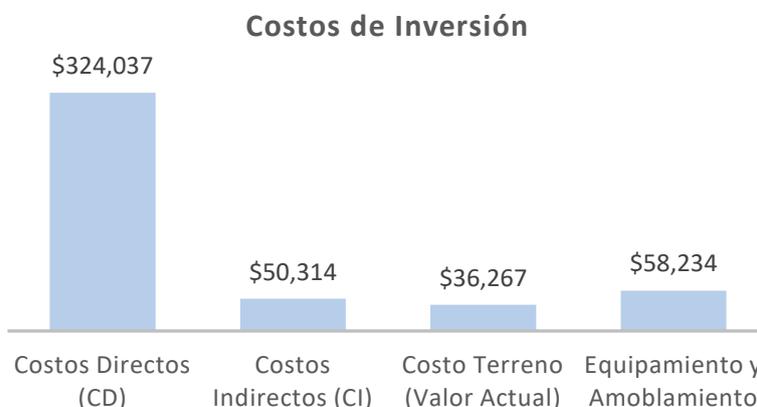


Gráfico 80: Categorización de Costos de Inversión  
Elaborado por: Andrea Rojas

Al relacionar el costo de inversión sin considerar el equipamiento (\$411mil) con los 647.7m2 de área bruta del proyecto, se obtiene como resultado un costo por m2 de \$634. Un valor razonable, que se encuentra dentro del rango de lo planificado.

<b>Costo por m2 de Área Bruta</b>	
<b>Datos</b>	<b>Valor</b>
CD+CI+Terreno (VA)	\$410,618
Área Bruta m2	647.7
<b>Costo por m2</b>	<b>\$633.9</b>

Tabla 40: Costo por m2 de Área Bruta  
Elaborado por: Andrea Rojas

Otro factor a analizar dentro de los valores obtenidos, es la incidencia del costo del terreno sobre los costos totales de infraestructura, esto es costo directo e indirecto. En este proyecto en particular, la incidencia es del 9.69% si tomamos de referencia el valor actual del terreno y el 9.62% si se considera el precio con el cual fue adquirido. Ambos valores se encuentran dentro del porcentaje recomendable (15%) para el éxito de un proyecto.

<b>Incidencia de Costo del Terreno</b>	
<b>Datos</b>	<b>Valor</b>
CD+CI	\$374,350
Valor Actual del Terreno	\$36,267
<b>Incidencia del Terreno (VA)</b>	<b>9.69%</b>
<b>Datos</b>	<b>Valor</b>
CD+CI	\$374,350
Valor de adquisición del Terreno	\$36,000
<b>Incidencia del Terreno (VR)</b>	<b>9.62%</b>

Tabla 41: Incidencia de Costo del Terreno  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.2.2. Detalle de Costos de Inversión

A continuación, se detallará el proceso de análisis individual de cada uno de los parámetros de inversión que se muestran en la tabla de resumen Nro.39.

### 6.2.2.1. Terreno

En cuanto al valor del terreno, al ser un bien ya adquirido por el inversionista, se evaluará si la adquisición del terreno fue una decisión acertada de dos maneras: Identificando que el porcentaje de incidencia no haya superado el 15% y evidenciando rentabilidad al contrastarlo con el valor actual del mismo.

En el anterior enunciado se manifestó que el valor del terreno incide en un porcentaje menor al límite señalado, siendo positivo para el proyecto y con respecto a su valoración actual se procederá a evaluarlo haciendo uso de los siguientes 3 métodos (Borrero, 2000):

- Método Comparativo o de Mercado: Se analiza con respecto al precio de los terrenos en la zona inmediata al lote en estudio con el fin de identificar el precio promedio ofertado en el mercado por m<sup>2</sup>.
- Método Residual: Se calcula el valor del terreno estimando el valor de venta de la edificación posible a construir en base a lo establecido en el IRM del terreno y aplicándole un rango de incidencia del terreno.
- Método de Margen de la Construcción: Resulta del saldo entre el precio de venta del inmueble, restándole la utilidad y el costo de construcción.

### 6.2.2.2. Método Comparativo o de Mercado

En relación a los valores que se ofertan en el mercado a la presente fecha, se obtuvo un valor de \$36,267.35, por consiguiente, el valor por m<sup>2</sup> de terreno resultó de \$302.23.

Para obtener el valor mencionado se estudiaron 5 terrenos dentro de la zona inmediata del proyecto, sobre los cuales se aplicaron cálculos por **homogenización** considerando la fuente, el tamaño, la ubicación, el cerramiento y los servicios; por **factores** considerando el tamaño, la forma, la esquina, la profundidad, el frente y la topografía y por **eliminación**, en el que se descartaron terrenos que se encontraban distantes del mar para que se consideren aquellos lotes que guardan mayor relación con las características del terreno en estudio. Ver tabla de resumen Nro. 42.

Resumen Comparativo de Mercado	
Datos	Valor
Media Homogenizada	\$274.23
Por factores	\$332.46
Eliminación por zona	\$300.00
<b>Valor del m2 del terreno</b>	<b>\$302.23</b>
Área de terreno	120.00 m2
<b>Valor del terreno</b>	<b>\$36,267.35</b>

Tabla 42: Resumen Comparativo de Mercado  
Fuente: (Properati, 2020); (Plusvalía, 2020); (MLS-Ecuador, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Para el cálculo de homogenización se evaluaron cada uno de los terrenos con respecto a los parámetros señalados a continuación, obteniendo como resultado un valor de \$274.23 por m2, lo que equivale a \$32,907.6 el valor total del terreno.

Tabla de Homogenización									
Nro.	Valor M2	Tamaño	Fuente	Tamaño	Ubicación	Cerramiento	Servicios	Total M2	
1	\$ 250.00	10,000m2	0.95	1.20	83.33	0.90	1.00	1.00	\$ 256.50
2	\$ 350.00	2,100m2	0.90	1.20	17.50	0.90	1.00	1.00	\$ 340.20
3	\$ 240.00	200m2	0.95	1.00	1.67	1.10	1.00	1.00	\$ 250.80
4	\$ 223.00	3,802m2	0.95	1.20	31.68	1.20	1.00	1.00	\$ 305.06
5	\$ 222.50	400m2	0.90	1.05	3.33	1.10	1.05	0.90	<u>\$ 218.57</u>
<b>Promedio</b>									<b>\$ 274.23</b>

Parámetros de Homogenización						
<b>Tamaño</b>	menor 1/4		0.8	<b>Ubicación</b>	-- ubicación	1.2
	1/4 tamaño		0.9		- ubicación	1.1
	1/2 tamaño		0.95		Igual	1
	3/4 tamaño		1		+ ubicación	0.9
	2 veces		1.05		++ ubicación	0.8
	4 veces		1.1			
	más de 4 veces		1.2			
<b>Otros</b>				<b>Fuente</b>	Transacción	1
	Cerramiento		+ - 0,05		Letrero reciente	0.95
	Servicios		+ - 0,1		Letrero antiguo	0.9

Tabla 43: Cálculo de Homogenización  
Fuente: (Properati, 2020); (Plusvalía, 2020); (MLS-Ecuador, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Una vez homogenizado se aplicaron factores de influencia que permitan reflejar resultados más ajustados a la realidad, obteniendo como resultado \$332.46 el m<sup>2</sup>, lo que equivale a \$39,895.2 el valor total del terreno.

<b>Media Por Factor</b>	
<b>Factores</b>	<b>Valores</b>
Valor del m <sup>2</sup> del lote homogeneizado	\$274.23
Factor de fondo	0.97
Factor de frente	1.14
Factor de tamaño	1.00
Factor esquinero	1.10
Factor topográfico	1.00
<b>Valor del m<sup>2</sup> del terreno</b>	<b>\$332.46</b>
Área de terreno	120.00 m <sup>2</sup>
<b>Valor del terreno</b>	<b>\$39,895.2</b>

Tabla 44: Media por Factor  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Andrea Rojas

Por último, se procedió a promediar el costo por metro cuadrado de los terrenos evaluados 1 y 2 que guardaran mayor relación con las características del terreno en estudio, obteniendo como resultado \$300 el m<sup>2</sup>, lo que equivale a \$36,000 el valor total del terreno.

<b>Media por Eliminación</b>				
<b>Nro.</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Tamaño (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Valor (m<sup>2</sup>)</b>
1	Baja Montañita – Frente al Mar	\$2,500,000	10,000	\$250
2	Baja Montañita – Frente al Mar	\$735,000	2,100	\$350
		<b>Valor del m<sup>2</sup> del terreno</b>		<b>\$300</b>
		Área de terreno		120 m <sup>2</sup>
		<b>Valor del terreno</b>		<b>\$36,000</b>

Tabla 45: Media por Eliminación  
Fuente: Investigación de campo, (Plusvalía, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.2.2.3. Método Residual

Este método permite identificar el valor del terreno en función de lo permitido para construir en el mismo, ofreciendo mayor validez en el resultado, al poder justificar técnicamente su valoración. Según el cálculo por el método residual, el valor por m<sup>2</sup> de terreno no puede superar los \$472.50, lo que equivale a \$56,700 el valor total del terreno.

Método Residual			
Datos	Unidad	Valores	
Área de terreno	m2	120.00	
Precio de venta m2 en Zona	\$	\$1,000.00	
COS Total	%	5,47	
Altura Permitida	h	5	
K= Área Útil Vendible	%	70%	
Rango de Incidencia (Terreno) "ALFA" I	%	15%	
Rango de incidencia (Terreno) "ALFA" II	%	10%	
Área construida máxima	m2	648.00	
Área Útil Vendible	m2	453.60	
Valor de Ventas = Área Útil x Precio Venta (m2)	\$	\$453,600.00	
"ALFA" I Peso del Terreno	\$	\$68,040.00	
"ALFA" I Peso del Terreno	\$	\$45,360.00	
<b>Media "ALFA"</b>	\$	<b>\$56,700.00</b>	
<b>Valor del m2 del Terreno</b>	\$	<b>\$472.50</b>	

Tabla 46: Método Residual  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 6.2.2.4. Método de Margen de la Construcción

Este método afina aún más el valor real del terreno ya que incluye dentro de la evaluación el costo de construcción y el porcentaje de utilidad esperada.

Método de Margen de Construcción			
Datos	Unidad	Valores	%
Valor de Venta M2 Tipo	\$	\$1,000.00	
Coeficiente de Área Útil Vendible	%	70%	
Costo Directo de Construcción	\$	\$480.00	
Multiplicador Costo Total	%	1.1	
Área Total Construida	m2	648.00	
Costo Total Construcción	\$	\$ 326,592.00	
Valor de Ventas	\$	\$ 453,600.00	100%
Margen Operacional	\$	<b>\$ 127,008.00</b>	28%
Valor del Lote Residual	\$	\$ 56,700.00	13%
<b>Utilidad Esperada</b>	\$	<b>\$ 68,040.00</b>	
<b>Utilidad Real</b>	\$	<b>\$ 70,308.00</b>	16%
<b>Valor de Terreno por Margen</b>	\$	<b>\$ 58,968.00</b>	13%
<b>Valor del m2 del Terreno</b>	\$	<b>\$491.40</b>	

Tabla 47: Método de Margen de Construcción  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.2.2.5. Resumen Comparativo

Una vez evaluados los terrenos por los métodos antes mencionados, se obtiene un valor promedio de \$422.04 el m2 del terreno, lo que equivale a \$50,645.12 el valor total del terreno.

Resumen Comparativo de Métodos de valoración del Terreno	
Datos	Valores
Comparativo Mercado	\$302.23
Residual	\$472.50
Margen de Construcción	\$491.40
<b>Valor promedio</b>	<b>\$422.04</b>
Área lote de terreno	120 m2
<b>Valor lote de terreno</b>	<b>\$50,645.12</b>

Tabla 48: Resumen Comparativo de Métodos de valoración del Terreno

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Andrea Rojas

Sin embargo, podemos concluir que el terreno a pesar de tener mayor valor económico producto del potencial de edificación que posee, el mercado no permite explotarlo. Por lo que, se tomará los \$36,267.60 como valor del terreno actual, significando una utilidad de \$267 sobre el valor con el que fue adquirido. Convirtiendo la adquisición del terreno a \$36,000 en una decisión acertada.

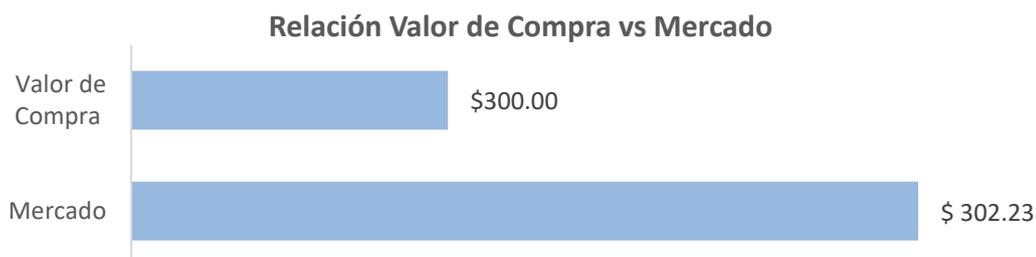


Gráfico 81: Relación Valor de Compra vs Métodos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.2.2.6. Infraestructura

Además del terreno, es importante valorar los costos relacionados directa e indirectamente con la construcción de la edificación, toda vez que éstos abarcan altos porcentajes del costo total de inversión.

### 6.2.2.7. Costos Directos de Obra

Los costos destinados directamente a la construcción suman un total de \$324,037, lo que representa el 69% del costo total de inversión.

Si revisamos a detalle, las actividades de mayor incidencia en orden descendente son: Estructura 25.96%, Albañilería 16.62%, Sistema Eléctrico-Electrónico 12.91%, Recubrimiento 14.39%, Aluminio & Vidrio 10.54% y Sistema Hidrosanitario 9.3%. Las mismas que deberán contar con mayor control durante su planificación y ejecución con la finalidad de cumplir con lo presupuestado.

<b>Resumen de Costos Directos - Presupuesto de Obra</b>			
<b>Rubro</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>A</b>	<b>Obras Civiles</b>	<b>\$2,428</b>	<b>0.75%</b>
A1	Instalaciones Provisionales	\$769	0.24%
A2	Mantenimiento de Obra	\$1,275	0.39%
A3	Preparación del Sitio	\$384	0.12%
<b>B</b>	<b>Estructura</b>	<b>\$84,131</b>	<b>25.96%</b>
B1	Preliminares	\$8,580	2.65%
B2	Estructura de Hormigón Armado	\$39,999	12.34%
B3	Acero de Refuerzo	\$26,321	8.12%
B4	Albañilería Estructural	\$4,142	1.28%
B5	Estructuras Metálicas	\$1,488	0.46%
B5	Estructuras de Madera	\$3,600	1.11%
<b>C</b>	<b>Albañilería</b>	<b>\$53,854</b>	<b>16.62%</b>
<b>D</b>	<b>Ingenierías</b>	<b>\$71,975</b>	<b>22.21%</b>
D1	Sistema Eléctrico-Electrónico	\$41,840	14.11%
D2	Sistema Hidrosanitario	\$30,134	9.30%
<b>E</b>	<b>Acabados</b>	<b>\$111,647</b>	<b>34.46%</b>
E1	Puertas	\$9,815	3.03%
E2	Aluminio y Vidrio	\$34,148	10.54%
E3	Recubrimiento	\$46,643	14.39%
E4	Elementos de Fachada	\$11,764	3.63%
E5	Mobiliario	\$8,927	2.75%
E6	Paisajismo	\$350	0.11%
<b>Total Costos Directos</b>		<b>\$324,037</b>	<b>100.00%</b>

Tabla 49: Resumen de Costos Directos

Fuente: (CConstrucción Gye, 2020) (FV - Área Andina S.A., 2020) (Multimetales S.A, 2020)  
(Omnsariato S.A., 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

### Distribución de Costos Directos

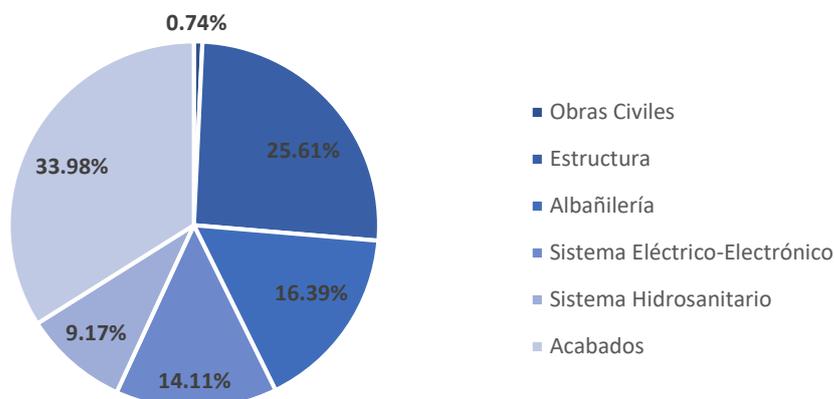


Gráfico 82: Distribución de Costos Directos  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 6.2.2.8. Costos Indirectos de Obra

Aquellos costos que no están directamente relacionados con el producto, pero que sirven de apoyo para el desarrollo del mismo suman un total de \$50,314. Los mismos que presentan su porcentaje de incidencia con respecto del total en la tabla siguiente:

Resumen de Costos Indirectos		
Descripción	Precio Total	Porcentaje
Planificación	\$ 13,351	27%
Ejecución	\$ 29,812	59%
Entregables	\$ 3,950	8%
Promoción	\$ 3,200	6%
<b>Total</b>	<b>\$ 50,314</b>	<b>100%</b>

Tabla 50: Resumen de Costos Indirectos  
Elaborado por: Andrea Rojas

Ahora, con respecto a su incidencia en relación a los costos directos, se puede resaltar que corresponden al 16%, donde el 13% lo lideran los costos de planificación (4%) en conjunto con los costos de ejecución (9%) y el porcentaje restante concierne a costos de entregables y promoción.

Particularmente los costos de Diseño Arquitectónico y los costos de la Dirección de Obra son los rubros que por la importancia que tienen en el inicio y ejecución del proyecto, requieren de un mayor desembolso.

**Relación de Costos Indirectos  
con Costos Directos (\$328,572.88)**

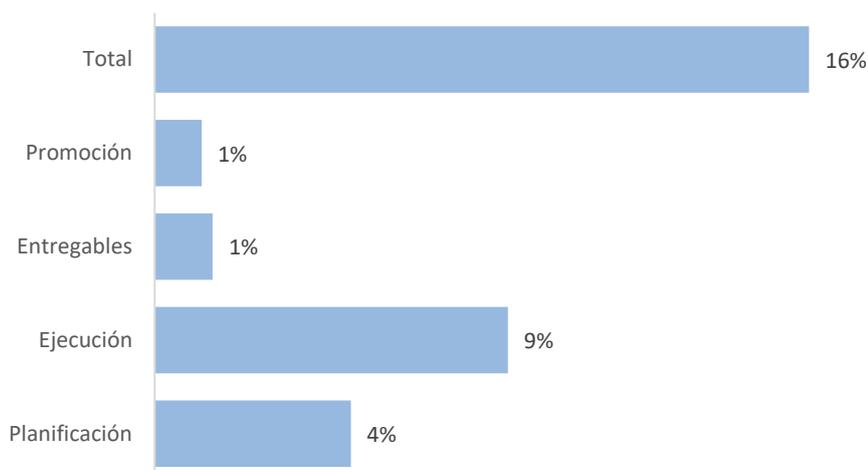


Gráfico 83: Relación de Costos Indirectos con Costos Directos (\$328,572.88)  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 6.2.2.9. Equipamiento y Amoblamiento

Dentro de la inversión es imperativo considerar los costos de equipamiento hotelero para el correcto funcionamiento del mismo. El presente proyecto requiere de \$58,234.16 para cubrirlo, valor que representa el 12% de la inversión total.

Cabe señalar que el rubro de mayor incidencia corresponde a Equipos y Electrodomésticos con el 47% seguido del Mobiliario con el 29%.

<b>Resumen de Equipamiento y Amoblamiento</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Mobiliarios	\$16,935	29.08%
Equipos y Electrodomésticos	\$27,433	47.11%
Equipo de Tecnología	\$1,705	2.93%
Útiles de Oficina	\$300	0.52%
Menaje de Cocina	\$ 500	0.86%
Menaje para Habitaciones	\$10,380	17.82%
Menaje de Aseo y limpieza	\$980	1.68%
<b>Total</b>	<b>\$ 58,234</b>	<b>100.00%</b>

Tabla 51: Resumen de Equipamiento y Amoblamiento  
Elaborado por: Andrea Rojas

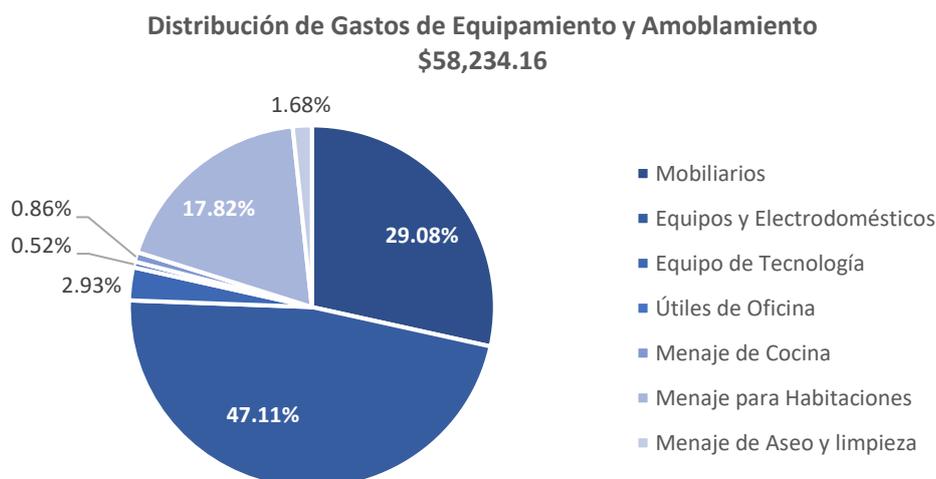


Gráfico 84: Distribución de Gastos de Equipamiento y Amoblamiento

Fuente: (TVentas, 2020) (Marcimex, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 6.2.2.10. Depreciaciones

Financieramente la depreciación se la considera como un costo en el que se incurre por el uso de sus activos fijos como edificaciones, maquinaria, equipos, entre otros. Es importante tener en cuenta la pérdida que se produce año tras año del valor de los activos.

Por lo que se procedió al cálculo de la misma haciendo uso del método lineal, que consiste en dividir el bien o activo para la vida útil del mismo, cuyo resultado se encuentra expresado en la siguiente tabla.

Activos	Depreciación			
	Costo	Vida Útil años	% Depreciación	Depreciación Anual
Construcciones	\$ 324,037	20	5%	\$16,202
Mobiliarios	\$ 16,935	10	10%	\$1,694
Electrodomésticos	\$ 27,434	10	10%	\$2,743
Equipos de Computación	\$ 1,705	5	20%	\$341
<b>Total</b>				<b>\$20,980</b>

Tabla 52: Depreciación Anual

Fuente: (Servicio de Impuestos Internos, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

6.2.2.11. Cronograma Valorado de Obra

Mediante el presente cronograma valorado se puede conocer el desembolso planificado para el proceso constructivo del hostel, el mismo que será distribuido en un periodo de 5 meses. Los gastos se resumen de la siguiente forma: Durante el primer mes el gasto será de \$29,440.94, seguido de \$57,264.96, \$77,097.09, \$66,210.27 y finaliza con \$94,063.52.

Presupuesto de Obra		Cronograma Valorado de Obra																			Total			
Nro.	Descripción	Precio Total	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5					
			1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
A	Obras Civiles	\$2,428.67																						\$-
A1	Instalaciones Provisionales	\$769.67	\$769.67																					\$769.67
A2	Mantenimiento de Obra	\$1,275.00	\$182.14					\$182.14	\$182.14							\$182.14	\$182.14					\$182.14	\$182.14	\$1,275.00
A3	Preparación del Sitio	\$384.00	\$76.80				\$76.80				\$76.80							\$76.80						\$384.00
B	Estructura	\$84,131.44																						\$-
B1	Preliminares	\$8,580.16					\$2,860.05	\$2,860.05	\$2,860.05															\$8,580.16
B2	Estructura de Hormigón Armado	\$39,999.95	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22	\$2,222.22						\$39,999.95	
B3	Acero de Refuerzo	\$26,321.33					\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19	\$3,760.19						\$26,321.33	
B4	Albañilería Estructural	\$4,142.00							\$1,380.67	\$1,380.67	\$1,380.67													\$4,142.00
B5	Estructuras Metálicas	\$1,488.00												\$744.00	\$744.00									\$1,488.00
B5	Estructuras de Madera	\$3,600.00													\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00						\$3,600.00	
C	Albañilería	\$53,854.23							\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42	\$5,385.42						\$53,854.23
D	Ingenierías	\$71,975.05																	\$5,385.42					\$-
D1	Sistema Eléctrico-Electrónico	\$41,840.15																						\$-
D1.1	Transformador	\$3,494.23																	\$3,494.23					\$3,494.23
D1.2	Tablero de Distribución Principal	\$3,395.22									\$1,131.74			\$1,131.74			\$1,131.74						\$3,395.22	
D1.3	Circuitos	\$13,031.17			\$1,628.90	\$1,628.90				1,628.90	1,628.90			1,628.90	1,628.90			1,628.90	1,628.90					\$13,031.17
D1.4	Acometida de Media Tensión - Tableros P.	\$10,727.98											\$3,575.99								\$3,575.99			\$10,727.98
D1.5	Luminarias y Cámaras	\$7,114.51																\$2,371.50	\$2,371.50			\$3,575.99		\$7,114.51
D1.6	Sistema Contraincendios Electrónica	\$3,957.60									\$989.40				\$989.40			\$989.40	\$989.40			\$989.40		\$3,957.60
D1.7	Cajas de Mampostería	\$119.44									\$119.44													\$119.44
D2	Sistema Hidrosanitario	\$30,134.90																						\$-
D2.1	Sistema de Agua Potable Fria	\$10,377.59		\$864.80	\$864.80	\$864.80		\$864.80	\$864.80	\$864.80			\$864.80	\$864.80	\$864.80			\$864.80	\$864.80	\$864.80			\$10,377.59	
D2.2	Sistema de Agua Potable Caliente	\$5,987.81		\$498.98	\$498.98	\$498.98		\$498.98	\$498.98	\$498.98			\$498.98	\$498.98	\$498.98			\$498.98	\$498.98	\$498.98			\$5,987.81	
D2.3	Sistemas de Aguas Servidas y Ventilación	\$4,091.99		\$341.00	\$341.00	\$341.00		\$341.00	\$341.00	\$341.00			\$341.00	\$341.00	\$341.00			\$341.00	\$341.00	\$341.00			\$4,091.99	
D2.4	Instalación de AALL	\$674.18												\$224.73	\$224.73								\$674.18	
D2.5	Cisterna	\$672.48																	\$672.48					\$672.48
D2.6	Aire Acondicionado y Gas	\$571.98							\$114.40				\$114.40	\$114.40				\$114.40	\$114.40				\$571.98	
D2.7	Piezas Sanitarias y Accesorios	\$7,183.23																						\$-
D2.7.1	Habitaciones 1 a 13	\$5,218.85													\$1,304.71	\$1,304.71	\$1,304.71	\$1,304.71					\$5,218.85	
D2.7.2	Habitaciones 14 y 15	\$1,101.30																	\$1,101.30					\$1,101.30
D2.7.3	Cocina y Bar	\$345.58																	\$345.58					\$345.58
D2.7.4	Accesorios	\$517.50																			\$517.50			\$517.50
D2.8	Sistema Contraincendios	\$575.65																			\$575.65			\$575.65
E	Acabados	\$111,647.20																						\$-
E1	Puertas	\$9,815.00												\$3,271.67				\$3,271.67	\$3,271.67					\$9,815.00
E2	Aluminio y Vidrio	\$34,148.00																	\$11,382.67	\$11,382.67	\$11,382.67			\$34,148.00
E3	Recubrimiento	\$46,643.20																						\$-
E3.1	Pisos	\$13,901.50								\$2,316.92	\$2,316.92			\$2,316.92	\$2,316.92			\$2,316.92	\$2,316.92					\$13,901.50
E3.2	Paredes	\$19,239.00									\$3,206.50	\$3,206.50			\$3,206.50	\$3,206.50			\$3,206.50	\$3,206.50			\$19,239.00	
E3.3	Tumbado	\$8,927.50									\$1,487.92	\$1,487.92			\$1,487.92	\$1,487.92			\$1,487.92	\$1,487.92			\$8,927.50	
E3.4	Mesones	\$4,575.20										\$915.04	\$915.04					\$915.04	\$915.04	\$915.04			\$4,575.20	
E4	Elementos de Fachada	\$11,764.00											\$915.04	\$915.04				\$915.04	\$915.04	\$915.04			\$11,764.00	
E5	Mobiliario	\$8,927.00																	\$2,352.80	\$2,352.80	\$2,352.80			\$8,927.00
E6	Paisajismo	\$350.00																	\$2,975.67	\$2,975.67	\$2,975.67			\$350.00
	Total Costos Directos	\$324,036.58	\$6,028.61	\$6,704.78	\$8,333.68	\$8,333.68	\$8,919.26	\$10,729.38	\$17,495.47	\$20,120.84	\$20,380.17	\$19,065.36	\$17,418.88	\$20,232.68	\$19,582.33	\$14,854.77	\$12,228.38	\$19,544.79	\$34,149.57	\$33,953.56	\$20,099.78	\$5,860.61	Semanal	
			\$6,028.61	\$12,733.39	\$21,067.07	\$29,400.75	\$38,320.01	\$49,049.39	\$66,544.87	\$86,665.71	\$107,045.88	\$126,111.24	\$143,530.12	\$163,762.80	\$183,345.13	\$198,199.90	\$210,428.27	\$229,973.06	\$264,122.63	\$298,076.20	\$318,175.97	\$324,036.58	Acumulado	

Tabla 53: Cronograma Valorado de Obra  
Elaborado por: Andrea Rojas

**6.2.2.12. Cronograma Valorado de Inversión General**

Al ser un proyecto relativamente pequeño, el tiempo es clave para optimizar los gastos. Por lo que, desde su planificación hasta su funcionamiento requiere de 8 meses. Cabe señalar que para el análisis del flujo financiero se tomará el monto total como inversión realizada en el año 0.

Cronograma Valorado de Inversión General										
Descripción	Valor	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Costos Directos (CD)	\$324,037				\$29,401	\$57,265	\$77,097	\$66,210	\$97,064	
Costos Indirectos (CI)	\$50,314		\$9,211	\$6,511	\$4,541.91	\$4,541.91	\$5,502	\$5,502	\$5,502	\$7,082
Costo Terreno (Valor Actual)	\$36,267	\$36,267								
Equipamiento y Amoblamiento	\$58,234								\$40,764	\$17,470
<b>Total Mensual</b>		<b>\$36,267</b>	<b>\$9,211</b>	<b>\$6,511</b>	<b>\$34,903</b>	<b>\$62,767</b>	<b>\$82,599</b>	<b>\$71,712</b>	<b>\$140,330</b>	<b>\$24,552</b>
<b>Total Acumulado</b>		<b>\$36,267</b>	<b>\$45,478</b>	<b>\$51,989</b>	<b>\$86,892</b>	<b>\$149,659</b>	<b>\$232,258</b>	<b>\$303,970</b>	<b>\$444,300</b>	<b>\$468,852</b>

Tabla 54: Cronograma Valorado de Inversión General  
Elaborado por: Andrea Rojas

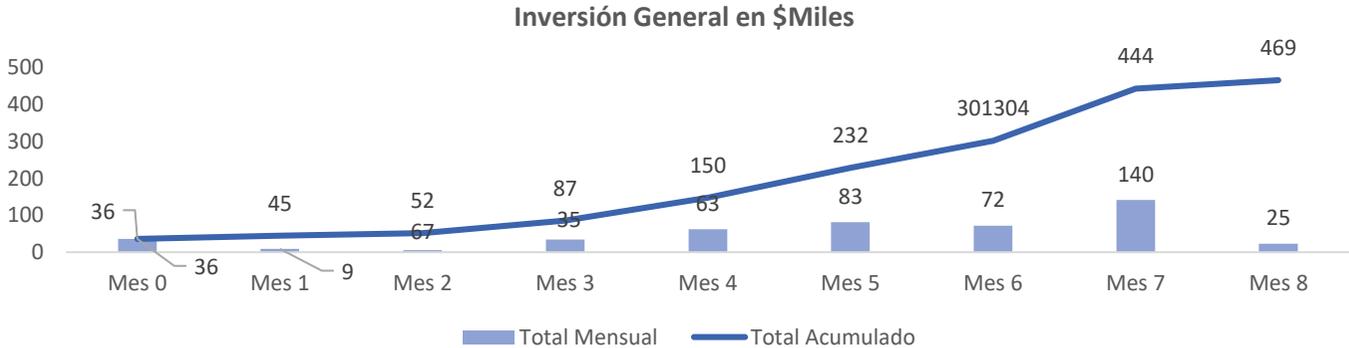


Gráfico 85: Inversión General en \$ Miles  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.3. Costo de Operación del Hostal

Otro aspecto a analizar es el costo hotelero necesario para su operación y funcionamiento. De manera que, se procederá a detallar los mismos para poder completar la estructura de costos.

#### 6.3.1. Resumen de Costos de Operación del Hostal

Para la operación del hostal se consideró un valor anual durante el primer año de operación de \$82,263, el mismo que reúne gastos administrativos (61%), gastos de mantenimiento (12%), gastos de servicios básicos (8%), gastos en menajes de aseo y limpieza (3%), gastos de publicidad (14%) y pagos de tasas municipales & turismo (2%). Siendo el gasto más representativo la parte administrativa seguido de la promoción.

#### 6.3.2. Detalle de Costos de Operación del Hostal

Los valores obtenidos en las diferentes áreas inmersas en la operación del presente proyecto serán expuestos a continuación para mayor comprensión de los mismos.

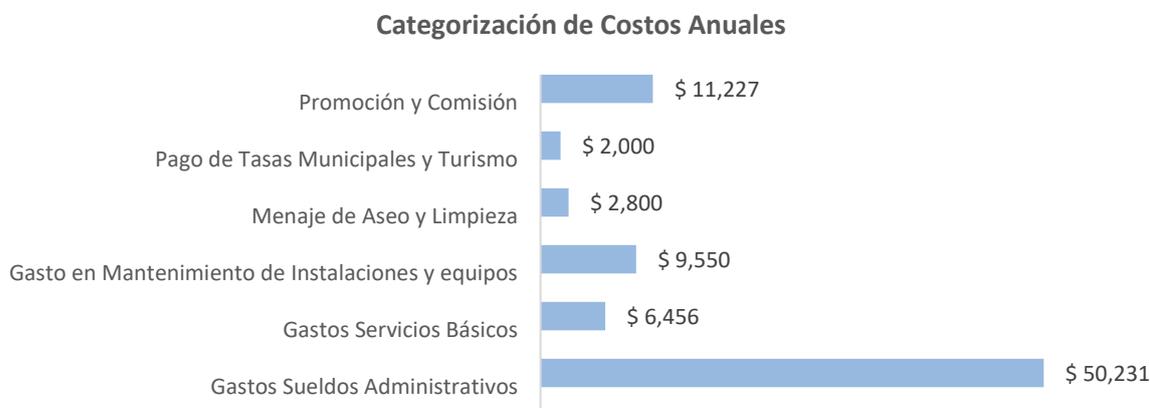


Gráfico 86: Categorización de Costos Anuales de Operación - Año 1  
Elaborado por: Andrea Rojas

##### 6.3.2.1. Salarios del personal

Para que un establecimiento hotelero funcione correctamente y pueda ofrecer un servicio de calidad, es fundamental contar con un personal competente que cumpla las responsabilidades correspondientes al cargo.

Al ser un hostel de categoría 1 estrella se consideró un equipo de 6 trabajadores: un gerente general / administrador, dos recepcionistas, dos personales de limpieza y Un contador externo.

Tomando como referencia los salarios mínimos sectoriales del presente año publicado por el Ministerio de Trabajo y los salarios promedios que se manejan dentro de la industria hotelera se proyectaron los salarios reales anuales del personal estimado para ejercer las diferentes funciones administrativas.

Al decir salarios reales nos referimos a la inclusión de las remuneraciones adicionales a las que tienen derecho los trabajadores, que son la decimotercera y decimocuarta remuneración, según lo establecido en los artículos 111 y 113 del código de trabajo y otras remuneraciones estipuladas en la ley tales como: el aporte patronal IESS 11.15%, fondos de Reserva 8.33% y Vacaciones. (H. Congreso Nacional, 2012)

Para el personal con salario básico (Recepcionista y Personal de limpieza) se consideró una variación anual del 3%, mientras que para el resto (Administrador/ Gerente y Contador externo) se consideró un aumento salarial cada dos años del 5%. De tal forma que, en el primer año de funcionamiento se estima un gasto de \$50,231.

<b>Sueldos del Personal</b>				
<b>Cargo</b>	<b>Recepcionista</b>	<b>Personal de Limpieza</b>	<b>Administrador</b>	<b>Contador externo</b>
Cantidad	2	2	1	1
Sueldo Mensual	\$403.12	\$405.92	\$800.00	\$600.00
Sueldo Anual	\$4,837.47	\$4,871.02	\$9,600.00	\$ 7,200.00
Décimo Tercero	\$403.12	\$405.92	\$800.00	\$600.00
Décimo Cuarto	\$403.12	\$405.92	\$406.32	\$407.44
Aporte Patronal Anual	\$539.38	\$543.12	\$1,070.40	\$802.80
Fondos de Reserva Anual	\$402.96	\$405.76	\$799.68	\$599.76
Vacaciones Anuales	\$201.56	\$202.96	\$400.00	\$300.00
Total Sueldo Mensual	\$1,097.68	\$1,105.29	\$1,056.37	\$800.83
Total Sueldo Anual	\$13,575.24	\$13,669.39	\$13,076.40	\$9,910.00
<b>Total</b>	<b>\$ 50,231.02</b>			

Tabla 55: Sueldos del Personal  
Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.3.2.2. Servicios Básicos

Teniendo en consideración que toda edificación debe contar con servicios básicos para el buen funcionamiento y en este caso en particular para la comodidad de sus huéspedes y el bienestar de los mismos, se proyectaron los siguientes gastos anuales basados en información referencial de establecimientos de la zona.

Servicios Básicos		
Servicios Básicos	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$150	\$1,800
Luz	\$300	\$3,600
TV satelital	\$25	\$300
Telefonía e Internet - WIFI	\$60	\$720
Cilindros de Gas	\$3	\$36
<b>Total</b>	<b>\$538</b>	<b>\$6,456</b>

Tabla 56: Servicios Básicos  
Elaborado por: Andrea Rojas

Debido a que los hoteles forman parte del grupo de edificaciones que consumen energía de manera intensiva, producto de las actividades que se desarrollan dentro de ella, se determina que la energía eléctrica es el servicio básico que mayor gasto amerita. Por lo que es necesario realizar esfuerzos significativos que ayuden a minimizar su impacto y permita obtener un buen margen de beneficio financiero.

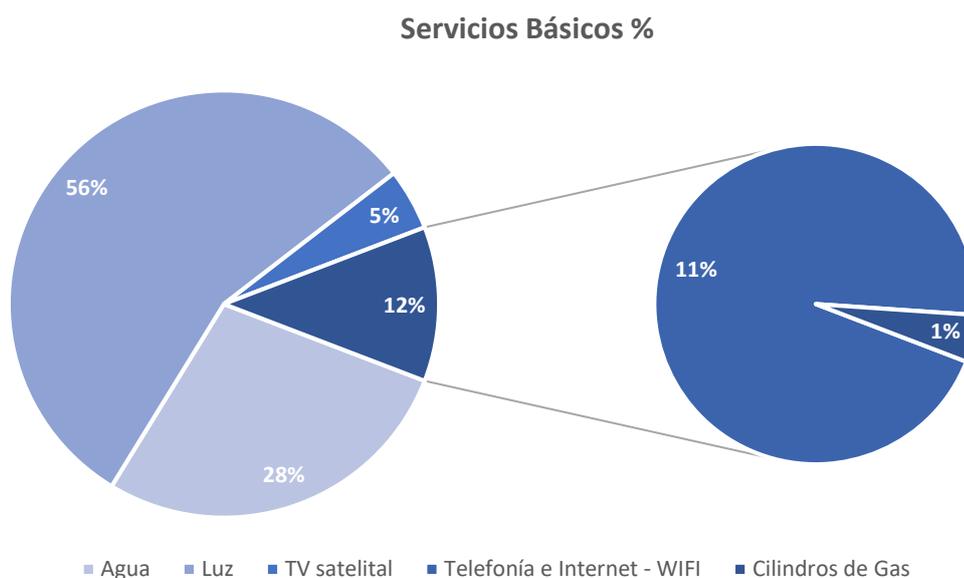


Gráfico 87: Servicios Básicos %  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.3.2.3. Mantenimiento

El mantenimiento preventivo en todas las instalaciones del hotel es de gran importancia para garantizar su vida útil, reduciendo costos de reparación y por consiguiente minimizando costos de mantenimiento correctivo; A continuación, se muestra una tabla que resume dichos gastos y un gráfico en el que se señala que el 84% de los gastos corresponde al mantenimiento de las instalaciones mientras que el 16% para el mantenimiento de los equipos instalados en la edificación.

Mantenimiento		Costo Anual
<b>Mantenimiento</b>		
<b>Instalaciones</b>		<b>\$8,050</b>
	Eléctrico	\$550
	Sanitario	\$650
	Aluminio y Vidrio	\$300
	Pintura / Resanes	\$6,000
	Varios	\$550
<b>Equipos</b>		<b>\$1,500</b>
	AA.CC, Calentadores eléctricos, Lavadora, Ref., bomba	\$1,500
<b>Total</b>		<b>\$9,550</b>

Tabla 57: Mantenimiento  
Elaborado por: Andrea Rojas

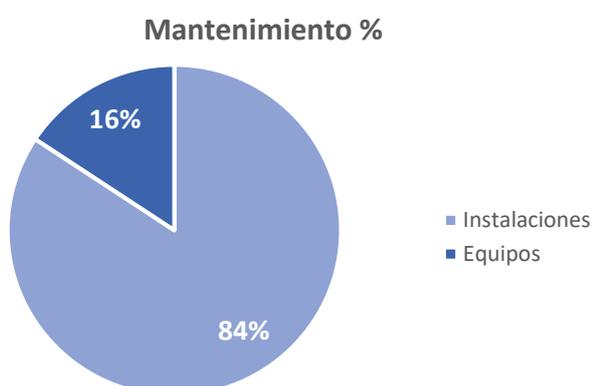


Gráfico 88: Mantenimiento %  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 6.3.2.4. Otros

Además de los gastos de operación mencionados anteriormente, se ha tomado en cuenta la promoción & comisión, pago de tasas municipales y menajes de habitaciones y aseo & limpieza, los mismos que representan un gasto total anual de \$16,027.

Para el área de promoción y comisión se requiere de aproximadamente \$11,227, valor que incluye gastos anuales de \$800 correspondientes a la creación de la página web (Hosting, Dominio, mantenimiento, otros) y la diferencia distribuida entre pautas y elaboración de artes, promoción en medios tradicionales y comisión por ventas. Por otra parte, tenemos los gastos en menajes por \$2,800, dentro de los que se contempla reposición de sábanas, almohadas, toallas y materiales de aseo & limpieza y \$2,000 en pago de tasas municipales y turismo.

<b>Otros Gastos</b>	
<b>Promoción y Comisión</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Anual</b>
Página Web	\$800
Pautas y Artes	\$4,800
Medios Tradicionales -Volantes	\$1,200
Comisión por ventas (2% de ingresos)	\$4,427
<b>Subtotal</b>	<b>\$11,227</b>
<b>Menajes</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Anual</b>
Global	\$2,800
<b>Subtotal</b>	<b>\$2,800</b>
<b>Tasas Municipales y Turismo</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Anual</b>
Global	\$2,000
<b>Subtotal</b>	<b>\$2,000</b>
<b>Total</b>	<b>\$16,027</b>

Tabla 58: Otros Gastos  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 6.4. Flujo de Egresos

Una vez completada la estructura de costos, se procederá a proyectar los desembolsos anuales durante los primeros 15 años. Los mismos que permiten evaluar la eficiencia de la gestión que se realiza y facilitan la toma de decisiones futuras. El presente registro anual servirá para realizar más adelante el análisis de financiamiento del proyecto incorporándole los ingresos por ventas, con la finalidad de determinar su viabilidad.

Categorización de Costos y Gastos Anuales															
Descripción / Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
<b>Gastos Sueldos</b>															
Administrativos		\$50,231	\$52,157	\$52,999	\$55,030	\$55,923	\$58,065	\$59,013	\$61,272	\$62,277	\$64,660	\$65,727	\$68,240	\$69,372	\$72,023
<b>Gastos Servicios Básicos</b>		\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456
<b>Gasto en Mantenimiento de Instalaciones y equipos</b>		\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550
<b>Menaje de Aseo y Limpieza</b>		\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800
<b>Pago de Tasas Municipales y Turismo</b>		\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
<b>Publicidad</b>		\$11,226	\$11,584	\$11,934	\$12,253	\$11,934	\$13,002	\$13,460	\$13,795	\$14,205	\$14,631	\$15,121	\$15,540	\$16,006	\$16,472
<b>Inversión</b>	\$468,852						\$1,705						\$1,705		
<b>Depreciación</b>		\$20,980	\$20,980	\$20,980	\$20,980	\$20,980	\$20,639	\$20,980	\$20,980	\$20,980	\$20,980	\$16,543	\$16,202	\$16,543	\$16,543
<b>Total</b>	<b>\$468,852</b>	<b>\$103,243</b>	<b>\$105,527</b>	<b>\$106,719</b>	<b>\$109,069</b>	<b>\$109,643</b>	<b>\$114,218</b>	<b>\$114,258</b>	<b>\$116,853</b>	<b>\$118,268</b>	<b>\$121,077</b>	<b>\$118,197</b>	<b>\$122,493</b>	<b>\$122,727</b>	<b>\$125,843</b>
<b>Acumulado</b>	<b>\$468,852</b>	<b>\$572,095</b>	<b>\$677,622</b>	<b>\$784,341</b>	<b>\$893,409</b>	<b>\$1,003,052</b>	<b>\$1,117,270</b>	<b>\$1,231,528</b>	<b>\$1,348,381</b>	<b>\$1,466,649</b>	<b>\$1,587,726</b>	<b>\$1,707,923</b>	<b>\$1,828,415</b>	<b>\$1,951,142</b>	<b>\$2,076,986</b>

Tabla 59: Categorización de Costos y Gastos Anuales  
Elaborado por: Andrea Rojas



Gráfico 89: Flujo de Egresos Anuales  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 6.5. Conclusión

Como resultado del análisis de costos, se puede concluir que:

Resultado del Análisis		
Variable	Comentario	Evaluación
Costos del Terreno	Como resultado del análisis de mercado se obtuvo que el valor actual del terreno asciende a \$36,267, valor que al compararlo con el que fue adquirido significa una utilidad de \$267. Convirtiendo la adquisición del terreno a \$36,000 en una decisión acertada. Otro aspecto a resaltar es la baja incidencia del costo del terreno sobre los costos totales. En este proyecto en particular, la incidencia es del 9.69% si tomamos de referencia el valor actual del terreno y el 9.62% si se considera el precio de adquisición. Ambos valores se encuentran dentro del porcentaje recomendable (15%) para el éxito de un proyecto.	Positivo
Costos Directos	En relación al valor total de inversión, los costos directos representan el 69%, un porcentaje coherente para el desarrollo del proyecto. Las actividades de mayor incidencia son: la Estructura con el 25.9%, seguido de la Albañilería 16.2%, Sistema Eléctrico-Electrónico 14.1%, Recubrimiento 14.4%, Aluminio & Vidrio 10.5% y Sistema Hidrosanitario 9.3%. Las mismas que deberán contar con mayor control durante su planificación y ejecución con la finalidad de cumplir con lo presupuestado.	Positivo
Costos Indirectos	En relación al valor total de inversión, los costos indirectos representan el 11%. Ahora, con respecto a su incidencia en relación a los costos directos, se puede resaltar que corresponden al 16%, donde el 13% lo lideran los costos de planificación 4% en conjunto con los costos de ejecución 9% y el porcentaje restante concierne a costos de entregables y promoción.	Positivo
Cronograma	El proyecto, tomando en consideración las actividades que intervienen dentro de los costos directos e indirectos así como también su equipamiento y amoblamiento, se llevará a cabo en	Positivo

	un periodo de 8 meses, tiempo es clave para optimizar los gastos.	
Equipamiento y Amoblamiento	En relación al valor total de inversión, los costos de equipamiento y amoblamiento representan el 12%, puesto que requiere de \$58,234.16 para cubrirlo. Cabe señalar que el rubro de mayor incidencia corresponde a Equipos y Electrodomésticos con el 47% seguido del Mobiliario con el 29%.	Positivo
Costo por m2	Al relacionar el costo de inversión de \$410,618 con los 647.67m2 de área bruta del proyecto, se obtiene como resultado un costo por m2 de \$634. Un valor razonable, que se encuentra dentro del rango de lo planificado.	Positivo
Costos de Operación	Para la operación del hostel se requiere de una inversión anual a partir de \$82 mil, el mismo que reúne gastos administrativos 61%, gastos de mantenimiento 12%, gastos de servicios básicos 8%, gastos en menajes de aseo y limpieza 3%, gastos de promoción 14% y pagos de tasas municipales & turismo 2%. Siendo el gasto más representativo la parte administrativa.	Positivo
Flujo de egresos	Los desembolsos anuales durante los primeros 15 años van desde \$103 mil hasta \$126 mil. Los mismos permiten evaluar la eficiencia de la gestión que se realiza y facilitan la toma de decisiones futuras.	Positivo

# CAPÍTULO 7

ESTRATEGIA

COMERCIAL

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 7. ESTRATEGIA COMERCIAL

### 7.1. Introducción

Es fundamental para la efectividad de un proyecto contar con una estrategia comercial, puesto que su aplicación incide directamente sobre los ingresos esperados. Por lo que, se procederá a analizar los planes a implementarse para determinar con mayor precisión el flujo de ingresos, información que permitirá completar la estructura financiera con la que posteriormente se evaluará la rentabilidad del proyecto.

Cabe señalar que, tras la pandemia del coronavirus que actualmente atraviesa el mundo y su implicación en la conducta humana, resulta imperativo proponer nuevos planes de acción que logren alcanzar el mayor impacto posible sobre el mercado objetivo.

#### 7.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Evaluar la estrategia comercial a implementarse con la finalidad de determinar su viabilidad en el proyecto.

##### Objetivo Específico

- Establecer un esquema de fijación de precios en función de la temporada baja, media y alta.
- Establecer precios competitivos dentro del mercado que permitan obtener ingresos anuales necesarios para recuperar el capital aportado en el menor plazo posible.
- Definir el flujo de ingresos anuales durante un periodo de 15 años.
- Evaluar el costo de promoción destinado para el proyecto.
- Diseñar un plan de estrategia comercial adecuado para el producto turístico en estudio, que permita cumplir con los objetivos comerciales del proyecto.

Gráfico 90: Objetivos de Estrategia Comercial

Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.1.2. Metodología

El desarrollo del presente capítulo reúne las siguientes etapas, tomando en cuenta fuentes de información secundarias como: Precios tomados de proyectos similares dentro de la zona y juicio experto. Proceso que nos permitirá formular y evaluar el éxito de la acción comercial que se estima efectuar.

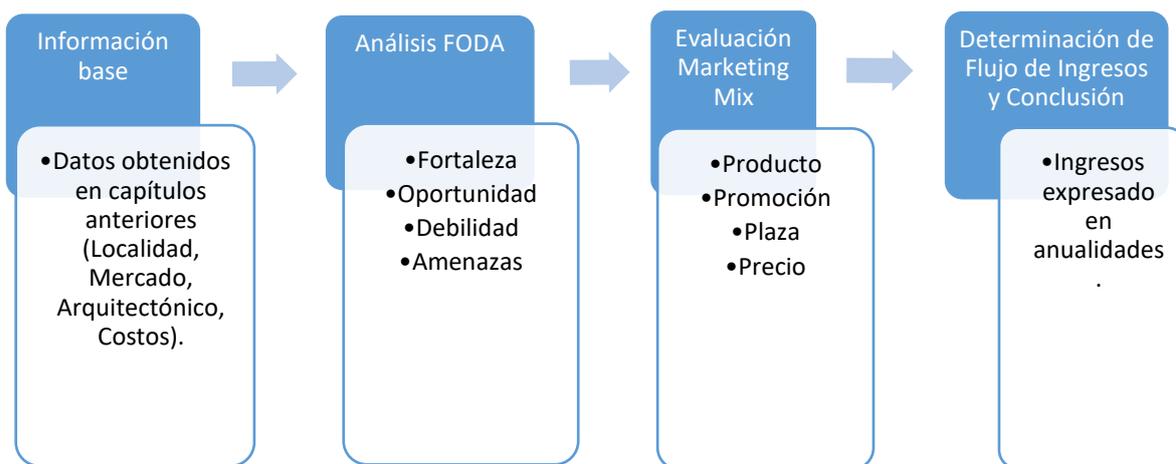


Gráfico 91: Metodología de Estrategia Comercial  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.2. Análisis FODA

Previo a la propuesta del plan comercial del proyecto es necesario reunir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mismo, con la finalidad de aclarar los propósitos y definir directrices para actuar en consecuencia. En muchas ocasiones, el éxito o el fracaso están estrechamente relacionadas con la forma en la que las estrategias son implementadas. La perseverancia es clave.

Plasmarlo en un papel nos ayuda a evaluar la situación, programar y concretar grandes decisiones que nos orientan hacia la meta. De cierta forma nos exige proponer planes que sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales.

Es fundamental que este proceso sea analizado con objetividad y realismo, pero con ambición, buscando cumplir la misión propuesta. Si se apunta lo mejor posible conseguiremos reducir el riesgo de falla.

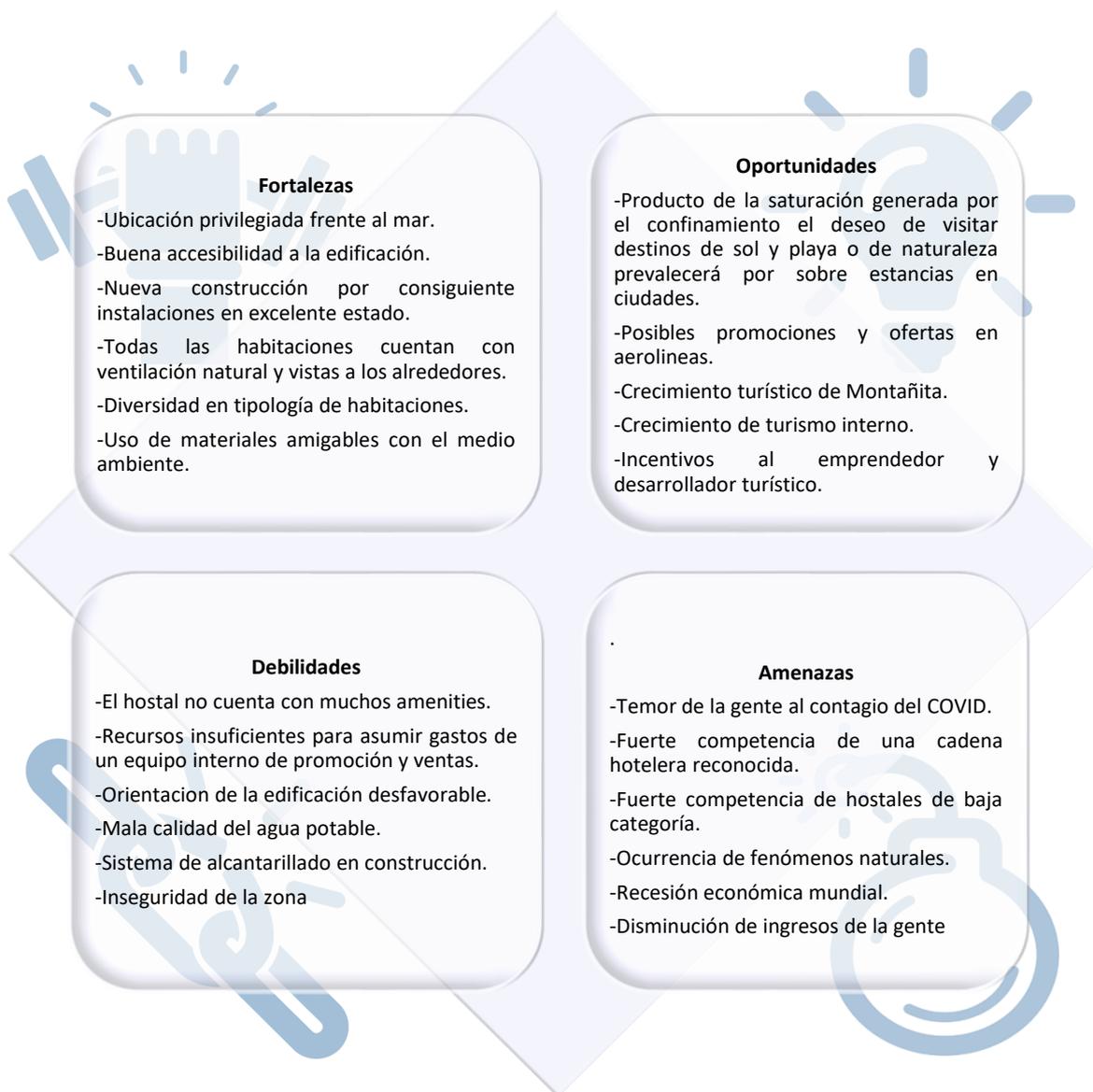


Gráfico 92: Análisis FODA  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3. Aplicación de la Mezcla de Marketing

Toda estrategia de marketing se fundamenta en la “Mezcla de Mercadotecnia” o más conocido como “Marketing Mix”, la misma que es conformada por las 4p’s: Producto, Plaza, Promoción y Precio. Si éstas se logran mantener en equilibrio, lo más probable es que los resultados influyan eficazmente en el consumidor.

A continuación, se analizarán cada una de ellas y finalmente se establecerán estrategias que aporten al buen desempeño del proyecto.

### 7.3.1. Plan de Producto-Servicio

Cuando nos referimos a establecimientos de alojamiento turístico, debemos estar conscientes que no solo se vende alojamiento sino también experiencia. Por lo que, teniendo esta premisa presente, se buscó concebir un hostel donde sus espacios relativamente pequeños reúnan calidez y sensación de bienestar, haciendo juego con los elementos y colores utilizados para la decoración de los mismos.

La estrategia de diferenciación del hostel se apoya en:

- Diferenciación de la oferta:

El hostel contará con 14 habitaciones de distintas temáticas en relación al mar y la naturaleza tales como el surf, conchas de mar, remos etc., las mismas que estarán equipadas con mobiliarios únicos, hechos a base de materiales reciclados.

Además, contará con áreas comunes tales como cocina compartida, balcones con hamacas, terraza con vista de 360°, zonas de lectura y ocio.

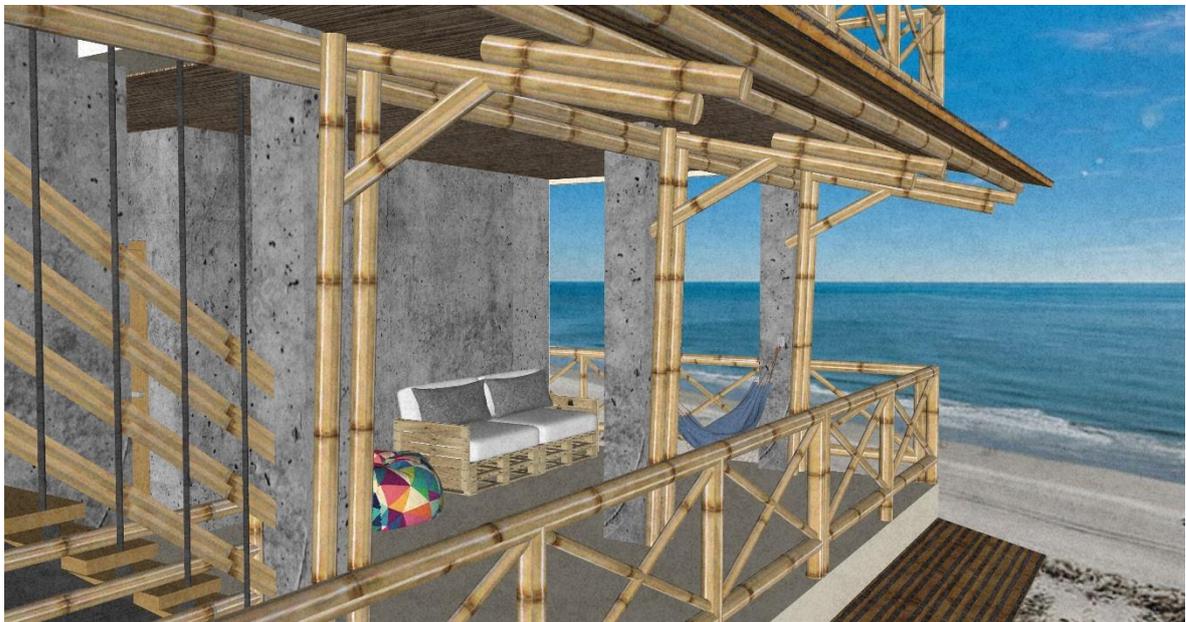


Imagen 33: "Traveler's Bay Hostel" Balcón

Elaborado por: Andrea Rojas



Imagen 34: "Traveler's Bay Hostel" Interiores  
Elaborado por: Andrea Rojas



Imagen 35: "Traveler's Bay Hostel" Interiores  
Elaborado por: Andrea Rojas

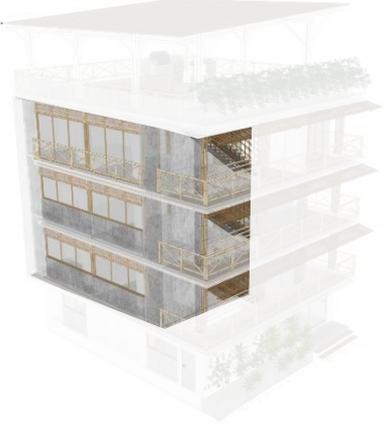
- Diferenciación de la entrega: El hostel ofrecerá un servicio al cliente eficaz y amistoso, con un excelente manejo de idiomas, enfocado en gestionar oportunamente el tiempo de atención, agilizar resolución de las solicitudes de los huéspedes, facilitar información consistente por parte de todo el equipo del establecimiento y desarrollar protocolos de aseo y servicio que permitan mejorar continuamente las respuestas del personal ante los requerimientos de los usuarios.

Es importante entonces describir los productos centrales y complementarios del servicio a ofertar.

#### **7.3.1.1. Servicio Central**

Este término se usa para referirse al "*beneficio más básico que compra el cliente*" (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011), por lo que podemos definir que el servicio central del proyecto en estudio es la renta de habitaciones por noche.

De manera que, se señalará brevemente las características que presentan las diferentes tipologías de habitaciones contempladas dentro de la edificación, que le proporcionarán al cliente condiciones óptimas para su uso.

Servicio de Alojamiento	
Tipo de Habitaciones	Características
<p>Tipo 1: Habitación Compartida 6p</p> 	<p>Ubicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Planta 2,3 y 4 con vista a los alrededores</li> </ul> <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 3 literas con colgador de ropa</li> <li> Baño dentro y fuera de la habitación (ducha, inodoro y lavamanos con espejo).</li> </ul> <p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Wifi gratis</li> <li> TV pagada gratis</li> <li> Aire acondicionado</li> <li> Lockers</li> <li> Artículos de aseo gratis (shampoo, jabón, toallas, papel higiénico)</li> </ul>
<p>Tipo 2: Habitación Compartida 4p</p> 	<p>Ubicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Planta 2 y 3 con vista al mar</li> </ul> <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 2 literas con colgador de ropa</li> <li> Baño dentro y fuera de la habitación (ducha, inodoro y lavamanos con espejo).</li> </ul> <p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Wifi gratis</li> <li> TV pagada gratis</li> <li> Aire acondicionado</li> <li> Lockers</li> <li> Artículos de aseo gratis (shampoo, jabón, toallas, papel higiénico)</li> </ul>
<p>Tipo 3: Habitación doble regular</p> 	<p>Ubicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Planta 1 con vista a los alrededores</li> </ul> <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 1 cama matrimonial</li> <li> Armario – Repisero</li> <li> Mini área de estar</li> <li> Baño dentro de la habitación (ducha, inodoro y lavamanos con espejo).</li> </ul> <p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Wifi gratis</li> <li> TV pagada gratis</li> <li> Aire acondicionado</li> <li> Caja fuerte para asegurar pertenencias</li> <li> Artículos de aseo gratis (shampoo, jabón, toallas, papel higiénico)</li> </ul>

<p>Tipo 4: Habitación doble especial</p> 	<p>Ubicación:   Planta 4 con vista al mar</p> <p>Equipamiento:   1 cama matrimonial   1 escritorio   1 closet   Baño dentro de la habitación (ducha, inodoro y lavamanos con espejo).   Balcón</p> <p>Servicios:   Wifi gratis   TV pagada gratis   Aire acondicionado   Caja fuerte para asegurar pertenencias   Artículos de aseo gratis (shampoo, jabón, toallas, papel higiénico)</p>
<p>Tipo 5: Suite especial</p> 	<p>Ubicación:   Planta 4 con vista al mar</p> <p>Equipamiento:   1 cama matrimonial   1 área de Tv   1 gabinete de cocina   Baño dentro de la habitación (walk in closet, ducha, inodoro y lavamanos con espejo).   Balcón</p> <p>Servicios:   Wifi gratis   TV pagada gratis   Aire acondicionado   Caja fuerte para asegurar pertenencias   Artículos de aseo gratis (shampoo, jabón, toallas, papel higiénico)</p>

Tabla 60: Características del Servicio de Alojamiento  
 Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.1.2. Servicios Complementarios

Por otra parte, se conoce como servicios complementarios a aquellos que “respaldan o mejoran el servicio central” (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011).

En el presente proyecto se contemplaron los siguientes servicios complementarios con el objetivo principal de hacer más placentera la experiencia de los usuarios y por consiguiente beneficiar al proyecto creando ventaja competitiva:

- Espacios de ocio y esparcimiento (Sala comunal, Balcones con hamacas, Terraza con hermosa vista al mar y a los alrededores).
- Estancia de lectura.
- Cocina compartida, misma que los huéspedes podrán hacer uso para preparar sus alimentos y compartir sus costumbres. (Se implementarán horarios para su uso adecuado).
- Registros de entrada y salida
- Recepción y Seguridad 24h
- Gestión de reservas
- Wifi en todas las instalaciones del hostel
- Jornadas de limpieza más frecuentes
- Traslado de pago
- Actividades de integración
- Asistencia Turística y paseos guiados (por convenios con agencias de viajes)

### **7.3.1.3. Nombre y Logo**

Parte importante del producto, además de los servicios que intervienen, es su marca e imagen ya que contribuyen al éxito del mismo. Según Kotler una marca es *“un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de estos elementos que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio”*. Existen ciertas cualidades con las que debe contar un nombre de marca, y estos son:

- Sugerir algo cerca de los beneficios y cualidades del producto
- Ser fácil de pronunciar, reconocer y recordar
- Ser distintivo
- Ser extensible
- Ser de fácil traducción a otros idiomas
- Posibilidad de registro para protegerlo legalmente

(Kotler & Armstrong, 2008)

Ante lo expuesto, el nombre seleccionado para el proyecto fue “**Traveler’s Bay Hostel**”, el mismo que pretende conectar directamente con el mercado objetivo. Puesto que el hostel está dirigido para **viajeros** aventureros, que buscan interactuar con otros viajeros, conocer otras culturas, amantes de la playa y de la diversión.

Para la creación del logotipo se propone manejar un lenguaje sencillo, que acentúe y remarque el nombre del proyecto haciendo uso de los elementos principales que caracterizan a Montañita, esto es una tabla de surf y una silueta del mar. De tal forma que logre posicionarse en la mente del consumidor.



Imagen 36: Logo "Traveler's Bay Hostel"  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.2. Plan de Plaza /Distribución

Uno de los pilares fundamentales de una estrategia de distribución hotelera es la selección adecuada de los canales sobre los que se comercializarán las habitaciones y servicios del establecimiento, pues permitirán cumplir con los objetivos del hostel no solo en el ámbito de marketing y ventas sino también financieros.

Hoy en día la industria hotelera se ha transformado notablemente producto de la era digital que atraviesa el mundo. Por lo que resulta imperativo monitorear y gestionar la imagen del producto en todos los portales de venta.

#### 7.3.2.1. Canales de Distribución

A pesar de contar con una variedad de modalidades en cuanto a la clasificación de estos canales, se consideró asociarlo a la forma en que este tipo de establecimientos turísticos se conecta con el mercado y el medio que usan para llevarlo a cabo, lo que nos lleva a lo siguiente:

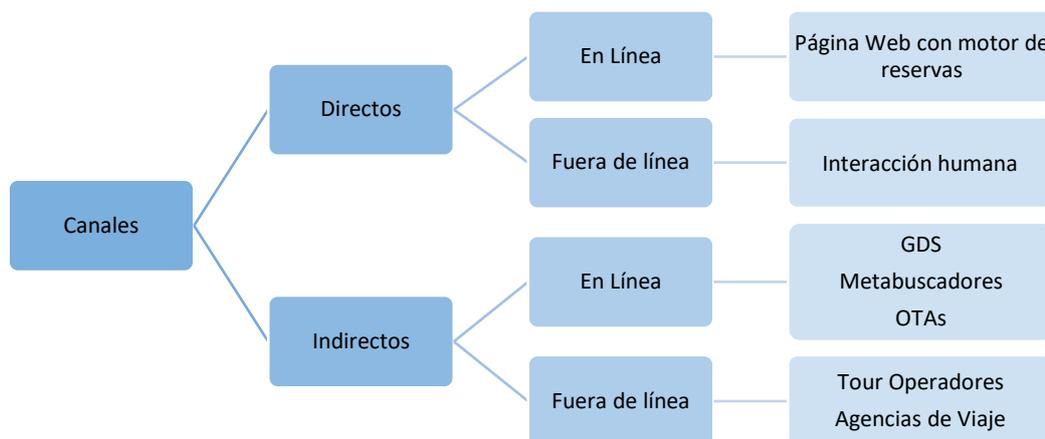


Gráfico 93: Canales de Distribución

Fuente: (Intelihoteles, 2019)

Elaborado por: Andrea Rojas

- **Canales Directos:** Se refiere a la inexistencia de intermediarios entre el cliente y el establecimiento, toda vez que su distribución lo realiza directamente este último. Según el medio que utilice para lograr una venta efectiva se clasifica en “en línea” u “online”, esto es cuando se cuenta con un sitio web y “fuera de línea” u “offline” cuando se requiere de interacción humana.
- **Canales Indirectos:** Se refiere a cuando existe al menos un intermediario entre el turista y el hostel. En función del medio utilizado para efectuar la reserva, estos pueden diferenciarse de la misma manera “en línea” u “online” y “fuera de línea” u “offline”.

Dentro de los canales indirectos en línea existen:

- Sistema de Distribución Global o GDS. – “Red avanzada de agencias de viaje que se especializan en vender y reservar productos de viaje” (...) “opera como un portal para agentes, conectándoles con hoteles y viceversa” (Siteminder, 2020).

Entre los más reconocidos están Sabre, Travelport y Amadeus.

- Metabuscadores. – Facilitador de procesos de búsqueda, puesto que reúne información variada de las tarifas y disponibilidades de los establecimientos. Por ejemplo, TripAdvisor o Trivago.
- OTAs (Online Travel Agencies). – Sitios web dedicados a la venta de servicios dentro del sector de viajes. Por ejemplo, Booking, Expedia, Despegar, etc.

Dentro de los canales indirectos fuera de línea existen:

- Tour Operadores. – Compañía que crea y comercializa paquetes turísticos a las agencias de viaje. (Entornoturístico, s.f.)
- Agencias de Viaje. – Empresa que da servicio al viajero mediante la venta de paquetes de viaje y servicios turísticos. (Entornoturístico, s.f.)

Una vez identificados los canales se debe decidir el grado de cobertura que se busca alcanzar del mercado. Es entonces donde surge la distribución intensiva, exclusiva y selectiva. Intensiva, cuando se quiere contratar la mayor cantidad de canales posibles con la finalidad de llegar a un gran número de turistas; Exclusiva, cuando el establecimiento selecciona un solo distribuidor para un tipo de canal y segmento específico; Selectivo, combina la exclusividad con la intensidad.

Ante lo expuesto, es necesario aclarar que no se trata de contar con todos los canales posibles, sino en elegir el o los canales adecuados para el tipo de establecimiento hotelero. Por lo que, a la hora de seleccionar un canal de distribución es recomendable considerar algunos criterios tales como:

- Nivel de reconocimiento o posicionamiento del intermediario dentro del mercado.
- Ámbito geográfico en el que se desarrolla.
- Potencial de las ventas.
- Volumen de demanda capaces de atraer
- Costo de intermediación.
- Funcionalidad del canal
- Apoyo tecnológico

### **7.3.2.2. Estrategias de Distribución**

El hostel usará la estrategia de distribución mixta selectiva, es decir, comercializará equilibradamente las habitaciones directamente a través del personal contratado, así como también mediante su propia página web con motor de reservas y cierta cantidad de inventario lo realizará indirectamente a través de un Metabuscador (TripAdvisor) y dos Agencias de Viaje en línea (Booking y Hostelworld) como intermediarios.

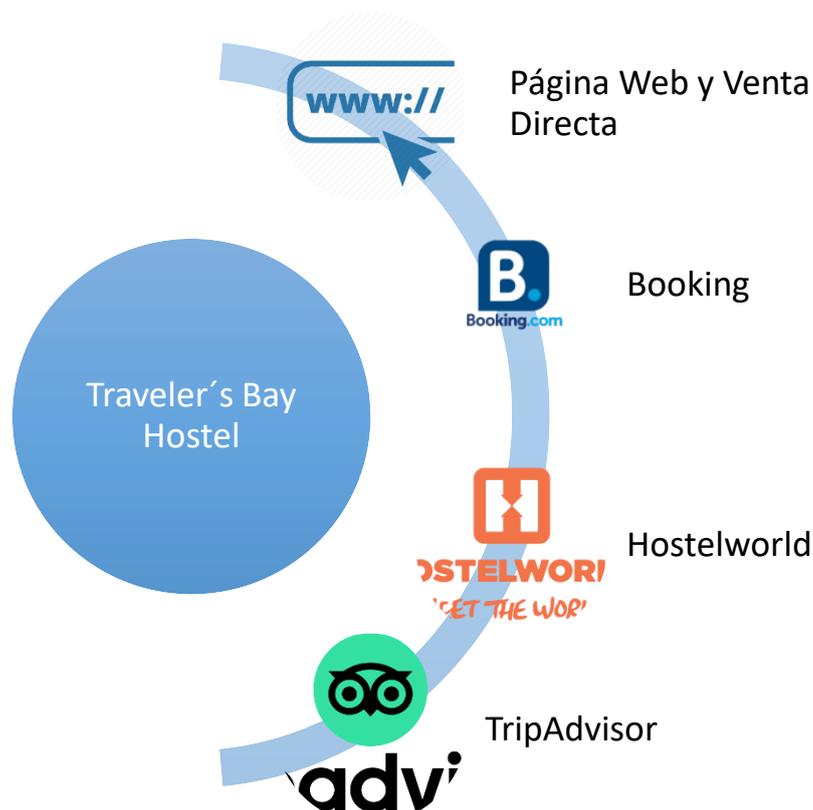


Gráfico 94: Canales de Distribución Seleccionados

Elaborado por: Andrea Rojas

Se asignará el 40% de inventario para dos medios de canales indirectos en línea seleccionados, a quienes se les cancelará el 5% de comisión por ventas, representando el 2% del total de ventas realizadas, tomando en consideración todos los medios utilizados.

Sin embargo, los esfuerzos estarán enfocados en el desarrollo y mejora constante del sitio web propio del hostel y dirigir el tráfico hacia él, pues se busca generar ventas directamente a través de la misma, con la finalidad de conseguir mayor margen de ganancias reduciendo los costos por distribución.

Se trabajará en facilitar las reservas digitales a través de celulares inteligentes o tabletas, puesto que hoy en día este medio de reservas crece a un ritmo acelerado a nivel mundial.

Se creará un motor de reserva que cuente con un entorno sencillo, de fácil intuición, que ofrezca ofertas especiales, que se adapte a cualquier dispositivo móvil y un servicio postventa de alta calidad.

### **7.3.3. Plan de Promoción**

La promoción cumple un rol muy importante dentro de la mezcla del marketing, puesto que no existe un producto o servicio desarrollado al cual se le haya fijado un precio y establecido su distribución, que haya sobrevivido en el mercado sin promoción alguna. Es a través de ella que se informa, se persuade y se recomienda al consumidor potencial acerca del producto o servicio ofertado.

En la actualidad existe una gran variedad de formas de promoción haciendo uso de redes sociales, medios de comunicación tradicional, eventos, vallas publicitarias, páginas web, entre otros. Sin embargo, al ser un hostel pequeño se debe hacer uso de los medios y herramientas adecuadas que permitan incrementar su visibilidad y por consiguiente atraiga la mayor cantidad de turistas posibles, sin que signifique grandes inversiones que afecten su rentabilidad.

#### **7.3.3.1. Canales y herramientas de promoción**

Los canales y herramientas que se alinean a los objetivos del hostel en estudio son los siguientes:

##### **7.3.3.1.1. Página Web**

La página web juega un papel determinante en la captación de huéspedes, por lo que la misma contará con:

- Diseño sencillo e intuitivo que se adapte a cualquier dispositivo tecnológico y disponibilidad del contenido en varios idiomas (español, inglés y francés).
- Motor de reserva que permita al cliente realizar la reserva directamente en la página del hostel y automáticamente genere el correo de confirmación de dicha reserva.
- Chat para web que permita brindar asistencia y respuestas inmediatas.
- Herramientas visuales tales como videos y galería de fotos de alta resolución de todas las instalaciones de la edificación con su respectiva descripción breve.
- Información de contacto y establecimiento de políticas claras.

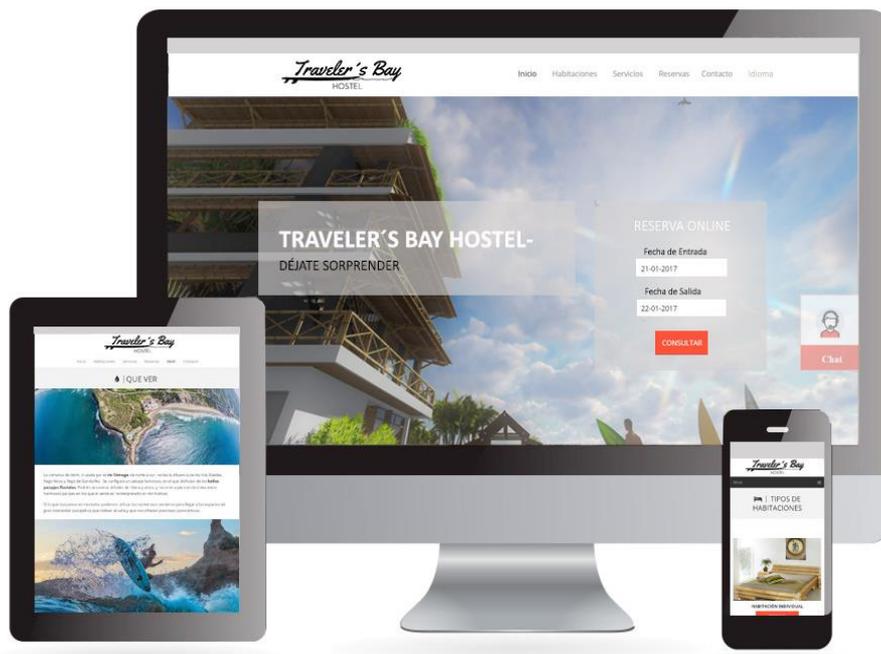


Imagen 37: Conceptualización de la Página Web  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.3.1.2. SEO (Search Engine Optimization)

Se trabajará en la optimización para motores de búsqueda, esto es, mejorar el posicionamiento del proyecto en los primeros resultados de búsqueda, a través de la creación de un blog que comparta contenidos de interés para la audiencia, inclusión de links y palabras clave. De esta manera, se consigue posicionamiento en Google con naturalidad y a la vez se crea marca.

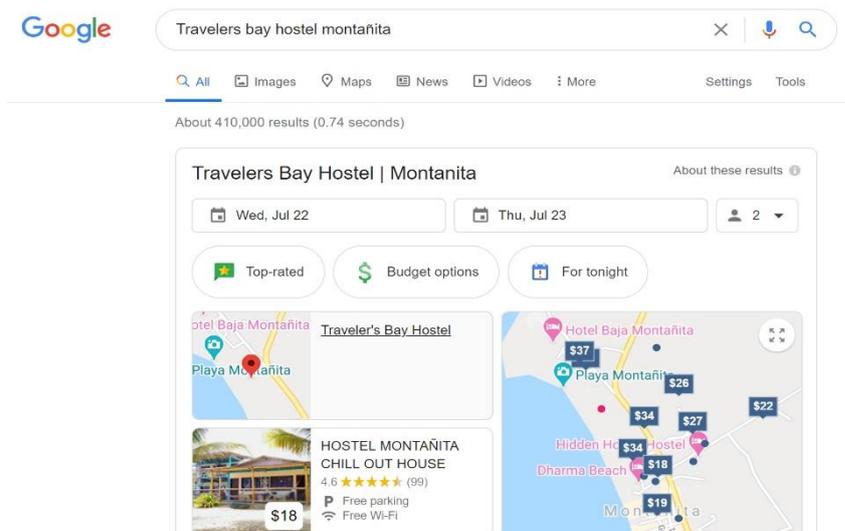


Imagen 38: Búsqueda Local  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.3.1.3. Redes Sociales

Toda vez que las estadísticas demuestran que gran porcentaje de los viajeros utilizan las redes sociales en su proceso de búsqueda y reserva de habitaciones, resulta imperativo que el hostel posea cuentas activas en aquellas redes más importantes como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. De hecho, se considerará crear cuentas en otras redes así no sea activa para esos casos en que los huéspedes estén queriendo etiquetarnos.

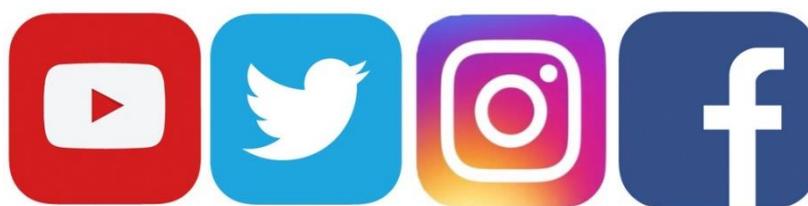


Imagen 39: Iconos de Redes Sociales

Fuente: (Marsociety, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.3.1.4. Volantes

Si bien es cierto que el marketing online es un medio de publicidad que actualmente está captando cada vez más la atención del consumidor, considero que los flyers o volantes como tipo de publicidad clásica, siguen siendo una estrategia solvente para dar a conocer un servicio o producto ya que atrae uno de nuestros sentidos como lo es el tacto. Por lo que, esta herramienta será utilizada en menor proporción dentro del plan de promoción.

Cabe señalar que su aplicación requiere de poca inversión y su llegada a la audiencia es masiva.



Imagen 40: Conceptualización de Volante

Elaborado por: Andrea Rojas

### **7.3.3.2. Estrategia de Promoción**

La emergencia de salud que atraviesa el mundo, exige un cambio de estrategia de promoción en la industria hotelera. Puesto que es necesario que la misma sea más humana y muestre empatía ante las nuevas necesidades de los viajeros. De manera que, el proyecto contemplará lo siguiente:

- Flexibilizar políticas de cancelación de reservas.
- Facilitar reprogramaciones de reservas sin costo.
- Direccionar esfuerzos en tiempo y dinero hacia los canales de venta directa online para conseguir mayor rentabilidad por cada reserva.
- Participación mínima necesaria dentro de las OTAs.
- Estar activos en las redes sociales más influyentes.
- Promover prolongación de estancias ofreciendo valores añadidos sin costo, como actividades en la playa u obsequiar frutos del huerto creado en la terraza.
- Promover reservas en canales directos ofreciendo atención personalizada.
- Compartir en redes acciones de responsabilidad social que realiza el establecimiento y que aportan a la comunidad.
- Compartir en redes medidas de higiene tomadas para mantener las instalaciones libres de bacterias.
- Promocionar no solo el establecimiento sino el destino.
- Crear contenido en el blog que informe y motive la experiencia de viaje.
- Socializar con las entidades municipales que promueven el turismo de la zona.

### **7.3.4. Distribución del Gasto**

Una vez establecidas las ventas se consideró un total del 5% de las mismas para destinarlo a gastos de publicidad y distribución, en donde se estableció un porcentaje del 2% para la comisión de ventas y el 3% restante para la promoción y distribución del hostel a través de los diferentes canales seleccionados afines al propósito del hostel.

En el siguiente recuadro se puede visualizar, a manera de resumen, los valores asignados para los diferentes medios y herramientas de promoción que permitirán dar a conocer el establecimiento y por consiguiente lograr la rentabilidad esperada.

Gastos de Comercialización		
% venta	Descripción	Anual
3%	Pág. Web (Hosting, Dominio, mantenimiento, otros)	\$800.00
	Pautas y Artes	\$4,800.00
	Medios Tradicionales	\$1,200.00
2%	Comisión por ventas (2% de ingresos)	\$4,426.78
	<b>Total</b>	<b>\$11,226.78</b>

Tabla 61: Gastos de Comercialización  
Elaborado por: Andrea Rojas

Cabe señalar que, en vista de que las estadísticas históricas afirman que la mayor parte de los ingresos de alojamientos son generados a través de canales online, se plantea distribuir el gasto de marketing de la siguiente manera: el 89% online y el 11% offline. Tal como se muestra en el gráfico Nro.89.



Gráfico 95: Distribución del Gasto - Marketing  
Elaborado por: Andrea Rojas

Los gastos serán repartidos en la misma proporción en función de los ingresos por año. Por lo tanto, el cronograma del plan promocional del hostel se desarrolla de la siguiente manera:

Cronograma de Distribución de Gastos														
Actividades	Recurso		Calendarización (meses)											
	Costo	Tiempo (mes)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov	Dic.
Página web	\$800	1	\$800											
Pautas y Artes	\$4,800	12	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$300
Medios Tradicionales-Volantes	\$1,200	12	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
Comisión Otas	\$4,427	12	\$463	\$463	\$463	\$463	\$463	\$316	\$316	\$316	\$316	\$191	\$191	\$463
Totales	\$11,227	-	\$1,663	\$863	\$863	\$863	\$863	\$916	\$916	\$916	\$916	\$791	\$791	\$863

Temporada Alta ■ Temporada Media ■ Temporada Baja ■

Tabla 62: Cronograma de Distribución de Gastos  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.5. Plan de Precio

Una de las decisiones cruciales que deben tomarse para cumplir con los objetivos comerciales planteados en un proyecto, es el establecimiento del precio adecuado que permita una operación eficiente del mismo. Al ser un proyecto de carácter hotelero, se determinará el mejor precio para las habitaciones ofertadas.

#### 7.3.5.1. Fijación del Precio

Al momento de fijar los precios más convenientes para el proyecto, es importante lograr definir la tarifa base, para ello se tomaron en consideración los siguientes parámetros:

- Los costos anuales estimados, los mismos que permiten estar al tanto de las necesidades económicas recurrentes que tenga el establecimiento. Información que se obtuvo en el capítulo de costos.
- La demanda del mercado, basado en datos históricos con la finalidad de poder determinar el porcentaje de ocupación al que se debería apuntar sin afectar la estabilidad en relación a los gastos. Información obtenida en el capítulo de mercado.

Porcentaje de Ocupación en Función de Temporada			
Temporada	Meses	Porcentaje de Ocupación	
Temporada Alta	Enero		
	Febrero	Días entre semana	70%
	Marzo		
	Abril	Fines de semana	90%
	Mayo		
Temporada Media	Diciembre		
	Junio		
	Julio	Días entre semana	50%
	Agosto	Fines de semana	65%
	Septiembre		
Temporada Baja	Octubre	Días entre semana	30%
	Noviembre	Fines de semana	45%

Tabla 63: Porcentaje de Ocupación en función de Temporada  
Elaborado por: Andrea Rojas

- Los precios manejados por la competencia. Información obtenida en el capítulo de mercado. De tal forma que los precios a establecer no se disparen en mayor o menor costo con respecto de lo que se está ofertando en la zona.

Precios Referenciales del Mercado			
Habitaciones	Rango		Comentario
	Mínimo	Máximo	
Habitaciones Compartidas	\$6 por persona	\$19 por persona	Varían en función del área y servicios con los que cuenta cada habitación (climatización, baño, vista y balcón)
Habitación Doble	\$30 por habitación	\$79 por habitación	
Suite	\$80 por habitación	\$120 por habitación	

Tabla 64: Rango de precios por tipo de habitaciones  
Elaborado por: Andrea Rojas

Con base a la información antes mencionada se considera aplicar un valor intermedio dentro del rango de precios que maneja la competencia, con el objetivo de lograr un mejor desenvolvimiento en el mercado. La siguiente tabla presenta los precios establecidos para cada tipo de habitación a ofertar, resultando un valor de ingreso total de \$911 la noche con un 100% de ocupación del hostel.

Establecimiento de Precios												
Segmento	Tipo de habitación	Cap.	Cant.	m2	Características					Tarifa Estándar		Total
					Cama	Baño	A.C.	Caja Fuerte	Balcón	Precio por Persona	Precio de Habitación por Noche	
Segmento A	1.Habitación Compartida	4	2	20	2 Litera (s)	Privado	Si	locker	No	\$ 15.00	\$60.00	\$120.00
	2.Habitación Compartida	4	2	17	2 Litera (s)	Compartido	Si	locker	No	\$ 12.00	\$48.00	\$96.00
	3.Habitación Compartida	6	3	25	3 Litera (s)	Privado	Si	locker	Si	\$12.00	\$72.00	\$216.00
	4.Habitación Compartida	6	3	24	3 Litera (s)	Compartido	Si	locker	Si	\$ 10.00	\$ 60.00	\$180.00
Segmento B	5.Habitación Doble	2	1	18	1 2 plazas	Privado	Si	Si	No		\$65.00	\$65.00
	6.Habitación Doble	2	1	22	1 2 plazas	Privado	Si	Si	No		\$65.00	\$65.00
	7.Habitación Doble	2	1	23	1 2 plazas	Privado	Si	Si	Si		\$71.50	\$71.50
	8.Mini Suite	2	1	37	1 2 plazas	Privado	Si	Si	Si		\$97.50	\$97.50
											<b>\$911.00</b>	

Tabla 65: Establecimiento de Precios  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.5.2. Estrategias del Precio

La estrategia de precio adoptado es de carácter dinámico, es decir que su incremento se realizará en primera instancia dependiendo de los beneficios con los que cuente la habitación y luego se aplica un porcentaje de incremento en función de la temporada (baja/ media/alta) y feriados de mayor actividad turística (Carnaval/Semana Santa/Fin de Año). Por lo que, se contemplaron porcentajes de acuerdo a la tabla que se presenta a continuación:

Incremento de Precios en Función de Temporada y Feriados	
Descripción	Incremento %
Temporada Baja	0%
Temporada Media	5%
Temporada Alta	10%
Feriados: Carnaval, Semana Santa, Fin de Año	20%

Tabla 66: Incremento de Precios en Función de Temporada y Feriados  
Elaborado por: Andrea Rojas

De manera que, aplicando los porcentajes de incremento a los precios base de las habitaciones ofertadas, se obtuvo un total de ingreso por noche en temporada media de \$956.55, en temporada alta de \$1,002.10 y en feriados especiales de \$1,129.92 con un 100% de ocupación del hostal.

Tarifas establecidas por habitación									
Tipo de Habitación	Tarifa Temporada Media			Tarifa Temporada Alta			Tarifa Feriados		
	Precio por Persona	Precio de Habitación por Noche	Total	Precio por Persona	Precio de Habitación por Noche	Total	Precio por Persona	Precio de Habitación por Noche	Total
1	\$15.75	\$63.00	\$126.00	\$16.50	\$66.00	\$132.00	\$18.75	\$75.00	\$150.00
2	\$12.60	\$50.40	\$100.80	\$13.20	\$52.80	\$105.60	\$15.00	\$60.00	\$270.00
3	\$12.60	\$75.60	\$226.80	\$13.20	\$79.20	\$237.60	\$15.00	\$90.00	\$270.00
4	\$10.50	\$63.00	\$189.00	\$11.00	\$66.00	\$198.00	\$12.50	\$75.00	\$225.00
5		\$68.25	\$68.25		\$71.50	\$71.50		\$78.00	\$78.00
6		\$68.25	\$68.25		\$71.50	\$71.50		\$78.00	\$78.00
7		\$75.08	\$75.08		\$78.65	\$78.65		\$85.80	\$85.80
8		\$102.38	\$102.38		\$107.25	\$107.25		\$117.00	\$117.00
			<b>\$956.55</b>			<b>\$1,002.10</b>			<b>\$1,123.80</b>

Tabla 67: Tarifas establecidas por habitación en Temporadas y Feriados  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 7.3.5.3. Flujo de Ingresos

Para la estimación del flujo de ingresos proyectados en 15 años se registraron los días entre semana y fines de semana que contiene cada año (ver Anexo), los mismos que fueron resumidos en la tabla Nro. 6. Además, se consideraron como supuestos una variación positiva anual del 3% en precios y los porcentajes de ocupación del hostel detallados en la tabla Nro. 68.

Resumen Anual de Días															
Totales/ Años	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
<b>Total Días Fines de Semana</b>	<b>104</b>	<b>105</b>	<b>107</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>106</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>105</b>	<b>105</b>	<b>104</b>
Temporada Alta	52	53	55	51	51	52	52	54	52	51	51	52	53	53	52
Temporada Media	34	34	35	36	35	34	34	35	36	36	35	34	34	35	36
Temporada Baja	18	18	17	17	18	18	18	17	16	17	18	18	18	17	16
<b>Total Días Entre Semana</b>	<b>261</b>	<b>260</b>	<b>258</b>	<b>262</b>	<b>261</b>	<b>261</b>	<b>261</b>	<b>260</b>	<b>261</b>	<b>261</b>	<b>261</b>	<b>262</b>	<b>260</b>	<b>260</b>	<b>261</b>
Temporada Alta	130	129	127	132	131	130	130	129	130	131	131	131	129	129	130
Temporada Media	88	88	87	86	87	88	88	87	86	86	87	88	88	87	86
Temporada Baja	43	43	44	44	43	43	43	44	45	44	43	43	43	44	45
<b>Total Días</b>	<b>365</b>	<b>365</b>	<b>365</b>	<b>366</b>	<b>365</b>	<b>365</b>	<b>365</b>	<b>366</b>	<b>365</b>	<b>365</b>	<b>365</b>	<b>366</b>	<b>365</b>	<b>365</b>	<b>365</b>
<b>Total Días Temporada Alta</b>	<b>182</b>	<b>182</b>	<b>182</b>	<b>183</b>	<b>182</b>	<b>182</b>	<b>182</b>	<b>183</b>	<b>182</b>	<b>182</b>	<b>182</b>	<b>183</b>	<b>182</b>	<b>182</b>	<b>182</b>
<b>Total Días Temporada Media</b>	<b>122</b>														
<b>Total Días Temporada Baja</b>	<b>61</b>														

Tabla 68: Resumen Anual de Días

Elaborado por: Andrea Rojas

Ingresos Anuales por Noche según Temporada y Feriados															
Ingresos por Noche/Años	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Feriados Importantes	\$1,124	\$1,124	\$1,158	\$1,192	\$1,228	\$1,265	\$1,303	\$1,342	\$1,382	\$1,423	\$1,466	\$1,510	\$1,556	\$1,602	\$1,650
Temporada Alta	\$1,002	\$1,002	\$1,032	\$1,063	\$1,095	\$1,128	\$1,162	\$1,197	\$1,232	\$1,269	\$1,308	\$1,347	\$1,387	\$1,429	\$1,472
Temporada Media	\$957	\$957	\$985	\$1,015	\$1,045	\$1,077	\$1,109	\$1,142	\$1,176	\$1,212	\$1,248	\$1,286	\$1,324	\$1,364	\$1,405
Temporada Baja	\$911	\$911	\$938	\$966	\$995	\$1,025	\$1,056	\$1,088	\$1,120	\$1,154	\$1,189	\$1,224	\$1,261	\$1,299	\$1,338

Tabla 69: Ingresos Anuales por Noche según Temporada y Feriados

Elaborado por: Andrea Rojas

El cruce de datos permitió generar el flujo de ingresos estimados, los mismos que se detallan en la tabla Nro. 70, donde se puede observar los saldos parciales y acumulados.

		Flujo de Ingresos Anuales Esperados														
Ocupación	Días	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
<b>Fines de Semana</b>																
90%	Temporada Alta	\$-	\$48,457	\$51,769	\$49,495	\$50,980	\$53,524	\$55,130	\$58,938	\$58,478	\$59,099	\$60,872	\$63,911	\$67,076	\$69,089	\$69,837
65%	Temporada Media	\$-	\$21,140	\$22,414	\$23,746	\$23,779	\$23,793	\$24,507	\$25,984	\$27,529	\$28,354	\$28,394	\$28,410	\$29,262	\$31,027	\$32,871
45%	Temporada Baja	\$-	\$7,379	\$7,178	\$7,394	\$8,063	\$8,305	\$8,554	\$8,322	\$8,067	\$8,828	\$9,628	\$9,917	\$10,214	\$9,936	\$9,632
<b>Entre Semana</b>																
70%	Temporada Alta	\$-	\$90,490	\$91,759	\$98,233	\$100,413	\$102,636	\$105,715	\$108,049	\$112,154	\$116,407	\$119,899	\$123,496	\$125,259	\$129,017	\$133,917
50%	Temporada Media	\$-	\$42,088	\$42,858	\$43,637	\$45,468	\$47,371	\$48,792	\$49,684	\$50,587	\$52,104	\$54,292	\$56,563	\$58,260	\$59,326	\$60,403
30%	Temporada Baja	\$-	\$11,752	\$12,386	\$12,758	\$12,842	\$13,227	\$13,624	\$14,359	\$15,126	\$15,233	\$15,334	\$15,794	\$16,267	\$17,145	\$18,060
<b>Total Parcial</b>		\$-	\$221,306	\$228,365	\$235,262	\$241,546	\$248,856	\$256,322	\$265,336	\$271,949	\$280,026	\$288,418	\$298,090	\$306,339	\$315,539	\$324,721
<b>Total Acumulado</b>		\$-	\$221,306	\$449,671	\$685,933	\$926,479	\$1,175,335	\$1,431,657	\$1,696,993	\$1,968,941	\$2,248,968	\$2,537,386	\$2,835,476	\$3,141,815	\$3,457,354	\$3,782,075

Tabla 70: Flujo de Ingresos Anuales Esperados

Elaborado por: Andrea Rojas

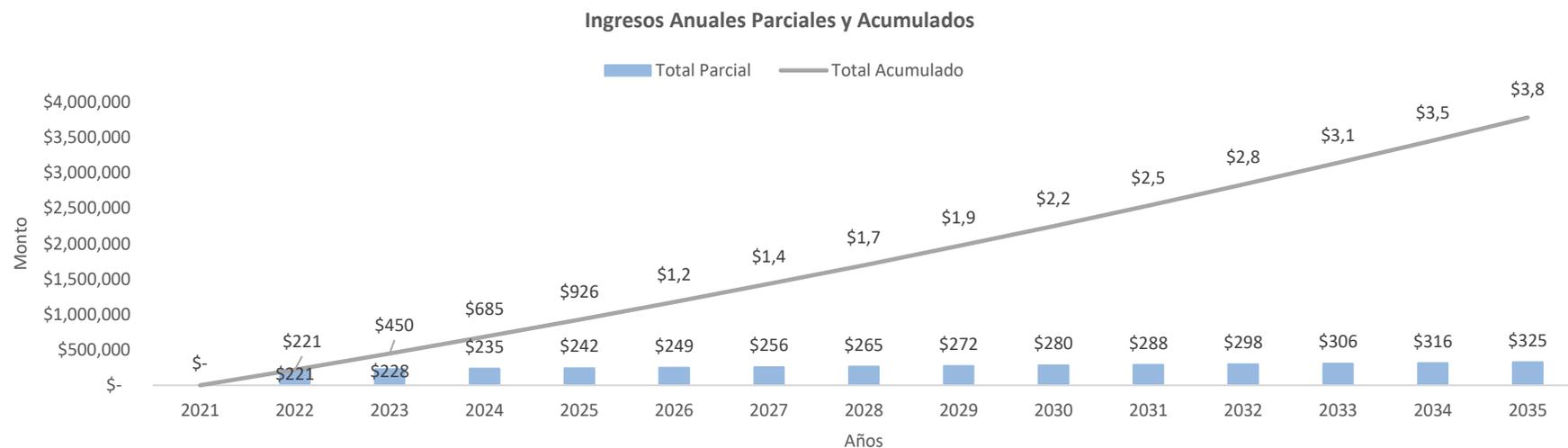


Gráfico 96: Ingresos Anuales Parciales y Acumulados

Elaborado por: Andrea Rojas

## 7.4. Conclusión

Como resultado del análisis de la estrategia comercial, se puede concluir que:

Resultado del Análisis		
Variable	Comentario	Evaluación
Nombre y logotipo del Hostal	<p>El nombre del hostel asignado “Traveler’s Bay Hostel” pretende conectar directamente con el mercado objetivo, esto es viajeros aventureros que buscan interactuar con otros viajeros, conocer otras culturas, amantes de la playa y de la diversión.</p> <p>En cuanto al logotipo maneja un lenguaje sencillo, que de forma literal acentúa el nombre del hostel haciendo uso de los elementos principales que caracterizan a Montañita (tabla de surf y silueta de mar) con la finalidad de que logre posicionarse en la mente del consumidor.</p> <p>En cumplimiento con las recomendaciones de Kotler, se puede decir que es fiel al concepto, sugiere las cualidades del producto y es fácil de recordar.</p>	Positivo
Producto/Servicio	<p>Se aplicará estrategias de:</p> <p>Diferenciación de la oferta: El hostel contará con 14 habitaciones de distintas temáticas en relación al mar y la naturaleza, las mismas que estarán equipadas con mobiliarios únicos hechos a base de materiales reciclados. Además, contará con áreas comunes como cocina compartida, terraza con vista de 360º, zonas de lectura, huerto y ocio.</p> <p>Diferenciación de la entrega: El hostel ofrecerá un servicio al cliente eficaz y amistoso, con un excelente manejo de idiomas, enfocado en gestionar oportunamente el tiempo de atención, agilizar resolución de las solicitudes de los huéspedes, facilitar información consistente por parte de todo el equipo del establecimiento y desarrollar protocolos de aseo y servicio que permitan mejorar continuamente las respuestas del personal ante los requerimientos de los usuarios.</p>	Medio

Plaza/Distribución	El hostel usará la estrategia de distribución mixta selectiva, es decir, comercializará equilibradamente las habitaciones directamente a través del personal contratado, así como también mediante su propia página web con motor de reservas y cierta cantidad de inventario lo realizará indirectamente a través de un Metabusador (TripAdvisor) y dos Agencias de Viaje en línea (Booking y Hostelworld) como intermediarios a quienes se les asignará el 40% de inventario, considerando el 5% de comisión por venta.	Medio
Promoción	Al ser un hostel pequeño se hará uso de medios clave óptimos para llegar al mercado objetivo, que permitan incrementar su visibilidad y por consiguiente atraiga la mayor cantidad de turistas posibles, sin que signifique grandes inversiones que afecten su rentabilidad.  Los canales y herramientas que se alinean a los objetivos del hostel en estudio son los siguientes: Pág. Web, SEO, Redes Sociales, Flyers y OTAs.	Positivo
Precio	La estrategia de precio adoptado es de carácter dinámico, es decir que su incremento se realizará en primera instancia dependiendo de los beneficios con los que cuente la habitación y luego se aplica un porcentaje de incremento en función de la temporada y feriados de mayor actividad turística con una variación anual del 3%.  Cabe señalar que dichos precios se encuentran dentro del rango que maneja la competencia, con el objetivo de lograr un mejor desenvolvimiento en el mercado.  Los ingresos anuales alcanzados con la comercialización de 14 habitaciones ascienden a \$221 mil dólares.	Positivo
Inversión Comercial	Para la ejecución del plan comercial se destinará el 5% de los ingresos totales por venta. De los cuales el 2% se destinará a comisiones por venta.	Positivo

# CAPÍTULO 8

EVALUACIÓN

FINANCIERA

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 8. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 8.1. Introducción

En el mundo de los negocios, el análisis financiero es fundamental para la toma de decisiones acertadas, pues funciona como orientador de operaciones al permitir determinar, mediante los indicadores financieros, los niveles de rentabilidad.

Por lo que, se someterá al proyecto de tesis a dicha evaluación, con la finalidad de comprender su situación financiera, interpretar los resultados operacionales, calcular el posible rendimiento de la inversión, comprender los riesgos a lo que se incurren, para así contar con la certeza de su viabilidad.

#### 8.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Diagnosticar la factibilidad y viabilidad financiera del hostel "Traveler's Bay Hostel" mediante análisis e interpretación objetiva de la información económica y contable del proyecto en mención.

##### Objetivo Específico

- Determinar el flujo neto del proyecto a un horizonte de 14 años con y sin considerar estructura de financiamiento.
- Identificar el comportamiento de los principales indicadores financieros tales como: VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), relación beneficio ingreso / beneficio costo y recuperación de la inversión.
- Determinar puntos críticos ante variaciones % de costo, ingreso y ocupación.
- Establecer las tasas de descuento referenciales para ambas estructuras del proyecto (puro - apalancado).
- Realizar una evaluación comparativa de los indicadores financieros obtenidos en el flujo puro vs el apalancado

Gráfico 97: Objetivos de la Evaluación Financiera  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.1.2. Metodología

La evaluación financiera del presente proyecto se realizará siguiendo el siguiente proceso, con el que se conseguirá conocer la situación del proyecto y su proyección de desenvolvimiento a futuro. Cabe señalar que, las herramientas utilizadas fueron impartidas por Federico Eliscovich, Roberto Salem y Andrés Franco en clases del MDI en curso.

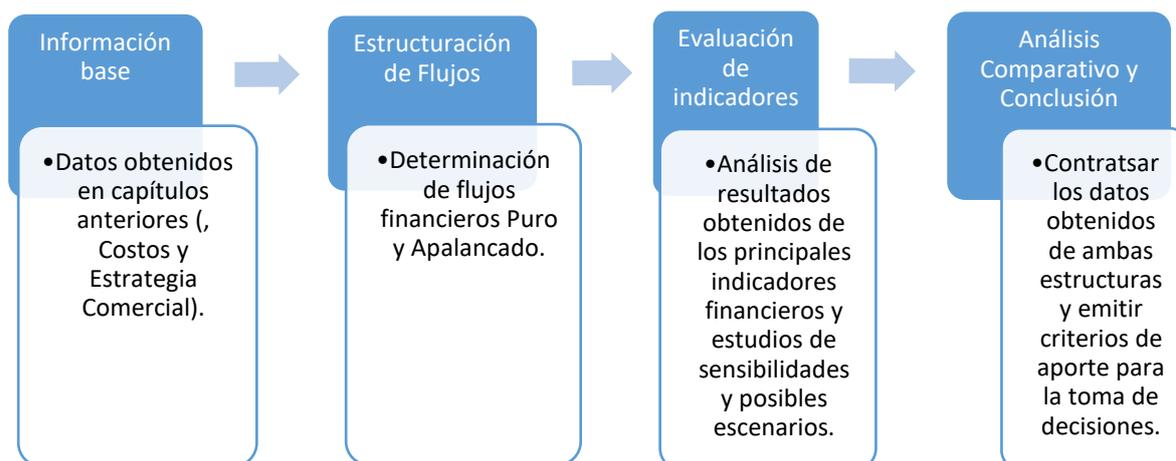


Gráfico 98: Metodología de Evaluación Financiera

Elaborado por: Andrea Rojas

## 8.2. Evaluación Financiera de Proyecto Puro

### 8.2.1. Análisis Estático

Una vez dimensionado los ingresos frente a los gastos que se requiere para llevar a cabo el hostel y reflejado en un estado de flujos de efectivo proyectado a 14 años (ver Anexo) considerando inversiones, impuestos y capital de trabajo, se conciliaron los datos necesarios para determinar su grado de sostenibilidad.

De manera que, su viabilidad es evidente ya que los ingresos ascienden a \$3.8 millones y los egresos a \$2.6 millones resultando una utilidad a la fecha de corte de \$1.2 millones mismo que traducido a porcentajes representa el 31% de margen bruto y 45% de margen de rentabilidad.

Esta información se puede observar, para mejor comprensión, en la tabla expuesta a continuación:

Indicadores Financieros (E)	
Descripción	Valor (millones)
Ingresos	\$3,814,547
Egresos	\$2,625,635
Utilidad	\$1,188,921
ROI (Retorno de la inversión)	242%
Márgenes Bruto: Utilidad en relación a los Ingresos	31%
De Rentabilidad: Utilidad en relación a los gastos	45%

Tabla 71: Análisis Estático - Indicadores Financieros (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 8.2.2. Análisis Dinámico

### 8.2.2.1. Determinación de Tasa de Descuento

Luego de contar con el flujo de fondos netos, para evaluar el proyecto de inversión a nivel de perfil, se procedió a determinar la tasa de descuento, para lo cual se inició estimándola usando de referencia el método CAPM (Capital Asset Pricing Model) o también conocido como el modelo de valoración de activos financieros, para luego contrastarla con el rendimiento esperado del promotor producto de lo que refleja la industria en la zona y así tomar una decisión acertada.

Es importante señalar que, la estimación de la tasa en función de datos obtenidos a la fecha con los efectos del COVID-19, resulta imposible de considerar, puesto que al incorporar en la fórmula el promedio del riesgo país de Ecuador en el 2020, el mismo que superó los 1000 puntos alcanzando el máximo de 6063 según registros, junto con los datos del mercado estadounidense, se obtuvo una tasa de descuento distorsionada y fuera de alcance del 48.59%.

De manera que, para contar con una tasa más estable, se la revaloró usando el mismo modelo, pero con información recopilada del año 2019 hasta febrero del 2020, esto es previo al inicio de la pandemia, en donde el promedio del riesgo país se situó en los 737 puntos, obteniendo una tasa de descuento referencial del 18.38%.

En la siguiente tabla se puede visualizar los valores obtenidos tanto para cada variable como para ambos escenarios. Descartando desde ya el escenario actual.

Método CAPM - Comparativo			
Descripción	Simbología	PRE COVID	CON COVID
		Valor Referente	Valor Actual
Tasa libre de riesgo (30Yr)	$rf$	2.51%	1.55%
Rendimiento de Mercado	$rm$	10.50%	11.07%
Prima de riesgo histórica	$(rm-rf)$	7.99%	9.52%
Coefficiente Hoteles	$\beta$	0.89	0.89
Riesgo País (promedio 3meses2017)	$Rp$	7.37%	30.24%
Tasa de descuento Nominal Anual	$CAPM=rf+\beta(rm-rf)+Rp$	17%	40%
Tasa de descuento Efectiva Anual		18%	49%

Tabla 72: Determinación de Tasa de Descuento con el modelo CAPM  
Fuente: (Market-Risk-Media, 2020) (Damodaran, 2020) (US Department of the Treasury, 2020) (Asobanca, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

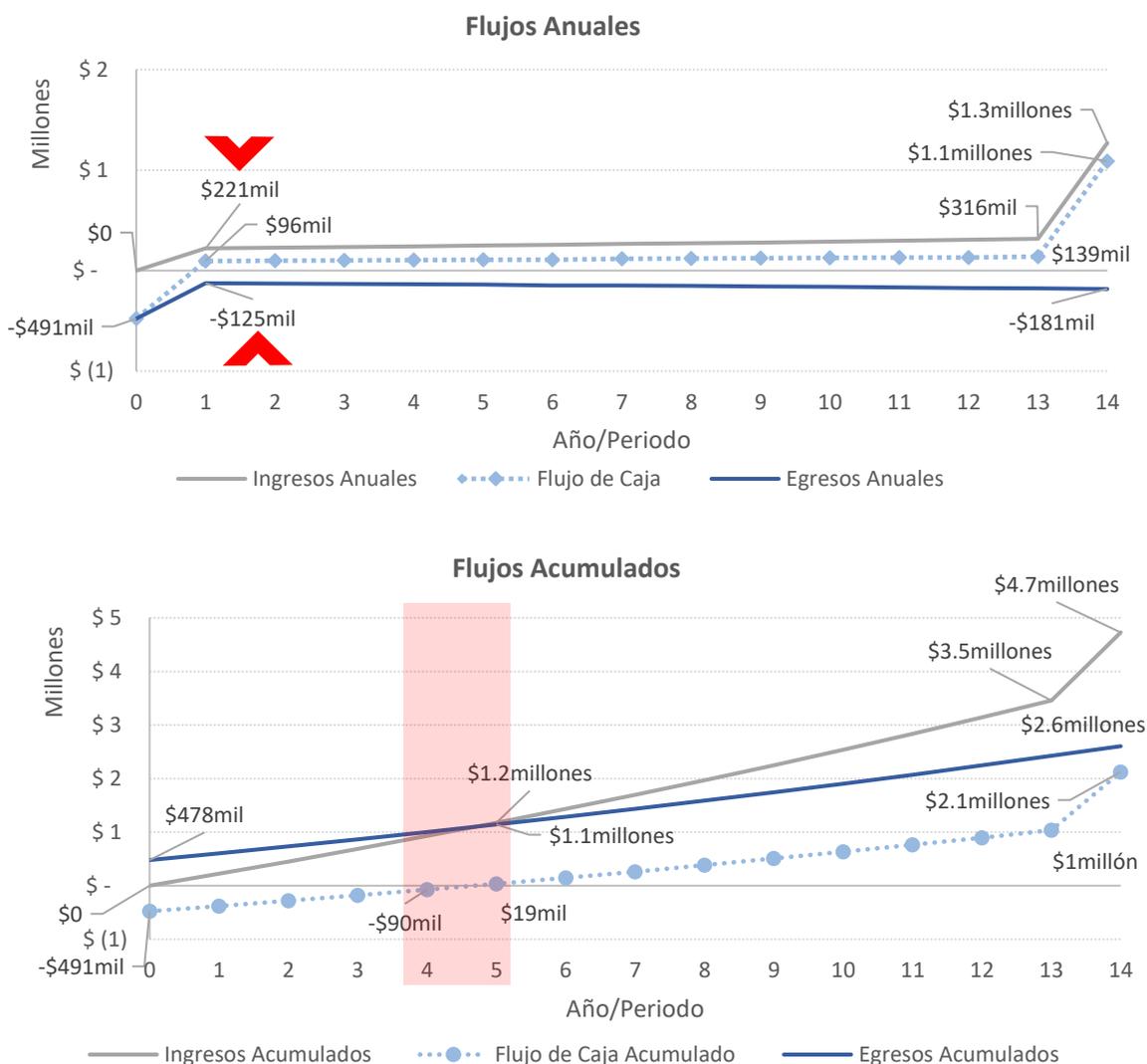
Por otra parte, como dato en la industria hotelera en el país, el rendimiento obtenido ha sido del 18% y mediante consulta realizada al propietario de un hotel en la zona costera, el Ing. en finanzas José Gómez Holguín informa que va del 10 al 15%.

Tomando en consideración lo antes expuesto, se decidió tomar la tasa de mayor porcentaje (18.38%) por temas de factor de incertidumbre.

#### 8.2.2.2. Flujo Financiero Puro

A partir de la información recabada de los capítulos anteriores, se estructuró el correspondiente estado financiero de flujo de efectivo contemplado en un periodo de 14 años, en el que se registró los movimientos equivalentes a cada periodo, considerando en el último periodo perpetuidad, esto es pagos continuos año tras año. Obteniendo así información necesaria para identificar flujos parciales y acumulados tal como se observa en el gráfico Nro. 93.

En resumen, hacer realidad el proyecto requiere de una inversión inicial de USD \$491 mil dólares, valor que incluye costos directos, indirectos, terreno, equipamiento y amoblamiento. Además, se prevén gastos anuales a partir de USD \$125 mil dólares e ingresos anuales a partir de USD \$221 mil dólares, resultando mayor magnitud de ingresos frente a desembolsos. Por lo que, se programa una recuperación de la inversión en el periodo comprendido entre el cuarto y quinto año de operación del proyecto.



**Gráfico 99: Flujos Anuales y Acumulados del Proyecto Puro**  
Elaborado por: Andrea Rojas

Ahora que se cuenta con la información financiera oportuna sobre la operación del proyecto, esto es flujos netos periódicos y la tasa de descuento definida, es posible dar paso al análisis de factibilidad a través de niveles de cumplimiento de criterios en función de los indicadores financieros como VAN y TIR.

### 8.2.2.3. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros a una tasa efectiva del 18.38% se muestran favorables a partir del año 12. Reflejando finalmente un VAN de \$135,965 y una TIR de 23%. Resultados que, en función de los criterios de aceptación establecidos, el proyecto resulta viable puesto que el Valor Actual Neto es mayor que 0 y la TIR excede el rendimiento requerido.

Indicadores Financieros (D)			
Descripción	Criterios de Aceptación	Valor (X)	Resultados de Aceptación
Tasa Efectiva Anual	No Aplica	18.38%	No Aplica
VAN (Valor Actual Neto)	$X > 0$	\$135,965	Positivo
TIR (Tasa Interna de Retorno)	$X > 18.38\%$	23%	Positivo
Beneficio/Costo	$X > 1$	1.11	Positivo

Tabla 73: Análisis Dinámico - Indicadores Financieros (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.2.3. Análisis de Sensibilidades

Con la finalidad de identificar las limitaciones y los alcances del presente modelo de negocio, se aplicará una de las herramientas más usadas en la dirección de proyectos para predecir resultados, esto es el análisis de sensibilidades, donde se estudia el comportamiento de los principales indicadores financieros ante las variaciones porcentuales en ingresos, costos y demás factores. Haciendo posible la conceptualización general de los distintos escenarios (pesimista, probable, optimista) que puedan generarse durante la ejecución del proyecto.

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos ante posibles cambios porcentuales que se presentasen en costos, ingresos y porcentajes de ocupación. Estudiando una variable a la vez y finalizando con un análisis multidimensional con dos variables al mismo tiempo.

Cabe mencionar para efectos de información preliminar que:

- Si el VAN es mayor a 0, se entiende que la inversión genera beneficios.
- Si el VAN es igual a 0, se entiende que la inversión no genera ni pérdidas ni ganancias. Se conoce como el punto de equilibrio.
- Si el VAN es menor a 0, se entiende que la inversión genera pérdidas.

#### 8.2.3.1. Sensibilidad en Costos

Aquí se evaluarán los nuevos saldos de indicadores financieros ante incrementos porcentuales en costos totales, identificando el punto de equilibrio.

A continuación, se detallan los valores obtenidos:

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos								
	0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%
<b>VAN</b>	\$135,965	\$112,180	\$88,395	\$64,610	\$40,862	\$17,041	\$(6,744)	\$(30,529)
<b>TIR</b>	23.11%	22.22%	21.35%	20.52%	19.71%	18.93%	18.17%	17.43%

Tabla 74: Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

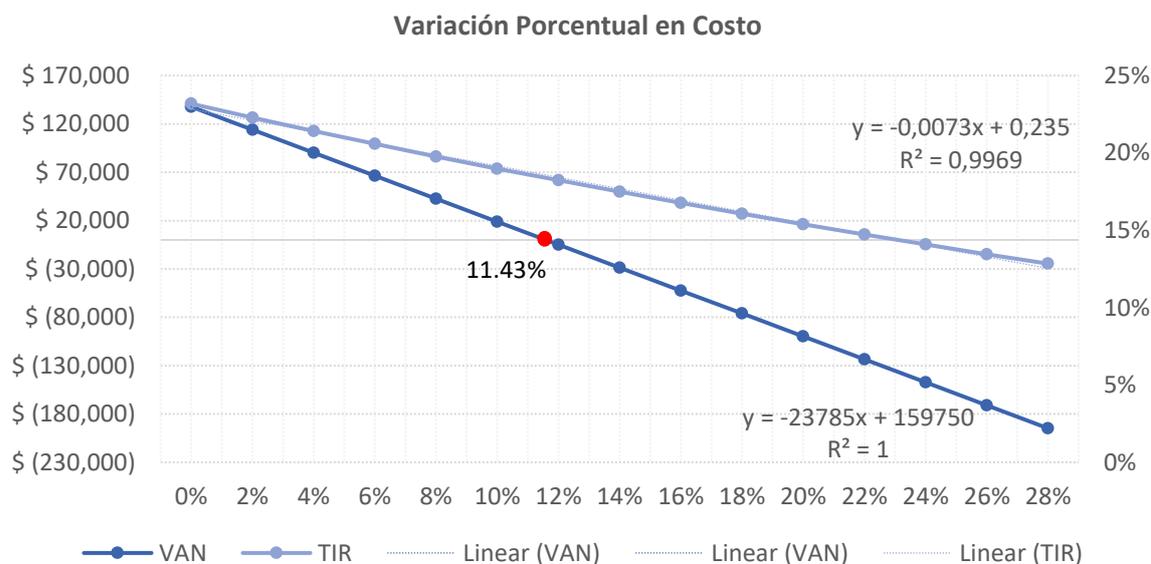


Gráfico 100: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Tal como se muestra en el gráfico, las ecuaciones obtenidas reflejan que, por cada variación porcentual de incremento en costos totales, el VAN se reduce en \$23.785 y la TIR en 0.73%. Por lo que el proyecto puede resistir hasta un 11.43% de incrementos en costos totales, ya que en ese punto se obtiene un VAN de 0, de manera que, si supera ese porcentaje el proyecto se vuelve inviable.

Ahora, si se analiza el impacto con incrementos de costos en la construcción se obtienen las variaciones que se muestran en la tabla Nro.75. Información que junto a la gráfica señalan que por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye \$12,961 y la TIR 0.42%, por lo que el proyecto puede soportar un incremento en costos de la construcción hasta el 41.75%, lo cual demuestra que el proyecto es poco sensible a este tipo de variaciones, añadiendo el hecho que es un escenario poco probable que se presente.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Construcción								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	44%
<b>VAN</b>	\$135,965	\$123,004	\$110,042	\$97,081	\$84,119	\$71,158	\$58,196	\$(6,611)
<b>TIR</b>	23.11%	22.57%	22.05%	21.55%	21.07%	20.61%	20.17%	18.19%

Tabla 75: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

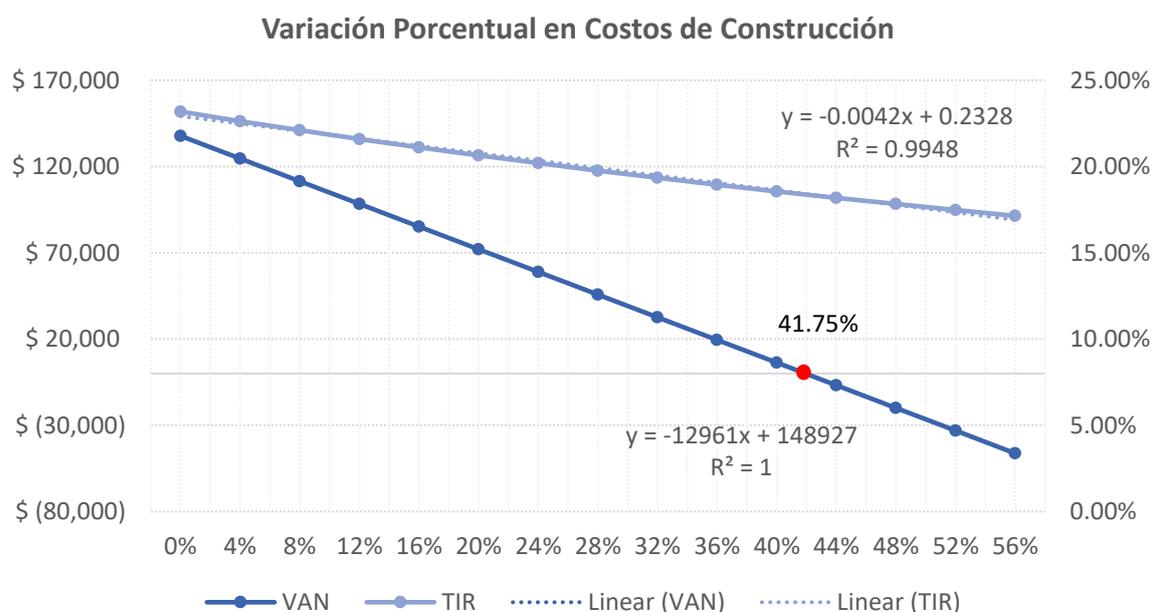


Gráfico 101: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Por otra parte, si se presentasen incrementos en los costos operativos del hostel, esto es en sueldos administrativos, servicios básicos, mantenimientos de las instalaciones y equipos, entre otros, los indicadores financieros se verían regularmente impactados ya que de acuerdo a la tabla Nro. 76 y gráfica Nro. 96 se evidencia que el proyecto puede soportar un incremento en costos operativos hasta el 41.96%, lo cual demuestra que el proyecto también es menos sensible a este tipo de variaciones. Sin embargo, es un área que debe trabajarse con la debida atención.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	44%
<b>VAN</b>	\$135,965	\$122,939	\$109,913	\$96,887	\$83,861	\$70,834	\$57,808	\$(7,323)
<b>TIR</b>	23.11%	22.67%	22.23%	21.78%	21.33%	20.88%	20.43%	18.12%

Tabla 76: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Cabe indicar que, por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye en \$13,026 y la TIR en 0.46%, tal como se muestra a continuación.

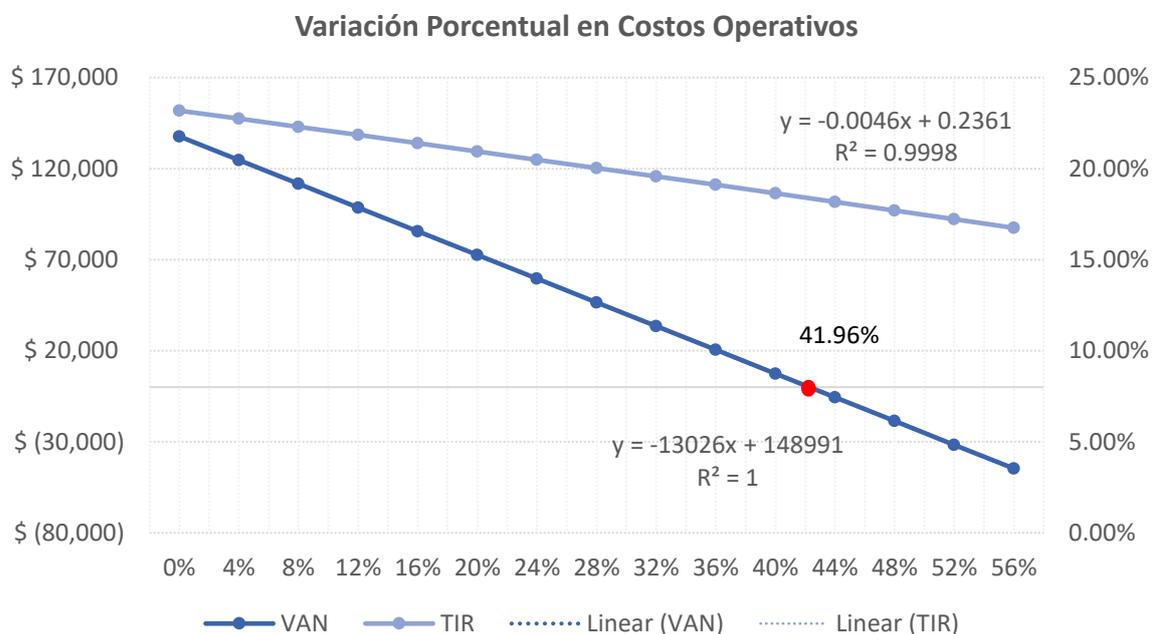


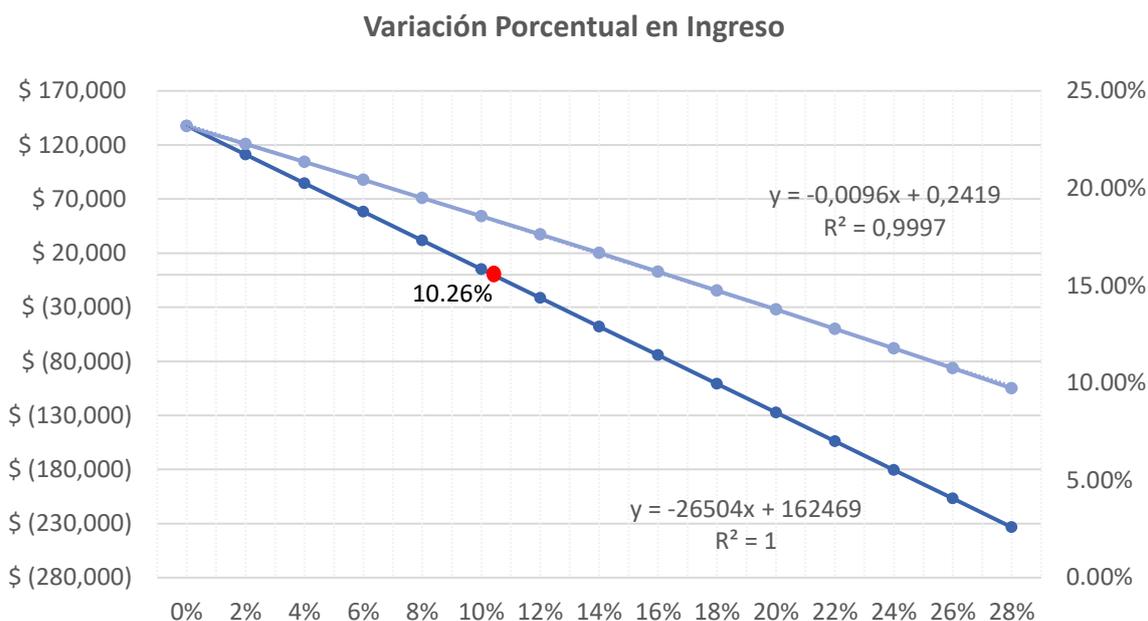
Gráfico 102: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.2.3.2. Sensibilidad en Ingresos

Con respecto a la posible existencia de disminuciones porcentuales en ingresos, la tabla siguiente refleja el comportamiento de los indicadores financieros ante dichos escenarios. Lo cual nos permite identificar un porcentaje límite de reducción de ingresos con el que se consigue obtener un VAN de 0. De presentarse excedentes conseguirá convertir en valores negativos al Valor Actual Neto y presentar una Tasa Interna de Retorno inferior a la tasa de descuento mínima esperada, por consiguiente, el proyecto dejaría de ser viable.

<b>Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos</b>								
	<b>0%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>10%</b>	<b>12%</b>	<b>14%</b>
<b>VAN</b>	\$135,965	\$109,461	\$82,957	\$56,453	\$29,948	\$3,444	\$(23,060)	\$(49,564)
<b>TIR</b>	23.11%	22.20%	21.28%	20.36%	19.43%	18.50%	17.56%	16.61%

Tabla 77: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PP)  
Elaborado por: Andrea Rojas



**Gráfico 103: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PP)**  
Elaborado por: Andrea Rojas

Las ecuaciones reflejadas en el gráfico señalan que, por cada variación porcentual de disminución en ingresos, el VAN se reduce en \$26.504 y la TIR en 0.96%. Por lo tanto, el proyecto puede resistir hasta un 10.26% de disminución en ingresos, ya que en ese punto se obtiene un VAN de 0. Lo que significa que el proyecto es más sensible a este tipo de variaciones.

### 8.2.3.3. Sensibilidad en Porcentajes de Ocupación

Por otra parte, un factor que está estrechamente relacionado con los ingresos que se perciben, es el porcentaje de ocupación proyectado. De manera que, si se evalúa una posible existencia de variaciones porcentuales en dicho factor, por cada punto porcentual reducido el VAN disminuye en \$17.456 y la TIR en 0.63%, logrando así resistir hasta un 15.58% de reducción en porcentajes de ocupación, ya que en ese punto se logra conseguir un VAN de 0. De excederse, ocasionará que el Valor Actual Neto se convierta en negativo y por consiguiente dejará de ser viable.

Lo antes expuesto se encuentra expresado a detalle en la tabla y gráfica siguiente para mejor comprensión.

Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación								
	0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	16%
<b>VAN</b>	\$135,965	\$118,509	\$101,052	\$83,596	\$66,140	\$48,683	\$31,227	\$(3,686)
<b>TIR</b>	23.11%	22.53%	22.94%	21.34%	20.74%	20.12%	19.51%	18.25%

Tabla 78: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PP)

Elaborado por: Andrea Rojas

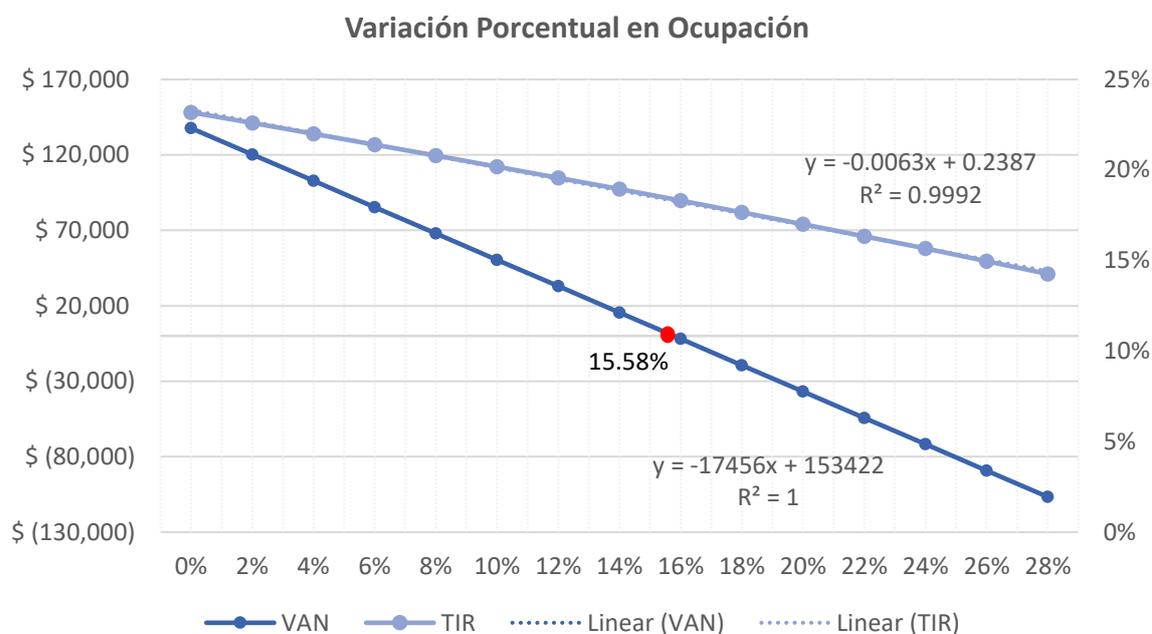


Gráfico 104: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PP)

Elaborado por: Andrea Rojas

El porcentaje de reducción límite podría distribuirse de la siguiente manera en función de días de fines de semana o entre semana:

Variación en Porcentaje de Ocupación		
Fines de Semana	% Ocupación Esperada	Variación límite
Temporada Alta	90%	76%
Temporada Media	65%	55%
Temporada Baja	45%	38%
Entre de Semana	% Ocupación Esperada	Variación límite
Temporada Alta	70%	59%
Temporada Media	50%	42%
Temporada Baja	30%	25%

Tabla 79: Variación en Porcentaje de Ocupación (PP)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.2.3.4. Análisis de Escenarios

Ahora, combinando variaciones porcentuales de ingresos y costos, la tabla siguiente muestra el comportamiento del VAN ante cada posible escenario, en donde los valores resultantes con signo positivo señalan que el proyecto se mantiene viable. Por mencionar uno, el proyecto podría sufrir un incremento de costos totales del 5% y una reducción en ingresos del 5% y seguiría siendo viable con un VAN de \$10.242.

VAN		Variación en Disminución de Ingresos												
	\$135,965	0%	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%	8%	9%	10%	11%	12%
Variación en Incremento de Costos	0%	\$135,965	\$122,713	\$109,461	\$96,209	\$82,957	\$69,705	\$56,453	\$43,200	\$29,948	\$16,696	\$3,444	\$(9,808)	\$(23,060)
	1%	\$124,073	\$110,821	\$97,569	\$84,316	\$71,064	\$57,812	\$44,560	\$31,308	\$18,056	\$4,804	\$(8,448)	\$(21,700)	\$(34,953)
	2%	\$112,180	\$98,928	\$85,676	\$72,424	\$59,172	\$45,920	\$32,668	\$19,416	\$6,163	\$(7,089)	\$(20,341)	\$(33,593)	\$(46,845)
	3%	\$100,288	\$87,036	\$73,784	\$60,532	\$47,279	\$34,027	\$20,775	\$7,523	\$(5,729)	\$(18,981)	\$(32,233)	\$(45,485)	\$(58,737)
	4%	\$88,395	\$75,143	\$61,891	\$48,639	\$35,387	\$22,135	\$8,883	\$(4,369)	\$(17,621)	\$(30,874)	\$(44,126)	\$(57,378)	\$(70,630)
	5%	\$76,503	\$63,251	\$49,999	\$36,747	\$23,495	\$10,242	\$(3,010)	\$(16,262)	\$(29,514)	\$(42,766)	\$(56,018)	\$(69,270)	\$(82,522)
	6%	\$64,610	\$51,358	\$38,106	\$24,854	\$11,602	\$(1,650)	\$(14,902)	\$(28,154)	\$(41,406)	\$(54,658)	\$(67,911)	\$(81,163)	\$(94,415)
	7%	\$52,718	\$39,466	\$26,214	\$12,962	\$(290)	\$(13,543)	\$(26,795)	\$(40,047)	\$(53,299)	\$(66,551)	\$(79,803)	\$(93,055)	\$(106,307)
	8%	\$40,826	\$27,573	\$14,321	\$1,069	\$(12,183)	\$(25,435)	\$(38,687)	\$(51,939)	\$(65,191)	\$(78,443)	\$(91,695)	\$(104,948)	\$(118,200)
	9%	\$28,933	\$15,681	\$2,429	\$(10,823)	\$(24,075)	\$(37,327)	\$(50,580)	\$(63,832)	\$(77,084)	\$(90,336)	\$(103,588)	\$(116,840)	\$(130,092)
	10%	\$17,041	\$3,789	\$(9,464)	\$(22,716)	\$(35,968)	\$(49,220)	\$(62,472)	\$(75,724)	\$(88,976)	\$(102,228)	\$(115,480)	\$(128,733)	\$(141,985)
	11%	\$5,148	\$(8,104)	\$(21,356)	\$(34,608)	\$(47,860)	\$(61,112)	\$(74,364)	\$(87,617)	\$(100,869)	\$(114,121)	\$(127,373)	\$(140,625)	\$(153,877)
	12%	\$(6,744)	\$(19,996)	\$(33,248)	\$(46,501)	\$(59,753)	\$(73,005)	\$(86,257)	\$(99,509)	\$(112,761)	\$(126,013)	\$(139,265)	\$(152,517)	\$(165,770)

Tabla 80: Variaciones cruzadas (PP)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3. Evaluación Financiera de Proyecto Apalancado

#### 8.3.1. Porcentajes de financiamiento

En este ítem se evaluará el comportamiento de los indicadores financieros utilizando como parte de fuente de financiamiento un crédito bancario.

Al ser para el promotor, el primer proyecto inmobiliario de carácter hotelero a realizar, para las condiciones del crédito se tomó como base experiencias de otros inversionistas quienes han adquirido préstamos bancarios con la CFN (Corporación Financiera Nacional).

Por lo que, se procedió a realizar la consulta correspondiente, en la que se determinó que el préstamo corresponde al segmento productivo PYMES cuyo monto máximo de financiación bancaria es del 70% del valor de la inversión, siendo el 30% restante responsabilidad de la contraparte. Con respecto a la tasa, forma de pago y plazo los pagos del préstamo pueden realizarse hasta 10 o 15 años plazo a tasas efectivas anuales que varían en función de pagos mensuales (10.78%-11.09%), trimestrales (10.92%-11.25%) o semestrales (11.02%-11.35%) (CFN, 2020).

Ante lo expuesto, se determinó que el proyecto se financiará con el 40% de capital propio y el 60% con préstamo bancario. Dicho préstamo será desembolsado en el año 0 para cubrir gastos de construcción y los pagos se realizarán trimestralmente a una tasa efectiva anual de 10.92%, con el primer año de gracia a 10 años plazo. La cancelación de las cuotas se encuentra detalladas en Anexos.

Condiciones del Préstamo		
Descripción	Valor	%
Inversión Total	\$490,983	100%
Préstamo (Máximo)	\$343,688	70%
Monto del préstamo a solicitar	\$293,000	60%
Plazo en años	10	
Tasa efectiva anual (pagos trimestrales)	10.92%	
Periodo de Gracia	1 año	

Tabla 81: Condiciones del Préstamo  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.2. Análisis Estático

Nuevamente dimensionados los ingresos frente a los egresos en el estado de flujos de efectivo proyectado a 14 años, pero ahora tomando en cuenta los gastos financieros producto del préstamo bancario, se obtienen ingresos que ascienden a \$3,814,547 y egresos a \$2,828,518, resultando una utilidad a la fecha de corte de \$986,029, mismo que traducido a porcentajes representa el 26% de margen bruto y 35% de margen de rentabilidad. Información que se puede observar en la tabla expuesta a continuación:

Indicadores Financieros (E)		
Descripción		Valor
Ingresos		\$3,814,547
Egresos		\$2,828,518
Utilidad		\$986,029
ROI (Retorno de la inversión)		498%
Márgenes	Bruto: Utilidad en relación a los Ingresos	26%
	De Rentabilidad: Utilidad en relación a los gastos	35%

Tabla 82: Análisis Estático - Indicadores Financieros – Flujo Apalancado  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.3. Análisis Dinámico

#### 8.3.3.1. Ponderación de Tasa de Descuento

Para recalcular los índices financieros en el flujo del proyecto apalancado, es necesario determinar la tasa de descuento a utilizar, por lo que se procedió a ponderarla de la siguiente manera, obteniendo de resultado una tasa efectiva anual del 13.93%.

Ponderación de Tasa		
Descripción	Valor	%
Capital Propio ( $k_p$ )	\$197,983	40%
Tasa efectiva anual ( $r_e$ )	18.38%	
Capital del Préstamo ( $k_c$ )	\$293,000	60%
Tasa efectiva anual (pagos trimestrales) ( $r_c$ )	10.92%	
Inversión Total ( $k_t$ )	\$490,983	100%
Tasa efectiva anual Ponderada ( $r_{pond}$ )	13.93%	
$r_{pond} = \frac{k_p r_e + k_c r_c}{k_t}$		

Tabla 83: Ponderación de Tasa de Descuento para el Flujo Apalancado  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.3.2. Flujo Financiero Apalancado

En este flujo se considera dentro de la inversión inicial de USD \$490,983, el 40% correspondiente al capital propio y el 60% a un préstamo por el valor de USD \$ 293,000 en el mes 0. Valor que será cancelado durante 10 años contados a partir de la fecha de su desembolso a una tasa efectiva anual del 10.92%, con pagos trimestrales de USD \$7,999.41 el primer año de gracia, que corresponde solo a los intereses y posteriormente pagos trimestrales fijos de USD \$12,885.70 incluidos intereses. Obteniendo así información necesaria para complementar e identificar flujos parciales y acumulados tal como se observa en el gráfico Nro. 9. Cabe indicar que, se prevé una recuperación de la inversión en el periodo comprendido entre el tercer y cuarto año de operación del proyecto.

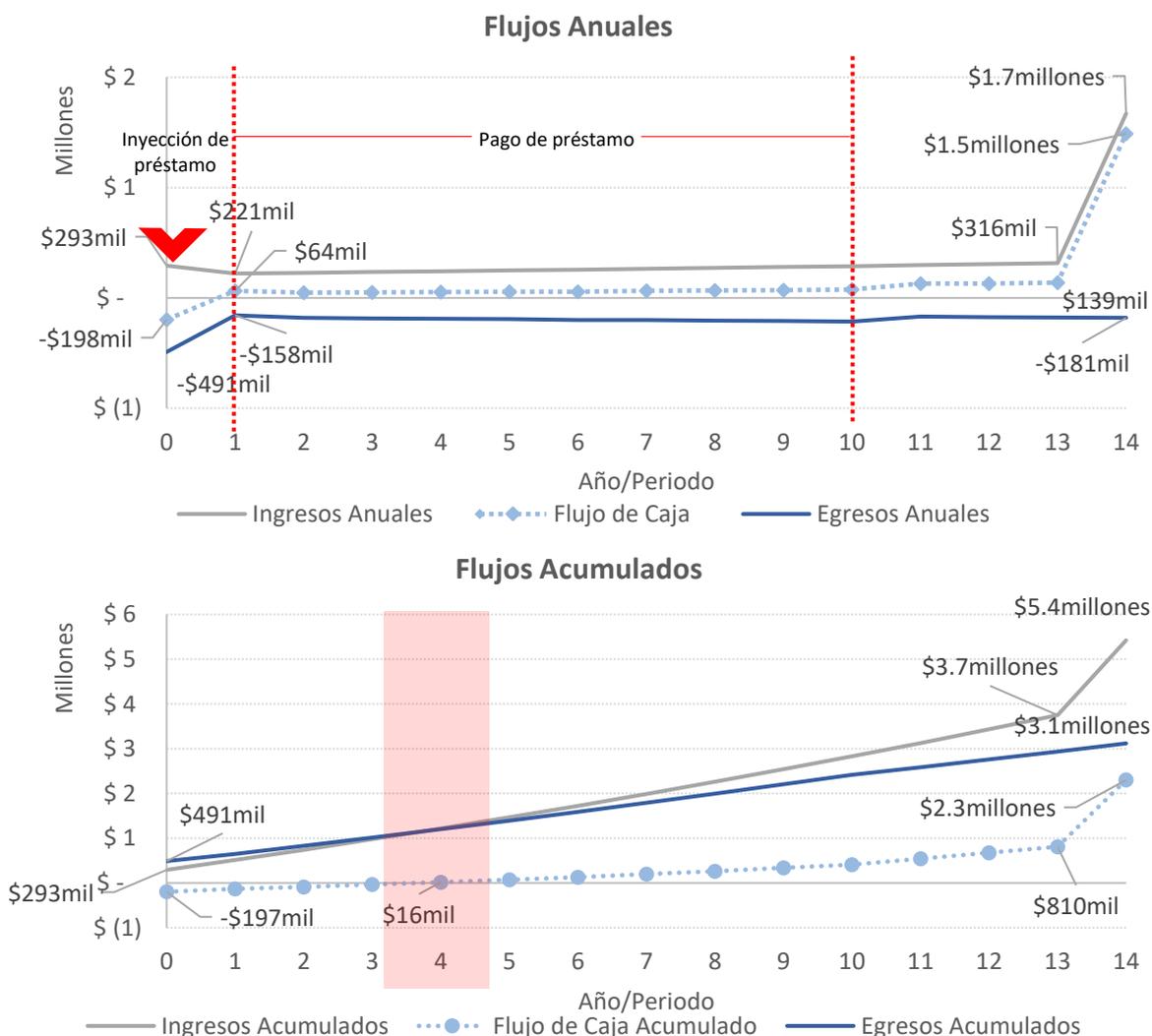


Gráfico 105: Flujos Anuales y Acumulados del Proyecto Apalancado

Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.3.3. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros a una tasa efectiva del 13.933% se muestran favorables a partir del año 6. Reflejando finalmente un VAN de \$431,913 y una TIR de 34%. Resultados que, en función de los criterios de aceptación establecidos, el proyecto resulta viable puesto que el Valor Actual Neto es mayor que 0 y la TIR excede el rendimiento requerido.

Indicadores Financieros (D)			
Descripción	Criterios de Aceptación	Valor (X)	Resultados de Aceptación
Tasa Efectiva Anual	No Aplica	13.93%	No Aplica
VAN (Valor Actual Neto)	X>0	\$431,913	Positivo
TIR (Tasa Interna de Retorno)	X>13.93%	34%	Positivo
Beneficio/Costo	X>1	1.27	Positivo

Tabla 84: Análisis Dinámico (PA) - Indicadores Financieros  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.4. Análisis de Sensibilidades

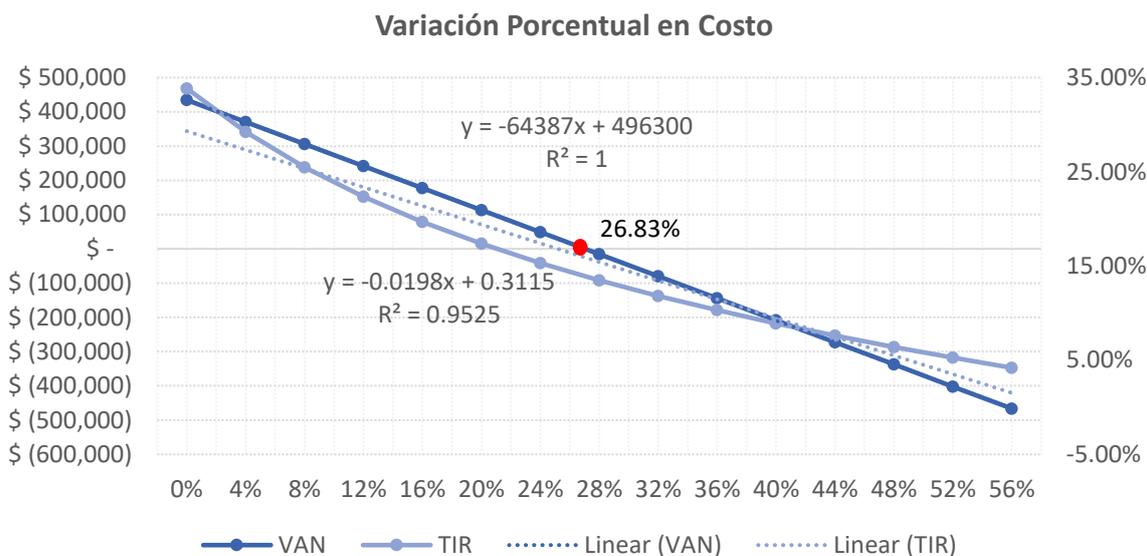
#### 8.3.4.1. Sensibilidad en Costos

Aquí se evaluarán nuevamente los saldos de indicadores financieros ante incrementos porcentuales en costos totales, identificando el punto de equilibrio. Dichos valores se encuentran detallados en la tabla Nro. 85.

Además, tal como se muestra en el gráfico Nro.100, las ecuaciones obtenidas reflejan que, por cada variación porcentual de incremento en costos, el VAN se reduce en \$64.387 y la TIR en 1.98%. Por lo que el proyecto puede resistir hasta un 26.83% de incrementos en costos, ya que en ese punto se obtiene un VAN de 0, de manera que, si supera ese porcentaje el proyecto se vuelve inviable.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%
<b>VAN</b>	\$431,913	\$367,526	\$303,139	\$238,752	\$174,364	\$109,977	\$45,590	\$(18,797)
<b>TIR</b>	33.66%	29.09%	25.36%	22.25%	19.59%	17.28%	15.24%	13.41%

Tabla 85: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PA)  
Elaborado por: Andrea Rojas

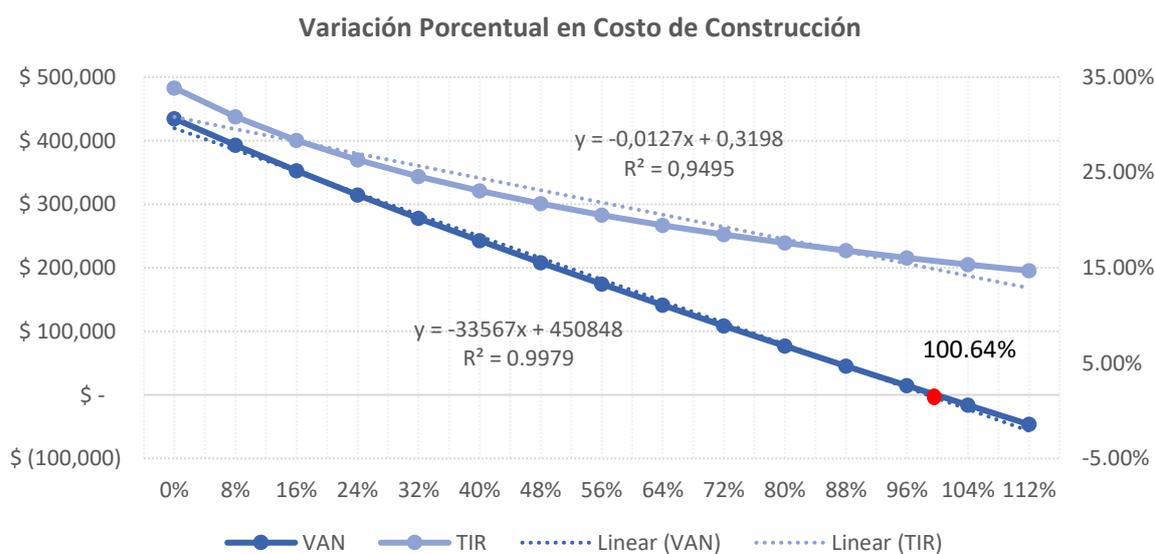


**Gráfico 106: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PA)**  
Elaborado por: Andrea Rojas

Ahora, si se analiza el impacto con incrementos de costos en la construcción se obtienen las variaciones que se muestran en la tabla Nro.86 y gráfico Nro.101.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Construcción								
	0%	8%	16%	24%	32%	40%	48%	104%
<b>VAN</b>	\$431,913	\$390,659	\$351,434	\$313,864	\$277,657	\$242,589	\$208,481	\$(12,664)
<b>TIR</b>	33.66%	30.71%	28.30%	26.29%	24.57%	23.07%	21.75%	15.42%

**Tabla 86: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PA)**  
Elaborado por: Andrea Rojas



**Gráfico 107: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PA)**  
Elaborado por: Andrea Rojas

La gráfica señala que por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye \$33,567 y la TIR 1.27%, por lo que el proyecto puede soportar un incremento en costos de la construcción hasta el 100.64%, lo cual demuestra que el proyecto es poco sensible a este tipo de variaciones.

Por otra parte, si se presentasen incrementos en los costos operativos del hostel, esto es en sueldos administrativos, servicios básicos, mantenimientos de las instalaciones y equipos, entre otros, los indicadores financieros se verían mínimamente impactados, ya que de acuerdo a la tabla Nro. 87 y gráfica Nro. 102 se evidencia que el proyecto puede soportar un incremento en costos operativos hasta el 95.46%, lo cual demuestra que el proyecto también es menos sensible a este tipo de variaciones.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación								
	0%	8%	16%	24%	32%	40%	48%	96%
<b>VAN</b>	\$431,913	\$395,715	\$359,517	\$323,319	\$287,121	\$250,923	\$214,726	\$(2,462)
<b>TIR</b>	33.66%	31.93%	30.22%	28.54%	26.87%	25.22%	23.58%	13.82%

Tabla 87: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PA)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Cabe indicar que, por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye en \$36,198 y la TIR en 1.65%, tal como se muestra a continuación.

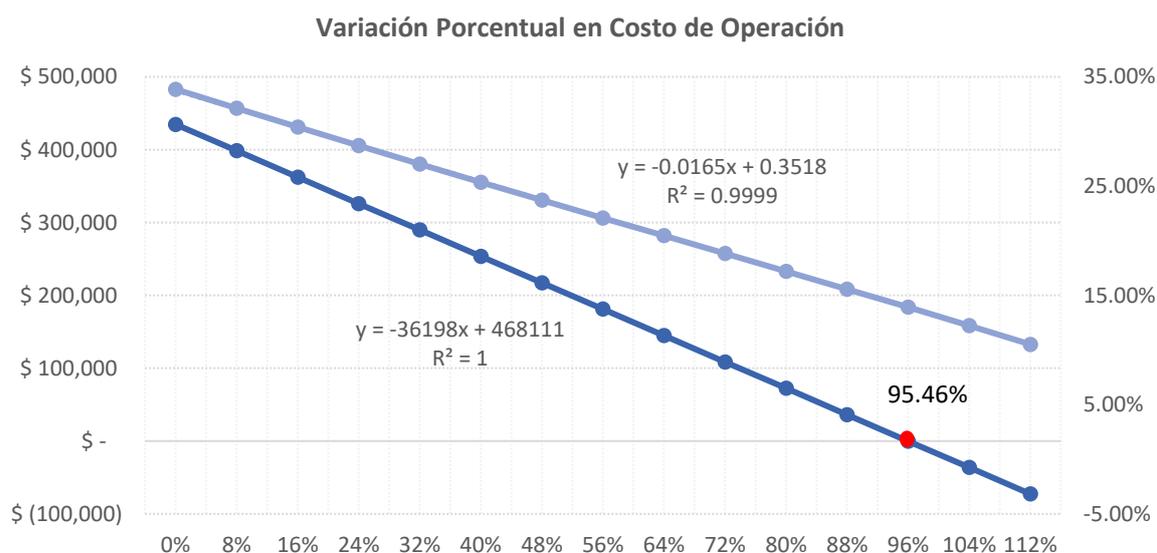


Gráfico 108: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PA)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.4.2. Sensibilidad en Ingresos

Ante la existencia de escenarios en el que se disminuyan porcentualmente los ingresos, la tabla siguiente refleja el respectivo impacto en los indicadores financieros. Lo cual nos permite identificar un porcentaje límite de reducción de ingresos con el que se consigue obtener un VAN de 0.

Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%
<b>VAN</b>	\$431,913	\$350,249	\$268,586	\$186,922	\$105,258	\$23,595	\$(58,069)	\$(139,732)
<b>TIR</b>	33.66%	28.92%	24.78%	21.11%	17.81%	14.77%	11.93%	9.23%

Tabla 88: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PA)

Elaborado por: Andrea Rojas

De acuerdo al gráfico Nro.103, Las ecuaciones reflejan que, por cada variación porcentual de disminución en ingresos, el VAN se reduce en \$81.664 y la TIR en 2.93%. Por lo tanto, el proyecto puede resistir hasta un 21.16% de incrementos en costos, debido a que en ese punto se obtiene un VAN de 0, de manera que, si supera ese porcentaje el proyecto se vuelve inviable.

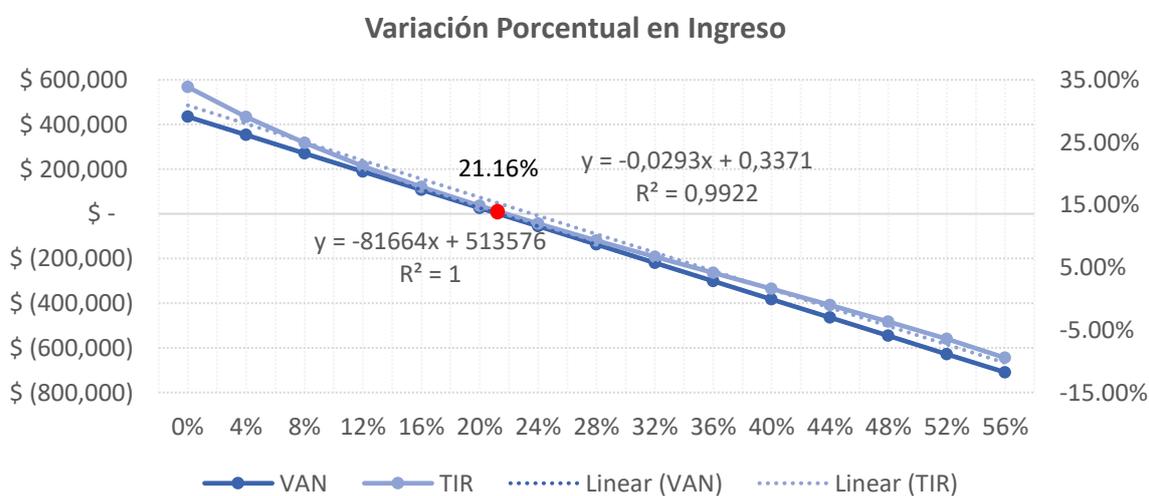


Gráfico 109: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PA)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.4.3. Sensibilidad en Porcentajes de Ocupación

Adicionalmente, se evalúa la presencia de variaciones porcentuales en ocupación, en donde por cada punto porcentual reducido el VAN se disminuye en \$49.345 y la TIR en

2.43%, logrando resistir hasta un 35.15% de reducción en porcentajes de ocupación, ya que en ese punto se logra conseguir un VAN de 0.

Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	36%
<b>VAN</b>	\$431,913	\$383,042	\$334,099	\$285,085	\$236,000	\$189,308	\$137,610	\$(10,529)
<b>TIR</b>	33.66%	31.43%	29.20%	26.98%	24.77%	22.68%	20.31%	13.34%

Tabla 89: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PA)  
Elaborado por: Andrea Rojas

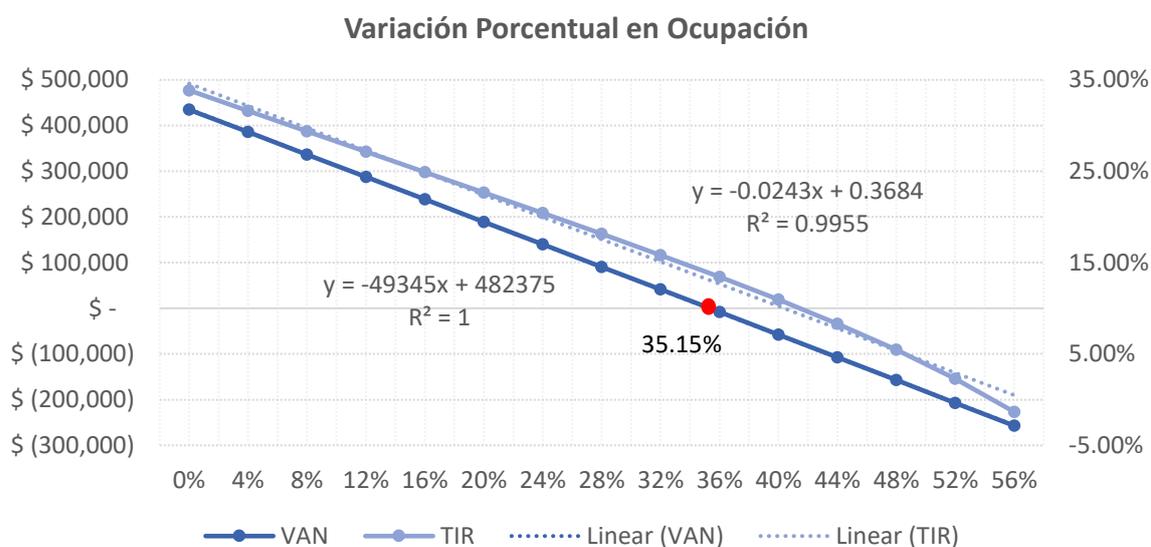


Gráfico 110: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PA)  
Elaborado por: Andrea Rojas

El porcentaje de reducción límite podría distribuirse de la siguiente manera en función de días de fines de semana o entre semana:

Variación en Porcentaje de Ocupación		
	% Ocupación	
<b>Fines de Semana</b>	<b>Esperada</b>	<b>Variación límite</b>
Temporada Alta	90%	58%
Temporada Media	65%	42%
Temporada Baja	45%	29%
	<b>% Ocupación</b>	
<b>Entre de Semana</b>	<b>Esperada</b>	<b>Variación límite</b>
Temporada Alta	70%	45%
Temporada Media	50%	32%
Temporada Baja	30%	19%

Tabla 90: Variación en Porcentaje de Ocupación (PA)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 8.3.4.4. Análisis de Escenario

Ahora, combinando variaciones porcentuales de ingresos y costos, la tabla siguiente muestra el comportamiento del VAN ante cada posible escenario, en donde los valores resultantes con signo positivo señalan que el proyecto se mantiene viable. Por mencionar uno, el proyecto podría sufrir un incremento de costos totales del 15% y una reducción en ingresos del 9% y seguiría siendo viable con un VAN de \$6.718.

VAN		Variación en Disminución de Ingresos											
\$431,913	0%	3%	6%	9%	12%	15%	18%	21%	24%	27%	30%	33%	
Variación en Incremento de Costos	0%	\$431,913	\$370,665	\$309,417	\$248,170	\$186,922	\$125,674	\$64,427	\$3,179	\$(58,069)	\$(119,317)	\$(180,564)	\$(241,812)
	3%	\$383,623	\$322,375	\$261,127	\$199,879	\$138,632	\$77,384	\$16,136	\$(45,111)	\$(106,359)	\$(167,607)	\$(228,855)	\$(290,102)
	6%	\$335,332	\$274,085	\$212,837	\$151,589	\$90,341	\$29,094	\$(32,154)	\$(93,402)	\$(154,649)	\$(215,897)	\$(277,145)	\$(338,393)
	9%	\$287,042	\$225,794	\$164,546	\$103,299	\$42,051	\$(19,197)	\$(80,444)	\$(141,692)	\$(202,940)	\$(264,188)	\$(325,435)	\$(386,683)
	12%	\$238,752	\$177,504	\$116,256	\$55,008	\$(6,239)	\$(67,487)	\$(128,735)	\$(189,982)	\$(251,230)	\$(312,478)	\$(373,726)	\$(434,973)
	15%	\$190,461	\$129,214	\$67,966	\$6,718	\$(54,530)	\$(115,777)	\$(177,025)	\$(238,273)	\$(299,520)	\$(360,768)	\$(422,016)	\$(483,264)
	18%	\$142,171	\$80,923	\$19,675	\$(41,572)	\$(102,820)	\$(164,068)	\$(225,315)	\$(286,563)	\$(347,811)	\$(409,058)	\$(470,306)	\$(531,554)
	21%	\$93,881	\$32,633	\$(28,615)	\$(89,863)	\$(151,110)	\$(212,358)	\$(273,606)	\$(334,853)	\$(396,101)	\$(457,349)	\$(518,597)	\$(579,844)
	24%	\$45,590	\$(15,657)	\$(76,905)	\$(138,153)	\$(199,401)	\$(260,648)	\$(321,896)	\$(383,144)	\$(444,391)	\$(505,639)	\$(566,887)	\$(628,135)
	27%	\$(2,700)	\$(63,948)	\$(125,195)	\$(186,443)	\$(247,691)	\$(308,939)	\$(370,186)	\$(431,434)	\$(492,682)	\$(553,929)	\$(615,177)	\$(676,425)
	30%	\$(50,990)	\$(112,238)	\$(173,486)	\$(234,734)	\$(295,981)	\$(357,229)	\$(418,477)	\$(479,724)	\$(540,972)	\$(602,220)	\$(663,467)	\$(724,715)
	33%	\$(99,281)	\$(160,528)	\$(221,776)	\$(283,024)	\$(344,272)	\$(405,519)	\$(466,767)	\$(528,015)	\$(589,262)	\$(650,510)	\$(711,758)	\$(773,006)

Tabla 91: Variaciones cruzadas (PA)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 8.4. Evaluación financiera comparativa: Puro vs Apalancado

Luego de haber realizado los respectivos análisis financieros para el proyecto puro y apalancado, se puede resumir los resultados obtenidos en las siguientes tablas comparativas.

Comparativo de Indicadores Financieros					
Descripción		Proyecto Puro	Proyecto Apalancado	Variación Porcentual	
Estático	Ingresos	\$3,814,547	\$3,814,547	0%	
	Egresos	\$2,625,635	\$2,828,518	8%	
	Utilidad	\$1,188,912	\$986,029	-17%	
	Márgenes	Bruto: Utilidad en relación a los Ingresos	31%	26%	-17%
		De Rentabilidad: Utilidad en relación a los gastos	45%	35%	-23%
	ROI	242%	498%	106%	
	Payback	Año 5	Año 4	-25%	
Dinámico	Tasa Efectiva Anual	18.38%	13.93%		
	VAN (Valor Actual Neto)	\$135,965	\$431,913	218%	
	TIR (Tasa Interna de Retorno)	23%	34%	46%	
	Beneficio/Costo (Método VPN)	1.11	1.27	14%	

Tabla 92: Cuadro comparativo de indicadores financieros  
Elaborado por: Andrea Rojas

Comparativo de límites de Sensibilidad		
Sensibilidades	Proyecto Puro	Proyecto Apalancado
Incremento en Costos Totales	11.43%	26.83%
Incremento en Costos de Construcción	41.75%	100.64%
Incremento en Costos de Operación	41.96%	95.46%
Disminución en Ingresos	10.26%	21.16%
Disminución en % de Ocupación	15.58%	35.15%

Tabla 93: Cuadro comparativo de límites de sensibilidad  
Elaborado por: Andrea Rojas

En la primera tabla se puede observar que en el proyecto apalancado al tener gastos financieros producto de los intereses que implica contar con el financiamiento bancario, incrementa los egresos y por consiguiente se reduce la utilidad. Sin embargo, el periodo de recuperación de la inversión se cumple 1 año antes que el proyecto puro. Así como también, el retorno sobre la inversión es superior el proyecto apalancado sobre el puro en un 106%.

Adicionalmente si consideramos el valor del dinero en el tiempo, tanto el VAN como la TIR y la relación Beneficio/Costo en el proyecto apalancado ofrecen mejores beneficios que en el proyecto puro, generándole mayor seguridad al inversionista.

En cuanto a la segunda tabla, se evidencia como mejoran las condiciones de sensibilidad ante las variaciones porcentuales que se presenten en el proyecto apalancado vs el puro, de manera que brinda cierta holgura para realizar estrategias que permitan direccionar el proyecto hacia el éxito.

### 8.5. Conclusión

Finalmente, se puede concluir que:

Resultado del Análisis		
Variable	Comentario	Evaluación
Proyecto Puro – Análisis financiero estático	Al ser un proyecto inmobiliario que implica un estudio anual durante un periodo de tiempo superior a 2 años. Se abstrajeron datos a una fecha de corte, esto es en el periodo 14. Donde se evidencia una utilidad de aproximadamente \$1.2 millones de dólares, con márgenes brutos y de rentabilidad de 31% y 45% respectivamente, los mismos que si bien son favorables, no tienen mucha relevancia. En cuanto al periodo de recuperación de la inversión, se efectuará al año 5, cumpliendo así con la expectativa inicial del promotor.	Positivo
Proyecto Puro – Análisis financiero dinámico	En base al estándar de aceptación de proyectos con respecto al VAN y a la TIR, el proyecto a perpetuidad consigue un VAN de \$136 mil y una TIR de 23%, donde el Valor Actual Neto es positivo y la tasa interna de retorno supera a la tasa mínima esperada. Por otra parte, para conseguir un factor de rentabilidad del proyecto, se trajo a valor presente tanto los ingresos como los egresos y su relación beneficio costo resultó de 1.11, siendo este superior a 1. Lo antes expuesto, señala sin duda alguna que el proyecto es viable aún sin haber considerado la venta del bien. Resultado que puede revelar mejores indicadores que sean más atractivos para el promotor.	Positivo

Proyecto Puro – Sensibilidades De acuerdo al análisis realizado, el proyecto soporta hasta un 11.43% de incremento en costos totales, 41.75% de incremento de costos de construcción, 41.96% de incrementos en costos operativos, disminución de ingresos de 10.26% y disminución de % de ocupación del 15.58%. Valores que son manejables y permiten flexibilidades en estrategias económicas o comerciales que beneficien al proyecto. Positivo

Proyecto Apalancado – Análisis financiero estático Tomando en consideración los datos a la fecha de corte se evidencia una utilidad de aproximadamente \$986 mil dólares, con márgenes brutos y de rentabilidad de 26% y 35% respectivamente, los mismos que si bien son favorables, no tienen mucha relevancia. En cuanto al periodo de recuperación de la inversión, se efectuará en el año 4, plazo supera la expectativa inicial del promotor. Positivo

Proyecto Apalancado – Análisis financiero dinámico En base al estándar de aceptación de proyectos con respecto al VAN y a la TIR, el proyecto a perpetuidad y contemplando apalancamiento, se consigue un VAN de \$432 mil dólares y una TIR de 34%, donde el Valor Actual Neto es positivo y la tasa interna de retorno supera a la tasa mínima esperada. Positivo  
Con respecto al factor de rentabilidad del proyecto, en donde se trajo a valor presente tanto los ingresos como los egresos, su relación beneficio costo resultó de 1.27, siendo este superior a 1.  
Cabe indicar que, el proyecto es viable aún sin haber considerado la venta de bien. Resultado que puede revelar mejores indicadores que sean más atractivos para el promotor.

Proyecto Apalancado – Sensibilidades De acuerdo al análisis realizado, el proyecto soporta hasta un 26.83% de incremento en costos totales, 95.46% de incremento de costos de construcción, 100.64% de incrementos en costos operativos, disminución de ingresos de 21.16% y disminución de % de ocupación del 35.15%. Valores que son manejables y permiten flexibilidades en estrategias económicas o comerciales que beneficien al proyecto. Positivo

# CAPÍTULO 9

OPTIMIZACIÓN

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 9. OPTIMIZACIÓN

### 9.1. Introducción

Debido a que el inversionista busca mejorar las condiciones del producto concebidas originalmente, con la finalidad de que le representen mayores ingresos. En el presente capítulo se presentará una alternativa que logrará cumplir con lo requerido, mediante ajustes en el ámbito arquitectónico, en cuanto a la configuración de las habitaciones, diversificando así el producto ofertado acorde a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

Ante dichos cambios, se procederá a evaluar los costos adicionales que implica llevarlos a cabo, establecer nuevas estrategias de precios para las habitaciones ofertadas y finalmente evaluar financieramente el proyecto para demostrar su viabilidad.

#### 9.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Evaluar la factibilidad y viabilidad de la nueva propuesta optimizada para el proyecto "Traveler's Bay Hostel", tomando en consideración los estudios realizados al proyecto base.

##### Objetivo Específico

- Realizar cambios estratégicos a nivel arquitectónico y comercial acorde a las necesidades del mercado y a la situación hotelera actual.
- Evaluar el comportamiento y la mejora de los principales indicadores financieros tales como: VAN, TIR, relación beneficio ingreso / beneficio costo y recuperación de la inversión.
- Determinar puntos críticos ante variaciones de % de costo, ingreso operación y ocupación.
- Realizar un análisis comparativo financiero del proyecto original vs el proyecto optimizado.

Gráfico 111: Objetivos de Optimización

Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.1.2. Metodología

Para el desarrollo de la propuesta de optimización se seguirá el siguiente proceso, que le permitirá a los interesados clave tener una concepción generalizada del proyecto en sus dos escenarios (Original y Optimizado), proporcionándole información esencial para la toma de decisiones al dar inicio a la ejecución del proyecto.

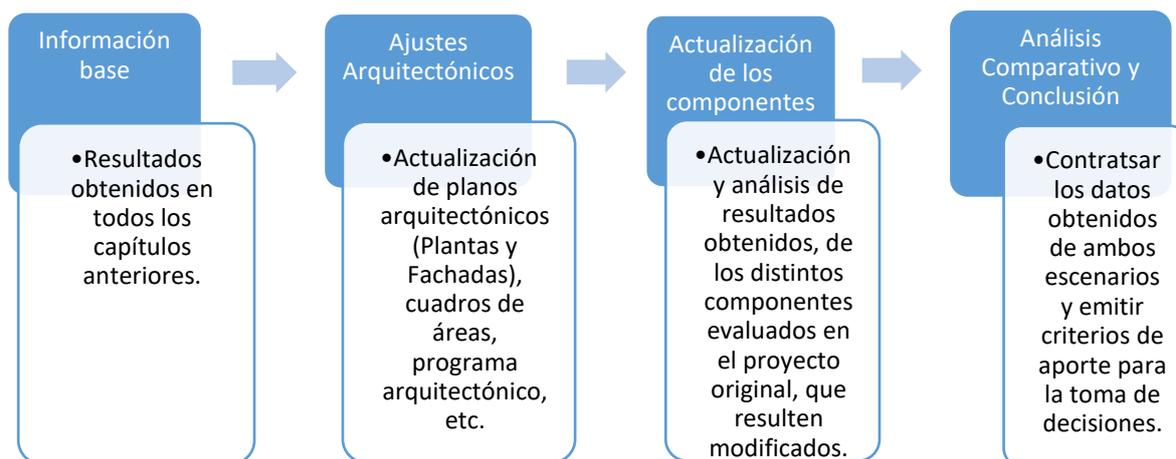


Gráfico 112: Metodología de Optimización

Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.2. Estrategia de Optimización

Toda vez que el proyecto original fue concebido haciendo uso de los porcentajes máximos de coeficientes de utilización y ocupación del suelo, se procedió a evaluar la configuración de las habitaciones, su tipología y la disposición de los baños, para poder determinar mejoras que permitan incrementar los rendimientos del proyecto.

De manera que, al revisar el proyecto se detectó las siguientes características en las que se puede intervenir para su optimización:

- El 64% de las habitaciones cuenta con baño privado, mientras que el 36% restante dispone de baños compartidos, es decir, con acceso fuera de la habitación. Condición que incide en la determinación de precios y por consiguiente en la generación de ingresos, puesto que para las habitaciones con baños compartidos se exigen precios inferiores a las habitaciones con baños privados.

- A nivel de ocupación, de las 14 habitaciones con las que cuenta la edificación, 4 habitaciones, esto es el 28.6%, tienen la capacidad para 2 personas; 6 habitaciones, esto es el 42.8%, para 6 personas y 4 habitaciones, esto es el 28.6%, para 4 personas. Haciendo falta otro tipo de configuraciones para mayor aceptación del mercado.
- A nivel de tipología, el hostel cuenta con 4 tipos de habitaciones en la siguiente proporción: 14.3% Habitaciones dobles sencillas, 7.1% habitación doble especial, 7.1% mini suite y 71.4% habitaciones compartidas. Siendo las habitaciones compartidas las más representativas. Nuevamente esto incide directamente en los precios e ingresos.

Ante lo expuesto, se plantea lo siguiente:

- Modificar la disposición de los baños, logrando que todas las habitaciones cuenten con baño privado.
- Sin reducir la capacidad total de ocupación del hostel, esto es 60 personas, ajustar la dimensión de la habitación con menor tamaño para poder diversificar los tipos de habitaciones a ofertar, así como también su tipología.
- Convertir la terraza en un área que genere ingresos, por lo que se propone ofrecer el servicio de acampar en terraza, una propuesta innovadora que está empezando a revolucionar la industria hotelera a nivel mundial. Puesto que ofrece a los huéspedes una experiencia única, al traer el concepto tradicional de camping, pero con las comodidades y seguridades de un hostel. Definitivamente una respuesta a las oportunidades de hospitalidad y alojamiento que ofrece el turismo de naturaleza.

### **9.3. Análisis Arquitectónico**

A continuación, se presentará la configuración arquitectónica optimizada, en base a lo planteado anteriormente. Por lo que se actualizarán las plantas del primer piso en adelante, tablas, gráficos y esquemas en donde se evidencien los cambios realizados.

Cabe mencionar que se mantiene el concepto y la calidad de los espacios.

### 9.3.1. Programa de Necesidades

Programa de Necesidades			
Zona	Ambientes	Cantidad	Piso
<b>Hospedaje</b>	Habitaciones Dobles Sencillas con baño y repisero	2	P1
	Habitaciones Compartidas con baño y lockers	6	P2,P3,P4
	Habitación Triple con baño y repisero	2	P2,P3
	Habitación Quintuple con baño y repisero	2	P2,P3
	Habitación Doble Especial con baño, closet, escritorio y balcón	1	P4
	Suite con baño, closet, área de tv, armario de cocina y balcón	1	P4
	Carpas para acampar en terraza	3	P5
<b>Común</b>	Terraza	1	P5
	Balcones - Área Social	2	P2,P3
	Sala comunal	2	P1
<b>Servicio</b>	Lavandería	1	P1
	Cocina	1	P1
	Recepción con área de casilleros	1	P1
	Baño público	1	P1
	Bodegas	1	P1

Tabla 94: Programa de Necesidades Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.3.2. Composición

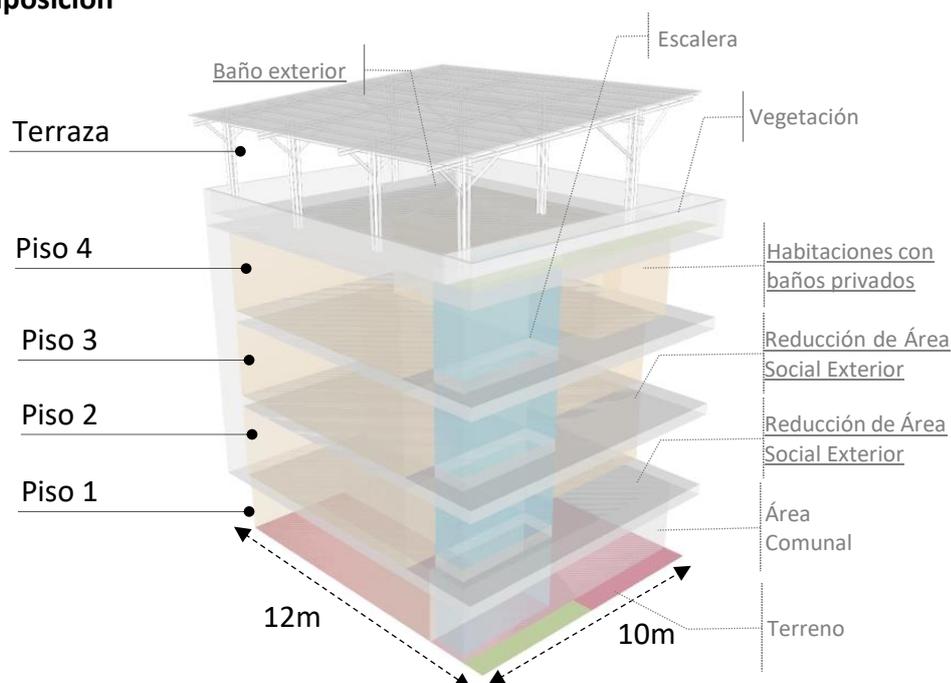
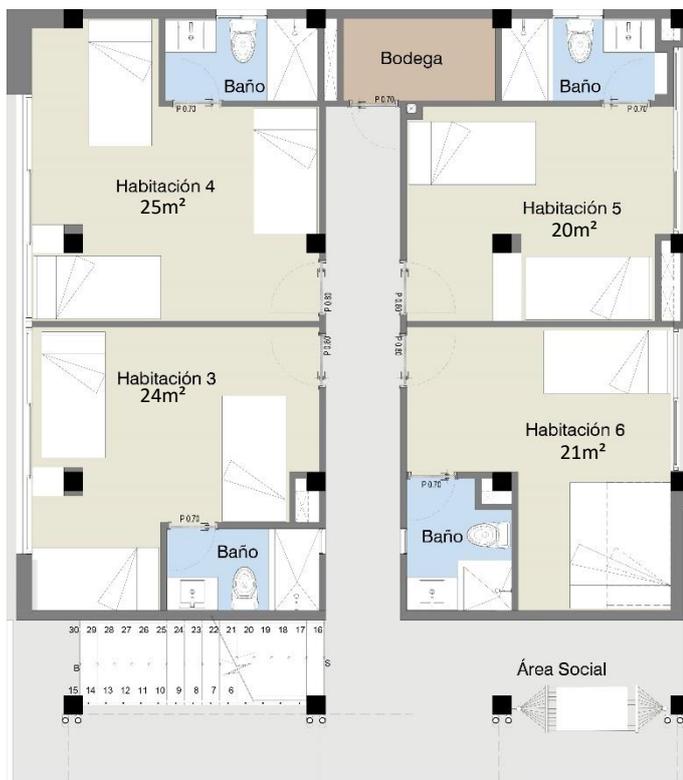


Imagen 41: Composición Arquitectónica Optimizada  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.3.3. Planos Arquitectónicos



#### Segundo Piso

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas Segundo Piso:

Habitaciones: 68%

Comunales: 9%

Servicio: 3%

Circulación: 20%

% Área útil: 68%

% Área no computable: 32%



#### Tercer Piso

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas Segundo Piso:

Habitaciones: 68%

Comunales: 9%

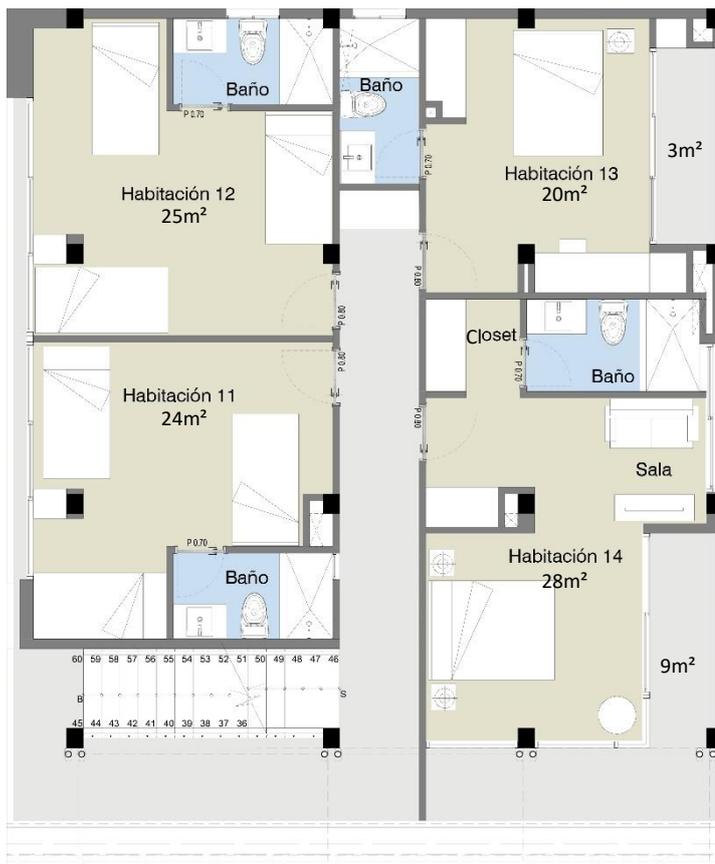
Servicio: 3%

Circulación: 20%

% Área útil: 68%

% Área no computable: 32%

Imagen 42: Plano Segundo y Tercer Piso Optimizado  
Elaborado por: Andrea Roias



**Cuarto Piso:**

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas

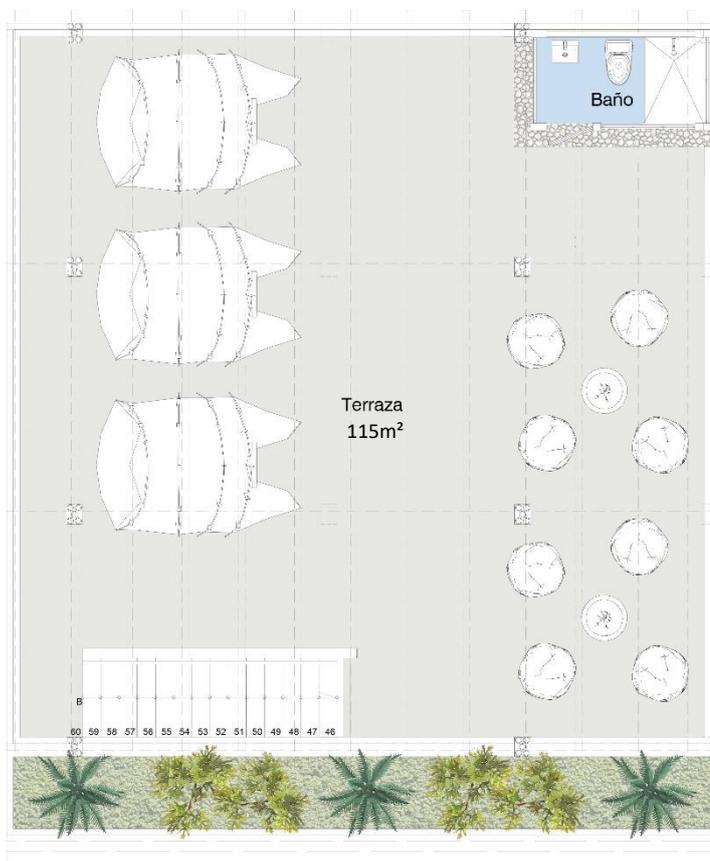
Habitaciones: 81%

Servicio: 1%

Circulación: 18%

% Área útil: 72%

% Área no computable: 28%



**Piso Terraza**

Área Construida: 134 m<sup>2</sup>

% de Áreas:

Comunales: 86%

Circulación: 3%

% Área útil: 0%

% Área no computable: 100%

Imagen 43: Plano Cuarto Piso y Terraza Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

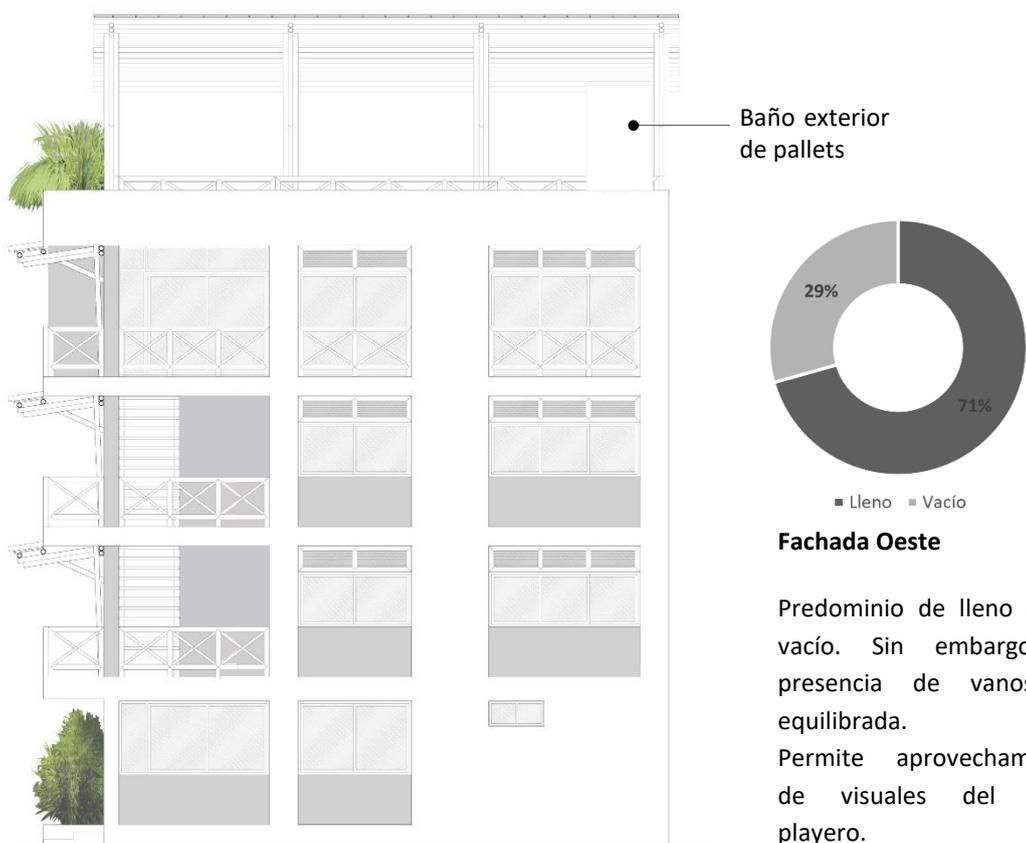
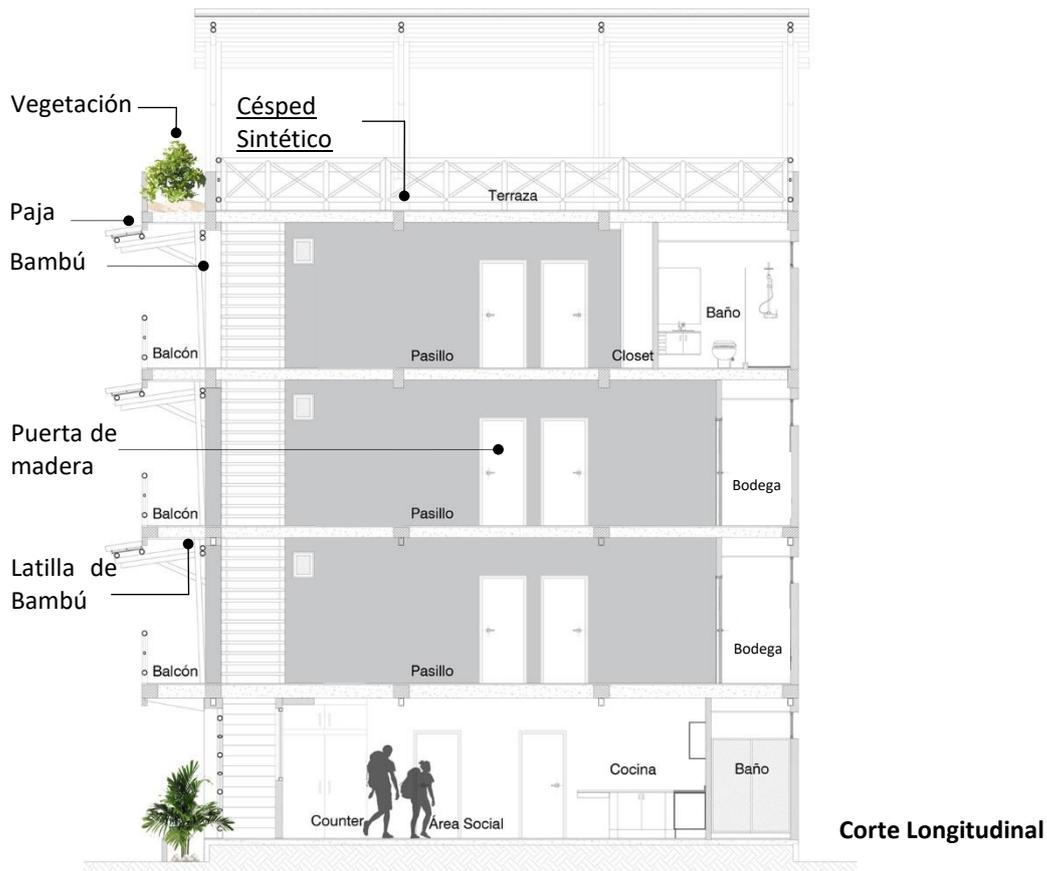


Imagen 44: Corte Longitudinal y Fachada Oeste  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 9.3.4. Resumen de Áreas

Cuadro de Áreas de Proyecto Optimizado												
Área de Terreno:		120	m <sup>2</sup>	Número de Unidades de Habitaciones:					14			
Piso	Uso	U	Área Útil o Computable m <sup>2</sup>	Área No Computable m <sup>2</sup>		Área Bruta m <sup>2</sup>	Área Hospedaje m <sup>2</sup>	Área de Serv. m <sup>2</sup>	Área Social m <sup>2</sup>	Área Circ. m <sup>2</sup>	Área Veg. m <sup>2</sup>	
				Constr. m <sup>2</sup>	Abierta m <sup>2</sup>							
1er Piso	Habitación Nro.1 (2p)	1	18,33			18,33	18,33					
	Habitación Nro.2 (2p)	1	22,34			22,34	22,34					
	Recepción	1	3,62			3,62		3,62				
	Cocina Compartida	1	15,72			15,72		15,72				
	Área Social	1	19,29			19,29			19,29			
	Área de lavado y secado	1	4,25			4,25		4,25				
	Baño compartido	1	5,54			5,54		5,54				
	Ducto	5		2,59		2,59		2,59				
	Circulación Vertical / Cto. Bomba	1		5,68		5,68				5,68		
	Circulación Horizontal	1		14,64		14,64				14,64		
	Área Verde	1			5,6	0,00					5,6	
	<b>Subtotal</b>			<b>89,09</b>	<b>22,91</b>	<b>5,60</b>	<b>112,00</b>	<b>40,67</b>	<b>31,72</b>	<b>19,29</b>	<b>20,32</b>	<b>5,60</b>
	<b>%</b>			<b>80%</b>	<b>20%</b>		<b>100%</b>	<b>36%</b>	<b>28%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>5%</b>
	2do Piso	Habitación Nro.3 (6p)	1	23,52			23,52	23,52				
Habitación Nro.4 (6p)		1	25,21			25,21	25,21					
Habitación Nro.5 (3p)		1	20,47			20,47	20,47					
Habitación Nro.6 (5p)		1	21,43			21,43	21,43					
Balcón - Área Social		1		12,31		12,31			12,31			
Bodega		1		3,80		3,80		3,80				
Ducto		2		0,75		0,75		0,75				
Circulación Vertical		1		4,62		4,62				4,62		
Circulación Horizontal		1		21,81		21,81				21,81		
<b>Subtotal</b>				<b>90,63</b>	<b>43,28</b>		<b>133,92</b>	<b>90,63</b>	<b>4,55</b>	<b>12,31</b>	<b>26,43</b>	
<b>%</b>				<b>68%</b>	<b>32%</b>		<b>100%</b>	<b>68%</b>	<b>3%</b>	<b>9%</b>	<b>20%</b>	
3er Piso	Habitación Nro.7 (6p)	1	23,52			23,52	23,52					
	Habitación Nro.8 (6p)	1	25,21			25,21	25,21					
	Habitación Nro.9 (3p)	1	20,47			20,47	20,47					
	Habitación Nro.10 (5p)	1	21,43			21,43	21,43					
	Balcón - Área Social	1		12,31		12,31			12,31			
	Bodega	1		3,80		3,80		3,80				
	Ducto	2		0,75		0,75		0,75				
	Circulación Vertical	1		4,62		4,62				4,62		
	Circulación Horizontal	1		21,81		21,81				21,81		
	<b>Subtotal</b>			<b>90,63</b>	<b>43,28</b>		<b>133,92</b>	<b>90,63</b>	<b>4,55</b>	<b>12,31</b>	<b>26,43</b>	
	<b>%</b>			<b>68%</b>	<b>32%</b>		<b>100%</b>	<b>68%</b>	<b>3%</b>	<b>9%</b>	<b>20%</b>	
4to Piso	Habitación Nro.11 (6p)	1	23,69			23,69	23,69					
	Habitación Nro.12 (6p)	1	25,06			25,06	25,06					
	Habitación Nro.13 (2p)	1	20,30			20,30	20,30					
	Balcón (Habitación Nro.13)	1		2,97		2,97	2,97					
	Habitación Nro.14 (2p)	1	27,66			27,66	27,66					
	Balcón (Habitación Nro.14)	1		9,05		9,05	9,05					
	Circulación Vertical	1		4,62		4,62				4,62		
	Circulación Horizontal	1		19,85		19,85				19,85		
	Armario - Utilería	1		0,72		0,72		0,72				
	<b>Subtotal</b>			<b>96,71</b>	<b>37,21</b>		<b>133,92</b>	<b>108,73</b>	<b>0,72</b>		<b>24,47</b>	
	<b>%</b>			<b>72%</b>	<b>28%</b>		<b>100%</b>	<b>81%</b>	<b>1%</b>		<b>18%</b>	
5to Piso	Terraza Cubierta	1		115,26		115,26	51,00		64,26			
	Circulación Vertical	1		4,62		4,62				4,62		
	Vegetación	1		14,04		14,04					14,04	
<b>Subtotal</b>				<b>133,92</b>		<b>133,92</b>	<b>51,00</b>		<b>64,26</b>	<b>4,62</b>	<b>14,04</b>	
<b>%</b>				<b>100%</b>		<b>100%</b>	<b>38%</b>		<b>48%</b>	<b>3%</b>	<b>10%</b>	
<b>Total</b>			<b>367,07</b>	<b>280,60</b>	<b>5,60</b>	<b>647,67</b>	<b>381,67</b>	<b>41,53</b>	<b>108,17</b>	<b>102,26</b>	<b>19,64</b>	
<b>%</b>			<b>57%</b>	<b>43%</b>		<b>100%</b>	<b>59%</b>	<b>6%</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>	<b>3%</b>	
<b>COS PB Construcción:</b>		<b>93%</b>				<b>COS Total Construcción:</b>	<b>540%</b>					

Tabla 95: Cuadro de Áreas de proyecto optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

Con el proyecto optimizado la relación de área computable vs área no computable mejoró con la ampliación de las habitaciones 6 y 10. Puesto que el área útil de los pisos 2 y 3 aumentó en un 5% cada uno, quedando una relación de 68%-32%. A nivel global las modificaciones incidieron con una variación positiva del 4% con respecto al área útil, resultando una relación de 57%-43%.

En cuanto a las áreas según su uso, considerando el nuevo servicio de acampar en terraza, se puede señalar que el 59% de la edificación están destinadas para hospedaje, seguido del 17% con áreas sociales, un 16% de área de circulación, un 6% en áreas de servicio y un 3% en área de vegetación.

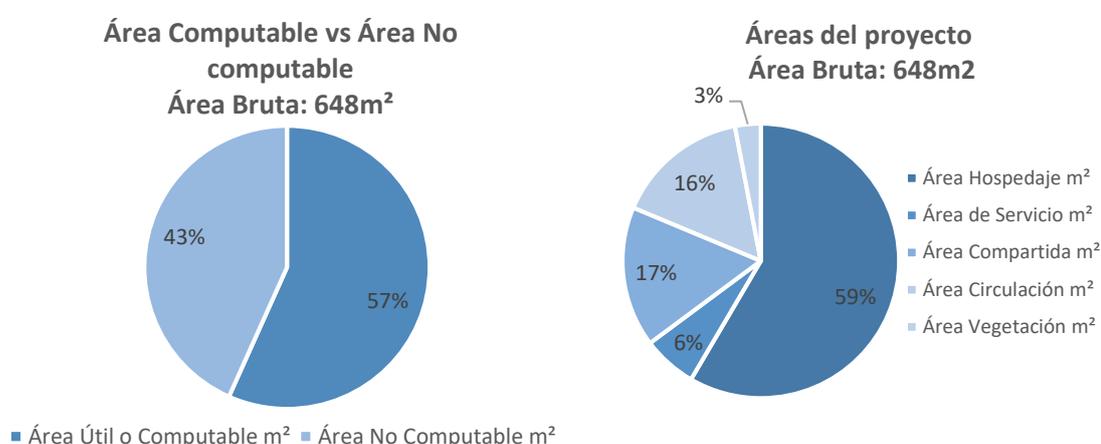


Gráfico 113: Áreas del proyecto optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

Ahora, en cuanto al área contemplada para habitaciones, se reestructuró el tipo de habitaciones a ofertar, obteniendo el siguiente resultado.

Tipología de Habitaciones - Comparativo					
Proyecto Optimizado			Proyecto Original		
Tipología	Cantidad	%	Tipología	Cantidad	%
Compartidas	6	42,9%	Compartidas	10	71,4%
Dobles Sencillas	2	14,3%	Dobles Sencillas	2	14,3%
Dobles Especiales	1	7,1%	Dobles Especiales	1	7,1%
Triples	2	14,3%	Mini Suite	1	7,1%
Quíntuples	2	14,3%	<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0%</b>
Mini Suite	1	7,1%			
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0%</b>			

Tabla 96: Tipología de habitaciones - Comparativo  
Elaborado por: Andrea Rojas

Detalle de Tipología de Habitaciones											
Tipo de habitación	U	m2	Características								
			Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Ventana	Balcón	Vista		
Habitación Compartida 6p	3	25	3	Litera (s)	Privado	AA.CC	Lockers Tv	Si	No	Alrededores	
Habitación Compartida 6p	3	24	3	Litera (s)	Privado	AA.CC	Lockers Tv	Si	No	Alrededores	
Habitación Doble Sencilla	1	18	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte Tv Repisero	Si	No	Alrededores	
Habitación Doble Sencilla	1	22	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte Tv Repisero	Si	No	Alrededores	
Habitación Doble Especial	1	23	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte Tv Armario Escritorio	Si	Si	Mar	
Habitación Triple	2	20	1	Twing Litera (s)	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte Tv Repisero	Si	No	Mar	
Habitación Quintuple	2	21	2	Litera (s)	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte Tv	Si	No	Mar	
Mini Suite	1	37	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	Caja Fuerte Walk in closet Sala-Tv	Si	Si	Mar	

Tabla 97: Detalle de Tipología de Habitaciones (PO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

De manera que, el hostel mantendría el número de habitaciones, esto es 14 habitaciones con 54 camas y 60 plazas. De las cuales el 14.3% tiene capacidad para 3 personas, el 14.3% tiene capacidad para 5 personas, el 28.6% para 2 personas y el 42.9% para 6 personas. Además, cabe señalar que ahora el 100% de las habitaciones cuentan con baño privado.

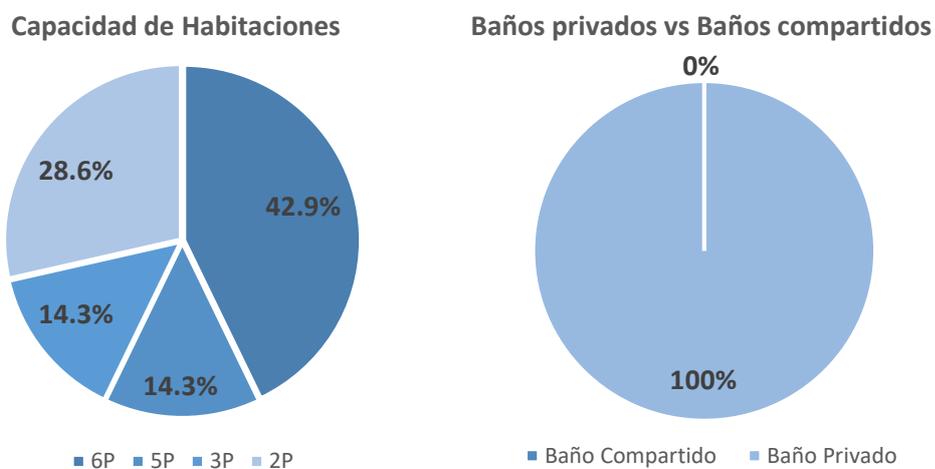


Gráfico 114: Clasificación de Habitaciones del proyecto optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 9.4. Evaluación de Costos

### 9.4.1. Resumen de Costos de Inversión

Luego de evaluar la influencia de los cambios en los gastos incurridos en las diferentes categorías de inversión, se puede concluir que se requiere de un total de \$471,731. Valor que desglosándolo se obtiene que el 69% del valor total corresponden a los costos directos de obra, el 11% a los costos Indirectos, 8% al costo del terreno y el 12% a los costos de equipamiento y amoblamiento de la edificación. Por lo que los gastos más representativos del proyecto se encuentran dirigidos a la construcción y al equipamiento y amoblamiento de la misma.

Categorización de Costos de Inversión - Optimizado		
Descripción	Valor	Porcentaje
Costos Directos (CD)	\$325,556	69%
Costos Indirectos (CI)	\$50,974	11%
Costo Terreno (Valor Actual)	\$36,268	8%
Equipamiento y Amoblamiento	\$58,934	12%
<b>Total</b>	<b>\$471,464</b>	<b>100%</b>

Tabla 98: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

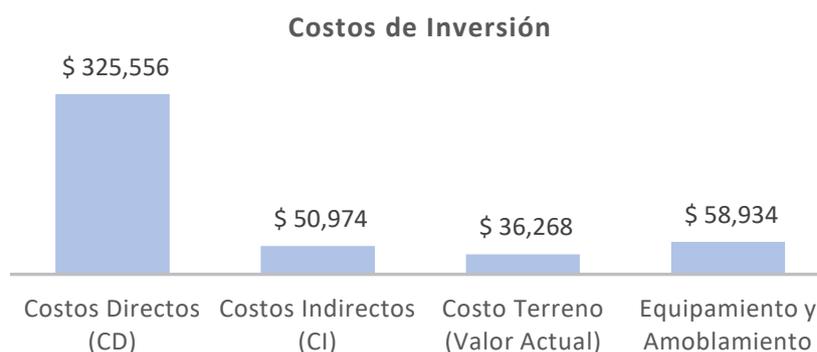


Gráfico 115: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

Por consiguiente, al relacionar el costo de inversión m<sup>2</sup> de área bruta del proyecto, resulta que el m<sup>2</sup> tiene un costo de \$637.36, es decir 1% más caro que el proyecto original. Sin embargo sigue siendo un valor razonable, que se encuentra dentro del rango de lo planificado.

<b>Costo por m2 de Área Bruta</b>	
<b>Datos</b>	<b>Valor</b>
CD+CI+Terreno (VA)	\$412,797
Área Bruta m2	647.67
<b>Costo por m2</b>	<b>\$637.36</b>

Tabla 99: Costo por m2 de Área Bruta - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

En cuanto a la incidencia del costo del terreno sobre los costos totales de infraestructura, esto es costo directo e indirecto. Estos porcentajes se ven ligeramente reducidos en comparación al proyecto original tal como se muestra en la siguiente tabla.

<b>Incidencia de Costo del Terreno</b>	
<b>Datos</b>	<b>Valor</b>
CD+CI	\$376,530
Valor Actual del Terreno	\$36,268
<b>Incidencia del Terreno (VA)</b>	<b>9.63%</b>
<b>Datos</b>	<b>Valor</b>
CD+CI	\$376,530
Valor de adquisición del Terreno	\$36,000
<b>Incidencia del Terreno (VR)</b>	<b>9.56%</b>

Tabla 100: Incidencia de Costo del Terreno - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 9.4.2. Detalle de Costos de Inversión

A continuación, se presentarán los valores que se vieron modificados, producto de las acciones propuestas para la optimización del proyecto.

En relación a los **costos directos**, suman un total de \$325,556, esto es un 0.5% más que el presupuesto del proyecto original, siendo los rubros que se vieron incrementados la albañilería (1%), las Ingenierías (0.5%) y los acabados (0.6%).

Las actividades de mayor incidencia en orden descendente son: Estructura 25.8%, Albañilería 16.7%, Sistema Eléctrico-Electrónico 12.8%, Recubrimiento 14.5%, Aluminio & Vidrio 10.5% y Sistema Hidrosanitario 9.3%.

Costos Directos - Presupuesto de Obra				
Rubro N°	Descripción	Precio Total	Porcentaje	
<b>A</b>	<b>Obras Civiles</b>	\$ 2.429	0,75%	
A1	Instalaciones Provisionales	\$ 770	0,24%	
A2	Mantenimiento de Obra	\$ 1.275	0,39%	
A3	Preparación del Sitio	\$ 384	0,12%	
<b>B</b>	<b>Estructura</b>	\$ 84.131	25,84%	
B1	Preliminares	\$ 8.580	2,64%	
B2	Estructura de Hormigón Armado	\$ 40.000	12,29%	
B3	Acero de Refuerzo	\$ 26.321	8,09%	
B4	Albañilería Estructural	\$ 4.142	1,27%	
B5	Estructuras Metálicas	\$ 1.488	0,46%	
B6	Estructuras de Madera	\$ 3.600	1,11%	
<b>C</b>	<b>Albañilería</b>	\$ 54.389	16,71%	
<b>D</b>	<b>Ingenierías</b>	\$ 72.326	22,22%	
<b>D1</b>	<b>Sistema Eléctrico-Electrónico</b>	\$ 41.767	12,83%	
<b>D2</b>	<b>Sistema Hidrosanitario</b>	\$ 30.559	9,39%	
<b>E</b>	<b>Acabados</b>	\$ 112.280	34,49%	
E1	Puertas	\$ 9.815	3,01%	
E2	Aluminio y Vidrio	\$ 34.148	10,49%	
E3	Recubrimiento	\$ 47.276	14,52%	
E4	Elementos de Fachada	\$ 11.764	3,61%	
E5	Mobiliario	\$ 8.927	2,74%	
E6	Paisajismo	\$ 350	0,11%	
<b>Total Costos Directos</b>		\$ 325.556	100,00%	

Tabla 101: Resumen de Costos Directos – Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### Distribución de Costos Directos

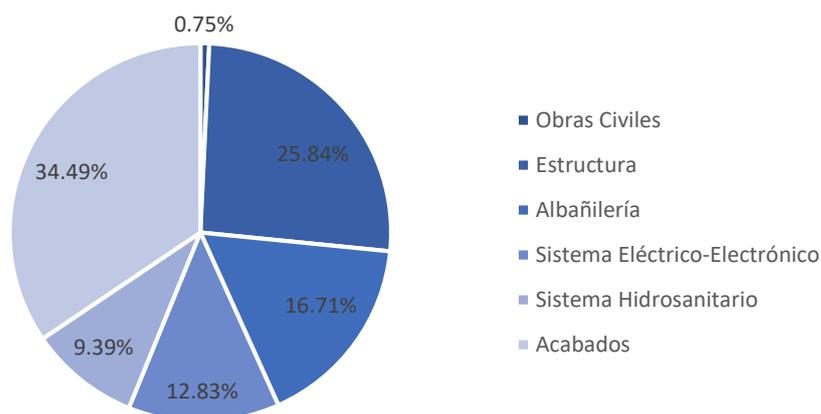


Gráfico 116: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

En cuanto a los **costos indirectos**, suman un total de \$50,973, esto es un 1.3% más que el presupuesto del proyecto original, toda vez que el rubro de imprevistos está relacionado con los costos directos, el resto de valores se mantiene.

Además, si se cuantifica su incidencia en relación a los costos directos, se puede resaltar que los costos indirectos corresponden al 15.7%, donde el 13% lo lideran los costos de planificación (4%) en conjunto con los costos de ejecución (9%) y el porcentaje restante concierne a costos de entregables (1.2%) y promoción (1%).

Resumen de Costos Indirectos			
Descripción	Precio Total	Porcentaje	%CD
Planificación	\$ 13,351	26%	4.1%
Ejecución	\$ 30,472	60%	9.4%
Entregables	\$ 3,950	8%	1.2%
Promoción	\$ 3,200	6%	1.0%
<b>Total</b>	<b>\$ 50,974</b>	<b>100%</b>	<b>15.7%</b>

Tabla 102: Resumen de Costos Indirectos – Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

Con respecto al **equipamiento y amoblamiento**, los gastos ascendieron a \$58.934, en donde los 3 rubros de mayor incidencia son equipos electrodomésticos, mobiliarios y menajes de habitaciones, seguido de equipos de tecnología, menajes de aseo y limpieza, menajes de cocina y útiles de oficina. Finalmente, las depreciaciones oscilan en \$21 mil dólares anuales.

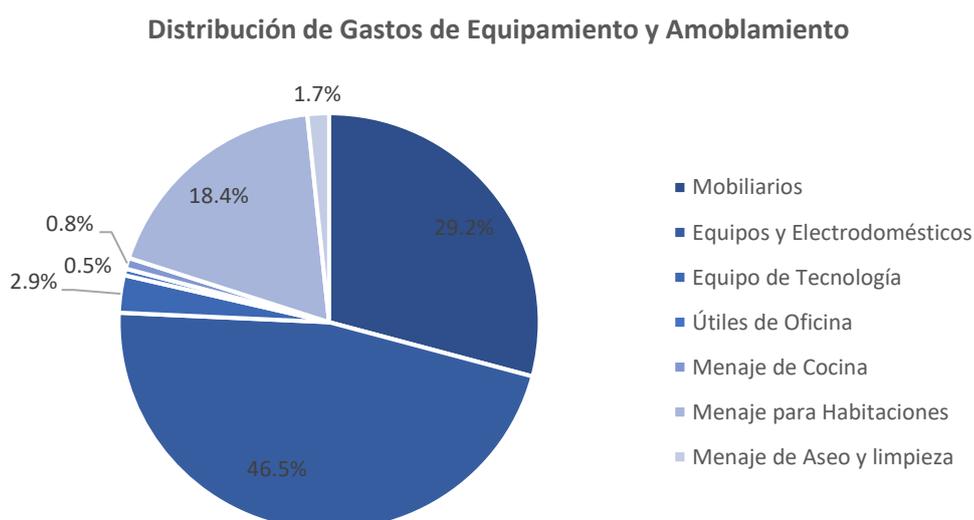


Gráfico 117: Categorización de Costos de Inversión - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.4.3. Cronograma Valorado de Inversión General

Una vez identificado los valores adicionales que conlleva la optimización, se procedió a actualizar el cronograma valorado. Cabe señalar que el plazo se mantiene ya que el incremento es manejable dentro de lo establecido.

Cronograma Valorado de Inversión General										
Descripción	Valor	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Costos Directos (CD)	\$325,556				\$29,459	\$57,689	\$77,476	\$67,148	\$93,784	
Costos Indirectos (CI)	\$50,974		\$9,211	\$6,511	\$5,612	\$5,612	\$5,612	\$5,612	\$5,612	\$7,192
Costo Terreno (Valor Actual)	\$36,268	\$36,268								
Equipamiento y Amoblamiento	\$58,934								\$41,254	\$17,680
<b>Total Mensual</b>		<b>\$36,268</b>	<b>\$9,211</b>	<b>\$6,511</b>	<b>\$35,071</b>	<b>\$63,301</b>	<b>\$83,088</b>	<b>\$72,760</b>	<b>\$140,650</b>	<b>\$24,872</b>
<b>Total Acumulado</b>		<b>\$36,268</b>	<b>\$45,478</b>	<b>\$51,989</b>	<b>\$87,060</b>	<b>\$150,361</b>	<b>\$233,450</b>	<b>\$306,209</b>	<b>\$446,859</b>	<b>\$471,731</b>

Tabla 103: Cronograma Valorado de Inversión General  
Elaborado por: Andrea Rojas

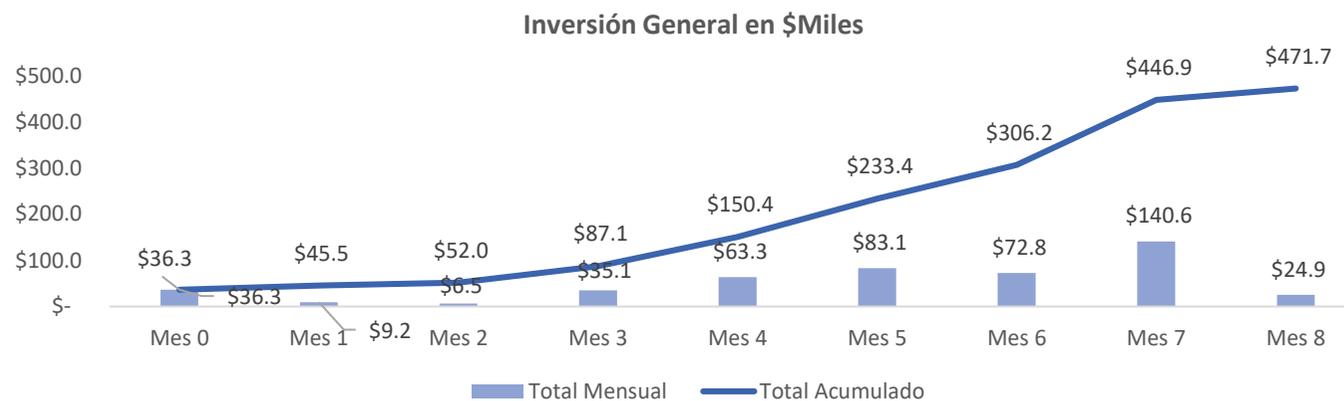


Gráfico 118: Inversión General en \$ Miles  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 9.4.4. Resumen de Costos de Operación

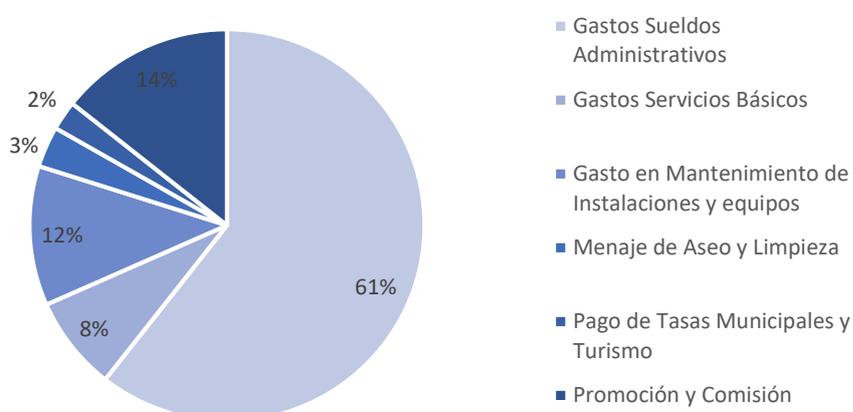
Para la operación del hostel se mantiene lo considerado en el proyecto original, a excepción de los gastos por promoción y comisión, toda vez que este valor corresponde al 5% de los ingresos percibido. Por lo que en el primer año de operación se requiere de \$82,912 distribuidos de la siguiente manera: gastos administrativos (61%), gastos de mantenimiento (12%), gastos de servicios básicos (8%), gastos en menajes de aseo y limpieza (3%), gastos de publicidad (14%) y pagos de tasas municipales & turismo (2%). Siendo el gasto más representativo la parte administrativa seguido de la promoción.

**Categorización de Costos Anuales (Año 1)**



**Gráfico 119: Categorización de Costos Anuales de Operación - Optimizado**  
Elaborado por: Andrea Rojas

**Distribución de gastos de operación**



**Gráfico 120: Distribución de gastos anuales de operación - Optimizado**  
Elaborado por: Andrea Rojas

9.4.5. Flujo de Egresos

Categorización de Costos y Gastos Anuales															
Descripción / Año	0 2021	1 2022	2 2023	3 2024	4 2025	5 2026	6 2027	7 2028	8 2029	9 2030	10 2031	11 2032	12 2033	13 2034	14 2035
Sueldos Adm.		\$50,231	\$52,157	\$52,999	\$55,030	\$55,923	\$58,065	\$59,013	\$61,272	\$62,277	\$64,660	\$65,727	\$68,240	\$69,372	\$72,023
Servicios Básicos		\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456	\$6,456
Mantenimiento de Inst. y eq.		\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550	\$9,550
Menaje de Aseo y Limpieza		\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800	\$2,800
Pago de Tasas Municipales y Turismo		\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
Publicidad		\$11,875	\$12,254	\$12,624	\$12,961	\$12,624	\$13,754	\$14,238	\$14,593	\$15,026	\$15,476	\$15,995	\$16,438	\$16,932	\$17,424
Inversión	\$471,731						\$1,705						\$1,705		
Depreciación		\$21,082	\$21,082	\$21,082	\$21,082	\$21,082	\$20,741	\$21,082	\$21,082	\$21,082	\$21,082	\$16,619	\$16,278	\$16,619	\$16,619
<b>Total</b>	<b>\$471,731</b>	<b>\$103,994</b>	<b>\$106,299</b>	<b>\$107,511</b>	<b>\$109,879</b>	<b>\$110,435</b>	<b>\$115,071</b>	<b>\$115,138</b>	<b>\$117,753</b>	<b>\$119,191</b>	<b>\$122,024</b>	<b>\$119,147</b>	<b>\$123,467</b>	<b>\$123,728</b>	<b>\$126,872</b>
<b>Acumulado</b>	<b>\$471,731</b>	<b>\$575,725</b>	<b>\$682,024</b>	<b>\$789,535</b>	<b>\$899,414</b>	<b>\$1,009,849</b>	<b>\$1,124,920</b>	<b>\$1,240,059</b>	<b>\$1,357,811</b>	<b>\$1,477,002</b>	<b>\$1,599,027</b>	<b>\$1,718,174</b>	<b>\$1,841,641</b>	<b>\$1,965,369</b>	<b>\$2,092,241</b>

Tabla 104: Categorización de costos y gastos anuales - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas



Gráfico 121: Flujo de Egresos Anuales - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 9.5. Estrategia Comercial

### 9.5.1. Plan de Producto – Servicio

Servicio de Alojamiento	
Tipo de Habitaciones	Características
<p>Tipo 1: Habitación Compartida 6p</p> 	<p>Ubicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Planta 2,3 y 4 con vista a los alrededores</li> </ul> <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 3 literas con colgador de ropa</li> <li> Baño privado</li> </ul> <p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Wifi gratis</li> <li> TV pagada gratis</li> <li> Aire acondicionado</li> <li> Lockers</li> <li> Artículos de aseo gratis</li> </ul>
<p>Tipo 2: Habitación Triple</p> 	<p>Ubicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Planta 2 y 3 con vista al mar</li> </ul> <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 1 litera y 1 Twing con repisero</li> <li> Baño privado</li> </ul> <p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Wifi gratis</li> <li> TV pagada gratis</li> <li> Aire acondicionado</li> <li> Artículos de aseo gratis</li> <li> Caja fuerte para asegurar pertenencias</li> </ul>
<p>Tipo 3: Habitación Quíntuple</p> 	<p>Ubicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Planta 2 y 3 con vista al mar</li> </ul> <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 2 literas con repisero</li> <li> Baño privado</li> </ul> <p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Wifi gratis</li> <li> TV pagada gratis</li> <li> Aire acondicionado</li> <li> Artículos de aseo gratis</li> <li> Caja fuerte para asegurar pertenencias</li> </ul>

---

**Tipo 4: Habitación doble regular**
**Ubicación:**

Planta 1 con vista a los alrededores

**Equipamiento:**

1 cama matrimonial



Armario – Repisero



Mini área de estar



Baño privado

**Servicios:**

Wifi gratis



TV pagada gratis



Aire acondicionado



Artículos de aseo gratis



Caja fuerte para asegurar pertenencias

---

**Tipo 5: Habitación doble especial**
**Ubicación:**

Planta 4 con vista al mar

**Equipamiento:**

1 cama matrimonial



1 escritorio



1 closet



Baño Privado



Balcón

**Servicios:**

Wifi gratis



TV pagada gratis



Aire acondicionado



Artículos de aseo gratis



Caja fuerte para asegurar pertenencias

---

**Tipo 6: Suite especial**
**Ubicación:**

Planta 4 con vista al mar

**Equipamiento:**

1 cama matrimonial



1 área de Tv



1 gabinete de cocina



Baño privado con walk in closet



Balcón

**Servicios:**

Wifi gratis



TV pagada gratis



Aire acondicionado



Artículos de aseo gratis



Caja fuerte para asegurar pertenencias

### Tipo 7: Camping



#### Ubicación:

 Terraza con vista 360°

#### Equipamiento:

-  1 Carpa para 2 personas
-  Baño exterior compartido
-  Balcón

#### Servicios:

-  Wifi gratis
-  Ventilación natural
-  Artículos de aseo gratis

Tabla 105: Características del Servicio de Alojamiento  
Elaborado por: Andrea Rojas

Como se pudo evidenciar en la tabla, se presentaron las diferentes tipologías de habitaciones contempladas en la nueva propuesta optimizada.

Se adicionaron habitaciones triples, quintuples y carpas para camping en terraza con la finalidad de cubrir las necesidades del mercado y generar impacto.

### 9.5.2. Distribución del Gasto

Tal como se consideró en el proyecto original, se mantiene el 5% de las ventas para destinarlo a gastos de publicidad y distribución, en donde se estableció un porcentaje del 2% para la comisión de ventas y el 3% restante para la promoción y distribución del hostel a través de los diferentes canales seleccionados afines al propósito del hostel. De manera que, al incrementarse los ingresos, se actualizan los valores respectivos.

Gastos de Comercialización		
% venta	Descripción	Anual
3%	Pág. Web (Hosting, Dominio, mantenimiento, otros)	\$800
	Pautas y Artes	\$4,800
	Medios Tradicionales	\$1,200
2%	Comisión por ventas (2% de ingresos)	\$5,075
	<b>Total</b>	<b>\$11,875</b>

Tabla 106: Gastos de Comercialización - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

Los gastos serán repartidos en la misma proporción en función de los ingresos por año. Por lo tanto, el cronograma del plan promocional del hostel se desarrolla de la siguiente manera:

Cronograma de Distribución de Gastos														
Actividades	Recurso		Calendarización (meses)											
	Costo	Tiempo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov	Dic.
Página web	\$800	1	\$800											
Pautas y Artes Medios Tradicionales-Volantes	\$4,800	12	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$300
Comisión Otas	\$1,200	12	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
Totales	\$4,427	12	\$531	\$531	\$531	\$531	\$531	\$363	\$363	\$363	\$363	\$219	\$219	\$531
Totales	\$11,227	-	\$1,731	\$931	\$931	\$931	\$931	\$963	\$963	\$963	\$963	\$819	\$819	\$931

Temporada Alta ■ Temporada Media ■ Temporada Baja ■

Tabla 107: Cronograma de Distribución de Gastos - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.5.3. Plan de Precio

Al diversificar la tipología de habitaciones se reestablecen nuevos precios bases, incrementando su valor en función de precios hedónicos, temporadas y feriados.

Establecimiento de precios														
P.	Tipo de habitación	Cap.	Cant.	m2	Características						Tarifa Estándar			
					Cama	Baño	Clim.	Balcón	Tv	Vista	\$/P	Precio/Hab.		
1	Habitación Doble (R)	2	1	18	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	No	Si	Alrededor	\$27,5	\$55	
	Habitación Doble (R)	2	1	22	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	No	Si	Alrededor	\$27,5	\$55	
	Habitación Compartida	6	1	24	3	Litera (s)	Privado	AA.CC.	No	Si	Alrededor	\$12	\$72	
	Habitación Compartida	6	1	25	3	Litera (s)	Privado	AA.CC.	No	Si	Alrededor	\$12	\$72	
2	Habitación Triple	3	1	20	1	Litera (s) Twing	Privado	AA.CC.	No	Si	Mar	\$22	\$66	
	Habitación Quintuple	5	1	21	2	Litera (s)	Privado	AA.CC.	No	Si	Mar	\$15,4	\$77	
	Habitación Compartida	6	1	24	3	Litera (s)	Privado	AA.CC.	No	Si	Alrededor	\$12	\$72	
	Habitación Compartida	6	1	25	3	Litera (s)	Privado	AA.CC.	No	Si	Alrededor	\$12	\$72	
3	Habitación Triple	3	1	20	1	Litera (s) Twing	Privado	AA.CC.	No	Si	Mar	\$22	\$66	
	Habitación Quintuple	5	1	21	2	Litera (s)	Privado	AA.CC.	No	Si	Mar	\$15,4	\$77	
	Habitación Compartida	6	1	24	3	Litera (s)	Privado	AA.CC.	Si	Si	Alrededor	\$12,5	\$75	
	Habitación Compartida	6	1	25	3	Litera (s)	Privado	AA.CC.	Si	Si	Alrededor	\$12,5	\$75	
4	Habitación doble (ES)	2	1	23	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	Si	Si	Mar	\$35,8	\$71,5	
	Mini Suite	2	1	27	1	2 Plazas	Privado	AA.CC.	Si	Si	Mar	\$48,8	\$97,5	
5	Carpa de camping	2	3	4	2	Bolsas de dormir	Exterior	Natural	Si	No	360	\$7	\$42	

**\$1.045,00**

Tabla 108: Establecimiento de precios  
Elaborado por: Andrea Rojas

El incremento se realizará aplicando un porcentaje en función de la temporada (baja/ media/alta) y feriados de mayor actividad turística (Carnaval/Semana Santa/Fin de Año). Por lo que, se mantienen los porcentajes contemplados en el proyecto original.

<b>Incremento de Precios en Función de Temporada y Feriados</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Incremento %</b>
Temporada Baja	0%
Temporada Media	5%
Temporada Alta	10%
Feriados: Carnaval, Semana Santa, Fin de Año	20%

Tabla 109: Incremento de Precios en Función de Temporada y Feriados  
Elaborado por: Andrea Rojas

De manera que, aplicando dichos porcentajes de incremento, los ingresos por noche en temporada media ascienden a \$1,097.2, en temporada alta \$1,150.2 y en feriados especiales \$1,254, considerando un 100% de ocupación del hostel.

<b>Tarifas establecidas por habitación</b>						
<b>Habitaciones</b>	<b>Tarifa Temporada Media</b>		<b>Tarifa Temporada Alta</b>		<b>Tarifa Feriados Importantes</b>	
	<b>Precio / persona</b>	<b>Precio de Habitación/ Noche</b>	<b>Precio/ persona</b>	<b>Precio de Habitación/ Noche</b>	<b>Precio/ persona</b>	<b>Precio de Habitación / Noche</b>
P1. Habitación Doble (R)	\$28,90	<b>\$ 57,80</b>	\$30,25	<b>\$60,50</b>	\$33,00	<b>\$66,00</b>
P1. Habitación Doble (R)	\$28,90	<b>\$ 57,80</b>	\$30,25	<b>\$60,50</b>	\$33,00	<b>\$66,00</b>
P2. Habitación Compartida	<b>\$12,60</b>	\$75,60	<b>\$13,20</b>	\$79,20	<b>\$14,40</b>	\$86,40
P2. Habitación Compartida	<b>\$12,60</b>	\$75,60	<b>\$13,20</b>	\$79,20	<b>\$14,40</b>	\$86,40
P2. Habitación Triple	\$23,10	<b>\$69,30</b>	\$24,20	<b>\$72,60</b>	\$26,40	<b>\$79,20</b>
P2. Habitación Quintuple	\$16,18	<b>\$80,90</b>	\$16,94	<b>\$84,70</b>	\$18,48	<b>\$92,40</b>
P3. Habitación Compartida	<b>\$12,60</b>	\$75,60	<b>\$13,20</b>	\$79,20	<b>\$14,40</b>	\$86,40
P3. Habitación Compartida	<b>\$12,60</b>	\$75,60	<b>\$13,20</b>	\$79,20	<b>\$14,40</b>	\$86,40
P3. Habitación Triple	\$23,10	<b>\$69,30</b>	\$24,20	<b>\$72,60</b>	\$26,40	<b>\$79,20</b>
P3. Habitación Quintuple	\$16,18	<b>\$80,90</b>	\$16,94	<b>\$84,70</b>	\$18,48	<b>\$92,40</b>
P4. Habitación Compartida	<b>\$13,10</b>	\$78,60	<b>\$13,80</b>	\$82,80	<b>\$15,00</b>	\$90,00
P4. Habitación Compartida	<b>\$13,10</b>	\$78,60	<b>\$13,80</b>	\$82,80	<b>\$15,00</b>	\$90,00
P4. Habitación doble (ES)	\$37,55	<b>\$75,10</b>	\$39,35	<b>\$78,70</b>	\$42,90	<b>\$85,80</b>
P4. Mini Suite	\$51,20	<b>\$102,40</b>	\$53,65	<b>\$107,30</b>	\$58,50	<b>\$117,00</b>
P5. Carpa de camping	<b>\$7,35</b>	\$44,10	<b>\$7,70</b>	\$46,20	<b>\$8,40</b>	\$50,40
		<b>\$1.097,20</b>		<b>\$1.150,20</b>		<b>\$1.254,00</b>

Tabla 110: Tarifas establecidas por habitación - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.5.4. Flujo de Ingresos

Para la estimación del flujo de ingresos proyectados se cruzaron datos como registros de días entre semana y fines de semana que contiene cada año en un periodo de 15 años, variación positiva anual del 3% en precios y los porcentajes de ocupación del hostel. Permitiendo estimar ingresos anuales, los mismos que se detallan en la siguiente tabla, donde se puede observar los saldos parciales y acumulados.

		Flujo de Ingresos Anuales Esperados														
Ocupación	Días	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
<b>Fines de Semana</b>																
90%	Temporada Alta	\$-	\$55,425	\$59,220	\$56,604	\$58,302	\$61,216	\$63,053	\$67,416	\$66,893	\$67,588	\$69,616	\$73,095	\$76,721	\$79,023	\$79,873
65%	Temporada Media	\$-	\$24,248	\$25,710	\$27,238	\$27,276	\$27,291	\$28,110	\$29,805	\$31,576	\$32,524	\$32,569	\$32,587	\$33,565	\$35,589	\$37,704
45%	Temporada Baja	\$-	\$8,465	\$8,234	\$8,481	\$9,249	\$9,527	\$9,813	\$9,546	\$9,254	\$10,127	\$11,044	\$11,376	\$11,717	\$11,398	\$11,049
<b>Entre Semana</b>																
70%	Temporada Alta	\$-	\$103,863	\$105,320	\$112,751	\$115,254	\$117,805	\$121,339	\$124,018	\$128,729	\$133,610	\$137,619	\$141,747	\$143,771	\$148,084	\$153,709
50%	Temporada Media	\$-	\$48,277	\$49,160	\$50,053	\$52,154	\$54,336	\$55,966	\$56,990	\$58,025	\$59,766	\$62,274	\$64,880	\$66,826	\$68,049	\$69,285
30%	Temporada Baja	\$-	\$13,481	\$14,208	\$14,634	\$14,731	\$15,172	\$15,628	\$16,471	\$17,350	\$17,474	\$17,589	\$18,117	\$18,660	\$19,667	\$20,717
<b>Total Parcial</b>		\$-	\$253,758	\$261,853	\$269,761	\$276,965	\$285,48	\$293,908	\$304,246	\$311,827	\$321,089	\$330,711	\$341,802	\$351,260	\$361,809	\$372,337
<b>Total Acumulado</b>		\$-	\$253,758	\$515,611	\$785,372	\$1,062,337	\$1,347,685	\$1,641,593	\$1,945,839	\$2,257,666	\$2,578,755	\$2,909,466	\$3,251,268	\$3,602,529	\$3,964,338	\$4,336,676

Tabla 111: Flujos de ingresos anuales - Optimizado

Elaborado por: Andrea Rojas

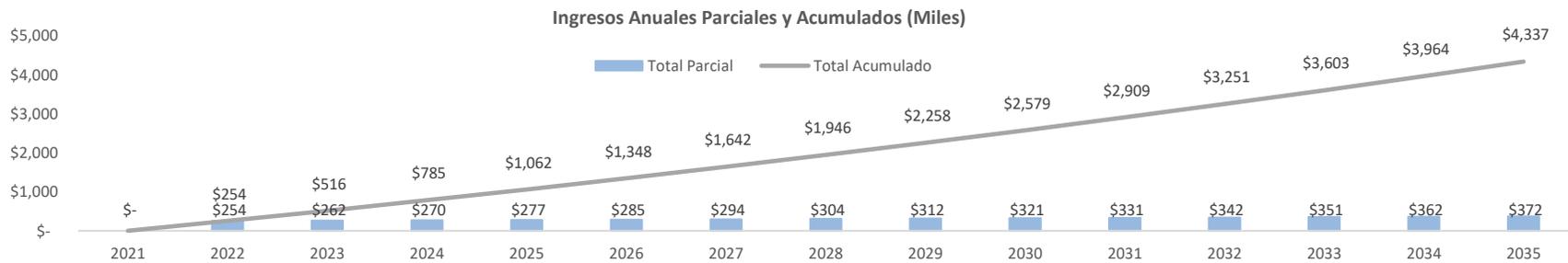


Gráfico 122: Flujo de ingresos anuales - Optimizado

Elaborado por: Andrea Rojas

## 9.6. Evaluación Financiera

Una vez reestructurado los ingresos frente a los gastos del proyecto optimizado, se analizarán los flujos sin y con financiamiento para determinar su viabilidad.

### 9.6.1. Análisis Estático de Proyecto Puro

Si revisamos los indicadores financieros resultantes a la fecha de corte se puede evidenciar la viabilidad del proyecto, puesto que los ingresos ascienden ahora a \$4.4 millones y los egresos a \$2.8 millones resultando una utilidad a la fecha de corte de \$1.5 millones mismo que traducido a porcentajes representa el 35% de margen bruto y 54% de margen de rentabilidad.

Indicadores Financieros (E)	
Descripción	Valor (millones)
Ingresos	\$4,373,909
Egresos	\$2,840,885
Utilidad	\$1,533,025
ROI (Retorno de la inversión)	308%
Márgenes Bruto: Utilidad en relación a los Ingresos	35%
De Rentabilidad: Utilidad en relación a los gastos	54%

Tabla 112: Análisis Estático - Indicadores Financieros (PP)- Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.2. Análisis Dinámico de Proyecto Puro

#### 9.6.2.1. Tasa de Descuento

A diferencia del análisis estático, en el análisis dinámico se toma en consideración el valor del dinero en el tiempo, por lo que se requiere del establecimiento de una tasa de descuento para que ésta sea aplicada en el flujo. Cabe señalar que se mantendrá la tasa obtenida en el capítulo financiero, esta es 18.38%.

#### 9.6.2.2. Flujo Financiero Puro

Hacer realidad el proyecto optimizado requiere de una inversión inicial de \$497 mil dólares, valor que incluye costos directos, indirectos, terreno, equipamiento y amoblamiento.

Además, se prevén gastos anuales a partir de \$138 mil dólares e ingresos anuales a partir de \$254 mil dólares, resultando mayor magnitud de ingresos frente a desembolsos. Por lo que, se programa una recuperación de la inversión en el periodo comprendido entre el cuarto y quinto año de operación del proyecto.

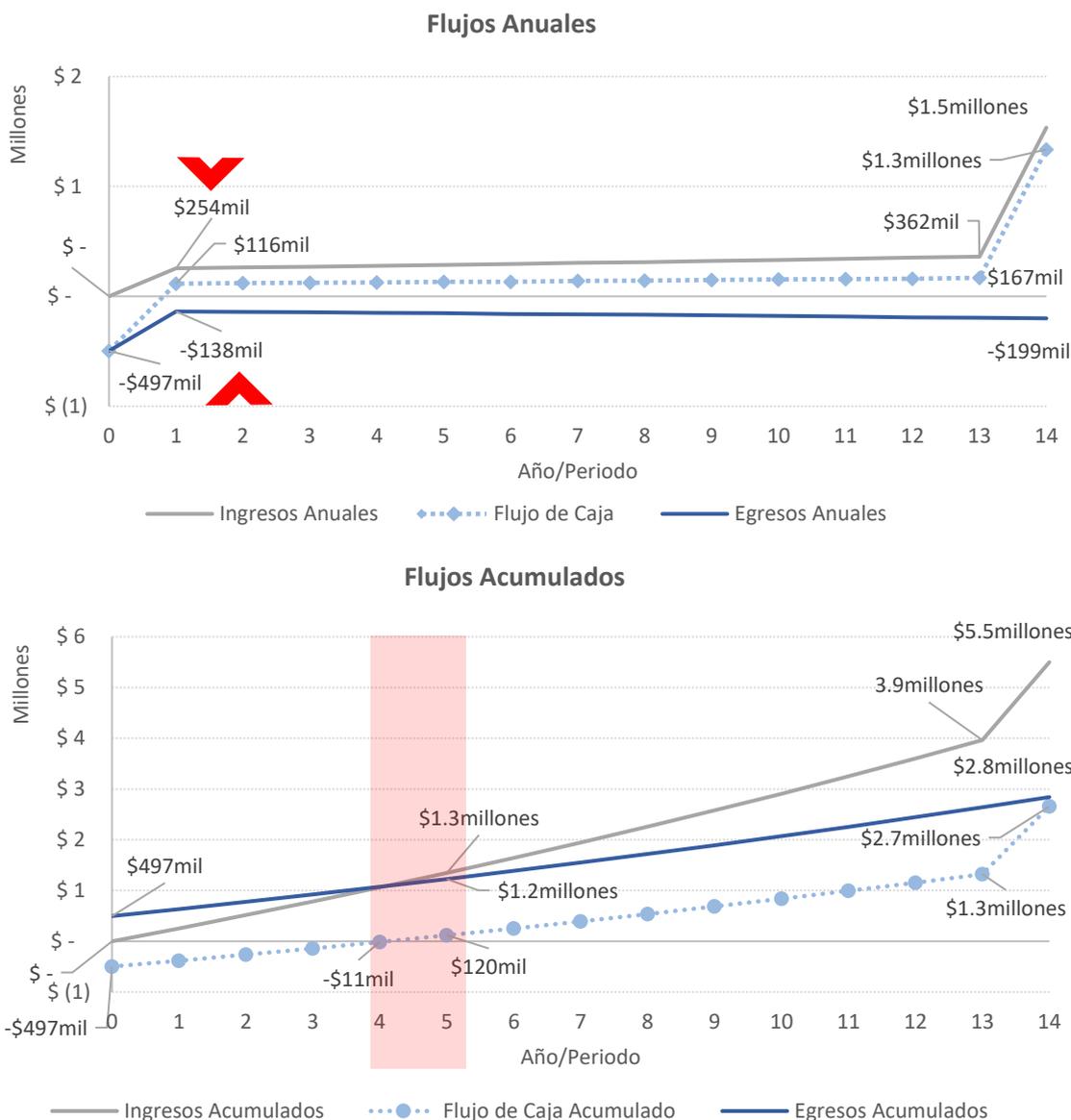


Gráfico 123: Flujos Anuales y Acumulados (PP) - Optimizado  
Elaborado por: Andrea Rojas

Con esta información financiera es posible dar paso al análisis de factibilidad a través de niveles de cumplimiento de criterios en función de los indicadores financieros como VAN y TIR.

### 9.6.2.3. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros a una tasa efectiva del 18.38% ahora se muestran favorables a partir del año 8. Reflejando finalmente un VAN de \$261,270 y una TIR de 27%. Resultados que, en función de los criterios de aceptación establecidos, el proyecto resulta viable puesto que el Valor Actual Neto es mayor que 0 y la TIR excede el rendimiento requerido.

Indicadores Financieros (D)			
Descripción	Criterios de Aceptación	Valor (X)	Resultados de Aceptación
Tasa Efectiva Anual	No Aplica	18.38%	No Aplica
VAN (Valor Actual Neto)	X>0	\$261,270	Positivo
TIR (Tasa Interna de Retorno)	X>18.38%	27%	Positivo
Beneficio/Costo (Método VPN)	X>1	1.21	Positivo

Tabla 113: Análisis Dinámico - Indicadores Financieros (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.3. Análisis de Sensibilidades de Proyecto Puro

Para identificar las limitaciones y los alcances que presenta esta nueva propuesta de modelo de negocio, se aplicará la herramienta de análisis de sensibilidades, con la que se evidenciará el comportamiento de los principales indicadores financieros ante las variaciones porcentuales en ingresos, costos, entre otros factores. Información valiosa para la toma de decisiones.

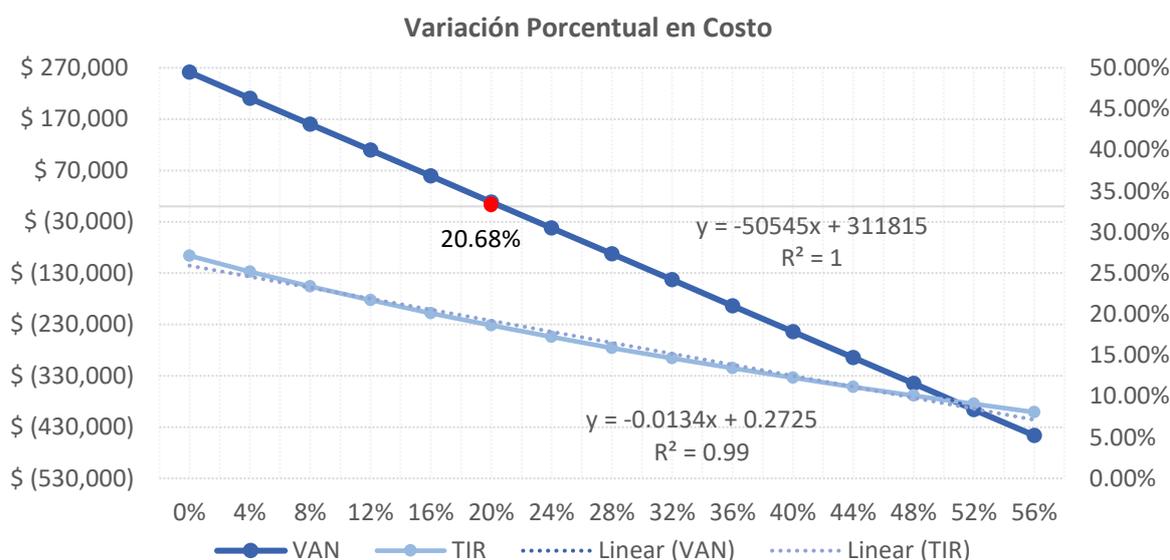
#### 9.6.3.1. Sensibilidad en Costos

Resultan los siguientes nuevos saldos de indicadores financieros ante incrementos porcentuales en costos totales, identificando el punto de equilibrio.

	Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos							
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%
<b>VAN</b>	\$261,270	\$210,724	\$160,179	\$109,634	\$59,088	\$8,543	\$(42,003)	\$(92,548)
<b>TIR</b>	27.12%	25.18%	23.38%	21.69%	20.11%	18.62%	17.22%	15.88%

Tabla 114: Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Tal como se muestra en el gráfico, las ecuaciones obtenidas reflejan que, por cada variación porcentual de incremento en costos totales, el VAN se reduce en \$50.545 y la TIR en 1.34%. Por lo que el proyecto puede resistir hasta un 20.68% de incrementos en costos totales, ya que en ese punto se obtiene un VAN de 0, de manera que, si supera ese porcentaje el proyecto se vuelve inviable.



**Gráfico 124: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PPO)**  
Elaborado por: Andrea Rojas

En el caso de incrementarse costos en la construcción se obtienen las variaciones que se muestran en la tabla inferior. Información que junto a la gráfica señalan que por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye \$32,556 y la TIR 0.87%, por lo que el proyecto puede soportar un incremento en costos de la construcción hasta el 79.58%.

Lo antes expuesto demuestra que el proyecto es poco sensible a las variaciones de costos de construcción, puesto que supera el 50%, añadiendo el hecho que es un escenario poco probable que se presente.

<b>Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Construcción</b>								
	<b>0%</b>	<b>10%</b>	<b>20%</b>	<b>30%</b>	<b>40%</b>	<b>50%</b>	<b>60%</b>	<b>90%</b>
<b>VAN</b>	\$261,270	\$228,714	\$196,159	\$163,603	\$131,047	\$98,492	\$65,936	\$(31,731)
<b>TIR</b>	27.12%	25.63%	24.29%	23.09%	21.99%	20.98%	20.05%	17.66%

**Tabla 115: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PPO)**  
Elaborado por: Andrea Rojas

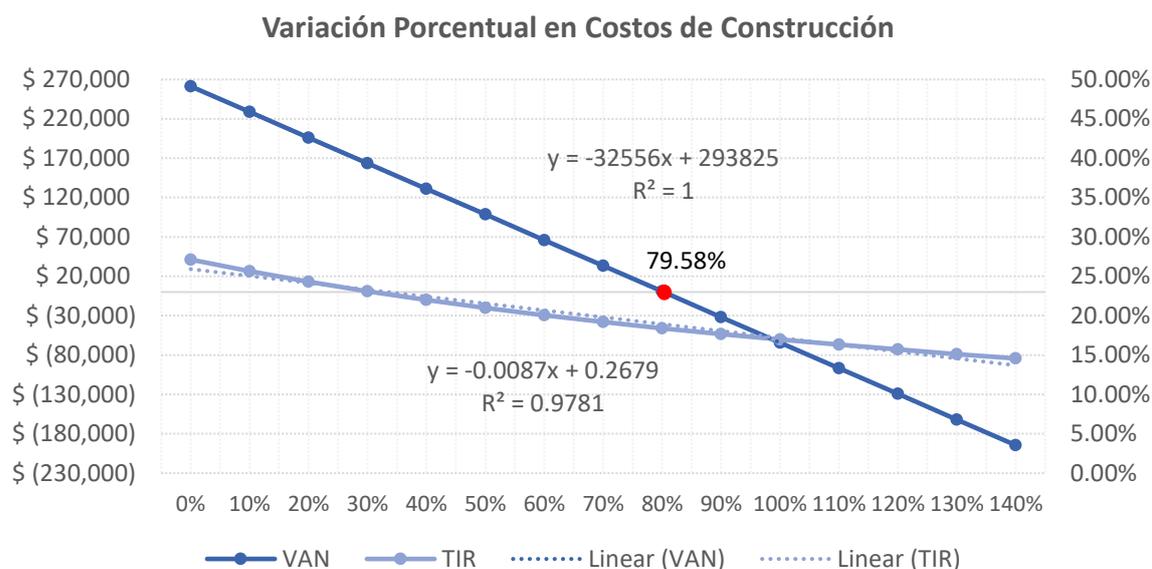


Gráfico 125: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

De presentarse incrementos en los costos operativos del hostel, esto es en sueldos administrativos, servicios básicos, mantenimientos de las instalaciones y equipos, entre otros, los indicadores financieros se verían mínimamente impactados ya que de acuerdo a la siguiente tabla se evidencia que el proyecto puede soportar un incremento en costos operativos hasta el 80.25%, lo cual demuestra que el proyecto también es menos sensible a este tipo de variaciones. Sin embargo, es un área que debe trabajarse con la debida atención, ya que de presentarse excedentes convierte al VAN en negativo y por consiguiente el proyecto dejaría de ser viable.

Cabe indicar que, por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye en \$32,832 y la TIR en 1.16%, tal como lo muestran las fórmulas expuestas en el gráfico inferior.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación								
	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	80%
<b>VAN</b>	\$261,270	\$228,437	\$195,605	\$162,773	\$129,941	\$97,108	\$64,276	\$(1,389)
<b>TIR</b>	27.12%	26.06%	24.99%	23.91%	22.83%	21.73%	20.61%	18.33%

Tabla 116: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Operación (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

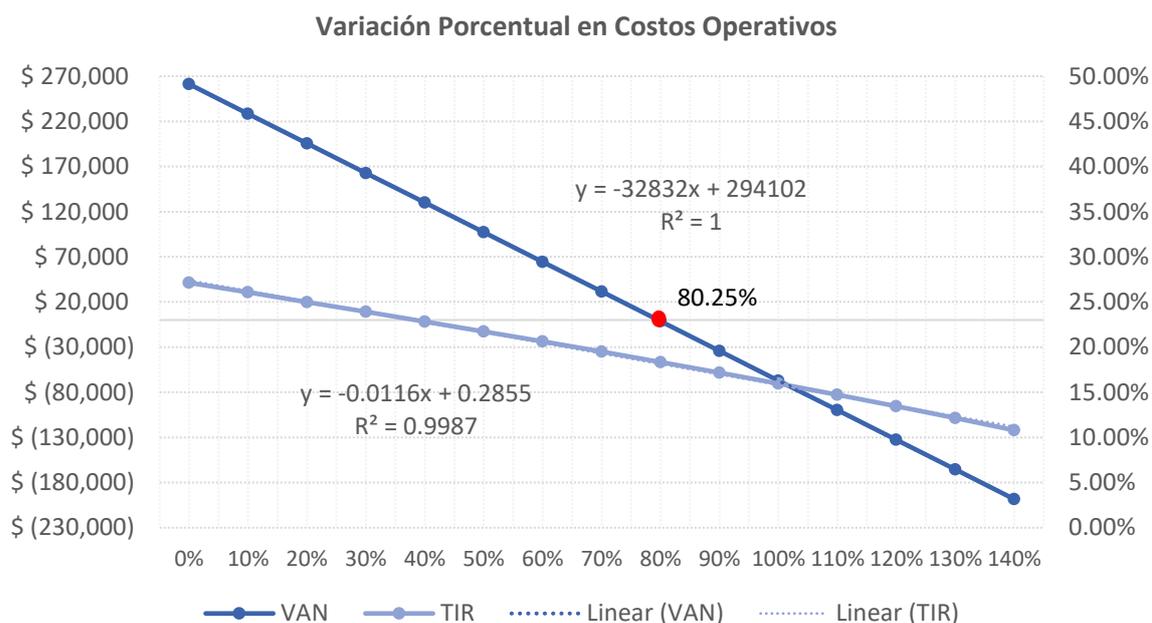


Gráfico 126: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.3.2. Sensibilidad en Ingresos

Ante la posible existencia de disminuciones porcentuales en ingresos, la tabla siguiente refleja el comportamiento de los indicadores financieros ante dichas variaciones. Lo cual nos permite identificar un porcentaje límite de reducción de ingresos con el que se consigue obtener un VAN de 0. De presentarse excedentes el proyecto dejaría de ser viable.

<b>Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos</b>								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%
<b>VAN</b>	\$261,270	\$200,274	\$139,277	\$78,281	\$17,285	\$(43,711)	\$(104,707)	\$(165,703)
<b>TIR</b>	27.12%	25.11%	23.08%	21.03%	18.97%	16.88%	14.75%	12.57%

Tabla 117: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Las ecuaciones reflejadas en el gráfico inferior señalan que, por cada variación porcentual de disminución en ingresos, el VAN se reduce en \$60.996 y la TIR en 2.32%. Por lo tanto, el proyecto puede resistir hasta un 17.13% de disminución en ingresos, lo que significa que el proyecto es más sensible a este tipo de variaciones.

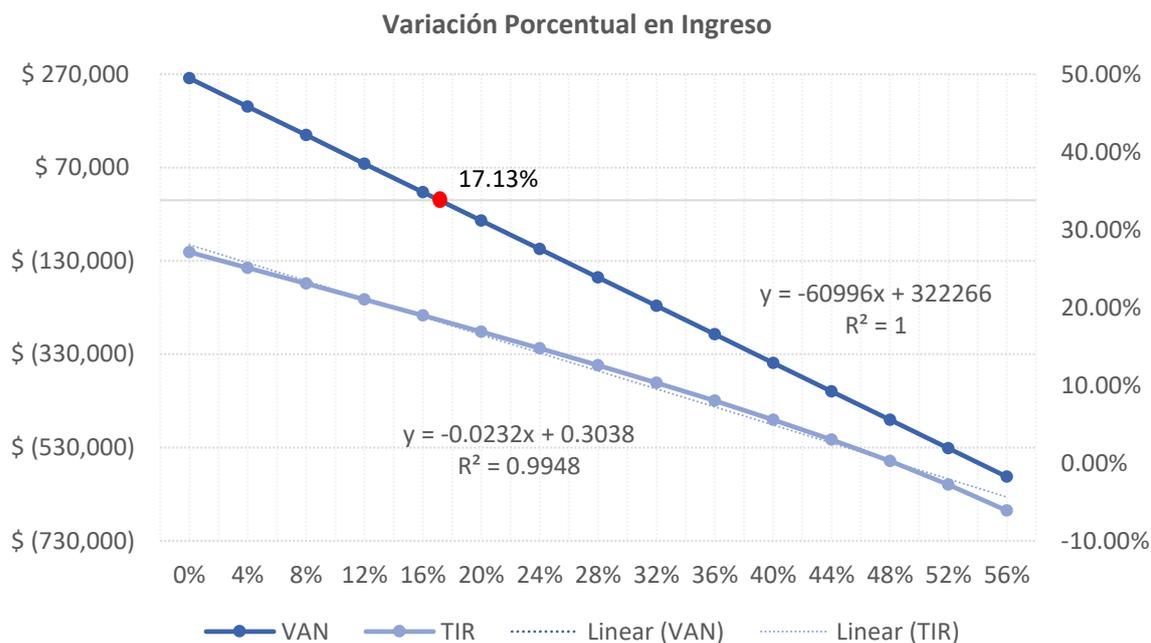


Gráfico 127: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.3.3. Sensibilidad en Porcentajes de Ocupación

En cuanto a otro factor que está estrechamente relacionado con los ingresos que se perciben, esto es el porcentaje de ocupación proyectado. Se identificó que, por cada punto porcentual reducido el VAN disminuye en \$40.032 y la TIR en 1.55%, logrando así resistir hasta un 26.11% de reducción en porcentajes de ocupación, ya que en ese punto se logra conseguir un VAN de 0. De excederse, el Valor Actual Neto se convertirá en negativo y por consiguiente dejará de ser viable.

Lo antes expuesto se encuentra expresado a detalle en la tabla y gráfica siguiente para mejor comprensión.

<b>Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación</b>								
	<b>0%</b>	<b>4%</b>	<b>8%</b>	<b>12%</b>	<b>16%</b>	<b>20%</b>	<b>24%</b>	<b>28%</b>
<b>VAN</b>	\$261,270	\$221,237	\$181,205	\$141,173	\$101,140	\$61,108	\$21,075	\$(18,957)
<b>TIR</b>	21.12%	25.86%	24.57%	23.26%	21.92%	20.55%	19.14%	17.69%

Tabla 118: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

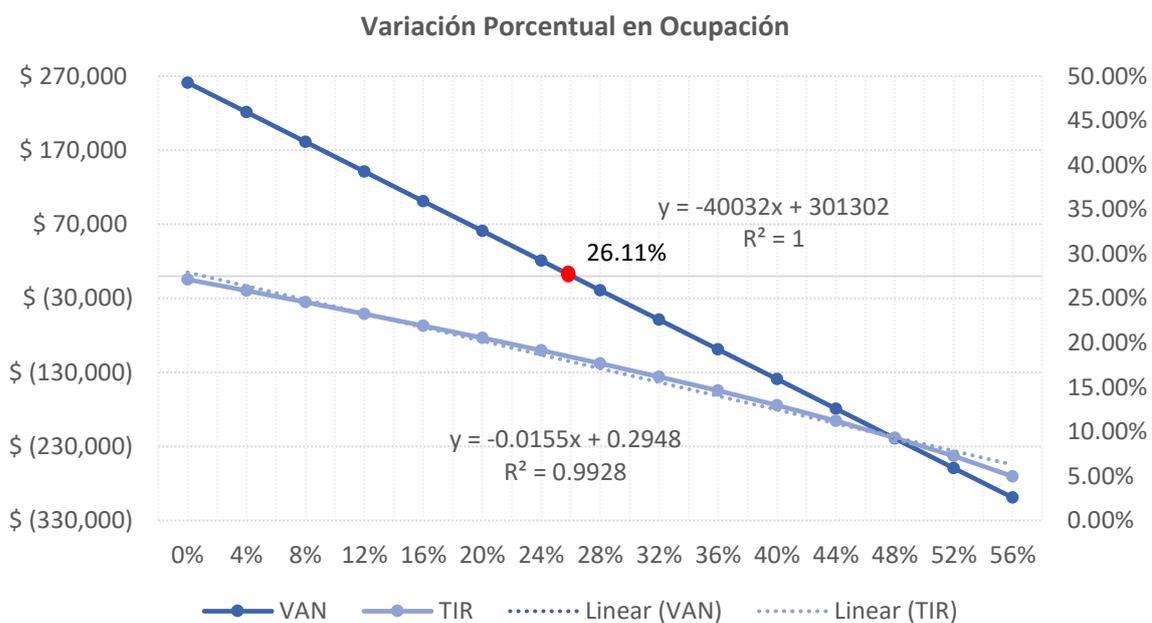


Gráfico 128: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

El porcentaje de reducción límite que podría soportar el proyecto optimizado estaría distribuido de acuerdo a lo presentado en la tabla a continuación, datos establecidos en función de días de fines de semana o entre semana, dependiendo de la temporada playera (alta-media-baja):

Variación en Porcentaje de Ocupación		
Fines de Semana	% Ocupación Esperada	Variación límite
Temporada Alta	90%	67%
Temporada Media	65%	48%
Temporada Baja	45%	33%
Entre de Semana	% Ocupación Esperada	Variación límite
Temporada Alta	70%	52%
Temporada Media	50%	37%
Temporada Baja	30%	22%

Tabla 119: Variación en Porcentaje de Ocupación (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.3.4. Análisis de Escenarios

Al cruzar variaciones porcentuales de reducción de ingresos y aumento de costos, a continuación, se muestra el comportamiento del VAN ante cada posible escenario, en donde los valores resultantes con signo positivo señalan que el proyecto se mantiene viable. Por mencionar uno, el proyecto podría sufrir un incremento de costos totales del 10% y una reducción en ingresos del 8% y seguiría siendo viable con un VAN de \$12.914.

VAN	Variación en Disminución de Ingresos												
	0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%
\$ 261,270													
0%	\$ 261,270	\$230,772	\$ 200,274	\$ 169,775	\$ 139,277	\$ 108,779	\$ 78,281	\$ 47,783	\$ 17,285	\$ (13,213)	\$ (43,711)	\$ (74,209)	\$ (104,707)
2%	\$ 235,997	\$205,499	\$ 175,001	\$ 144,503	\$ 114,005	\$ 83,507	\$ 53,009	\$ 22,510	\$ (7,988)	\$ (38,486)	\$ (68,984)	\$ (99,482)	\$ (129,980)
4%	\$ 210,724	\$180,226	\$ 149,728	\$ 119,230	\$ 88,732	\$ 58,234	\$ 27,736	\$ (2,762)	\$ (33,260)	\$ (63,758)	\$ (94,256)	\$ (124,755)	\$ (155,253)
6%	\$ 185,452	\$154,954	\$ 124,455	\$ 93,957	\$ 63,459	\$ 32,961	\$ 2,463	\$ (28,035)	\$ (58,533)	\$ (89,031)	\$ (119,529)	\$ (150,027)	\$ (180,525)
8%	\$ 160,179	\$129,681	\$ 99,183	\$ 68,685	\$ 38,187	\$ 7,689	\$ (22,810)	\$ (53,308)	\$ (83,806)	\$ (114,304)	\$ (144,802)	\$ (175,300)	\$ (205,798)
10%	\$ 134,906	\$104,408	\$ 73,910	\$ 43,412	\$ 12,914	\$ (17,584)	\$ (48,082)	\$ (78,580)	\$ (109,078)	\$ (139,576)	\$ (170,075)	\$ (200,573)	\$ (231,071)
12%	\$ 109,634	\$79,136	\$ 48,637	\$ 18,139	\$ (12,359)	\$ (42,857)	\$ (73,355)	\$ (103,853)	\$ (134,351)	\$ (164,849)	\$ (195,347)	\$ (225,845)	\$ (256,343)
14%	\$ 84,361	\$53,863	\$ 23,365	\$ (7,133)	\$ (37,631)	\$ (68,129)	\$ (98,628)	\$ (129,126)	\$ (159,624)	\$ (190,122)	\$ (220,620)	\$ (251,118)	\$ (281,616)
16%	\$ 59,088	\$28,590	\$ (1,908)	\$ (32,406)	\$ (62,904)	\$ (93,402)	\$ (123,900)	\$ (154,398)	\$ (184,896)	\$ (215,394)	\$ (245,893)	\$ (276,391)	\$ (306,889)
18%	\$ 33,816	\$3,317	\$ (27,181)	\$ (57,679)	\$ (88,177)	\$ (118,675)	\$ (149,173)	\$ (179,671)	\$ (210,169)	\$ (240,667)	\$ (271,165)	\$ (301,663)	\$ (332,161)
20%	\$ 8,543	\$ (21,955)	\$ (52,453)	\$ (82,951)	\$ (113,449)	\$ (143,948)	\$ (174,446)	\$ (204,944)	\$ (235,442)	\$ (265,940)	\$ (296,438)	\$ (326,936)	\$ (357,434)
22%	\$ (16,730)	\$ (47,228)	\$ (77,726)	\$ (108,224)	\$ (138,722)	\$ (169,220)	\$ (199,718)	\$ (230,216)	\$ (260,714)	\$ (291,213)	\$ (321,711)	\$ (352,209)	\$ (382,707)
24%	\$ (42,003)	\$ (72,501)	\$ (102,999)	\$ (133,497)	\$ (163,995)	\$ (194,493)	\$ (224,991)	\$ (255,489)	\$ (285,987)	\$ (316,485)	\$ (346,983)	\$ (377,481)	\$ (407,979)

Tabla 120: Variaciones cruzadas (PPO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 9.6.4. Análisis Estático de Proyecto Apalancado

Se determinó que el proyecto optimizado mantendrá los mismos porcentajes utilizados en el proyecto original con el 40% de capital propio y el 60% con préstamo bancario. Dicho préstamo será desembolsado en el año 0 para cubrir gastos de construcción y los pagos se realizarán trimestralmente a una tasa efectiva anual de 10.92%, con el primer año de gracia a 10 años plazo. La cancelación de las cuotas se encuentra detalladas en Anexos.

Nuevamente dimensionados los ingresos frente a los egresos en el estado de flujos de efectivo proyectado a 14 años, pero ahora tomando en cuenta los gastos financieros producto del préstamo bancario, se obtienen ingresos que ascienden a \$4,373,909 y egresos a \$3,045,845, resultando una utilidad a la fecha de corte de \$1,328,064, mismo que traducido a porcentajes representa el 30% de margen bruto y 44% de margen de rentabilidad. Información que se puede observar en la tabla expuesta a continuación:

<b>Indicadores Financieros (E)</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	
Ingresos	\$4,373,909	
Egresos	\$3,045,845	
Utilidad	\$1,328,064	
ROI (Retorno de la inversión)	660%	
Márgenes		
Bruto: Utilidad en relación a los Ingresos	30%	
De Rentabilidad: Utilidad en relación a los gastos	44%	

Tabla 121: Análisis Estático - Indicadores Financieros (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 9.6.5. Análisis Dinámico de Proyecto Apalancado

##### 9.6.5.1. Tasa de Descuento

Una vez que se cuenta con la tasa efectiva anual utilizada en el proyecto puro (18.38%) y la tasa emitida por la fuente de financiamiento (10.92%), en este caso la CFN, se procede a ponderar la tasa a utilizar en el presente flujo con la finalidad de recalculer los índices financieros del proyecto apalancado. De manera que se obtuvo como resultado una tasa efectiva anual del 13.94%.

Ponderación de Tasa		
Descripción	Valor	%
Capital Propio ( $k_p$ )	\$201,107	40%
Tasa efectiva anual ( $r_e$ )	18.38%	
Capital del Préstamo ( $k_c$ )	\$296,000	60%
Tasa efectiva anual (pagos trimestrales) ( $r_c$ )	10.92%	
Inversión Total ( $k_t$ )	\$497,107	100%
Tasa efectiva anual Ponderada ( $r_{pond}$ )	13.94%	

$$r_{pond} = \frac{k_p r_e + k_c r_c}{k_t}$$

Tabla 122: Ponderación de Tasa de Descuento (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.5.2. Flujo Financiero Apalancado

En este flujo se incorpora el financiamiento bancario, el mismo que representa el 60% de la inversión inicial, esto es \$296 mil, valor que será cancelado durante 10 años contados a partir de la fecha de su desembolso a una tasa efectiva anual del 10.92%, con pagos trimestrales de USD \$8,081 durante el primer año de gracia, que corresponde solo a los intereses y posteriormente pagos trimestrales fijos de USD \$13,017. Obteniendo así información necesaria para complementar e identificar flujos parciales y acumulados tal como se observa en el gráfico inferior. Cabe indicar que, se prevé una recuperación de la inversión al tercer año de operación del proyecto.

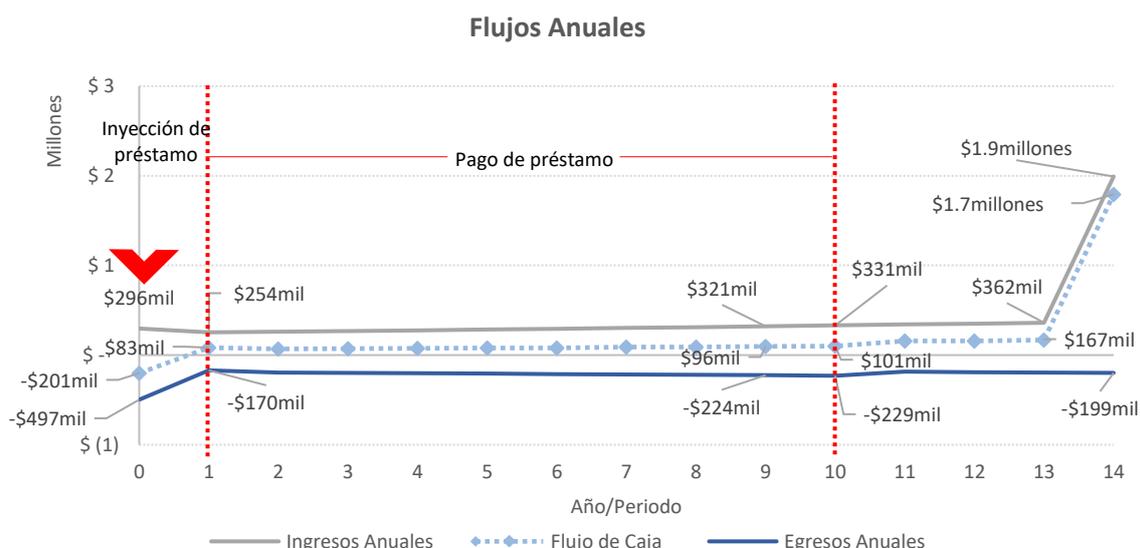


Gráfico 129: Flujos Anuales (PA) - Optimizado

Elaborado por: Andrea Rojas

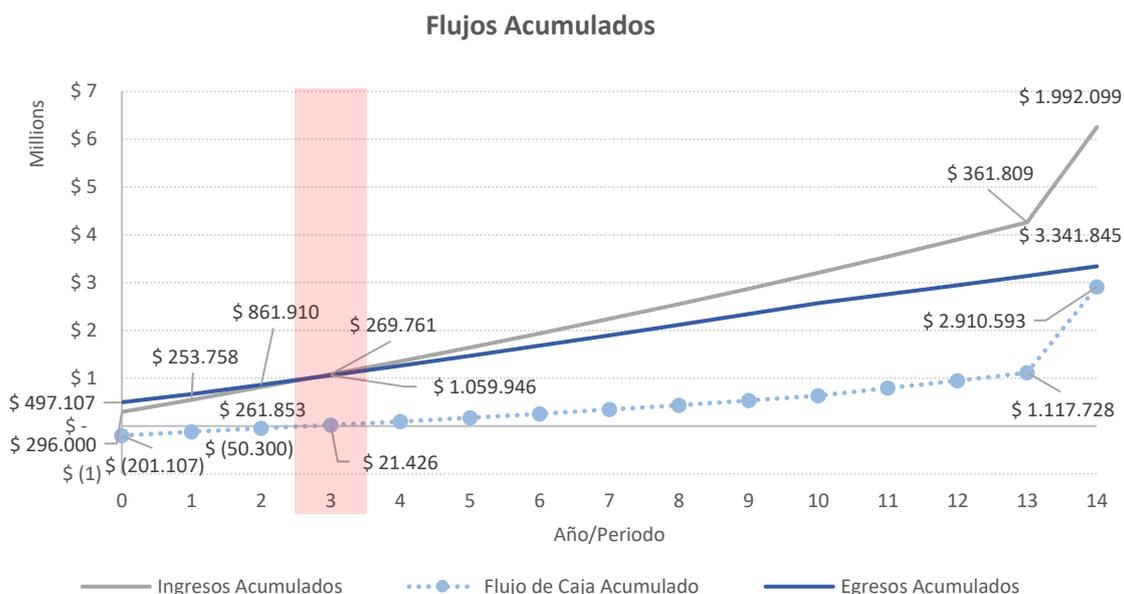


Gráfico 130: Flujos Acumulados (PA) - Optimizado

Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.5.3. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros a una tasa efectiva del 13.9% se muestran favorables a partir del año 4. Reflejando finalmente un VAN de \$609,949 y una TIR de 42%. Resultados que, en función de los criterios de aceptación establecidos, el proyecto resulta viable puesto que el Valor Actual Neto es mayor que 0 y la TIR excede el rendimiento requerido.

Indicadores Financieros (D)			
Descripción	Criterios de Aceptación	Valor (X)	Resultados de Aceptación
Tasa Efectiva Anual	No Aplica	13.9%	No Aplica
VAN (Valor Actual Neto)	X>0	\$609,949	Positivo
TIR (Tasa Interna de Retorno)	X>13.9%	42%	Positivo
Beneficio/Costo	X>1	1.36	Positivo

Tabla 123: Análisis Dinámico - Indicadores Financieros (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.6. Análisis de Sensibilidades de Proyecto Apalancado

Para identificar las limitaciones y los alcances que presenta esta nueva propuesta de modelo de negocio tomando en consideración el financiamiento bancario, se aplicará la herramienta de análisis de sensibilidades.

A continuación, se presentará el comportamiento de los principales indicadores financieros ante las variaciones porcentuales en ingresos, costos, entre otros factores. Información clave para la toma de decisiones.

### 9.6.6.1. Sensibilidad en Costos

Ante incrementos porcentuales en costos totales, se obtuvieron variaciones de los indicadores financieros detallados en la tabla inferior. Permitiendo identificar el punto de equilibrio.

Las ecuaciones obtenidas reflejan que, por cada variación porcentual de incremento en costos, el VAN se reduce en \$68.101 y la TIR en 2.3%. Por lo que el proyecto puede resistir hasta un 35.83% de incrementos en costos, ya que en ese punto se obtiene un VAN de 0, de manera que, si supera ese porcentaje el proyecto se vuelve inviable. Esto significa que el proyecto es sensible a dicha variación.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	36%
<b>VAN</b>	\$609,949	\$541,848	\$473,747	\$405,646	\$337,545	\$269,444	\$201,343	\$(2,961)
<b>TIR</b>	41.84%	36.14%	31.55%	27.78%	24.61%	21.89%	19.52%	13.87%

Tabla 124: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

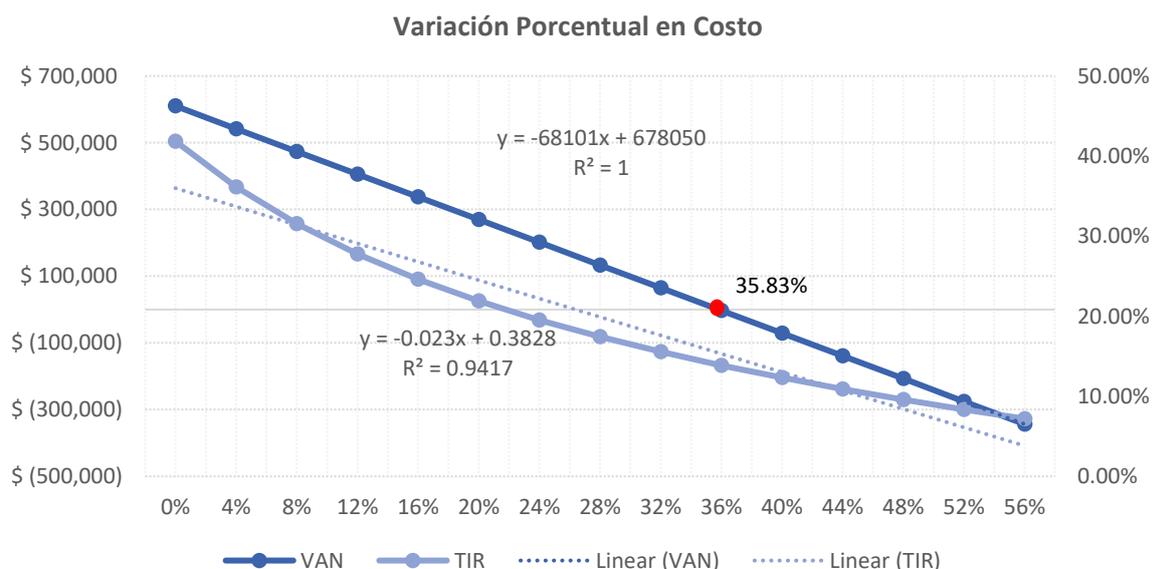


Gráfico 131: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

Ahora, si se analiza el impacto con incrementos de costos en la construcción se obtiene que por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye \$49,986 y la TIR 1.77%, por lo que el proyecto puede soportar un incremento en costos de la construcción hasta el 133.8%, demostrando que el proyecto es poco sensible a este tipo de variaciones.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Construcción								
	0%	12%	24%	36%	48%	60%	72%	144%
<b>VAN</b>	\$609,949	\$543,687	\$482,436	\$424,931	\$370,299	\$317,918	\$267,335	\$(12,916)
<b>TIR</b>	41.84%	36.30%	32.27%	29.15%	26.64%	24.56%	22.80%	15.82%

Tabla 125: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

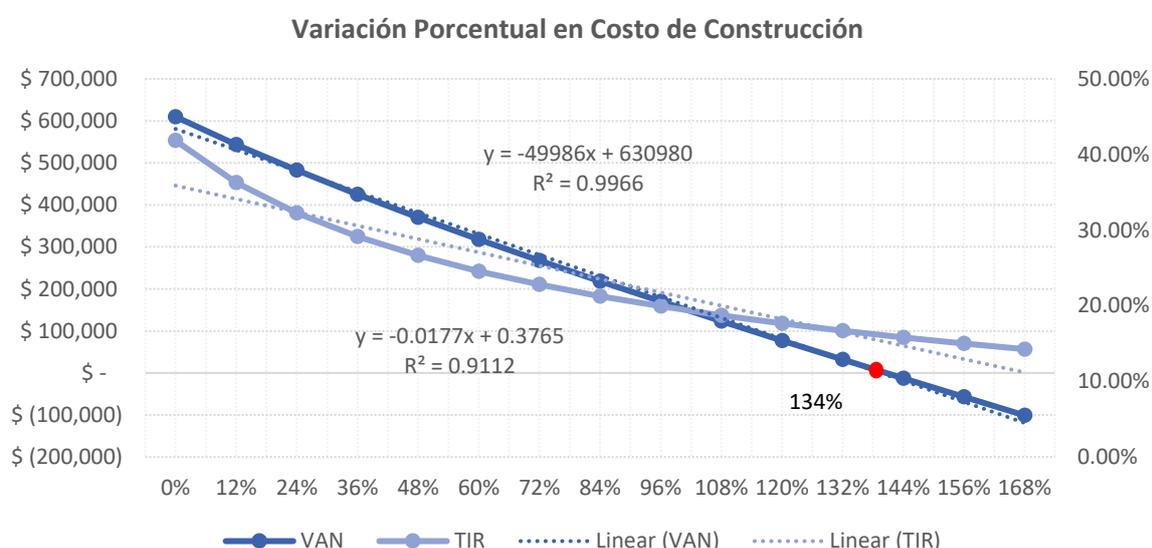


Gráfico 132: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos-Construcción (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

Por otra parte, de presentarse incrementos en costos operativos del hostel, los indicadores financieros se verían mínimamente afectados, ya que de acuerdo a la tabla y gráfica inferior se evidencia que el proyecto puede soportar un incremento hasta el 140.5%, lo cual demuestra que el proyecto es poco sensible a estas variaciones. Cabe indicar que, por cada variación porcentual en aumento el VAN disminuye en \$54,699 y la TIR en 2.48%.

Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación								
	0%	12%	24%	36%	48%	60%	72%	144%
<b>VAN</b>	\$609,949	\$555,250	\$500,551	\$445,852	\$391,153	\$336,454	\$281,754	\$(46,440)
<b>TIR</b>	41.84%	39.11%	36.45%	33.84%	31.28%	28.78%	26.31%	11.84%

Tabla 126: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

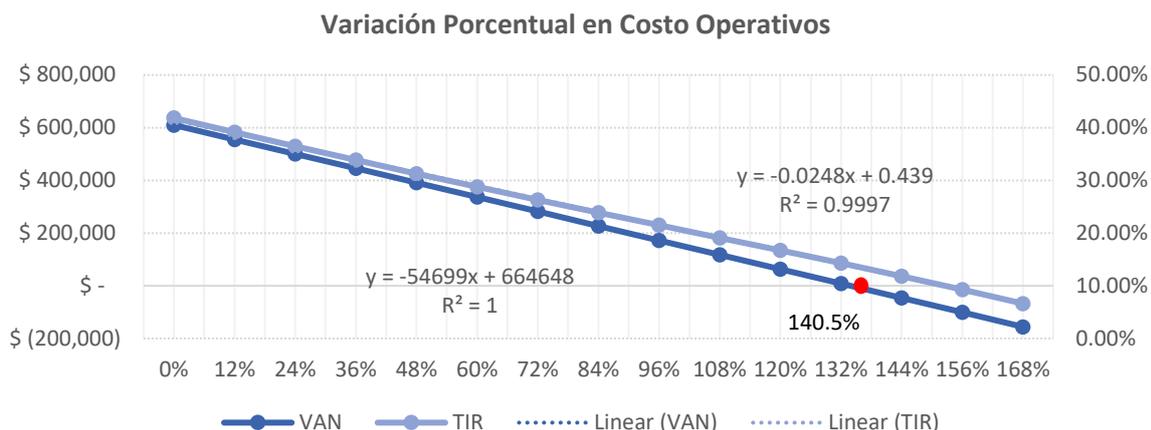


Gráfico 133: Sensibilidad a la Variación en Elevación de Costos de Operación (PAO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.6.6.2. Sensibilidad en Ingresos

Ante la existencia de escenarios en el que se disminuyan porcentualmente los ingresos, el proyecto puede resistir hasta un 26.38% de incrementos en costos, debido a que en ese punto se obtiene un VAN de 0, de manera que, si supera ese porcentaje el proyecto se vuelve inviable.

Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%
<b>VAN</b>	\$609,949	\$517,450	\$424,951	\$332,452	\$239,953	\$147,454	\$54,955	\$(37,544)
<b>TIR</b>	41.84%	35.93%	30.84%	26.42%	22.50%	18.98%	15.75%	12.74%

Tabla 127: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PAO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

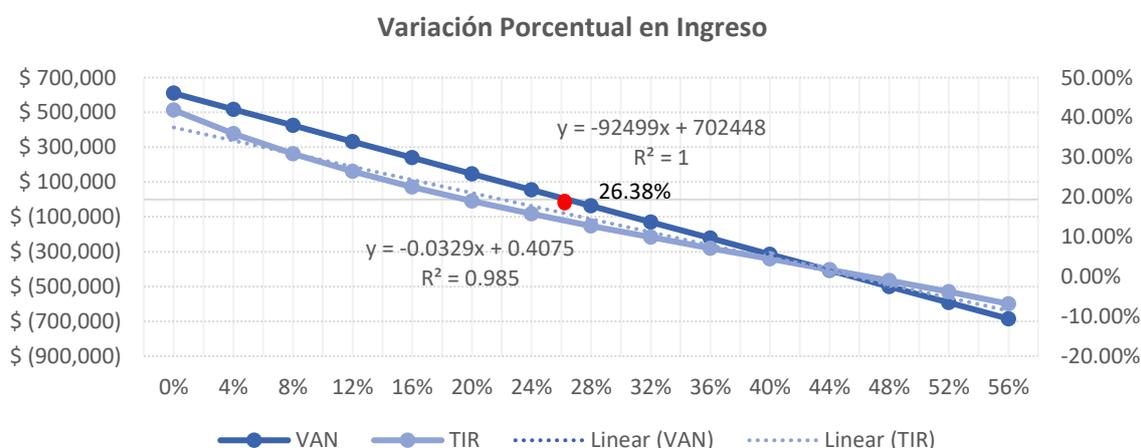


Gráfico 134: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ingresos (PAO)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Cabe señalar que las ecuaciones reflejan que, por cada variación porcentual de disminución en ingresos, el VAN se reduce en \$92.499 y la TIR en 3.29%.

### 9.6.6.3. Sensibilidad en Porcentajes de Ocupación

Adicionalmente, se evalúa la presencia de variaciones porcentuales en ocupación, en donde por cada punto porcentual reducido el VAN se disminuye en \$56.462 y la TIR en 2.64%, logrando resistir hasta un 43.33% de reducción en porcentajes de ocupación, ya que en ese punto se logra conseguir un VAN de 0. El porcentaje de reducción límite podría distribuirse de la siguiente manera en función de días de fines de semana o entre semana:

Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación								
	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	44%
<b>VAN</b>	\$609,949	\$554,098	\$498,156	\$442,122	\$385,996	\$329,776	\$273,462	\$(9,551)
<b>TIR</b>	41.84%	39.22%	36.62%	34.04%	31.48%	28.93%	26.39%	13.37%

Tabla 128: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

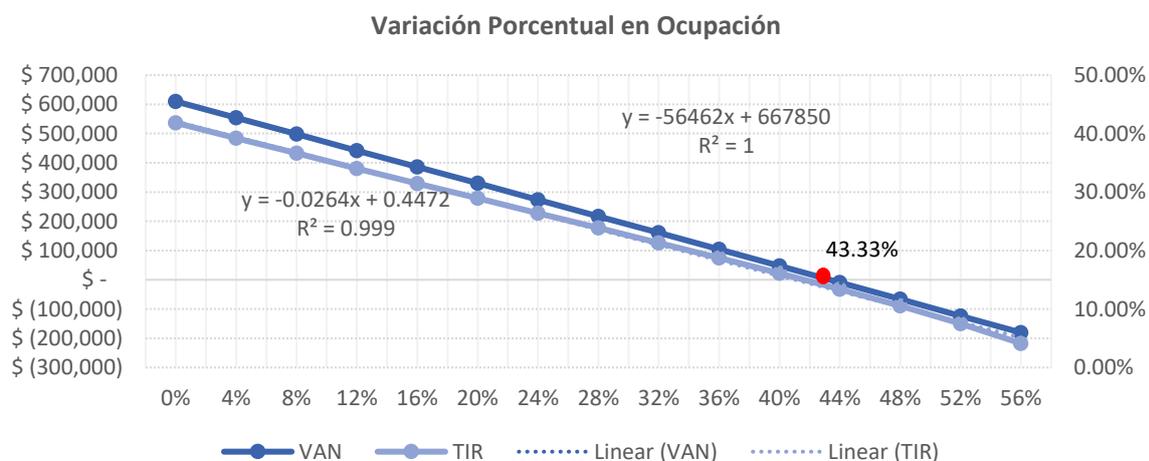


Gráfico 135: Sensibilidad a la Variación en Disminución de Ocupación (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

Variación en Porcentaje de Ocupación		
Fines de Semana	% Ocupación Esperada	Variación límite
Temporada Alta	90%	51%
Temporada Media	65%	37%
Temporada Baja	45%	26%
Entre de Semana	% Ocupación Esperada	Variación límite
Temporada Alta	70%	40%
Temporada Media	50%	28%
Temporada Baja	30%	17%

Tabla 129: Variación en Porcentaje de Ocupación (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

#### 9.6.6.4. Análisis de Escenarios

Ahora, combinando variaciones porcentuales de ingresos y costos, la tabla siguiente muestra el comportamiento del VAN ante cada posible escenario, en donde los valores resultantes con signo positivo señalan que el proyecto se mantiene viable. Por mencionar uno, el proyecto podría sufrir un incremento de costos totales del 15% y una reducción en ingresos del 15% y seguiría siendo viable con un VAN de \$7.699.

VAN	Variación en Disminución de Ingresos												
	\$ 609,949	0%	3%	6%	9%	12%	15%	18%	21%	24%	27%	30%	33%
0%	\$ 609,949	\$ 540,575	\$ 471,200	\$ 401,826	\$ 332,452	\$ 263,078	\$ 193,703	\$ 124,329	\$ 54,955	\$ (14,419)	\$ (83,794)	\$ (153,168)	
3%	\$ 558,873	\$ 489,499	\$ 420,125	\$ 350,750	\$ 281,376	\$ 212,002	\$ 142,628	\$ 73,253	\$ 3,879	\$ (65,495)	\$ (134,869)	\$ (204,244)	
6%	\$ 507,797	\$ 438,423	\$ 369,049	\$ 299,675	\$ 230,300	\$ 160,926	\$ 91,552	\$ 22,178	\$ (47,197)	\$ (116,571)	\$ (185,945)	\$ (255,319)	
9%	\$ 456,721	\$ 387,347	\$ 317,973	\$ 248,599	\$ 179,224	\$ 109,850	\$ 40,476	\$ (28,898)	\$ (98,273)	\$ (167,647)	\$ (237,021)	\$ (306,395)	
12%	\$ 405,646	\$ 336,271	\$ 266,897	\$ 197,523	\$ 128,149	\$ 58,774	\$ (10,600)	\$ (79,974)	\$ (149,348)	\$ (218,723)	\$ (288,097)	\$ (357,471)	
15%	\$ 354,570	\$ 285,196	\$ 215,821	\$ 146,447	\$ 77,073	\$ 7,699	\$ (61,676)	\$ (131,050)	\$ (200,424)	\$ (269,798)	\$ (339,173)	\$ (408,547)	
18%	\$ 303,494	\$ 234,120	\$ 164,746	\$ 95,371	\$ 25,997	\$ (43,377)	\$ (112,751)	\$ (182,126)	\$ (251,500)	\$ (320,874)	\$ (390,248)	\$ (459,623)	
21%	\$ 252,418	\$ 183,044	\$ 113,670	\$ 44,296	\$ (25,079)	\$ (94,453)	\$ (163,827)	\$ (233,201)	\$ (302,576)	\$ (371,950)	\$ (441,324)	\$ (510,698)	
24%	\$ 201,343	\$ 131,968	\$ 62,594	\$ (6,780)	\$ (76,154)	\$ (145,529)	\$ (214,903)	\$ (284,277)	\$ (353,651)	\$ (423,026)	\$ (492,400)	\$ (561,774)	
27%	\$ 150,267	\$ 80,893	\$ 11,518	\$ (57,856)	\$ (127,230)	\$ (196,604)	\$ (265,979)	\$ (335,353)	\$ (404,727)	\$ (474,101)	\$ (543,476)	\$ (612,850)	
30%	\$ 99,191	\$ 29,817	\$ (39,558)	\$ (108,932)	\$ (178,306)	\$ (247,680)	\$ (317,055)	\$ (386,429)	\$ (455,803)	\$ (525,177)	\$ (594,552)	\$ (663,926)	
33%	\$ 48,115	\$ (21,259)	\$ (90,633)	\$ (160,008)	\$ (229,382)	\$ (298,756)	\$ (368,130)	\$ (437,505)	\$ (506,879)	\$ (576,253)	\$ (645,627)	\$ (715,002)	

Tabla 130: Variaciones cruzadas (PAO)

Elaborado por: Andrea Rojas

### 9.7. Evaluación financiera comparativa: Puro vs Apalancado

Luego de haber realizado los respectivos análisis financieros para el proyecto puro y apalancado del proyecto optimizado, se puede resumir los resultados obtenidos en las siguientes tablas comparativas.

Comparativo de Indicadores Financieros					
Descripción		Proyecto Puro	Proyecto Apalancado	Variación Porcentual	
Estático	Ingresos	\$4,373,909	\$4,373,909	0%	
	Egresos	\$2,840,885	\$3,045,845	7%	
	Utilidad	\$1,533,025	\$1,328,064	-13%	
	Márgenes	Bruto: Utilidad en relación a los Ingresos	35%	30%	-13%
		De Rentabilidad: Utilidad en relación a los gastos	54%	44%	-19%
	ROI	308%	660%	114%	
Payback	Año 5	Año 3	-40%		
Dinámico	Tasa Efectiva Anual	18.38%	13.9%		
	VAN (Valor Actual Neto)	\$261,270	\$609,949	133%	
	TIR (Tasa Interna de Retorno)	27%	42%	54%	
	Beneficio/Costo (Método VPN)	1.21	1.36	13%	

Tabla 131: Cuadro comparativo de indicadores financieros - Optimizado

Elaborado por: Andrea Rojas

Comparativo de límites de Sensibilidad		
Sensibilidades	Proyecto Puro	Proyecto Apalancado
Incremento en Costos Totales	20.68%	35.83%
Incremento en Costos de Construcción	79.58%	133.81%
Incremento en Costos de Operación	80.25%	140.52%
Disminución en Ingresos	17.13%	26.38%
Disminución en % de Ocupación	26.11%	43.33%

Tabla 132: Cuadro comparativo de límites de sensibilidad - Optimizado

Elaborado por: Andrea Rojas

En la primera tabla se puede observar que en el proyecto apalancado al tener gastos financieros producto de los intereses que implica contar con el financiamiento bancario, incrementa los egresos y por consiguiente se reduce la utilidad. Sin embargo, el periodo de recuperación de la inversión se cumple 1 año antes que el proyecto puro. Así como también, el retorno sobre la inversión es superior el proyecto apalancado sobre el puro en un 114%. Adicionalmente si consideramos el valor del dinero en el tiempo, tanto el VAN como la TIR y la relación Beneficio/Costo en el proyecto apalancado ofrecen mejores beneficios que en el proyecto puro, generándole mayor seguridad al inversionista.

En cuanto a la segunda tabla, se evidencia como mejoran las condiciones de sensibilidad ante las variaciones porcentuales que se presenten en el proyecto apalancado vs el puro, de manera que brinda cierta holgura para realizar estrategias que permitan direccionar el proyecto hacia el éxito.

### 9.8. Evaluación financiera comparativa: Original vs Optimizado

Finalmente se realizaron cuadros comparativos financieros de los resultados obtenidos en el proyecto original vs el optimizado, los mismos que se resumen a continuación.

Comparativo de Indicadores Financieros							
Descripción	Proyecto Puro			Proyecto Apalancado			
	Original	Optimizado	Variación Porcentual	Original	Optimizado	Variación Porcentual	
Estático	Ingresos	\$3.814.547	\$ 4.373.909	15%	\$3.814.547	\$4.373.909	15%
	Egresos	\$2.625.635	\$ 2.840.885	8%	\$2.828.518	\$3.045.845	8%
	Utilidad	\$1.188.912	\$ 1.533.025	29%	\$986.029	\$1.328.064	35%
	Márgenes Bruto De Rentabilidad	31%	35%	13%	26%	30%	17%
		45%	54%	20%	35%	44%	25%
	ROI	242%	308%	27%	498%	660%	33%
Payback	Año 5	Año 5	0%	Año 4	Año 3	-25%	
Dinámico	Tasa Efectiva Anual	18,4%	18,4%	0%	13,9%	13,9%	0%
	VAN (Valor Actual Neto)	\$135.965	\$261.270	92%	\$431.913	\$609.949	41%
	TIR (Tasa Interna de Retorno)	23%	27%	17%	34%	42%	24%
	Beneficio/Costo (Método VPN)	1,11	1,21	9%	1,27	1,36	7%

Tabla 133: Cuadro Comparativo de Proyectos Original vs Optimizado  
Elaborado por: Andrea Roias

Comparativo de límites de Sensibilidad						
Sensibilidades	Proyecto Puro			Proyecto Apalancado		
	Original	Optimizado	Variación Porcentual	Original	Proyecto Apalancado	Variación Porcentual
Incremento en Costos Totales	11,43%	20,68%	81%	26,83%	35,83%	34%
Incremento en Costos de Construcción	41,75%	79,58%	91%	100,64%	133,81%	33%
Incremento en Costos de Operación	41,96%	80,25%	91%	95,46%	140,52%	47%
Disminución en Ingresos	10,26%	17,13%	67%	21,16%	26,38%	25%
Disminución en % de Ocupación	15,58%	26,11%	68%	35,15%	43,33%	23%

Tabla 134: Límites de Sensibilidad Proyecto Original vs Optimizado  
Elaborado por: Andrea Roias

En la primera tabla se muestran mejorías en todos sus indicadores financieros, resaltando que dentro del análisis puro se tiene una variación porcentual de 29% en utilidad, 92% del VAN, 17% la TIR y 9% de rentabilidad.

Mientras que, en el análisis apalancado, de igual manera, los indicadores se muestran mejorados, tal es el caso de la utilidad con un 35%, el VAN con un 41%, la TIR con un 24% y la rentabilidad con un 7%.

Con respecto a la segunda tabla, se observa claramente que el proyecto optimizado en ambas figuras, ya sea puro o apalancado, presenta mayor holgura en el caso de experimentar incrementos en costos o disminuciones de ingresos durante el desarrollo del proyecto. Lo cual lo hace que sea una decisión atractiva para el inversionista.

### 9.9. Conclusión

Finalmente, se puede concluir que:

Resultado del Análisis		
Variable	Comentario	Evaluación
Estrategia	Al diversificar la tipología de habitaciones, privatizar baños al 100% de las habitaciones y diferenciar el costo de las mismas en función de la mejor vista (el mar), genera mayor ventaja puesto que se podrá cobrar costos más altos que aquellos que no cuentan con ese valor agregado. Estos ajustes aportan al mejor funcionamiento del hostel.	Positivo
Proyecto Puro– Análisis financiero estático	El proyecto original logró una utilidad de aproximadamente \$1.2 millones de dólares, con márgenes brutos y de rentabilidad de 31% y 45%. Mientras que el proyecto optimizado aumenta las utilidades en un 29%, con márgenes brutos y de rentabilidad de 35% y 54% respectivamente. En cuanto al periodo de recuperación de la inversión, ambos la consiguen en el año 5.	Positivo
Proyecto Puro– Análisis financiero dinámico	El proyecto original consiguió alcanzar un VAN de 136 mil con una TIR de 23%, mientras que con el proyecto optimizado se conseguiría una mejoría del 92%, es decir, con un VAN de \$261 mil y una TIR de 27%. Adicionalmente, el factor de rentabilidad del proyecto también podría resultar satisfactoria al presentar una variación porcentual de 9%.	Positivo

Proyecto Puro– Sensibilidades	De acuerdo al análisis realizado, el proyecto original soportaba hasta un 11.43% de incremento en costos totales y un 10.26% de disminución de ingresos. Ahora con el proyecto optimizado pasaría a un límite del 20.68% de incrementos en costos totales y un 17.13% en disminución de ingresos.	Positivo
-------------------------------	---	----------

Proyecto Apalancado– Análisis financiero estático	El proyecto original logró una utilidad de aproximadamente \$986 mil dólares, con márgenes brutos y de rentabilidad de 26% y 35%. Mientras que el proyecto optimizado aumenta las utilidades en un 35%, con márgenes brutos y de rentabilidad de 30% y 44% respectivamente.  En cuanto al periodo de recuperación de la inversión el proyecto optimizado la consiguen en el año 3, 1 año antes que el proyecto original.	Positivo
---	--	----------

Proyecto Apalancado– Análisis financiero dinámico	El proyecto original consiguió alcanzar un VAN de 432 mil con una TIR de 34%, mientras que con el proyecto optimizado se conseguiría una mejoría del 41%, es decir, con un VAN de \$609 mil y una TIR de 42%.  Adicionalmente, el factor de rentabilidad del proyecto también podría resultar satisfactoria al presentar una variación porcentual de 7%.	Positivo
---	--	----------

Proyecto Apalancado– Sensibilidades	De acuerdo al análisis realizado, el proyecto original soportaba hasta un 26.83% de incremento en costos totales y un 21.16% de disminución de ingresos. Ahora con el proyecto optimizado pasaría a un límite del 35.83% de incrementos en costos totales y un 26.38% en disminución de ingresos.	Positivo
-------------------------------------	---	----------

Lo antes expuesto, señala que el proyecto optimizado sin duda alguna es viable en todos los aspectos y presenta mejores resultados en sus indicadores financieros que el proyecto original. Por lo que, se recomienda aplicarlo toda vez que el proyecto se encuentra en planos.

# CAPÍTULO 10

GERENCIA DE  
PROYECTOS

---

TRAVELER'S BAY HOSTEL

## 10. GERENCIA DE PROYECTO

### 10.1. Introducción

Todo proyecto atraviesa por diferentes fases a lo largo de su ciclo de vida, por lo que, es imperativo destinar esfuerzos y recursos en un plan de dirección eficaz que permita: cumplir con los objetivos del proyecto, responder oportunamente ante problemas y riesgos, afrontar cambios de la mejor manera, optimizar tiempo y recursos, realizar entregas de productos dentro de los plazos establecidos, cubrir las expectativas de todos interesados, entre otros. Aumentando así, las probabilidades de éxito.

Ante lo expuesto, con la finalidad de conseguir un correcto manejo del proyecto durante su ejecución y funcionamiento, se presentará a manera de guía, información clave que facilite la dirección del mismo, apoyada en las 10 áreas de conocimiento y sus correspondientes grupos de procesos propuestos en el PMBOK.

#### 10.1.1. Objetivo

##### Objetivo General

- Definir lineamientos a implementarse dentro del plan de gerencia del proyecto de tesis "Traveler's Bay Hostel", aplicando herramientas y procesos establecidos dentro del Project Management Institute (PMI), de forma que se logre cumplir con el tiempo, costo y calidad esperada.

##### Objetivo Específico

- Porporcionar herramientas que faciliten los procesos de iniciación, planificación, ejecución, monitoreo / control y cierre del proyecto "Traveler's Bay Hostel".
- Determinar formatos de la documentación establecida para gestionar y controlar el proyecto, cumpliendo con un rango de variación en costos del -5% y +10%.
- Establecer lineamientos de dirección que permita cumplir con el cronograma de ejecución de 8 meses de acuerdo a lo planificado.

Gráfico 136: Objetivos de Gerencia de Proyecto  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 10.1.2. Metodología

En cuanto al enfoque del presente trabajo y los medios a usarse para ello, se trabajará en base a los componentes clave que presenta el PMBOK del PMI, pero con la dirección que este proyecto “Traveler’s Bay Hostel” demanda.

Al ser el primer proyecto de inversión dentro de la industria hotelera por parte del promotor, a quien se lo puede ubicar dentro de los inversionistas conservadores, considero acertada la siguiente configuración de la estrategia de gestión expuesta en el Gráfico Nro. 2, misma que servirá de guía para poder cumplir con los objetivos planteados.

Cabe señalar que, para cada área se ejemplificarán las herramientas a utilizar con trabajos concretos generados en el transcurso del programa de estudio “Gerencia de Proyectos” dictada por Andrés Franco.

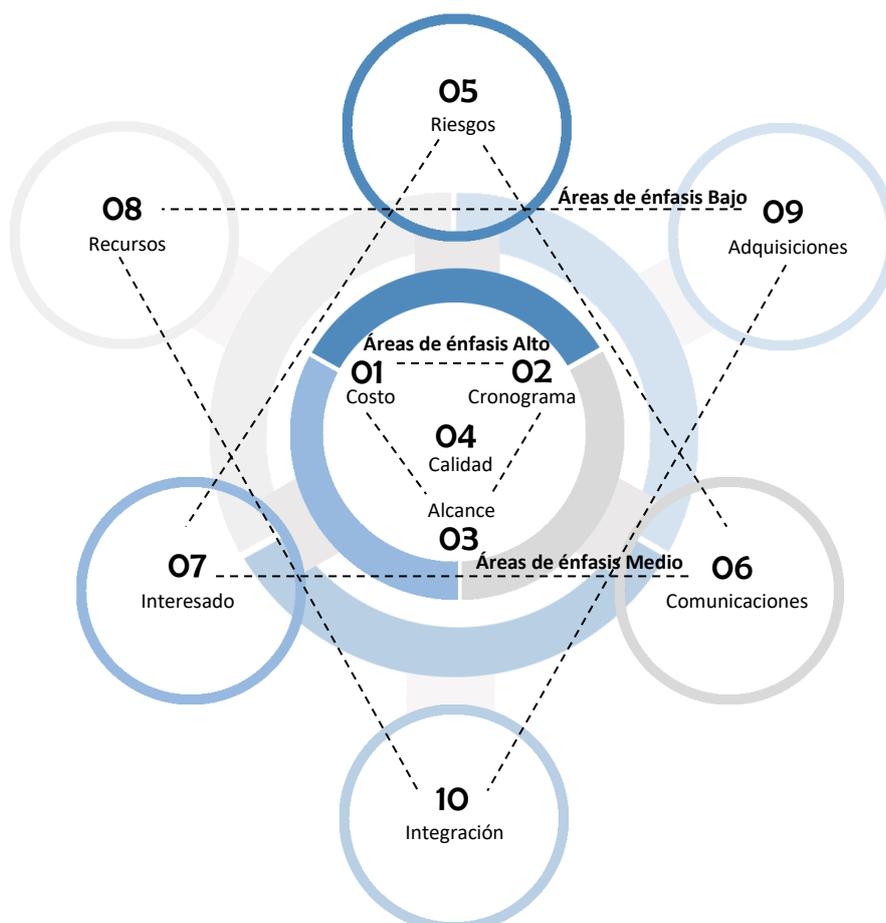


Gráfico 137: Metodología - Gerencia de Proyectos  
Elaborado por: Andrea Rojas

## 10.2. Planificación de áreas de énfasis alto

### 10.2.1. Plan para la Gestión de los Costos

En una industria como la hotelera, que constantemente se enfrenta a variaciones de demanda, entorno competitivo dominado por guerra de precios o inclusive clientes poco previsivos a la hora de planificar y hacer reservaciones, la optimización de costos desde su planificación es un requisito fundamental para posicionarlo en niveles de alta eficiencia que aseguren su futuro a corto y largo plazo. Por consiguiente, se vuelve imperativo un adecuado sistema de gestión de costos en todos los ámbitos, es decir, por concepto de ejecución de la edificación y por su operación.

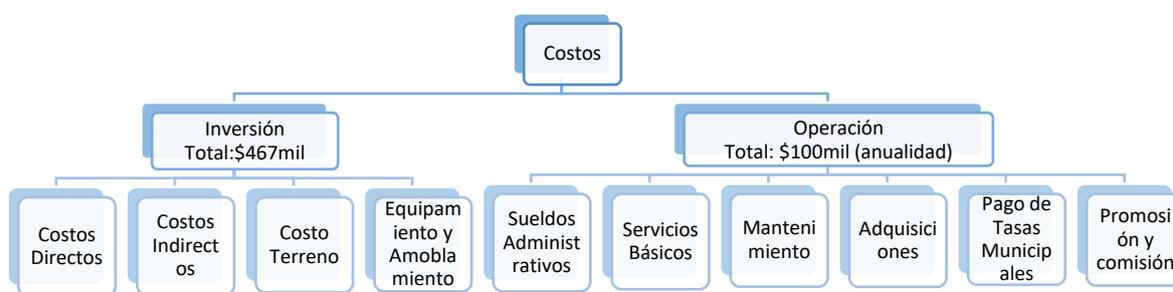


Gráfico 138: Configuración de Costos de Inversión y Planificación  
Elaborado por: Andrea Rojas

De manera que, dentro del proceso de planificación, para estimar los costos se tomó información emitida en medios oficiales como los de la Cámara de Construcción, se usaron técnicas de estimación ascendente (ver gráfico Nro. 139), así como también el apoyo en juicio de experto, esto es un Ingeniero Civil con experiencia de más de 30 años en construcciones dentro de la provincia de Santa Elena, para establecer el análisis de precios unitarios de los rubros inmersos en él y por consiguiente obtener un presupuesto acertado, cuyo rango de variación al momento de ejecutarlo no supere el -5% y +10%.



Gráfico 139: Estimación Ascendente de Costo  
Elaborado por: Andrea Rojas



### 10.2.2. Plan para la Gestión del Cronograma

Otra variable a afrontar dentro de la administración del proyecto y que está estrechamente relacionada con el costo, es el tiempo. Representarlo con un modelo de programación es indispensable para identificar recursos, duración y dependencia que demanda la ejecución de cada una de las actividades necesarias para llevarlo a cabo.

Ante lo expuesto, el gráfico Nro. 140 muestra cómo se llevará a cabo dicha gestión y qué herramientas / técnicas serán implementadas. Cabe mencionar que, para gestionar el cronograma se utilizará el programa Microsoft Project, puesto que permite fácilmente visualizar, entender, comunicar, presentar información, organizar trabajos o recursos y controlar los tiempos, asegurando que el proyecto sea completado a tiempo.

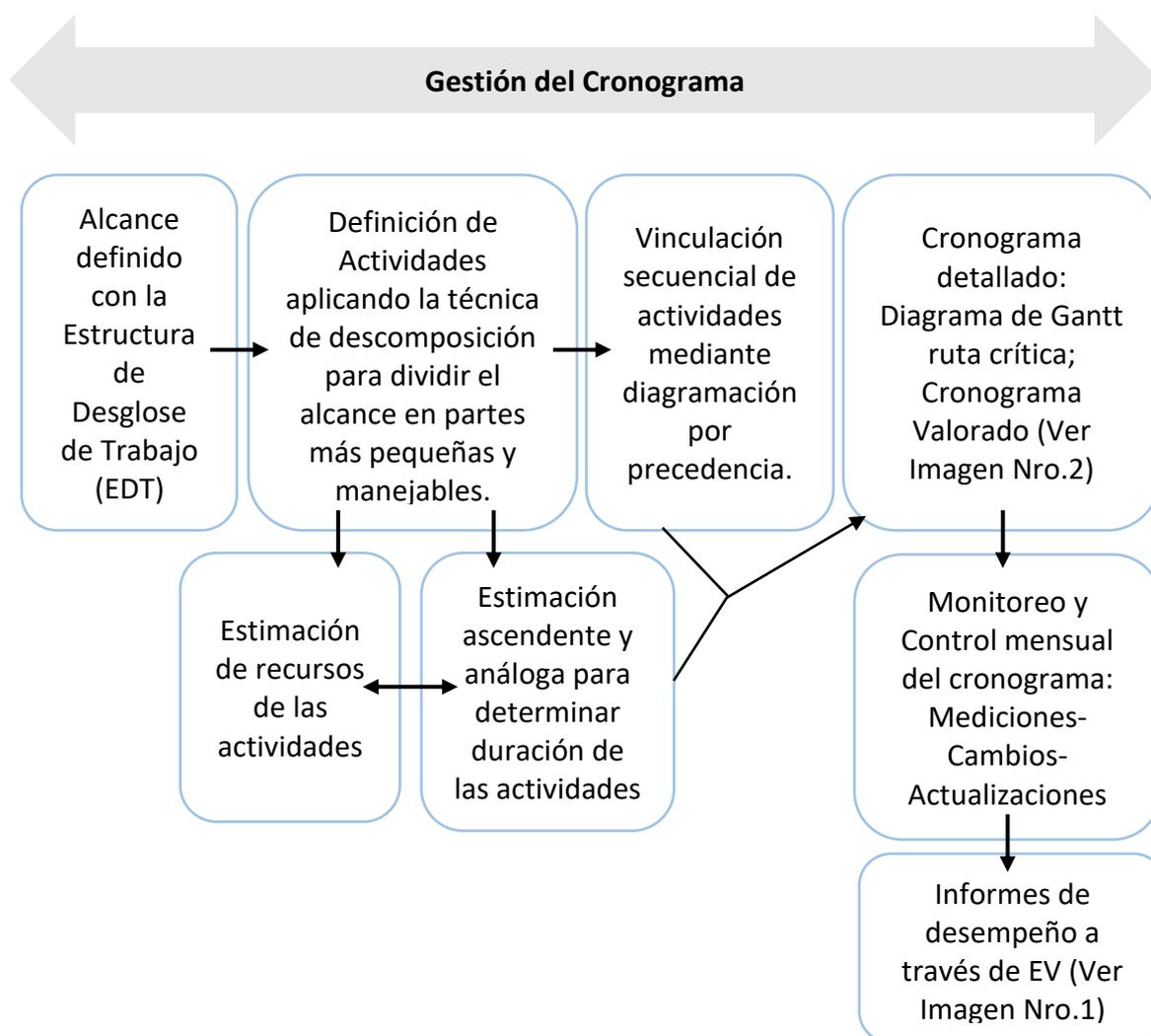
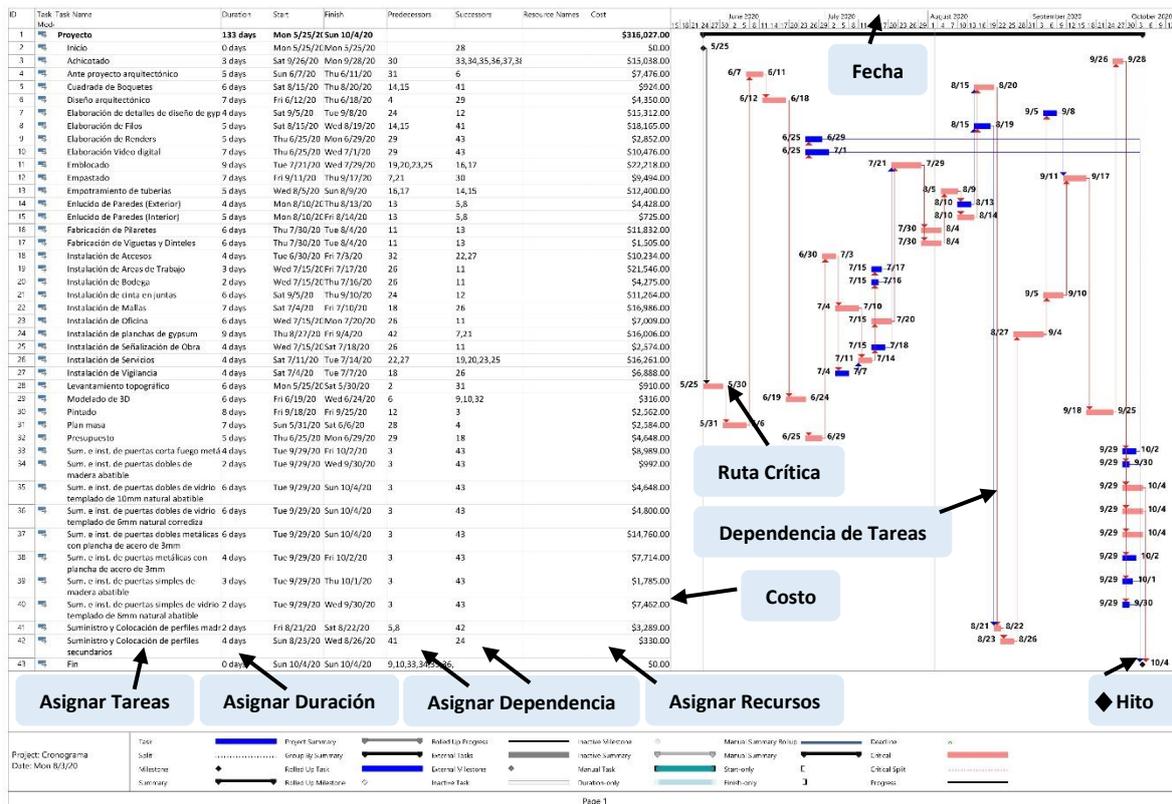


Gráfico 140: Estrategia de Gestión de Cronograma

Elaborado por: Andrea Rojas

### Diagrama de Gantt



### Cronograma Valorado

ID	Task Name	Duration	Details	May	Jun	Qtr 3, 2020	Aug	Sep	Qtr 4, 2020
1	Proyecto	133 days	Cost	\$1,279.14	\$33,394.79	\$111,374.74	\$58,044.55	\$86,848.61	\$25,085.17
2	Inicio	0 days	Cost						
3	Achicotado	3 days	Cost					\$15,038.00	
4	Ante proyecto arquitectónico	5 days	Cost		\$7,476.00				
5	Cuadrada de Boquetes	6 days	Cost				\$924.00		
6	Diseño arquitectónico	7 days	Cost		\$4,350.00				
7	Elaboración de detalles de diseño de gypsum	4 days	Cost					\$15,312.00	
8	Elaboración de Filos	5 days	Cost				\$18,165.00		
9	Elaboración de Renders	5 days	Cost		\$2,852.00				
10	Elaboración Video digital	7 days	Cost		\$8,979.43	\$1,496.57			
11	Emblocado	9 days	Cost			\$22,218.00			
12	Empastado	7 days	Cost					\$9,494.00	
13	Empotramiento de tuberías	5 days	Cost				\$12,400.00		
14	Enlucido de Paredes (Exterior)	4 days	Cost				\$4,428.00		
15	Enlucido de Paredes (Interior)	5 days	Cost				\$725.00		
16	Fabricación de Pilaretes	6 days	Cost			\$3,944.00	\$7,888.00		
17	Fabricación de Viguetas y Dinteles	6 days	Cost			\$501.67	\$1,003.33		
18	Instalación de Accesos	4 days	Cost		\$2,558.50	\$7,675.50			
19	Instalación de Areas de Trabajo	3 days	Cost			\$21,546.00			
20	Instalación de Bodega	2 days	Cost			\$4,275.00			
21	Instalación de cinta en juntas	6 days	Cost					\$11,264.00	
22	Instalación de Mallas	7 days	Cost			\$16,986.00			
23	Instalación de Oficina	6 days	Cost			\$7,009.00			
24	Instalación de planchas de gypsum	9 days	Cost				\$8,892.22	\$7,113.78	
25	Instalación de Señalización de Obra	4 days	Cost			\$2,574.00			
26	Instalación de Servicios	4 days	Cost			\$16,261.00			
27	Instalación de Vigilancia	4 days	Cost			\$6,888.00			
28	Levantamiento topográfico	6 days	Cost	\$910.00					
29	Modelado de 3D	6 days	Cost		\$316.00				
30	Plintado	8 days	Cost					\$2,562.00	
31	Plan masa	7 days	Cost	\$369.14	\$2,214.86				
32	Presupuesto	5 days	Cost		\$4,648.00				
33	Sum. e inst. de puertas corta fuego metálica	4 days	Cost					\$4,494.50	\$4,494.50
34	Sum. e inst. de puertas dobles de madera abatible	2 days	Cost					\$992.00	
35	Sum. e inst. de puertas dobles de vidrio templado de 10mm natural abatible	6 days	Cost					\$1,549.33	\$3,098.67
36	Sum. e inst. de puertas dobles de vidrio templado de 6mm natural corrediza	6 days	Cost					\$1,600.00	\$3,200.00
37	Sum. e inst. de puertas dobles metálicas con plancha de acero de 3mm	6 days	Cost					\$4,920.00	\$9,840.00
38	Sum. e inst. de puertas metálicas con plancha de acero de 3mm	4 days	Cost					\$3,857.00	\$3,857.00
39	Sum. e inst. de puertas simples de madera abatible	3 days	Cost					\$1,190.00	\$595.00
40	Sum. e inst. de puertas simples de vidrio templado de 6mm natural abatible	2 days	Cost					\$7,462.00	
41	Suministro y Colocación de perfiles madre	2 days	Cost				\$3,289.00		
42	Suministro y Colocación de perfiles secundarios	4 days	Cost				\$330.00		
43	Fin	0 days	Cost						

Total Parcial  
Total Acumulado

Imagen 46: Representación Gráfica de Cronograma  
Fuente: (Rojas, Macchiavello, Guerrero, Redin, & Pallasco, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 10.2.3. Plan para la Gestión del Alcance

Si bien es cierto que, el costo y el tiempo son elementos clave a la hora de gestionar un proyecto hotelero, también lo es el alcance. Definir, validar y controlar qué se incluye y qué no en él con su debida justificación, nos ayudará a completarlo con éxito, satisfaciendo así las expectativas técnicas, estéticas, funcionales y económicas de los interesados.

Es importante tener claro que al construir el hostel se obtendrá un producto que finalmente será explotado como un negocio de servicios con el cual se deberá conseguir recuperar la inversión en el plazo más corto posible y genere utilidades significativas. Por lo que, es necesario minimizar riesgos, disminuir errores, facilitar estimaciones, facilitar asignación de responsabilidades, agilizar distribución de recursos, e inclusive aumentar precisión. Para ello se debe definir la orientación global y específica los componentes del proyecto.

De manera que, mediante reuniones preliminares / parciales con los miembros del equipo del proyecto, así como también análisis de flujos de procesos y juicio de expertos, se recopilarán requisitos a través de una matriz que incorpore datos de entregables, fechas de registro, niveles de prioridad, criterios de aceptación, entre otros (ver tabla Nro.135).

Matriz de Trazabilidad de Requisitos													
ID	Grupo	Código	Descripción del Registro	Versión	Estado Actual	Última fecha	Criterios de Aceptación	Nivel de Complejidad	Obj. del Proyecto	Entregables EDT	Validación	Dueño del requisito	Nivel de Prioridad
001	Legal	001.01	Traspaso de propiedad de terreno a nombre de Fideicomiso	1	Ejecutado	dd/mm/aa		Bajo		Escritura inscrita en el registro de la propiedad	ok	Administración fiduciaria	Alto
002	Administrativo	002.01	Administración de proyecto por medio de un Fideicomiso	1	Activo	dd/mm/aa		Medio		Constitución de fideicomiso	ok	Patrocinador	Alto
		003.01	Diseñador con experiencia previa en Edif. Médicos	1	Activo	dd/mm/aa	Presentar experiencia min.	Medio		Portafolio de Planificador	ok	Patrocinador	Medio
		003.03	Edificio eco sostenible	1	Activo	dd/mm/aa	Presentar parámetros	Alto		Certificación LEED	ok	Patrocinador	Medio
		003.05	Desarrollar consultorios no menores a 50m2	1	Activo	dd/mm/aa		Bajo		Planos arquitectónicos	ok	Patrocinador	Alto
003	Planificación	003.06	Mínimo 2 ascensores por torre con capacidad mínima de 12 personas	1	Aprobado	dd/mm/aa		Bajo		Planos arquitectónicos	ok	Patrocinador Ente aprobación / Municipio estudio movilidad	Medio
		003.08	Revestimientos de pisos y paredes vinílicos asépticos sin junta	1		dd/mm/aa	Proceso corroborado por fiscalización	Medio		Detalle de acabados.	ok	Ente aprobación / Municipio	Medio
004	Comercial	004.01	Preventa con al menos 50% de entrada durante construcción	1	Pendiente	dd/mm/aa		Alto		Plan de comercialización	ok	Patrocinador	Alto
005	Financiero	005.01	Utilidad sobre costos de al menos el 15%	1	Pendiente	dd/mm/aa		Alto		Factibilidad económica y financiera	ok	Patrocinador	Alto

Tabla 135: Modelo de Matriz de Trazabilidad de Requisitos

Fuente: (Rojas, Macchiavello, Guerrero, Redin, & Pallasco, b. 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Documentación que junto con el acta de constitución servirán para definir el enunciado del alcance, para así crear la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT) comprendido hasta grado 4 de descomposición, tal como se muestra en el Gráfico Nro.141.

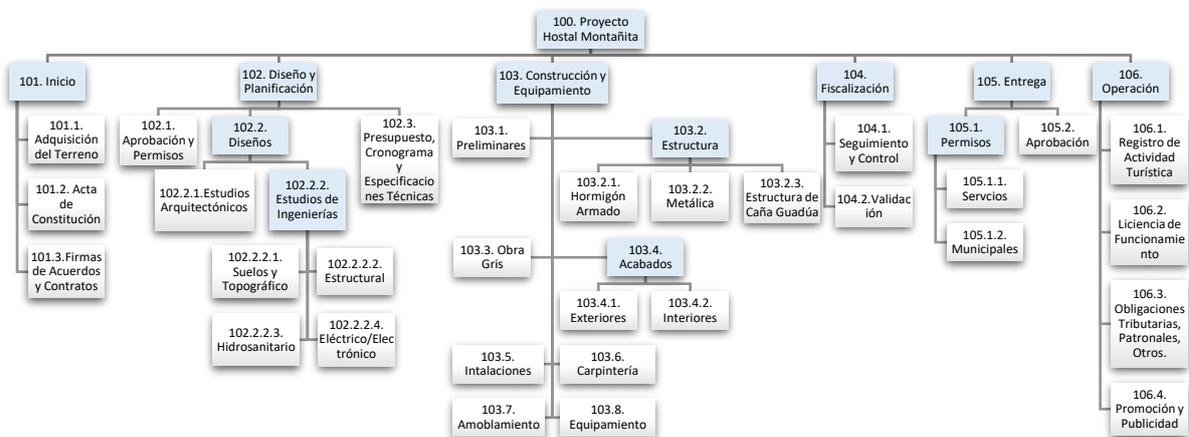


Gráfico 141: Modelo de Estructura de Desglose de Trabajo EDT (WBS)  
Elaborado por: Andrea Rojas

Una vez obtenida la línea base del alcance, se procede a realizar su validación y control, mismos que se harán mediante 3 revisiones de desempeño distribuidos equitativamente en el plazo de ejecución. De presentarse incumplimientos, se realizarán análisis de variación como el de Costo-Beneficio, Valor Ganado (EV) y Causa Raíz (RCA) usando como herramienta de representación gráfica el Diagrama de Ishikawa planteando al menos 3 niveles de ramificación (ver imagen Nro. 47). Esta última, permite identificar la causa del problema para posteriormente tomar acciones correctivas apropiadas.

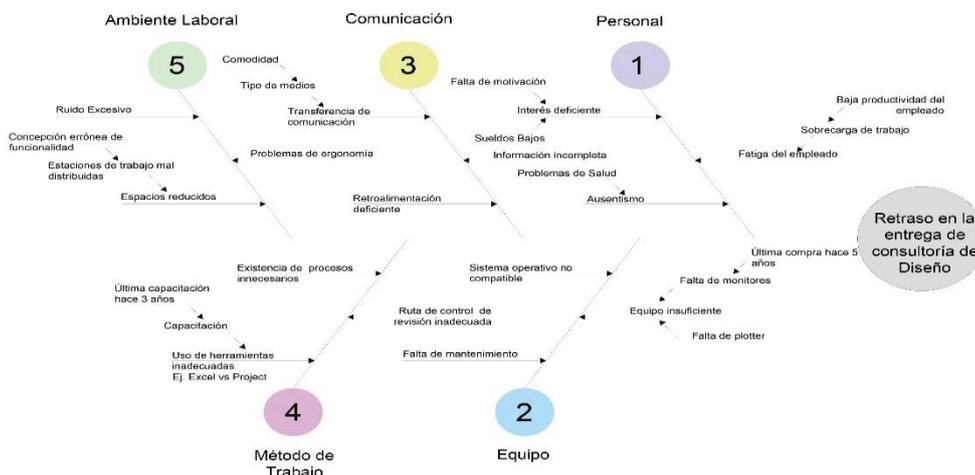


Imagen 47: Modelo de Diagrama de Ishikawa  
Fuente: (Taller Calidad - Diagrama Ishikawa, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 10.2.4. Plan para la Gestión de la Calidad

Después del alcance del proyecto, del tiempo y del coste, existe un enorme interés por el cumplimiento de la calidad, esto quiere decir, lograr precisión y exactitud en lo que se va a realizar. Por lo cual, es necesario diseñar lo que se va a medir desde la planificación, en base al acta de constitución, planes de gestión y documentación de requisitos para posteriormente controlar sus variaciones y prevenir fallos.

Las herramientas que se utilizarán tanto para la planificación de la ejecución del hostel como para su puesta en marcha, en la búsqueda de calidad son: el análisis de datos con respecto al costo de la calidad, esto es definir el costo a usarse durante el proyecto para evitar fallas y establecer un margen de gastos producto de fallas que puedan suscitarse, la planificación de pruebas e inspección y mapa mental, puesto que son las que de manera sencilla se adaptan a lo que demanda el proyecto, facilitando la identificación y documentación de los estándares y métricas de evaluación de cumplimiento.

Para gestionarla, se considera ideal el uso de diagramas de flujo tal como se muestra en la Imagen Nro. 48 y Anexo Nro.1, pues servirá para dirigir procesos en su ejecución y operación, por ejemplo, en reservación de habitaciones, servicios de check-in o check-out, servicios de limpieza, entre otros.

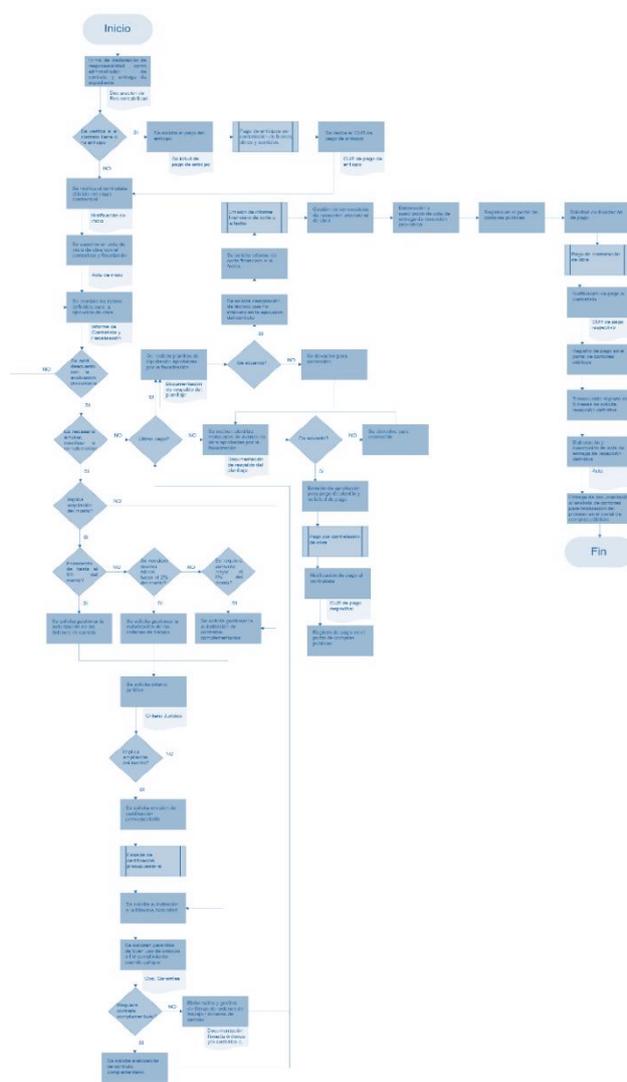


Imagen 48: Modelo de Flujograma  
 Fuente: (Taller Calidad - Flujograma, 2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

Para controlarla, se aplicarán algunas herramientas en función de lo que se requiera conforme se vaya desarrollando el proyecto, tales como: generación y registros de cumplimiento semanales en hojas de verificación (Ver tabla Nro.136) que permitan documentar su estado, acompañado de representaciones gráficas como histogramas en el que se visualicen los defectos encontrados por origen y componente (Ver gráfico Nro.142) y el análisis de causa raíz tal como se muestra en la Imagen Nro. 3 en el que se desglosarán los motivos que pudieron originar determinado problema.

Cabe indicar que, las acciones tomadas a lo largo de los procesos inmersos en la gestión de calidad se realizarán las respectivas actualizaciones a los planes de direcciones, así como también a los documentos del proyecto que se vean alterados.

Verificación					
Defectos/Fecha	Fecha 1	Fecha 2	Fecha 3	Fecha 4	Total
Error de rotulación	1	2	1	2	6
Color equivocado	2	0	1	3	6

Tabla 136: Hoja de Verificación  
Fuente: (Project Managment Institute, 2017)  
Elaborado por: Andrea Rojas

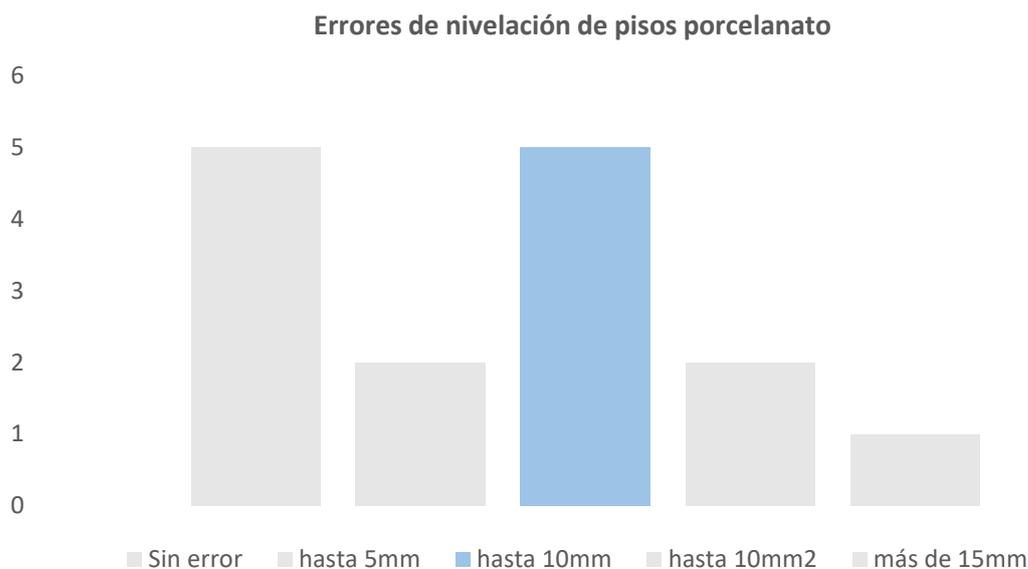


Gráfico 142: Ilustración de histograma

Fuente: (Franco, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 10.3. Planificación de áreas de énfasis medio

#### 10.3.1. Plan para la Gestión de Riesgos

Con la finalidad de llevar a cabo este proyecto de manera exitosa, más aun, teniendo en cuenta el panorama turístico actual producto de la pandemia por COVID19, es importante trabajar en la gestión de riesgos desde su planificación, seguido de su implementación de acciones ante los mismos y finalmente su control. Puesto que al hacerlo aumentamos significativamente las probabilidades de reducir los impactos negativos al momento de manifestarse una situación desfavorable.

Por lo antes expuesto, tomando en cuenta la respectiva acta de constitución, los planes de dirección de las distintas áreas de conocimiento, así como la documentación obtenida en el registro de interesados, se procederá a analizar detenidamente el nivel de apetito al riesgo que poseen los involucrados, para así identificarlos, estructurarlos jerárquicamente y desglosarlos en 2 niveles, esto es por categorías y las distintas áreas en las que se podrían presentar riesgos, tal como se muestra en la tabla Nro. 137.

Estructura de Desglose de los Riesgos (RBS)		
Nivel 0 de RBS	Nivel 1 de RBS	Nivel 2 de RBS
Todas las fuentes de riesgo del proyecto	1. Riesgo Técnico	1.1. Definición del Alcance 1.2. Definición de Requisitos
	2. Riesgo de Gestión	2.1. Dirección de proyectos 2.2. Dirección del programa/portafolio
	3. Riesgo Comercial	3.1. Términos y condiciones contractuales 3.2. Contratación interna
	4. Riesgo Externo	4.1. Legislación 4.2. Tasa de cambio

Tabla 137: Ilustración de Estructura de Desglose de los Riesgos

Fuente: (Project Managment Institute, 2017)

Elaborado por: Andrea Rojas

Adicionalmente, se definirá las probabilidades e impactos de los riesgos en 5 niveles con respecto a 3 objetivos del proyecto tales como costo, tiempo y calidad. Por otra parte, se lo complementará con un esquema de puntuación numérica asignado para el cruce de los factores antes mencionados que permita evaluar las oportunidades y amenazas respectivas.

Ahora, una vez establecidas las métricas evaluación se enlistarán los riesgos potenciales identificados mediante reuniones y análisis FODA (Fortaleza, Oportunidad, Debilidad, Amenaza) con su respectivo código, categoría y encargado. Los mismos que serán analizados cualitativamente a través de una matriz de probabilidad – impacto y cuantitativamente haciendo uso de la técnica del árbol de decisiones (ver gráfico Nro.143) que ayudará a identificar la trayectoria óptima, para así poder fijar respuestas de mejora, aceptación, mitigación y eliminación según sea el caso.

Para su implementación, se aplicarán habilidades interpersonales y de equipo; mientras que para monitorearlos y controlarlos se realizarán análisis mensuales de desempeño técnico.

Matriz de Probabilidad e Impacto									
No.	Código	Riesgos	Categoría	Encargado del Riesgo	Probabilidad (A)	Impacto (B)	A*B		
1	Ext 01	Ocurrencia de sismo	Externo-Naturaleza	Coordinador SSO	Medio	0.5	Bajo	0.2	10.00%
2	Ext 02	Extensión de medidas de emergencia sanitaria producto del COVID-19	Externo-Normativo	Coordinador SSO	Alto	0.7	Muy Alto	1	70.00%
3	Com 01	Disminución de la capacidad adquisitiva de los posibles compradores	Comercial-Estabilidad de clientes	Departamento Comercial	Muy Alto	1	Muy Alto	1	100.00%
4	Ext 03	Cambios en las políticas y ordenanzas municipales	Externo-Normativo	Departamento Diseño	Muy Bajo	0.05	Muy Alto	1	5.00%
5	Ges 01	Accidentes en obras	Gestión-SSO	Coordinador SSO	Alto	0.7	Bajo	0.2	14.00%
6	Ext 04	Cambios en las políticas crediticias	Externo-Normativo	Gerente Proyecto	Alto	0.7	Muy Alto	1	70.00%
7	Ext 05	Cancelación de Financiamiento	Externo-Financiero	Gerente Proyecto	Medio	0.5	Muy Alto	1	50.00%
8	Ges 02	Robos de herramientas y materiales en obra	Gestión-Seguridad	Bodeguero	Alto	0.7	Medio	0.5	35.00%
9	Com 02	Problemas en importación de materiales	Comercial-Proveedores	Comercial	Bajo	0.2	Alto	0.7	14.00%
10	Ges 03	Denuncias de vecinos inconformes	Gestión-Relaciones Públicas	Gerente Proyecto	Medio	0.5	Muy Bajo	0.05	2.50%

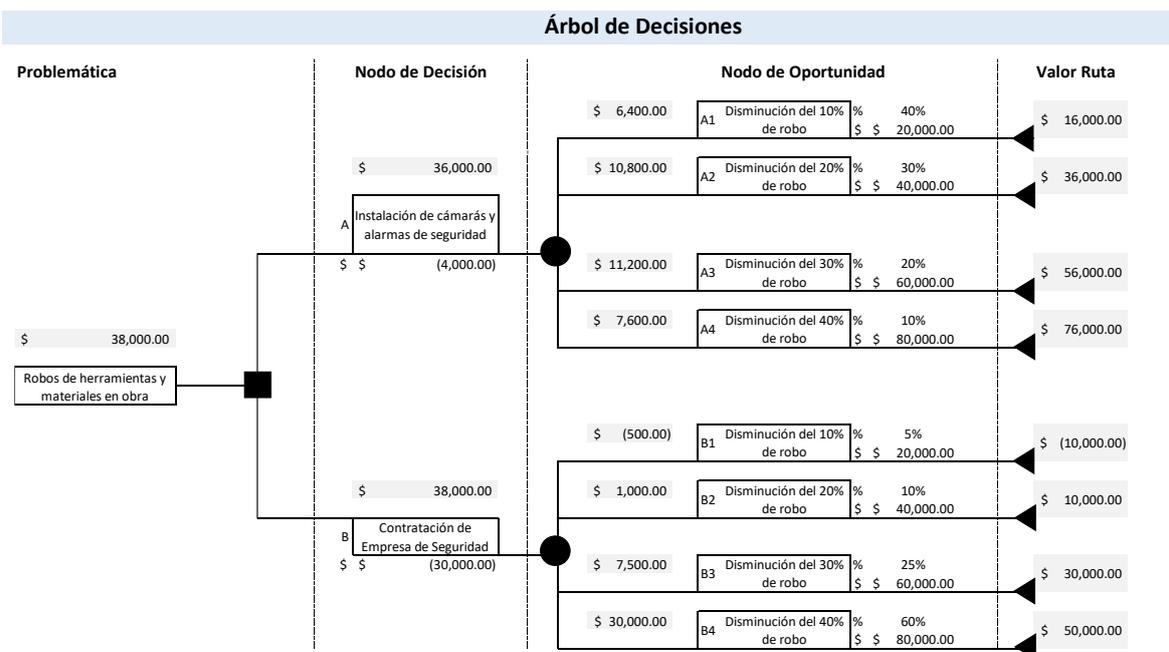


Gráfico 143: Herramientas de análisis de riesgos  
Fuente: (Rojas, Macchiavello, Redin, & Pallasco, c. 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

### 10.3.2. Plan para la Gestión de los Interesados

En el desarrollo de un proyecto hotelero, la adecuada gestión de los stakeholders es determinante para conseguir buenos resultados de inversión, puesto que en él intervienen una variedad de personas y organizaciones (propietario, comuna, dirección, financiero, operador, gestor de compras, equipo de diseño, municipios, etc.) con las se debe establecer una comunicación efectiva. Por lo que hay que desarrollar estrategias que permitan gestionarlo eficazmente.

De manera que, para conseguir identificar correctamente a los interesados del hostel y por consiguiente reunir información concreta de cada uno de ellos, nos apoyaremos principalmente de dos herramientas: Juicio de expertos esto es empresarios dentro de la industria hotelera en la zona y mapeo/ representación de datos.

Al ser el primer proyecto de inversión en la industria, se considera importante obtener datos de quienes cuenten con experiencia previa y conocimientos especializados. Por otra parte, implementar la representación de datos, específicamente apoyado en el método de Matrices “Poder/Interés”, “Poder/Influencia” e “Impacto/Influencia”, permitirá clasificarlos para posteriormente identificar las estrategias de relación que deberán ser aplicados. A continuación, se ejemplifica como se trabajará este proceso dentro del proyecto.

Registro de Información de los Interesados					
Cod.	Nombre	Organización / Empresa	Ubicación	Rol en el Proyecto	Información de contacto TLF.
001	Arq. Andrea Rojas	Persona Natural	Guayaquil	Dirección de Proyecto	099-154-7594
002	Ing. Nelson Valdívieso	N/A	Virginia	Inversionista Mayoritario	+1 (540) 449-5195
003	Ing. Andrés Bajaña	N/A	Guayaquil	Inversionista Minoritario	098-895-8773
004	Ing. Adriano Barahona	Persona Natural	Guayaquil	Ingeniero Estructural	098-930-6077
005	Ing. Gabriel Cifuentes	Persona Natural	Guayaquil	Ingeniero Eléctrico	099-118-2157
006	Ing. Diego Pérez	Persona Natural	Guayaquil	Ingeniero Sanitario	098-528-3671
007	Sr. Leonel del Pezo	Comuna Montañita	Manglaralto	Presidente de Comuna - Ente Regulador	206-0049
008	Arq. Samuel Reyes	GADM	Santa Elena	Jefe de Desarrollo Urbano - Ente Regulador	(593) 4 2 597700 ext. 273
009	Agencia CNEL UN	CNEL UN	Manglaralto	Entidad de Abastecimiento de Energía Eléctrica	3712828 ext. 820
010	Sr. Alberto Villao	Junta Administradora de Agua Regional	Manglaralto	Secretario de Junta - Entidad de Abastecimiento de Agua	099-376-0261

Tabla 138: Registro de Información de los Interesados  
Fuente: (Taller matriz involucramiento de interesados, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

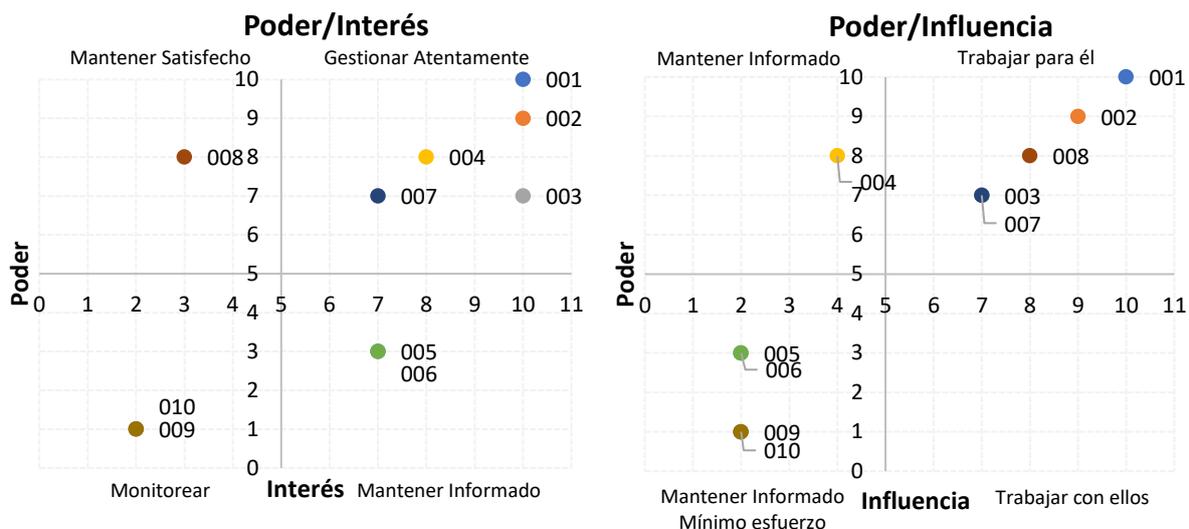


Gráfico 145: Matrices "Poder/Interés" y "Poder/Influencia"  
 Fuente: (Taller matriz involucramiento de interesados, 2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

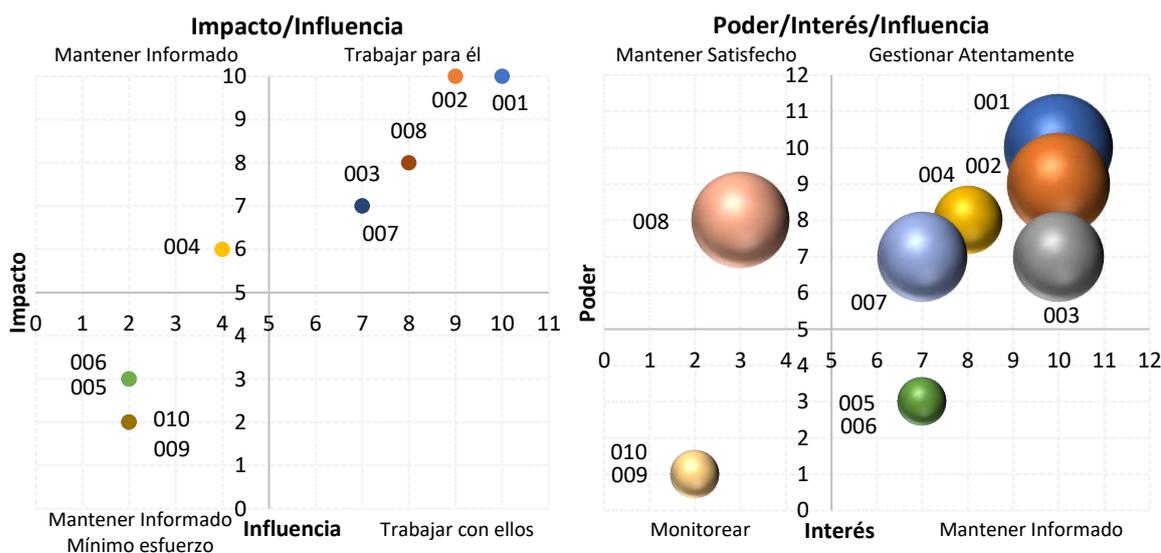


Gráfico 144: Matrices "Poder/Influencia" y "Poder/Interés/Influencia"  
 Fuente: (Taller matriz involucramiento de interesados, 2020)  
 Elaborado por: Andrea Rojas

Una vez identificados los interesados, se procede a planificar el nivel de involucramiento de los mismos con la finalidad de generar procedimientos factibles que otorguen eficacia en su interacción, para lo cual se hará uso de la Matriz de evaluación del involucramiento de los interesados propuestos en el PMBOK. Este último consiste en contrastar la participación actual vs la deseada tomando en consideración los 5 niveles: Desconocedor, Reticente, Neutral, de Apoyo y Líder (ver tabla Nro.139).

Involucramiento de Interesados					
Código	Desconocedor	Reticente	Neutral	De Apoyo	Líder
001					Actual y Deseado
002				Actual	Deseado
003				Actual y Deseado	
004			Deseado	Actual	
005			Deseado	Actual	
006			Deseado	Actual	
007			Deseado	Actual	
008			Deseado	Actual	
009			Deseado	Actual	
010			Deseado	Actual	

Tabla 139: Matriz de Evaluación de Involucramiento de Interesados

Fuente: (Taller matriz involucramiento de interesados, 2020)

Elaborado por: Andrea Rojas

Para asegurar la comprensión de las metas del proyecto y el compromiso continuo de alcanzarlas, se implementarán herramientas y técnicas tales como habilidades de comunicación, reuniones y reglas básicas que ayuden a establecer comportamientos esperados contribuyendo así al aumento de probabilidades de éxito.

Por último, para el monitoreo de las acciones, así como el ajuste de estrategias, se considera necesario aplicar técnicas que faciliten esta labor, en este caso se plantea hacer seguimiento de los cambios en el nivel de participación de los interesados, desarrollado en la matriz de evaluación de involucramiento.

### 10.3.3. Plan para la Gestión de las Comunicaciones

Los proyectos requieren de una comunicación eficaz, oportuna y adecuada desde su inicio para poder llegar a su conclusión satisfactoriamente. De hecho, para este proyecto en particular se precisa que esta área sea manejada con mucha precaución, no solo porque el inversionista mayoritario reside fuera del país, sino que también es importante tomar en consideración que el hostel al desarrollarse lejos de la ciudad de Guayaquil tendrá un equipo de trabajo diverso.

De manera que, para establecer el plan de gestión se alimentará del plan de dirección del proyecto, registro de los interesados, FAEs, APOs y Acta de Constitución. Además, se adaptará en función de la información y preferencias de comunicación de las

partes interesadas (internos o externos de la organización), su ubicación física y su disposición tecnológica. Para lo cual se adicionará a la ficha de registro de interesados la forma en la que se llevará la comunicación (frecuencia, canal y comentarios) con cada uno de los involucrados en el proyecto tal como se muestra en la tabla Nro.140.

Información Adicional – Registro de Interesados			
Rol	Frecuencia	Formato-Canal	Notas
Director	Hitos importantes	Alto-Nivel Presupuesto-línea de tiempo-actualización del progreso vía email	Prefiere recibir solo solo archivos finales aprobados
Jefe de proyecto	Semanal	Registro semanal en reuniones y correos	Aprobación final en hitos, dirección estratégica si es necesaria
Coordinador	Diario	Registro semanal en reuniones y correos diarios si es necesario	Recurrir a contacto para necesidades, preguntas y entregables

Tabla 140: Plan de Comunicación - Información de las partes

Fuente: (Semczuk, 2019)

Elaborado por: Andrea Rojas

Posteriormente se especificará la forma en que se establecerán las comunicaciones dependiendo del tipo, con la finalidad de asegurar que la comunicación sea interactiva y la información o el mensaje sea correcto, conciso, claro, coherente y controlado.

Comunicaciones		
Tipo	Frecuencia	Descripción
Llamadas	Semanal	Llamadas a coordinador de proyecto para repasar el progreso, hacer preguntas e informar sobre tareas completadas Información: Línea base de tiempo y presupuesto, fecha de trabajo completado, actividad en progreso, necesidad de aprobación y preguntas sobre entregables.
Reportes - Emails	Semanal	Cada inicio de semana para transmitir cronograma del proyecto, presupuesto, hitos particulares. Información: Presupuesto utilizado, detalle de línea de tiempos, aprobación de entregables, modificación de entregables, revisiones, actividades siguientes, lista de espera.
Emails	Diarios	Los necesarios dirigidos al coordinador para asistencia de información, aprobaciones de menor importancia, preguntas específicas del proyecto, revisiones previas de entregables y decisiones antes de ser remitidas a altos mandos. Para presentación y entrega de hitos
Reuniones presenciales y en línea	Por hito	Información compartida 3-4 días de anticipación: Agenda, asistencia necesaria para reuniones, enlaces de resumen de entregables que se presentan. Formato de acta de reunión (Ver Imagen Nro.5) Correo enviado inmediatamente después de finalizar la reunión adjuntando el acta y acuerdos generados para revisión y aprobación de los involucrados. Una vez aprobado, compartir con todos los interesados del proyecto.

Tabla 141: Establecimiento de comunicaciones

Fuente: (Semczuk, 2019)

Elaborado por: Andrea Rojas

En cuanto a la gestión, para garantizar “*que la recopilación, creación, distribución, almacenamiento, recuperación, monitoreo y disposición final de la información del proyecto sean oportunos y adecuados*” (Project Management Institute, 2017), se aplicarán habilidades de comunicación, así como también interpersonales y de equipo, se actualizarán documentaciones de registros como memorandos, informes y actas de reunión. Procedimiento que será monitoreado y evaluado mediante observaciones diarias, diálogos con el equipo, y recopilación de lecciones aprendidas.

ACTA DE REUNIÓN			
Fecha:			
Lugar:			
Proyecto:			
Referencia:			
TEMAS AGENDA			
PARTICIPANTES	COMPAÑÍA	CARGO	FIRMA
ITEM	ACCIÓN/INFORMACIÓN	RESPONSABLE	FECHA
COMENTARIOS			

Imagen 49: Formato de Acta de Reunión  
Elaborado por: Andrea Rojas

#### 10.4. Planificación de áreas de énfasis bajo

##### 10.4.1. Plan para la Gestión de Recursos

Para la dirección de esta área se requiere ser muy analítico a la hora de seleccionar el equipo humano y muy preciso en control de los recursos físicos para cumplir a cabalidad con los objetivos del proyecto y por consiguiente alcanzar el éxito del mismo.

Por lo que, para conseguir un buen desempeño del manejo de los recursos del proyecto se definirá un plan de gestión de los recursos, así como también un acta de constitución del equipo de trabajo en base a experiencias pasadas, juicio de expertos y reuniones varias.

Para representar la asignación y estimación los recursos se usarán diagramas jerárquicos en los que se muestre la estructura de desglose de la organización, así como también plantillas de Análisis de Precios Unitarios (ver imagen Nro.50) en las que se especifica materiales, equipos, mano de obra y transporte. Mientras que, para asignar roles y responsabilidades, se implementará la matriz RACI (ver imagen Nro.51) para así facilitar y garantizar disposiciones claras. Todo esto con apoyo de juicio de experto, reuniones de planificación, desarrollo de estimaciones análogas y ascendentes.

PROYECTO:

Hoja \_ de \_

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS					
RUBRO:			UNIDAD:		
DETALLE:					
<b>EQUIPOS</b>					
Descripción	Cantidad	Tarifa	Costo Hora	Rendimiento	Total
	A	B	C=A*B	R	D=C*R
<b>Subtotal</b>					\$ -
<b>MANO DE OBRA</b>					
Descripción	Cantidad	Jornal / HR	Costo Hora	Rendimiento	Total
	A	B	C=A*B	R	D=C*R
<b>Subtotal</b>					\$ -
<b>MATERIALES</b>					
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	
		A	B	C=A*B	
<b>Subtotal</b>				\$ -	
<b>TRANSPORTE</b>					
Descripción	Unidad	Cantidad	Tarifa/U	Total	
		A	B	C=A*B	
				\$ -	
<b>Subtotal</b>				\$ -	
				<b>TOTAL COSTO DIRECTO (M+N+O+P)</b>	
				\$ -	
				<b>INDIRECTOS Y UTILIDADES %</b>	
				\$ -	
				<b>COSTO TOTAL DEL RUBRO</b>	
				\$ -	

Imagen 50: Formato de Análisis de Precios Unitarios

Fuente: (COPLAZA, 2019)

Elaborado por: Andrea Rojas

# RACI Matriz

[Título del Proyecto]

## Roles y Responsabilidades

Responsible, Authority, Consulted, Informed

Entregable o Traea	Status	ROLES					Gerente de Proyecto	Líder Técnico	Nombre o Rol	Nombre o Rol	Nombre o Rol	Consultor	Nombre o Rol	Nombre o Rol	Nombre o Rol	Nombre o Rol
		Patrocinador	Nombre o Rol	Nombre o Rol	Nombre o Rol	Nombre o Rol										
		Patrocinador / Liderazgo					Grupo de Proyecto			Otros Recursos						
<b>Fase 1</b>																
Entregable/Tarea 1		A	R				I									
Entregable/Tarea 2		A		R			I									
<b>Fase 2</b>																
Entregable/Tarea 1		C	I				A	R								
Entregable/Tarea 2			I				A		R							
<b>Fase 3</b>																
Entregable/Tarea 1			I				A	I		R		C				
Entregable/Tarea 2			I				A	I	R			C				
<b>Fase 4</b>																
Entregable/Tarea 1				I			A	R					C			
Entregable/Tarea 2				I			A		R							

Inserte nuevas filas debajo

<b>D</b> Driver	Asiste a los responsables de una tarea
<b>R</b> Responsible - Responsable	Asignado a completar la tarea o entregable
<b>A</b> Accountable - Autoridad	Tiene la decisión final-haciendo autoridad y responsabilidad para completar. Solo 1 por tarea
<b>S</b> Support - Soporte	Brinda soporte durante la implementación
<b>C</b> Consulted - Consultado	Un asesor, un stakeholder, o un experto en la materia a quien se consulta antes de tomar decisión o acción
<b>I</b> Informed - Informado	Debe ser informado después de una decisión o acción

Imagen 51: Plantilla Matriz RACI

Fuente: (Vertex42, 2018)

Elaborado por: Andrea Rojas

Durante la ejecución, tomando en consideración que la obra se encuentra retirada de la ciudad, en la zona costera, se plantea llevar un calendario de recursos que resulta de alimentar datos al archivo de Microsoft Project en donde se registraron las actividades del proyecto con su respectiva valoración y duración, para así poder llevar un control más preciso de las demandas del proyecto durante todo el proceso. A su vez, es importante resaltar que la toma de decisiones se hará con criterios basados en disponibilidad, costo, experiencia y conocimiento. Por otra parte, para conseguir una buena interacción de los miembros de equipos se aplicarán habilidades de gestión de conflictos, de motivación, de negociación y de trabajo en equipo, además de implementación de reconocimientos y recompensas al ejercer labores con excelencia.

Ahora, para asegurar que los recursos hayan sido asignados y adjudicados al proyecto dentro de lo planificado, se realizarán revisiones quincenales de desempeño, además de efectuar evaluaciones puntuales de costo-beneficio y análisis de alternativas correspondientes. Documentación que será reportada mediante informes.

#### 10.4.2. Plan para la Gestión de Adquisiciones

Dentro del proyecto el papel de autorización de compras para negociar y firmar contratos será asumido por el director del proyecto, toda vez que dentro de la organización no se cuenta con un departamento de compras. Por lo que, se planificará su gestión de la siguiente manera, para que signifique un aporte en el buen desenvolvimiento del proyecto.

Inicialmente se recopilarán datos, documentación y activos del proyecto, se seleccionará una lista corta de proveedores (mínimo 3 - máximo 5) que se encuentren cerca del sitio de la obra con la finalidad de reducir costos, además se documentará los criterios y valoraciones a considerar durante el proceso de selección tales como precio, duración, cercanía, experiencia y garantía. Siendo la oferta económica el parámetro con mayor representatividad en la puntuación de los oferentes.

Durante la ejecución del proyecto, se definirán el o los proveedores seleccionados aplicando un análisis de evaluación bajo criterios y parámetros previamente establecidos, para lo cual se usará la herramienta a continuación, la misma que facilitará el análisis de los datos y por consiguiente se efectuarán las adquisiciones.

Matriz de Selección de Oferentes				
Parámetros de Evaluación	Oferente 1	Oferente 2	Oferente 3	Puntuación
Valor Total \$750200	\$709,853.14	\$720,500.00	\$745,090.08	
Oferta Económica	<b>50.00</b>	49.26	47.64	50
Requerimiento de anticipo	30%	70%	50%	15
	<b>15.00</b>	6.43	9.00	
Duración de obra (meses)	10	12	10	10
	<b>10.00</b>	8.33	<b>10.00</b>	
Equipo Mínimo requerido (6)	6.00	6.00	6.00	5
	<b>5.00</b>	<b>5.00</b>	<b>5.00</b>	
Experiencia General cuya sumatoria de proyectos sea del 10% del presupuesto referencial \$75,020.00	\$140,000.00	\$100,000.00	\$110,000.00	
	\$64,980.00	\$24,980.00	\$34,980.00	10
	<b>10.00</b>	3.84	5.38	
Experiencia Específica Mínima – Tiempo años (10)	11	15	12	
	1	5	2	10
	2.00	<b>10.00</b>	4.00	
<b>Total Calificación</b>	<b>92.00</b>	<b>82.87</b>	<b>81.02</b>	100
	1er lugar	2ndo lugar	3er lugar	

Tabla 142: Matriz de Selección de Oferentes  
Fuente: (Taller Individual - Selección de Proveedores, 2020)  
Elaborado por: Andrea Rojas

En caso de presentarse modificaciones estas serán documentadas de manera oficial por escrito y su ejecución se efectuará una vez que cuente con la aprobación pertinente. Cabe señalar que, de aprobarse un cambio, este deberá ser actualizado en todas las áreas que estén estrechamente relacionadas con dicha actividad.

Con respecto a la evaluación y control de adquisiciones, se realizarán inspecciones semanales en sitio para corroborar que los pagos que se estén realizando guarden relación con el trabajo ejecutado. Información que será reportada a través de informes de revisión de desempeño o reporte de análisis de valor ganado.

#### **10.4.3. Plan para la Gestión de Integración**

Tal como lo indica la palabra integración, la gestión de esta área implica combinar el resultado de todas las áreas de conocimiento anteriormente expuestas, facilitando una idea global del proyecto. Responsabilidad que recae sobre el director del mismo a lo largo del ciclo de vida del proyecto.

Por lo que, para dar inicio formalmente al desarrollo del hostel, se elaborará y suscribirá la respectiva Acta de Constitución haciendo uso de una plantilla personalizada por Souza (Souza, 2019) (ver en Anexos), documento dentro del cual se detallará entre otras cosas las generalidades del proyecto, los objetivos, los criterios de éxito, requerimientos, supuestos, riesgos y restricciones con base a la información obtenida en acuerdos, factores ambientales de la organización y caso de negocio.

Con respecto a su dirección y gestión, se registrarán las observaciones, mediciones, solicitudes de cambio e incidentes suscitados a lo largo del desarrollo del proyecto.

Los cambios seguirán un procedimiento jerárquico formal para establecer aprobaciones según su magnitud, esto es, si los cambios afectan el acta de constitución estos deberán ser aprobados por la dirección del proyecto, cliente/promotor y de ser un cambio menor podrá ser aprobado por la dirección del proyecto directamente. Cabe indicar que una vez que sean aprobados, los mismos deberán ser registrados en el plan de dirección del proyecto.

Además, para gestionar el conocimiento, de manera que exista un trabajo en equipo para la creación y compartimiento de nuevos conocimientos, se implementarán capacitaciones, foros en línea y reuniones mensuales. Como producto de lo antes expuesto, se establecerán registros de lecciones aprendidas.

Para controlarlo y monitorearlo a nivel individual como general, se convocarán a reuniones quincenales y se utilizarán todas las herramientas de análisis posibles, tales como: valor ganado, costo-beneficio, variación, causa-raíz, para finalmente informar el desempeño del trabajo y la tendencia proyectada y de ser pertinente, tomar acciones preventivas o correctivas.

En cuanto a su cierre, este se hará a través de un informe final y Acta de Recepción y Entrega Definitiva, documento con el cual se confirmará que los entregables hayan sido realizados a tiempo.

## 10.5. Conclusión

Aplicar este modelo de dirección en el desarrollo del proyecto hotelero “Traveler’s Bay Hostel” sin duda alguna fortalecerá las competencias en gestión que permitirán culminarlo de forma exitosa, es decir, a tiempo, de acuerdo o por debajo de lo presupuestado y en cumplimiento de los requerimientos y necesidades establecidos por los interesados.

Complementando lo anterior, puntualmente la gestión de cada una de las áreas de conocimiento mencionadas en el presente documento, fundamentada en la guía que ofrece el PMBOK, permitirá al proyecto conseguir lo siguiente:

<b>Aportes por Área de Conocimiento</b>	
<b>Plan para la Gestión de:</b>	<b>Comentario</b>
Costos	Establecer la línea base de costos permitirá monitorear el comportamiento económico del proyecto a lo largo de todo su ciclo de vida, haciendo uso de la técnica del Valor Ganado. Misma que dará la alerta en caso de presentarse bajos rendimientos y por consiguiente agilizará la toma de decisiones para alcanzar eficiencia en gastos.

Cronograma	Al definir y secuenciar actividades en base al EDT, estimando sus respectivas duraciones y asignando recursos dentro de un programa informático como Microsoft Project, se obtendrá la línea base de cronograma, misma que al ser controlada con la técnica del Valor Ganado (EV), generará información valiosa para tomar decisiones acertadas que aumenten las probabilidades de que la terminación del proyecto resulte dentro de los plazos establecidos e inclusive se vean reducidos.
Alcance	Reúne todos los términos necesarios para garantizar concluir el proyecto a satisfacción. Uno de los elementos principales de la línea base del alcance es la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT), que permite definir el trabajo jerárquicamente, detallando entregables y tareas requeridas. Quedando definido el resultado esperado y alineado a lo pactado con el cliente.
Calidad	Definir procesos a través del uso de herramientas como el flujograma y establecer políticas de calidad son clave para dirigir y monitorear el cumplimiento de los requisitos para lo cual fue creado el proyecto.
Riesgos	Si bien es cierto que, existen riesgos que no se pueden controlar, la finalidad de gestionarlos consiste en minimizar las probabilidades y el impacto de la presencia de eventualidades negativas y por ende aumentar las positivas. De manera que, con la aplicación de la matriz de probabilidad-impacto y la técnica del árbol de decisiones, se conseguirá evaluar cualitativa y cuantitativamente los riesgos para poder planificar respuestas óptimas de mejora, aceptación, mitigación y eliminación según sea el caso. Además, es necesario mencionar que siempre existirá cierto grado de incertidumbre, es más, habrán riesgos sobre los cuales no haya plan de contingencia, por lo que es fundamental el trabajo y la actitud del equipo, así como también su capacidad de reacción.
Interesados	Una de las gestiones a las que normalmente no se presta la atención adecuada pero que si se la realiza de forma correcta se puede conseguir minimizar problemas o imprevistos que surgen de las personas, grupos u organizaciones que participan de forma activa en el proyecto y generar

	<p>compromiso para obtener su apoyo durante todo el ciclo de vida del proyecto.</p> <p>La matriz de involucramiento de interesados es una herramienta de gran utilidad para el director del proyecto ya que permite identificar distintos factores de poder, influencia, impacto e interés y brinda información clave que aportará significativamente en la toma de decisiones.</p>
Comunicaciones	<p>Proporciona una comunicación eficaz, oportuna y adecuada desde su inicio para poder llegar a su conclusión satisfactoriamente. De hecho, para este proyecto en particular se precisa que esta área sea manejada con mucha precaución, en gran parte debido a que el inversionista mayoritario reside fuera del país y el hospital se implantará lejos de la ciudad de Guayaquil, por lo que tendrá involucrados que pertenecen a diferentes sitios geográficos. De modo que, planificar, gestionar y monitorear las comunicaciones permitirán el desarrollo eficiente de trabajos sincronizados de varias disciplinas, reduciendo la posibilidad de flujos de información incontrolados además de una disminución de riesgos de conflicto.</p>
Recursos	<p>Una gestión cuyo proceso de planificar, estimar, adquirir, desarrollar, dirigir y controlar, se centra en maximizar la eficiencia y la optimización. Herramientas como la matriz RACI y plantillas de APUS ayudan a establecer los recursos y a tener una visión general del nivel de carga de trabajo para el equipo.</p>
Adquisiciones	<p>Su correcta gestión conduce a obtener muy buenos resultados tanto financieros como operativos.</p> <p>El uso de herramientas como la matriz de selección de proveedores durante la ejecución del proyecto, facilita la elección de la mejor alternativa en función de los resultados obtenidos al evaluar a los diferentes oferentes bajo los mismos parámetros.</p>
Integración	<p>A través de esta gestión se logra mantener a todos las gestiones de las diferentes áreas de conocimiento alineadas en una sola dirección. Es donde se actúa como coordinador de todo el trabajo que conlleva la ejecución del proyecto y se decide el área en la que deben ser direccionados los esfuerzos. A diferencia del resto, es aquí donde se elabora y se suscribe el Acta de Constitución para dar inicio al proyecto y se ejecuta el respectivo cierre con el Acta de Entrega y Recepción Final.</p>

## BIBLIOGRAFÍA

- Ámbito. (2020). Riesgo país Ecuador histórico. Obtenido de <https://www.ambito.com/contenidos/riego-pais-ecuador-historico.html>
- Asobanca. (2020). Boletín Macroeconómico. Obtenido de <https://www.asobanca.org.ec/publicaciones/boletin-macroeconomico>
- Banco Central del Ecuador. (2012). ABC del BCE. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/2008/abc-web.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2018). Riesgo País Histórico. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Banco Central del Ecuador. (a. 2017). Presentación de la Formación Bruta de Capital Fijo Anual FBKF. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/indiceFBKF.htm>
- Banco Central del Ecuador. (a. 2020). Información Estadística Mensual No. 2022 - Agosto 2020: Estadísticas del sector real: Oferta y utilización final de bienes y servicios y Previsiones Macroeconómicas: Oferta y Utilización final de Bienes y Servicios. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Banco Central del Ecuador. (a. s.f.). Preguntas frecuentes Banco Central del Ecuador. Recuperado el 2020, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>
- Banco Central del Ecuador. (b. 2018). *Presentación de la Formación Bruta de Capital Fijo Anual FBKF*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/indiceFBKF.htm>
- Banco Central del Ecuador. (Junio de b. 2020). EL COVID-19 PASA FACTURA A LA ECONOMÍA ECUATORIANA: DECRECERÁ ENTRE 7,3% Y 9,6% EN 2020. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1369-el->

covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatoriana-decrecera-entre-7-3-y-9-6-en-2020

Banco Central del Ecuador. (c. 2020). Información Estadística Mensual No. 2022 - Agosto 2020: Estadísticas del sector real: Indicadores per cápita y Previsiones Macroeconómicas: Oferta y Utilización final de Bienes y Servicios. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

Banco Central del Ecuador. (d. 2020). Información Estadística Mensual No. 2022 - Agosto 2020: Estadísticas del sector real: Producto interno bruto por industria y Previsiones Macroeconómicas: Producto Interno Bruto por Industria. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

Banco Central del Ecuador. (e. 2020). Series históricas: IEM 3.2.2 BALANZA COMERCIAL (1). Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>

Banco Central del Ecuador. (f. 2020). *Evolución de la Balanza Comercial Enero-Julio 2020*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202009.pdf>

Banco Central del Ecuador. (septiembre de f. 2020). Tasas de Interés Efectivas Vigentes - Datos Históricos. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Banco Central del Ecuador. (31 de marzo de g.2020). LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 0,1% EN 2019. Obtenido de <https://www.bce.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-economia-ecuatoriana-crecio-01-en-2019>

Booking. (2020). *Booking.com*. Obtenido de Dormir.

*Booking.com*. (2020). Recuperado el 04 de 2020, de Estadías: <https://www.booking.com/city/ec/montanita-ec.es-ar.html>

Booksurfcamps. (s.f.). *booksurfcamps.com*.

Borrero, O. (2000). *Factores y métodos para el avalúo comercial*.

- Cabezas, A., Cerón, C., Llerena, C., Muñoz, V., Medina, G., Pazmiño, F., . . . Serrano, J. (2015). *REDITUS: Red Estratégica para el desarrollo integral y el turismo sostenible*.
- Cardenal, A. (25 de septiembre de 2018). *AméricaEconomía*. Obtenido de Análisis & Opinión: <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/que-es-como-se-mide-y-de-que-depende-el-riesgo-pais>
- Carvache, W., Torres, M., & Carvache, M. (2017). ANÁLISIS DEL PERFIL Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA MONTAÑITA–ECUADOR. *Cuadernos de Turismo*. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041>
- CConstrucción Gye. (2020). *Materiales de Construcción: Precios Referenciales Mayo/2020*.
- CFN. (2020). Financiamiento. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/servicio/pyme/>
- CLP. (2020). [www.clp.com.ec](http://www.clp.com.ec). Obtenido de Prestación de Transporte: [https://clp.com.ec/avada\\_portfolio/prestacion-de-transporte/](https://clp.com.ec/avada_portfolio/prestacion-de-transporte/)
- COPLAZA. (2019). *APUS Proyecto Edificio FCV*.
- Coronel Guerrero, R., & Cañizares Galarza, F. (julio-septiembre de 2019). Tecnología de la información y la comunicación como estrategias para la competitividad en el sector hotelero de Montañita, Ecuador. *Uniandes ESPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*.
- Corporación Financiera Nacional. (Noviembre de 2019). Fichas sectoriales IV Trimestre 2019: Construcción. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/bibliotecainfo/>
- Damodaran, A. (2020). *Betas por Sector (US)*. Obtenido de [http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)
- Ecualive. (2018). Guía para viajar a Montañita.
- EDGE. (2020). [www.edgebuildings.com](http://www.edgebuildings.com). Obtenido de Certificación: <https://www.edgebuildings.com/certify/?lang=es>
- El Universo. (23 de diciembre de 2019). *Economía: En Ecuador la canasta básica familiar incluye 75 productos*. Obtenido de [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com): <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/18/nota/7655892/ecuador-canasta-basica-familiar-incluye-75-productos>
- El Universo. (6 de julio de 2020). Con solo el 9 % de ocupación, hoteles ya consideran perdidos el 2020 y el 2021. Obtenido de

- <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/03/nota/7894014/hotelaria-turismo-impacto-covid-19-desempleo-iliquidez-cierre>
- El Universo. (14 de agosto de 2020). Sector de la construcción ve al Estado y al sector financiero como piezas claves para la reactivación. *El Universo*.
- El Universo. (25 de abril de a. 2020). Familias limitan víveres y ajustan su presupuesto frente a crisis por el COVID-19. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/25/nota/7822287/emergencia-covid-19-impacto-economia-familiar-presupuestos-compra>
- Entornoturístico. (s.f.). Glosario de Turismo. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/>
- Escobar, M. T. (15 de enero de 2020). *Economía: La banca planea prestar más en 2020 y pide que se regule al BIESS*. Obtenido de Primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/banca-reformas-supervision-biess-cooperativas/>
- Franco, A. (2020). *Representación gráfica de histograma - Clase14 - Gestión de Calidad*. USFQ, Quito.
- FV - Área Andina S.A. (2020). <https://www.fvandina.com/>. Obtenido de listadeprecios: <https://www.fvandina.com/fvecuador/listadeprecios.html>
- GADM Parroquia Rural de Manglaralto. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014-2019*.
- GADM Santa Elena. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - Cantón Santa Elena 2014-2019*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/0960001540001\\_PLA N%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%2030-01-2015-2%20fin\\_19-02-2015\\_09-41-20.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0960001540001_PLA N%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%2030-01-2015-2%20fin_19-02-2015_09-41-20.pdf)
- GBC. (2020). [www.usgbc.org](http://www.usgbc.org). Obtenido de resources/leed-credit-category-icons: <https://www.usgbc.org/resources/leed-credit-category-icons>
- GEOVIT. (2018). *Pernoctaciones por Destino y Origen*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

- Grupo Banco Mundial. (2019). PIB per cápita. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- H. Congreso Nacional. (2012). *Código de Trabajo*.
- Heneedsfood. (2020). *heneedsfood.com*.
- Hostelworld. (2020). *hostelworld.com*. Obtenido de [https://www.hostelworld.com/hosteldetails.php/Iguana-Surfers-Lodge/Montanita/53563?source=affiliate-PHG-1100IHEC&affiliate=PHG&ref\\_id=1101l8mRqWoB](https://www.hostelworld.com/hosteldetails.php/Iguana-Surfers-Lodge/Montanita/53563?source=affiliate-PHG-1100IHEC&affiliate=PHG&ref_id=1101l8mRqWoB)
- INEC. (diciembre de 2011). Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)
- INEC. (2012). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Nac\\_Ingresos\\_Gastos\\_Hogares\\_Urb\\_Rur\\_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf)
- INEC. (2018). *Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2017*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Migracion/2018/Principales\\_resultados\\_ESI\\_2018.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2018/Principales_resultados_ESI_2018.pdf)
- INEC. (enero de a. 2020). Índice General de la Construcción-Enero 2020. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-de-la-construccion/>
- INEC. (a.2018). Boletín técnico IPC 01-2018. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Enero-2018/Boletin\\_tecnico\\_01-2018.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Enero-2018/Boletin_tecnico_01-2018.pdf)
- INEC. (a.2019). Boletín técnico\_01-2020-IPC: Índice de Precios al Consumidor-Enero2019. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Enero-2019/Boletin\\_tecnico\\_01-2019-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Enero-2019/Boletin_tecnico_01-2019-IPC.pdf)
- INEC. (b. 2019). *Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2018*.

- INEC. (enero de b. 2020). Índices de Precios de la Construcción Nivel Nacional\_Enero-Julio 2020. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-de-la-construccion-ipco-2/>
- INEC. (enero de c. 2020). Índices de Precios de la Construcción Materiales que más subieron y que más bajaron-Enero 2020. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-de-la-construccion/>
- INEC. (Diciembre de c.2019). Resultados Índice de Precios al Consumidor (IPC). Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Enero-2019/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_ene2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Enero-2019/01%20ipc%20Presentacion_IPC_ene2019.pdf)
- INEC. (d. 2020). Boletin\_tecnico\_01-2020-IPC: Índice de Precios al Consumidor-Agosto2020. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin\\_tecnico\\_01-2020-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf)
- INEC. (enero de d. 2020). Serie Histórica de la Canasta Familiar Básica Nacional – Agosto 2020. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>
- INEC. (diciembre de e. 2020). Empleo – Mayo/Junio 2019 - Tabulados y series históricas - 1.1 Poblaciones Nacional. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU\\_telefonica/Principales\\_Resultados\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU_telefonica/Principales_Resultados_Mercado_Laboral.pdf)
- Intelihoteles. (2019). La mejor estrategia de distribución hotelera. Obtenido de <https://intelihoteles.com/mejor-estrategia-distribucion-hotelera/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson. Obtenido de [https://www.academia.edu/42228045/Kotler\\_P.\\_and\\_Armstrong\\_G.\\_2008.\\_Fundamentos\\_de\\_marketing\\_8va\\_edici%C3%B3n.\\_Pearson\\_Educaci%C3%B3n\\_M%C3%A9xico](https://www.academia.edu/42228045/Kotler_P._and_Armstrong_G._2008._Fundamentos_de_marketing_8va_edici%C3%B3n._Pearson_Educaci%C3%B3n_M%C3%A9xico)
- La Hora. (1 de abril de 2019). Faltan cuatro años para mejorar el PIB per cápita. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102233038/faltan-cuatro-anos-para-mejorar-el-pib-per-capita>
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. México: CENGAGE Learning.

- Lino, J. (12 de febrero de 2020). ¡Estero de Montañita recibirá tratamiento! *Extra*. Obtenido de <https://www.extra.ec/actualidad/estero-de-montanita-recibira-tratamiento-EX3374226>
- Lucero, K. (19 de julio de 2020). La construcción, un pilar de la economía debilitado por la pandemia. *Revista Gestión*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-construccion-un-pilar-de-la-economia-debilitado-por-la-pandemia>
- Marcimex. (2020). Catálogo. Guayaquil.
- Market-Risk-Media*. (2020). Obtenido de Market Risk Premia USA: <http://www.market-risk-premia.com/us.html>
- Marsociety. (2020). <https://www.marsociety.org/>. Obtenido de News & Announcements.
- Ministerio de Gobierno. (2019). *Cifras Migratorias*.
- Ministerio de Trabajo. (2020). *ANEXO 1: ESTRUCTURAS OCUPACIONALES - SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES Y TARIFAS; COMISIÓN SECTORIAL No. 16 "TURISMO Y ALIMENTACIÓN"*.
- MINTUR. (2013). *Análisis y Diagnóstico Territorial - Urbano de la Zona Propuesta ATP Montañita*.
- MINTUR. (2019). Indicadores de Turismo. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/IndicadoresDeTurismo/Indicadores-de-Turismo-2018-2019.pdf>
- MINTUR. (a. 2017). *Perfil de Turismo Internacional*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- MINTUR. (a. 2020). Catastros de Establecimientos Turísticos de la Provincia de Santa Elena.
- MINTUR. (b. 2017). *Listado de los Principales Destinos del Ecuador para Turismo Receptivo*.
- MINTUR. (b. 2020). *Indicadores por Cantón y Categoría*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento>

- MINTUR. (c.2020). *Visualizador de información turística del Ecuador - Entradas y Salidas Internacionales*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-movimientos>
- MINTUR. (d.2020). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO*.
- MLS-Ecuador. (2020). <https://mls-ecuador.com/>. Obtenido de propiedades-recientes: <https://mls-ecuador.com/es/propiedades-recientes/11800156>
- Montañita. (2020). *montañita.com*. Obtenido de <http://www.xn--montaita-h3a.com/noche-fiesta-montanita/lost-beach-club~875>
- Multimetales S.A. (2020). *Lista de Precios*.
- OIT. (s.f.). ¿Qué es un salario mínimo? Obtenido de <https://www.ilo.org/global/topics/wages/minimum-wages/definition/lang-es/index.htm>
- Omsariato S.A. (2020). *Precios de Materiales*. Manglaralto.
- OMT. (7 de mayo de 2020). LAS CIFRAS DE TURISTAS INTERNACIONALES PODRÍAN CAER UN 60-80% EN 2020, INFORMA LA OMT. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>
- Plusvalía. (2020). <https://www.plusvalia.com/>. Obtenido de propiedades: <https://www.plusvalia.com/propiedades/montanita-terreno-via-principal-excelente-ubicacion-55624952.html>
- Primicias. (2020). *Antes de la emergencia, 10 actividades económicas ya tenían dificultades*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/antes-emergencia-actividades-economicas-tenian-problemas/>
- Project Managment Institute. (2017). *Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos* (Vol. Sexta Edición).
- Properati. (2020). <https://www.properati.com.ec/>. Obtenido de detalle: [https://www.properati.com.ec/detalle/2u39\\_venta\\_otro\\_norte-de-guayaquil\\_alexandra-borbor?utm\\_campaign=detail&utm\\_medium=web&utm\\_source=olx](https://www.properati.com.ec/detalle/2u39_venta_otro_norte-de-guayaquil_alexandra-borbor?utm_campaign=detail&utm_medium=web&utm_source=olx)
- Puebla, A., & Acuña, J. (2013). *Diagnóstico Socio Económico de la Comuna de Montañita y del Territorio Propuesto ATP*.

- Rojas, A. (2020). *Taller Calidad - Diagrama Ishikawa*. USFQ, Asignatura de Gerencia de Proyectos.
- Rojas, A. (2020). *Taller Calidad - Flujograma*. USFQ, Asignatura de Gerencia de Proyectos.
- Rojas, A. (2020). *Taller Individual - Selección de Proveedores*. USFQ, Asignatura de Gerencia de Proyectos.
- Rojas, A. (2020). *Taller matriz involucramiento de interesados*. USFQ, Asignatura de Gerencia de Proyectos.
- Rojas, A., Macchiavello, J., Guerrero, L., Redin, H., & Pallasco, J. (2020). *Taller de Cronograma de Proyecto*. USFQ, Asignatura Gerencia de Proyectos.
- Rojas, A., Macchiavello, J., Guerrero, L., Redin, H., & Pallasco, J. (b. 2020). *Taller Alcance 1 - Grupal-Matriz Requisitos*. USFQ, Asignatura de Gerencia de Proyectos.
- Rojas, A., Macchiavello, J., Redin, H., & Pallasco, J. (c. 2020). *Taller de Respuesta a Riesgos*. USFQ, Asignatura de Gerencia de Proyectos.
- Rome2rio. (2020). *www.rome2rio.com*. Obtenido de Transporte: <https://www.rome2rio.com/map/Guayaquil-Bus-Terminal-Avenue-de-Las-Americas-Guayaquil-090513-Ecuador/Monta%C3%B1ita>; <https://www.rome2rio.com/map/Manta-Terminal-Terrestre/Monta%C3%B1ita>
- Semczuk, N. (26 de 01 de 2019). *thedigitalprojectmanager*. Obtenido de Guia Práctica: <https://thedigitalprojectmanager.com/es/como-hacer-plan-comunicacion-proyecto/>
- Servicio de Impuestos Internos. (2020). *Tabla de vida útil de los bienes físicos del activo inmovilizado*. Obtenido de [http://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla\\_vida\\_enero.htm](http://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla_vida_enero.htm)
- Siteminder. (2020). Todo lo que necesitas saber sobre los GDS de hoteles. Obtenido de Distribución: <https://www.siteminder.com/es/r/distribucion-hotelera/como-funciona-un-gds-de-hoteles/>
- Souza. (2019). *souza.com*. Obtenido de ¿Cómo elaborar un Project Charter o Acta de Constitución del Proyecto?: [https://souza.com.co/como-elaborar-un-project-charter-o-acta-de-constitucion-del-proyecto/?gclid=Cj0KCQjw7Nj5BRCZARIsABwxDKKUvHxUfC\\_bk6ltR5OsuXrZy\\_KgEqLPPIXAFFESWZ1NIXDAf9-1YLsaArmkeALw\\_wcB](https://souza.com.co/como-elaborar-un-project-charter-o-acta-de-constitucion-del-proyecto/?gclid=Cj0KCQjw7Nj5BRCZARIsABwxDKKUvHxUfC_bk6ltR5OsuXrZy_KgEqLPPIXAFFESWZ1NIXDAf9-1YLsaArmkeALw_wcB)

- Tamayo, G. (2018). *29 COMUNAS EN SANTA ELENA SE BENEFICIARÁN DE AGUA POTABLE*.  
Obtenido de <https://bde.fin.ec/29-comunas-en-santa-elena-se-beneficiaran-de-agua-potable/>
- Tecnohotelnews. (2018). *10 formas de reducir el impacto medioambiental en los hoteles*.  
Obtenido de <https://tecnohotelnews.com/2018/12/01/hoteles-medio-ambiente-ahorro/#>
- Tikilimbo. (2020). *tikilimbo.com*. Obtenido de <http://www.tikilimbo.com/en/>
- Tripadvisor. (2020). *tripadvisor.com*.
- Trivago. (2020). *www.trivago.com*.
- TVentas. (2020). Catálogo TVentas. Guayaquil.
- US Department of the Treasury. (2020). Daily Treasury Yield Curve Rate. Obtenido de <https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yield>
- Vertex42. (2018). *Plantilla de Excel*. Obtenido de Vertex42.com: <https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/raci-matrix.html>
- Vertex42 LLC. (2017). *Plantilla de Excel*. Obtenido de Vertex42.com: <https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/earned-value-management.html>
- Villao, A. (10 de marzo de 2020). Servicios Básicos en Montañita. (A. Rojas, Entrevistador)
- Weather Spark. (2020). *l clima promedio en Santa Elena Ecuador*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/18289/Clima-promedio-en-Santa-Elena-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o#Sections-Sources>
- WINDFINDER. (2020). *Estadísticas del viento y del tiempo Manglaralto*. Obtenido de <https://es.windfinder.com/windstatistics/manglaralto>

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Catastro de hostales en Montañita .....	312
Anexo 2: Catastro de establecimientos de alojamiento en Montañita .....	313
Anexo 3: Fichas de Mercado .....	314
Anexo 4: Costos Directos - Proyecto Optimizado.....	325
Anexo 5: Gastos de equipamiento y Amoblamiento - Proyecto optimizado.....	328
Anexo 6: Métodos de evaluación de costos de terrenos .....	329
Anexo 7: Flujo Puro - Proyecto Original .....	330
Anexo 8: Flujo Apalancado - Proyecto Original .....	330
Anexo 9: Flujo Puro - Proyecto Optimizado .....	330
Anexo 10: Flujo Apalancado - Proyecto Optimizado.....	330

## Anexo 1: Catastro de hostales en Montañaíta

Ubicación	MONTAÑITA
Actividad	Alojamiento
Clasificación	Hostal
Categoría	(All)

Row Labels	Count of No. Registro	Sum of Total Habitaciones	Sum of Total Camas	Sum of Total Plaza	Sum of Total Empleados
"TABUBA MALECÓN"	1	17	34	34	6
ABAD LOUNGE	1	10	31	30	2
ALCARAJA HOSTEL RESTO BAR	1	8	18	18	3
ALEBRUJES	1	25	68	68	4
ANGELES BEACH	1	25	80	86	2
ARMONIA	1	7	24	24	6
BACHITA	1	13	42	42	4
BRISA MARINA	1	12	22	29	2
BUEN DIA	1	12	30	33	2
CABAÑAS TERRANOVA	1	5	14	18	3
CASA DEL SOL	1	12	24	36	3
CASA TAISHA	1	7	19	19	3
CHARO'S	1	23	38	61	12
D' LEONARDO HABITACIONES	1	9	23	23	6
DON PRIMI	1	15	40	40	2
ECOVENTURA HOSTEL	1	10	30	30	3
ESPERANTO	1	6	27	27	3
FRIENDS	1	17	48	48	3
FROM THE BEACH	1	5	16	16	3
GASPAR - DESPENSA PAOLA	1	12	27	27	4
HABITACIONES DIEGOMAR	1	13	31	31	3
HABITACIONES FLORES	1	9	23	23	2
HANGA ROA	1	9	22	22	3
HIDDEN HOUSE	1	9	48	49	4
HOSPEDAJE KON-TIKI MONTAÑITA	1	24	59	72	7
HOSTAL DAVID	1	8	25	28	2
HOSTAL LA SINAGOGA	1	13	30	40	3
HOSTAL LAURITA	1	12	27	43	2
HOSTAL SOLANO	1	10	30	30	3
HUGOS PLACE	1	19	76	76	6
HURVINEK	1	9	25	25	2
IGUANA BACKPACKERS	1	19	54	54	4
IGUANA BACKPACKERS1	1	5	24	25	4
INTI AYMARA	1	9	26	26	3
KARUKERA	1	16	32	44	6
KUNDALINI	1	20	45	45	9
L'INCONTRO DI MONTAÑITA	1	14	51	51	1
LA CASA BLANCA	1	13	32	48	6
LA POSADA DEL FRAILE	1	15	38	36	3
LA PUNTA	1	18	58	58	2
LAS BRISAS	1	15	30	30	2
MAEO BEACH	1	12	34	34	6
MAMA CUCHA	1	25	60	81	4
MONTEZUMA	1	23	77	77	8
MORRISON HOSTEL	1	19	73	73	3
OCEAN VISTA INN	1	10	24	24	2
PAKALORO	1	28	95	95	14
PARQUE DE MONTAÑITA EL	1	13	40	45	4
POP HOUSE MONTAÑITA	1	12	32	34	2
ROSA MISTICA	2	28	67	74	7
SELINA MAJAGUA	1	30	66	96	7
SELINA MONTAÑITA	1	48	130	158	9
SOL BRAVO	1	10	19	19	3
SUMPA	1	15	56	56	4
SURFING INN	1	8	23	23	2
THE HEIGHTS	1	12	12	24	6
THE LAZY PIRATE	1	10	23	23	3
THE ROSES	1	12	33	34	3
TIERRA Y MAR	1	19	56	56	2
TIKITRIP HOSTAL	1	11	29	33	2
TSUMANI CABAÑA	1	16	31	90	2
YAKU	1	13	43	45	3
LA CASA DEL SOL	1	13	26	39	2
<b>Grand Total</b>	<b>64</b>	<b>916</b>	<b>2490</b>	<b>2798</b>	<b>251</b>

## Anexo 2: Catastro de establecimientos de alojamiento en Montañita

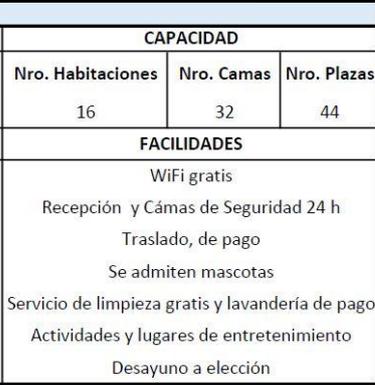
Row Labels	Count of Clasificación	Sum of Total Habitaciones	Sum of Total Camas	Sum of Total Plaza
<b>Casa de Huéspedes</b>	<b>6</b>	<b>23</b>	<b>63</b>	<b>65</b>
Categoría Única	6	23	63	65
<b>Hostal</b>	<b>64</b>	<b>916</b>	<b>2490</b>	<b>2798</b>
1 Estrella	47	615	1768	1862
2 Estrellas	7	164	429	509
3 Estrellas	3	46	106	116
PRIMERA	1	12	12	24
SEGUNDA	2	26	58	87
TERCERA	4	53	117	200
<b>Hostería</b>	<b>8</b>	<b>129</b>	<b>324</b>	<b>344</b>
3 Estrellas	7	115	309	316
SEGUNDA	1	14	15	28
<b>Hotel</b>	<b>20</b>	<b>460</b>	<b>1324</b>	<b>1377</b>
2 Estrellas	12	260	805	846
3 Estrellas	4	94	252	252
4 Estrellas	3	71	174	163
SEGUNDA	1	35	93	116
<b>Grand Total</b>	<b>98</b>	<b>1528</b>	<b>4201</b>	<b>4584</b>

## Anexo 3: Fichas de Mercado

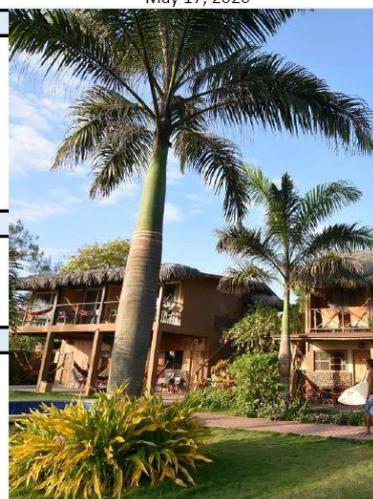
FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO									
Ficha de Información Nro.								001	
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento				May 17, 2020	
INFORMACIÓN GENERAL				INFORMACIÓN DEL SECTOR					
Nombre: Hidden House		Provincia: Santa Elena		Cantón: Santa Elena		Parroquia: Manglaralto			
Nro. De Registro: YSTEAJ00003530		Comuna: Montañita		Zona: Residencial y Comercial		Sector: Barrio El Tigrillo			
Fecha de Registro: September 4, 2015		Dirección: Calle Principal El Tigrillo							
Actividad: Alojamiento									
Clasificación: Hostal									
Categoría: 1 estrella									
Página Web: No tiene									
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Ofrece un alojamiento que combina tranquilidad, naturaleza, comodidad y diversión, escondido, lejos del fuerte sonido de la fiesta de montañita. Hidden House acoge huéspedes de todas partes del mundo, dando un ambiente cómodo, cálido y agradable.									
DATOS				ENTORNO Y SERVICIOS					
Forma de Pago:				Transporte:		Regular			
Efectivo:		Si		Cajeros:		Regular			
Tarjetas:		Si		Farmacias:		Regular			
Check-in:		14h00		Tiendas / Supermercado:		Cerca			
Check-out:		12h00		Bares / Discotecas:		Regular			
% Ocupación:		60%		Restaurantes:		Regular			
DETALLES									
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD		
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas
2	2 y 3	0	2	2	0	4	9	48	49
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES		
Mixta	Bloque	Paja	Área Verde				Aparcamiento		
ACABADOS			Área de Lavado				WiFi gratis		
Pisos: Cerámica y Madera			Cocina Compartida				Recepción 24 h		
Tumbado: Caña Guadúa			Instalaciones de wellnes				Bicicletas gratis y de alquiler		
Ventanas: Perfil de madera y vidrio natura			Bar / Salón / BBQ				Servicio de limpieza		
Puertas: Madera			Zona de picnic				Traslado aeropuerto		
Muebles: Caña Guadúa y Madera			Zona de Juegos				Actividades y lugares de entretenimiento		
HABITACIONES									
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación Compartida 10p	1	15	60	4.00	5 Litera (s)	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Compartida 8p	1	14	48	3.43	4 Litera (s)	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Compartida 5p	1	15	35	2.33	5 Twing	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Compartida 4p	1	8	28	3.50	2 Litera (s)	Compartido	Ventilador	Caja Fuerte	No
Habitación Cuádruple Deleux	1	10	32	3.20	2 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Estudio Deluxe	1	15	60	4.00	3 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Habitación Cuádruple	1	10	40	4.00	2 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Suite Deluxe	1	15	60	4.00	3 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Habitación Deluxe	1	8	30	3.75	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	No
Total	9	12	44	3.58	48				
PUNTAJE EN OTAS							PROMOCIÓN		
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia					
Instalación y Servicio	4/5	8.1/10					Volantes No		
Limpieza	4/5	7.7/10					Redes Sociales		
Confort		8.1/10					Instagram Si		
Personal del Alojamiento		7.6/10	No existe calificación	NA			Facebook Si		
Calidad/Precio	4/5	8.6/10					Página Web No		
Ubicación	4.5/5	8.1/10					Revistas No		
WiFi		7.0/10					Prensa Escrita No		
Total	4/5	7.8/10	7.6/10				Radio No		
							Tv No		

FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO									
Ficha de Información Nro.								002	
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento: May 17, 2020					
INFORMACIÓN GENERAL				INFORMACIÓN DEL SECTOR					
Nombre: Mama Cucha		Provincia: Santa Elena		Cantón: Santa Elena		Parroquia: Manglaralto			
Nro. De Registro: YSTEAJ00001625		Comuna: Montañita		Zona: Residencial y Comercial		Sector: Baja Montañita			
Fecha de Registro: August 11, 2010		Dirección: Frente al estero							
Actividad: Alojamiento									
Clasificación: Hostal									
Categoría: 1 estrella									
Página Web: No tiene									
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Cuenta con habitaciones para 6, 4, 3 y 2 personas y habitaciones matrimoniales todas con baño privado									
DATOS				ENTORNO Y SERVICIOS					
Forma de Pago:				Transporte:		Cerca			
Efectivo:		Si		Cajeros:		Cerca			
Tarjetas:		No		Farmacias:		Cerca			
Check-in:		15h00		Tiendas / Supermercado:		Cerca			
Check-out:		12h00		Bares / Discotecas:		Cerca			
% Ocupación:		76%		Restaurantes:		Cerca			
DETALLES									
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD		
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas
2	2 y 3	0	2	2	0	4	25	60	81
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES		
Mixta	Bloque	Paja	Área Verde Cocina Compartida Balcones con hamacas Bar Cafetería Zona de cine Zona de billar				WiFi gratis Recepción 24 h Bicicletas de alquiler Servicio de limpieza Traslado aeropuerto Actividades y lugares de entretenimiento Desayuno a elección		
ACABADOS									
Pisos:	Baldosa y Madera								
Tumbado:	Duelas de madera								
Ventanas:	Perfil de madera y vidrio natural								
Puertas:	Madera								
Muebles:	Madera								
HABITACIONES									
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
Habitación Doble	5	15	20	1.33	Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación Doble	5	15	25	1.67	1 Queen	Privado	Ventilador	No	Si
Habitación Doble					1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	No	Si
Habitación Triple	6	20	31	1.55	1 Litera (s)	Privado	Ventilador	No	Si
Habitación Triple	6	20	38	1.90	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	No	Si
Habitación Triple					1 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Varios	Si
Suite clásica	1	65	90	1.38	1 Queen	Privado	Aire Acondicionado	Varios	Si
Habitación Compartida 6p	1	20	36	1.80	2 Litera (s)	Privado	Ventilador	No	Si
Habitación Compartida 4p	1	20	48	2.40	2 Twing	Privado	Ventilador	No	Si
Total	25	19.80	32.52	1.65	60				
PUNTAJE EN OTAS					PROMOCIÓN				
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia	Volantes		No		
Instalación y Servicio	4.5/5	8.9/10	8.2/10		Redes Sociales				
Limpieza	4/5	8.8/10	8.4/10		Instagram		Si		
Confort		8.9/10	8.3/10		Facebook		Si		
Personal del Alojamiento		9.7/10	8.8/10		Página Web		No		
Calidad/Precio	4.5/5	9.3/10	8.4/10	NA	Revistas		No		
Ubicación	4.5/5	9.6/10	8.8/10		Prensa Escrita		No		
WiFi		9.0/10			Radio		No		
Total	4.5/5	9.2/10	7.8/10		Tv		No		

FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO										
Ficha de Información Nro.								003		
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento				May 17, 2020		
INFORMACIÓN GENERAL				INFORMACIÓN DEL SECTOR						
Nombre:	Pop House			Provincia:	Santa Elena					
Nro. De Registro:	YSTEAJ00003844			Cantón:	Santa Elena					
Fecha de Registro:	Abril 20, 2015			Parroquia:	Manglaralto					
Actividad:	Alojamiento			Comuna:	Montañita					
Clasificación:	Hostal			Zona:	Residencial y Comercial					
Categoría:	1 estrella			Sector:	Barrio El Tigrillo					
Página Web:	No tiene			Dirección:	Calle Principal El Tigrillo					
DESCRIPCIÓN GENERAL										
Es una nueva propuesta de hospedaje ubicada en lugar tranquilo, acogedor, rodeado de naturaleza y destacado por su arquitectura mixta de materiales ecológicos, excelentes acabados arquitectónicos y decoración enmarcada en el arte y la cultura POP. Con una cultura administrativa enfocada hacia el servicio al cliente,										
DATOS				ENTORNO Y SERVICIOS						
Forma de Pago:				Transporte:	Regular					
Efectivo:	Si			Cajeros:	Regular					
Tarjetas:	No			Farmacias:	Regular					
Check-in:	15h00			Tiendas / Supermercado:	Cerca					
Check-out:	12h00			Bares / Discotecas:	Regular					
% Ocupación:	60%			Restaurantes:	Regular					
DETALLES										
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD			
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas	
1	2	0	1	1	0	2	12	32	34	
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES			
Mixta	Bloque	Paja	Área Verde				WiFi gratis			
ACABADOS			Cocina Compartida				Recepción 24 h			
Pisos:	Baldosa y Madera		Piscina				Se admiten mascotas			
Tumbado:	Losa vista y Caña Guadúa		Bar				Servicio de limpieza			
Ventanas:	Perfil de madera y vidrio natural		Cafetería				Lavandería			
Puertas:	Madera		BBQ				Actividades y lugares de entretenimiento			
Muebles:	Madera		TV área				Desayuno a elección			
HABITACIONES										
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características					
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón	
Habitación Doble	4	15	30	2.00	1 2 Plazas	Privado	Ventilador	Armario	No	
Habitación Cuádruple	4	16	45	2.81	2 Litera (s)	Privado	Ventilador	Armario	No	
Habitación Familiar	4	25	55	2.20	1 2 Plazas 1 Litera (s)	Privado	Ventilador	Armario	No	
Total	12	19	43	2.34	32					
PUNTAJE EN OTAS							PROMOCIÓN			
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia						
Instalación y Servicio	4.5/5	8.6/10	8.1/10	NA	Volantes		No			
Limpieza	4.5/5	8.4/10	8.4/10		Redes Sociales					
Confort		8.5/10	8.1/10		Instagram		Si			
Personal del Alojamiento		9.1/10	8.9/10		Facebook		Si			
Calidad/Precio	4.5/5	8.5/10	8.2/10		Página Web		No			
Ubicación	4.5/5	8.2/10	8.0/10		Revistas		No			
WiFi		9.2/10			Prensa Escrita		No			
Total	4.5/5	8.6/10	7.4/10		Radio		No			
					Tv		No			

FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO									
Ficha de Información Nro.								004	
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento				May 17, 2020	
INFORMACIÓN GENERAL				INFORMACIÓN DEL SECTOR					
Nombre: Karukera				Provincia: Santa Elena					
Nro. De Registro: YSTEAJ00000739				Cantón: Santa Elena					
Fecha de Registro: August 29, 2016				Parroquia: Manglaralto					
Actividad: Alojamiento				Comuna: Montañita					
Clasificación: Hostel				Zona: Residencial y Comercial					
Categoría: 1 estrella				Sector: Centro de Montañita					
Página Web: No tiene				Dirección: Calle 2nda y 10 de Agosto					
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Situado en el corazón de montañita, karukera es un lugar único para conocer gente joven, viajeros motivados por la farra y el surf principales atractivos de la localidad.									
DATOS				ENTORNO Y SERVICIOS					
Forma de Pago:				Transporte: Muy Cerca					
Efectivo: Si				Cajeros: Muy Cerca					
Tarjetas: No				Farmacias: Muy Cerca					
Check-in: 14h30				Tiendas / Supermercado: Muy Cerca					
Check-out: 12h00				Bares / Discotecas: Muy Cerca					
% Ocupación: 56%				Restaurantes: Muy Cerca					
DETALLES									
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD		
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapacitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas
1	3	0	2	4	0	6	16	32	44
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES		
Hormigón Armado	Bloque	Paja	Área Verde				WiFi gratis		
ACABADOS			Zona TV / salón compartido				Recepción y Cámas de Seguridad 24 h		
Pisos: Baldosa o Cerámica			Bar / Restaurante				Traslado, de pago		
Tumbado: Losa vista y Caña Guadúa							Se admiten mascotas		
Ventanas: Perfil de madera y vidrio natural							Servicio de limpieza gratis y lavandería de pago		
Puertas: Madera							Actividades y lugares de entretenimiento		
Muebles: Madera							Desayuno a elección		
HABITACIONES									
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación Triple	4	28	43	1.54	1 Twing 1 Queen	Privado	Ventilador	Tv	No
Habitación Doble	4	23	43	1.87	1 Queen	Privado	Aire Acondicionado	Tv	No
Habitación Cuádruple	4	35	67	1.91	1 2 Plazas 2 Twing	Privado	Aire Acondicionado	Tv	Si
Habitación Familiar	4	32	67	2.09	1 Litera (s) 1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Tv	Si
Total	16	30	55	1.85	32				
PUNTAJE EN OTAS							PROMOCIÓN		
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia	Volantes		Redes Sociales		
Instalación y Servicio	4.0/5	8.3/10	7.9/10	NA	No		No		
Limpieza	4.5/5	8.6/10	8.6/10		Instagram		Si		
Confort		8.4/10	8.1/10		Facebook		Si		
Personal del Alojamiento		9.0/10	8.5/10		Página Web		No		
Calidad/Precio	4.5/5	8.1/10	8.0/10		Revistas		No		
Ubicación	4.5/5	9.4/10	8.5/10		Prensa Escrita		No		
WiFi		5.0/10			Radio		No		
Total	4.0/5	8.6/10	7.5/10		Tv		No		

FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO									
Ficha de Información Nro.								005	
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento: May 17, 2020					
INFORMACIÓN GENERAL					INFORMACIÓN DEL SECTOR				
Nombre: Kundalini					Provincia: Santa Elena				
Nro. De Registro: YSTEAJ00002222					Cantón: Santa Elena				
Fecha de Registro: June 30, 2009					Parroquia: Manglaralto				
Actividad: Alojamiento					Comuna: Montañita				
Clasificación: Hostal					Zona: Residencial y Comercial				
Categoría: 3 estrellas					Sector: Baja Montañita				
Página Web: No tiene					Dirección: A 30m del Darma Beach				
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Se encuentra ubicado al pie del mar, en la mejor área de Montañita, donde el silencio te permite descansar por las noches; los servicios de restaurantes y discotecas los encuentras a solo 2 minutos caminando, ya sea por la playa o por la carretera.									
DATOS					ENTORNO Y SERVICIOS				
Forma de Pago:					Transporte: Cerca				
Efectivo: Si					Cajeros: Cerca				
Tarjetas: Si					Farmacias: Cerca				
Check-in: 15h00					Tiendas / Supermercado: Cerca				
Check-out: 12h00					Bares / Discotecas: Cerca				
% Ocupación: 75%					Restaurantes: Cerca				
DETALLES									
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD		
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas
3	1 y 2	0	5	4	0	9	22	35	56
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES		
Hormigón Armado	Bloque	Paja	Área Verde				WiFi gratis		
ACABADOS			Área de Masajes				Recepción y Cámas de Seguridad 24 h		
Pisos:	Cerámica		Zona de picnic				Traslado, de pago		
Tumbado:	Duelos de madera-Caña Guadúa		Zona privada de playa				Masajes y Clases de yoga		
Ventanas:	Perfil de madera y vidrio natural		Bar-Restaurante				Servicio de limpieza		
Puertas:	Madera		Zona de juegos				Actividades y espectáculos de entretenimiento		
Muebles:	Madera		Instalaciones para deportes acuáticos				Desayuno incluido		
HABITACIONES									
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación Compartida 4p	1	36	76	2.11	4 Twing	Compartido	Aire Acondicionado	Armario Caja Fuerte	No
Habitación Doble	10	12	49	4.08	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Armario Caja Fuerte	Si
Habitación Triple	8	18	64	3.56	1 Twing 1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Armario Caja Fuerte	Si
Habitación Junior Doble	2	25	79	3.16	1 Queen	Privado	Aire Acondicionado	Armario Caja Fuerte	Si
Habitación Familiar	1	30	109	3.63	2 Twing 1 Queen	Privado	Aire Acondicionado	Armario Caja Fuerte	Si
Total	22	17.27	61.14	3.70	35				
PUNTAJE EN OTAS							PROMOCIÓN		
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia					
Instalación y Servicio	4.5/5	9.3/10	8.9/10	4.5/5	Volantes No				
Limpieza	4.5/5	9.5/10	9.1/10	4.7/5	Redes Sociales				
Confort		9.1/10	8.1/10		Instagram Si				
Personal del Alojamiento		9.4/10	8.9/10	4.6/10	Facebook Si				
Calidad/Precio	4.5/5	8.9/10	8.0/10		Página Web No				
Ubicación	5/5	9.7/10	8.9/10		Revistas No				
WiFi		8.6/10			Prensa Escrita No				
Total	4.5/5	9.3/10	8.8/10	4.6/5	Radio No				
					Tv No				



FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO									
Ficha de Información Nro.								006	
Elaborado por:				Andrea Rojas		Fecha de Levantamiento		May 17, 2020	
INFORMACIÓN GENERAL					INFORMACIÓN DEL SECTOR				
Nombre: Casa del Sol					Provincia: Santa Elena				
Nro. De Registro: 2401540627					Cantón: Santa Elena				
Fecha de Registro: May 14, 2014					Parroquia: Manglaralto				
Actividad: Alojamiento					Comuna: Montañita				
Clasificación: Hostal					Zona: Residencial y Comercial				
Categoría: 1 estrella					Sector: Baja Montañita				
Página Web: casadelsolmontanita.com					Dirección: Sector la Punta				
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Un hostel que tiene una mezcla orgánica de espacio interior y exterior con un equilibrio perfecto de piedra de cuarzo y bambú. En primera instancia brinda a los huéspedes un lugar tranquilo para dormir, pero cree firmemente en la creación de una experiencia vacacional inolvidable.									
DATOS					ENTORNO Y SERVICIOS				
Forma de Pago:					Transporte: Lejos				
Efectivo: Si					Cajeros: Lejos				
Tarjetas: Si					Farmacias: Lejos				
Check-in: 15h00					Tiendas / Supermercado: Cerca				
Check-out: 13h00					Bares / Discotecas: Lejos				
% Ocupación: 70%					Restaurantes: Cerca				
DETALLES									
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD		
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas
1	3	0	0	3	0	3	12	24	36
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES		
Mixtas	Mixtas	Paja	Área Verde				WiFi gratis		
ACABADOS			BBQ				Recepción 24 h		
Pisos: Cerámica y Madera			Cocina Compartida				Traslado, de pago; Bicicletas disponibles		
Tumbado: Duelas de madera-Caña Guadúa			Zona de hamacas				Masajes, Clases de yoga y español		
Ventanas: Perfil de madera y vidrio natural			Bar				Servicio de limpieza		
Puertas: Madera			Zonas de lectura				Se admiten mascotas		
Muebles: Madera y Caña Guadúa			Instalaciones para masajes y clases de yoga				Desayuno incluido		
HABITACIONES									
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación Compartida 4p	1	25	68	2.72	2 Twing 1 Litera (s)	Privado	Ventilador	Armario	No
Habitación Simple	2	10	30	2.72	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Armario	No
Habitación Estándar	5	22	50	2.27	1 2 Plazas 1 Twing	Privado	Ventilador	Armario	No
Habitación Triple	2	20	55	2.75	1 Queen 1 Twing	Privado	Ventilador	Armario	Si
Habitación Triple	2	18	64	3.56	1 Twing 1 Queen	Privado	Ventilador	Armario	Si
Total	12	19.25	51.33	2.68	24				
PUNTAJE EN OTAS							PROMOCIÓN		
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia					
Instalación y Servicio	4.5/5	8.8/10	8.3/10	5.0/10	Volantes No				
Limpieza	4.0/5	8.9/10	8.4/10	5.0/5	Redes Sociales				
Confort		8.9/10	8.3/10		Instagram Si				
Personal del Alojamiento		9.5/10	8.9/10	5.0/10	Facebook Si				
Calidad/Precio	4.0/5	8.9/10	8.3/10		Página Web Si				
Ubicación	4.5/5	8.9/10	8.8/10		Revistas No				
WiFi		9.5/10			Prensa Escrita No				
Total	4.5/5	9.0/10	8.6/10	5.0/5	Radio No				
					Tv No				



FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO										
Ficha de Información Nro.								007		
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento				May 17, 2020		
INFORMACIÓN GENERAL					INFORMACIÓN DEL SECTOR					
Nombre: Sotavento					Provincia: Santa Elena					
Nro. De Registro: YSTEAJ00001353					Cantón: Santa Elena					
Fecha de Registro: October 20, 2016					Parroquia: Manglaralto					
Actividad: Alojamiento					Comuna: Montañita					
Clasificación: Hotel					Zona: Residencial y Comercial					
Categoría: 2 estrellas					Sector: Baja Montañita					
Página Web: No tiene					Dirección: Monumento del Surfista					
DESCRIPCIÓN GENERAL										
Se encuentra a pocos pasos de la playa de Montañita, y ofrece alojamiento con bicicletas gratuitas, aparcamiento privado gratuito, salón compartido y terraza. Todas las habitaciones cuentan con TV de pantalla plana con canales por cable y baño privado.										
DATOS					ENTORNO Y SERVICIOS					
Forma de Pago:					Transporte: Regular					
Efectivo: Si					Cajeros: Regular					
Tarjetas: Si					Farmacias: Regular					
Check-in: 12h00					Tiendas / Supermercado: Cerca					
Check-out: 13h00					Bares / Discotecas: Regular					
% Ocupación: 60%					Restaurantes: Cerca					
DETALLES										
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD			
Nro. De Edificaciones 1	Nro. De Pisos 4	Ascensor 0	Hombres 2	Mujeres 1	Discapitados 0	Total Empleados 3	Nro. Habitaciones 13	Nro. Camas 25	Nro. Plazas 38	
Estructura Hormigón y Bambú		Paredes Bloque	Cubierta Eternit		ÁREAS COMUNES			FACILIDADES		
ACABADOS		Terraza			Cocina Compartida			Salón Compartido		
Pisos: Cerámica		WiFi gratis			Recepción 24 h			Cámaras de seguridad 24 h		
Tumbado: Duelas de madera-Caña Guadúa		Traslado, de pago y Bicicletas disponibles			Aparcamiento			Servicio de limpieza y planchado		
Ventanas: Perfil de madera y vidrio natural		Desayuno incluido								
Puertas: Madera										
Muebles: Madera										
HABITACIONES										
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características					
Habitación Simple	7	22	70	3.18	Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón	
Habitación Estándar	6	36	95	2.64	1 Cama	Privado	Aire Acondicionado	Tv	Si	
					2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Tv	Si	
					2 Twing					
Total	13	28.46	81.54	2.93	25					
PUNTAJE EN OTAS					PROMOCIÓN					
Variables / Tipo		Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia					
Instalación y Servicio		4.0/5	7.8/10			Volantes	No			
Limpieza		4.0/5	7.8/10			Redes Sociales				
Confort			8.1/10			Instagram	Si			
Personal del Alojamiento			7.6/10			Facebook	Si			
Calidad/Precio		4.5/5	7.0/10	No existe calificación	NA	Página Web	No			
Ubicación		4.0/5	8.1/10			Revistas	No			
WiFi						Prensa Escrita	No			
Total		3.5/5	7.8/10			Radio	No			
						Tv	No			



FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO										
Ficha de Información Nro.								008		
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento				May 17, 2020		
INFORMACIÓN GENERAL				INFORMACIÓN DEL SECTOR						
Nombre: Iguana Backpackers				Provincia: Santa Elena						
Nro. De Registro: YSTEAJ00003332				Cantón: Santa Elena						
Fecha de Registro: July 5, 2018				Parroquia: Manglaralto						
Actividad: Alojamiento				Comuna: Montañita						
Clasificación: Hostal				Zona: Residencial y Comercial						
Categoría: 1 estrella				Sector: Barrio El Tigrillo						
Página Web: No tiene				Dirección: Calle Principal El Tigrillo						
DESCRIPCIÓN GENERAL										
Se encuentra a 200m de la playa y ofrece varias facilidades como bar, bbq, terraza, entre otros. Un hostel económico que cuenta con habitaciones equipadas con aire acondicionado y baños compartidos.										
DATOS				ENTORNO Y SERVICIOS						
Forma de Pago:				Transporte: Cerca						
Efectivo: Si				Cajeros: Cerca						
Tarjetas: No				Farmacias: Cerca						
Check-in: 14h00				Tiendas / Supermercado: Cerca						
Check-out: 11h00				Bares / Discotecas: Cerca						
% Ocupación: 70%				Restaurantes: Cerca						
DETALLES										
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD			
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapacitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas	
1	3	0	2	2	0	4	5	24	25	
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES			
Mixta	Mixta	Paja	Terraza				WiFi gratis			
ACABADOS			BBQ				Recepción 24 h			
Pisos:	Cerámica y duelas de madera		Bar				Cámaras de seguridad 24 h			
Tumbado:	Caña Guadúa		Área de TV				Traslado, de pago			
Ventanas:	Perfil de madera y vidrio natural		Cocina Compartida				Servicio Concierge			
Puertas:	Madera		Área de lavado y Secado				Servicio de limpieza			
Muebles:	Madera y Bambú		Centro de Spa y Lockers				Desayuno incluido			
HABITACIONES										
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características					
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón	
Habitación Compartida 10p	1	16	50	3.13	10	Twing	Compartido	Aire Acondicionado	-	Si
Habitación Compartida 6p	1	10	36	3.60	3	Litera (s)	Compartido	Aire Acondicionado	-	Si
Habitación Compartida 4p	1	6	28	4.67	2	Litera (s)	Compartido	Aire Acondicionado	-	No
Habitación Compartida 3p	1	6	21	3.50	1	Litera (s)	Compartido	Aire Acondicionado	-	Si
Habitación Doble	1	6	15	2.50	1	2 Plazas	Compartido	Aire Acondicionado	-	No
Total	5	9	30	3.48						
PUNTAJE EN OTAS							PROMOCIÓN			
Variables / Tipo		Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia					
Instalación y Servicio		3.5/5	8.3/10			Volantes	No			
Limpieza		3.5/5	8.0/10			Redes Sociales				
Confort			8.2/10			Instagram	Si			
Personal del Alojamiento			9.4/10			Facebook	Si			
Calidad/Precio		4.0/5	8.6/10			Página Web	No			
Ubicación		4.5/5	9.1/10			Revistas	No			
WiFi						Prensa Escrita	No			
Total		3.5/5	8.5/10	7.5/10		Radio	No			
						Tv	No			

FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO									
Ficha de Información Nro.								009	
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento: May 17, 2020					
INFORMACIÓN GENERAL				INFORMACIÓN DEL SECTOR					
Nombre: Selina				Provincia: Santa Elena					
Nro. De Registro: YSTEAJ00003024				Cantón: Santa Elena					
Fecha de Registro: January 22, 2018				Parroquia: Manglaralto					
Actividad: Alojamiento				Comuna: Montañita					
Clasificación: Hostal				Zona: Residencial y Comercial					
Categoría: 2 estrellas				Sector: Centro de Montañita					
Página Web: <a href="https://www.selina.com">https://www.selina.com</a>				Dirección: Calle Guido Chiriboga					
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Se encuentra entre restaurantes coloridos y cerca del referente de música electrónica Lost Beach. Es el único cowork de la zona, equipado con escritorios privados y salas de reuniones que ayudan a la productividad y un deck para hacer yoga.									
DATOS				ENTORNO Y SERVICIOS					
Forma de Pago:				Transporte: Muy Cerca					
Efectivo: Si				Cajeros: Muy Cerca					
Tarjetas: Si				Farmacias: Muy Cerca					
Check-in: 15h00				Tiendas / Supermercado: Muy Cerca					
Check-out: 11h00				Bares / Discotecas: Muy Cerca					
% Ocupación: 70%				Restaurantes: Muy Cerca					
DETALLES									
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD		
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas
Varias	1,2 y 6	0	7	8	1	16	78	196	244
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES		
Hormigón y Bambú	Bloque	Paja	Salas de reunión				WiFi gratis		
ACABADOS			Piscina				Recepción y seguridad 24 h		
Pisos:	Cerámica, homigón visto		Bar				Clases de yoga y gimnasia		
Tumbado:	Gypsum y Caña guadúa		Terraza				Traslado, de pago y Bicicletas disponibes		
Ventanas:	Perfil de madera y vidrio natural		Zona de coworking escritorios privados				Resguardo de equipaje y asistencia turística		
Puertas:	Madera		Zona de coworking salas de reuniones				Servicio de limpieza y lavandería		
Muebles:	Madera		Sala de películas				Desayuno de pago		
HABITACIONES									
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación compartida 4p	18	15	64	4.27	2 Litera (s)	Compartido	Aire Acondicionado	Armario Locker	Si
Habitación compartida 6p	10	20	52	2.60	2 Litera (s) 2 Twing	Compartido	Aire Acondicionado	Armario Locker	No
Habitación compartida 8p	2	20	88	4.40	3 Litera (s) 2 Twing	Compartido	Aire Acondicionado	Armario Locker	No
Habitación Micro	14	8	35	4.38	1 2 Plazas	Compartido	Aire Acondicionado	Armario	No
Habitación Estándar	26	18	53	2.94	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Armario Escritorio	No
Habitación Suite	1	41	70	1.71	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Armario Sala	Si
Habitación Suite +	6	25	80	3.20	1 Queen	Privado	Aire Acondicionado	Armario Escritorio	Si
Habitación Rockstar Suite	1	52	120	2.31	1 King	Privado	Aire Acondicionado	Sala Escritorio	Si
Total	78	17.09	56.23	3.50	196				
PUNTAJE EN OTAS							PROMOCIÓN		
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia					
Instalación y Servicio	3.5/5	7.6/10	8.6/10	3.2/5	Volantes	Si			
Limpieza	3.0/5	7.5/10		3.3/5	Redes Sociales				
Confort		7.5/10			Instagram	Si			
Personal del Alojamiento		7.8/10			Facebook	Si			
Calidad/Precio	3.0/5	7.0/10			Página Web	Si			
Ubicación	4.0/5	8.8/10	8.7/10		Revistas	No			
WiFi					Prensa Escrita	Si			
Total	3.5/5	7.7/10	6.8/10	3.0/5	Radio	No			
					Tv	No			



FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO										
Ficha de Información Nro.								010		
Elaborado por: Andrea Rojas				Fecha de Levantamiento				May 17, 2020		
INFORMACIÓN GENERAL					INFORMACIÓN DEL SECTOR					
Nombre: Rosa Mística		Provincia: Santa Elena			Cantón: Santa Elena					
Nro. De Registro: YSTEAJ00000735		Parroquia: Manglaralto			Comuna: Montañita					
Fecha de Registro: March 25, 2013		Zona: Residencial y Comercial			Sector: Baja Montañita					
Actividad: Alojamiento		Dirección: La Punta								
Clasificación: Hostal										
Categoría: 3 estrellas										
Página Web: <a href="https://hostal-rosa-mistica-ec.book.direct">https://hostal-rosa-mistica-ec.book.direct</a>										
DESCRIPCIÓN GENERAL										
Es un lugar ubicado en la Punta mágica de Montañita donde está la mejor vibra y los mejores caídas de sol. Cuenta con habitaciones frente al mar o frente al jardín. Es un hostel donde se conoce gente de todo el mundo; haciendo deporte, comiendo sano y descansando cuerpo, mente y espíritu.										
DATOS					ENTORNO Y SERVICIOS					
Forma de Pago:					Transporte: Lejos					
Efectivo: Si					Cajeros: Lejos					
Tarjetas: Si					Farmacias: Lejos					
Check-in: 14h30					Tiendas / Supermercado: Cerca					
Check-out: 10h30					Bares / Discotecas: Lejos					
% Ocupación: 70%					Restaurantes: Cerca					
DETALLES										
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD			
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas	
Varias	1 y 2	0	1	2	0	3	14	31	38	
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES			
Mixta	Mixta	Paja	Restaurante				WiFi gratis			
ACABADOS			Bar				Recepción 24 h			
Pisos: Baldosa			Piscina				Se admite mascota			
Tumbado: Caña Guadúa			Centro de Bienestar				Traslado, de pago			
Ventanas: Perfil de madera y vidrio natural			Área Verde				Aparcamiento			
Puertas: Madera							Servicio de limpieza			
Muebles: Madera							Desayuno incluido			
HABITACIONES										
Tipo de habitación		Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características				
						Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón
Habitación Simple		1	15	22	1.47	1 Twing	Privado	Ventilador	Caja Fuerte	Si
Habitación Doble		1	10	35	3.50	1 Litera (s)	Privado	Ventilador	Caja Fuerte	Si
Habitación Triple		5	25	70	2.80	1 Litera (s) 1 Plaza 1/2	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	Si
Habitación Cuádruple		2	20	62	3.10	1 Litera (s) 1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte	Si
Habitación Cuádruple		5	15	55	3.67	1 Litera (s) 1 2 Plazas	Privado	Ventilador	Caja Fuerte	Si
Total		14	18.93	57.57	3.11					
PUNTAJE EN OTAS								PROMOCIÓN		
Variables / Tipo		Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia	Volantes		No		
Instalación y Servicio		4.0/5	7.8/10	7.6/10	3.1/5	Redes Sociales				
Limpieza		4.0/5	7.7/10	7.9/10	3.2/5	Instagram		Si		
Confort			7.6/10	7.8/10		Facebook		Si		
Personal del Alojamiento			8.6/10	8.3/10	3.0/10	Página Web		Si		
Calidad/Precio		4.0/5	7.8/10	7.8/10		Revistas		No		
Ubicación		4.5/5	8.8/10	8.4/10		Prensa Escrita		No		
WiFi						Radio		No		
Total		4.0/5	8.0/10	7.5/10	3.3/5	Tv		No		

FICHA DE ANÁLISIS DE MERCADO											
Fecha de Información Nro.								011			
Elaborado por:				Fecha de Levantamiento				May 17, 2020			
INFORMACIÓN GENERAL				INFORMACIÓN DEL SECTOR							
Nombre:	Traveler's Bay Hostel			Provincia:	Santa Elena						
Nro. De Registro:	NA			Cantón:	Santa Elena						
Fecha de Registro:	NA			Parroquia:	Manglaralto						
Actividad:	Alojamiento			Comuna:	Montañita						
Clasificación:	Hostal			Zona:	Residencial y Comercial						
Categoría:	1 estrella			Sector:	Baja Montañita						
Página Web:	NA			Dirección:	La Punta						
DESCRIPCIÓN GENERAL											
Edificación frente al mar, de 4 pisos con terraza, contará con 14 habitaciones cuya oferta abarcará desde habitaciones compartidas hasta una mini suite con comodidades necesarias. Además, existirán áreas comunes para que sus huéspedes puedan interactuar.											
DATOS				ENTORNO Y SERVICIOS							
Forma de Pago:				Transporte:	Regular						
Efectivo:	Si			Cajeros:	Regular						
Tarjetas:	Si			Farmacias:	Regular						
Check-in:	14h00			Tiendas / Supermercado:	Cerca						
Check-out:	12h00			Bares / Discotecas:	Regular						
% Ocupación:	70%			Restaurantes:	Cerca						
DETALLES											
CONSTRUCCIÓN			EMPLEADOS				CAPACIDAD				
Nro. De Edificaciones	Nro. De Pisos	Ascensor	Hombres	Mujeres	Discapitados	Total Empleados	Nro. Habitaciones	Nro. Camas	Nro. Plazas		
1	4	0	2	3	0	5	14	56	60		
Estructura	Paredes	Cubierta	ÁREAS COMUNES				FACILIDADES				
Mixta	Bloques	Paja	Terraza				WiFi gratis				
ACABADOS			BBQ				Recepción 24 h				
Pisos:	Porcelanato y Hormigón Visto		Balcones				Se admite mascota				
Tumbado:	Caña Guadúa		Cocina Compartida				Traslado, de pago				
Ventanas:	Perfil de madera y vidrio natural		Sala Compartida				Aparcamiento				
Puertas:	Madera		Área Verde				Servicio de limpieza				
Muebles:	Madera y Bambú						Asistencia Turística				
HABITACIONES											
Tipo de habitación	Cantidad	Tamaño (m2)	Precio por noche	Precio / m2	Características						
					Cama	Baño	Climatización	Equipamiento	Balcón		
Habitación Compartida 4p	2	20	60	3.00	2 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Locker Tv	No		
Habitación Compartida 4p	2	17	48	2.82	2 Litera (s)	Compartido	Aire Acondicionado	Locker Tv	No		
Habitación Compartida 6p	3	25	72	2.88	3 Litera (s)	Privado	Aire Acondicionado	Locker Tv	No		
Habitación Compartida 6p	3	24	60	2.50	3 Litera (s)	Compartido	Aire Acondicionado	Locker Tv	No		
Habitación Doble	1	18	65	3.61	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte Tv	No		
Habitación Doble	1	22	65	2.95	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte Tv Repisero	No		
Habitación Doble	1	23	71.5	3.11	1 2 Plazas	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte Tv Repisero Escritorio	Si		
Mini Suite	1	37	97.5	2.64	1 Queen	Privado	Aire Acondicionado	Caja Fuerte Walk in closet Sala - Tv	Si		
Total	14	22.93	65.07	2.86	56						
PUNTAJE EN OTAS					PROMOCIÓN						
Variables / Tipo	Trip Advisor	Booking	Trivago	Expedia	Volantes		Si				
Instalación y Servicio	4/5	8/10			Redes Sociales						
Limpieza	5/5	10/10			Instagram		Si				
Confort		10/11			Facebook		Si				
Personal del Alojamiento		10/12			Página Web		Si				
Calidad/Precio	5/5	10/13			Revistas		No				
Ubicación	5/5	10/14			Prensa Escrita		No				
WiFi					Radio		No				
Total	4.8/5	9.6/10			Tv		No				

## Anexo 4: Costos Directos - Proyecto Optimizado

Costos Directos - Presupuesto de Obra						
Rubro N°	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Porcentaje
<b>A</b>	<b>Obras Civiles</b>				\$ 2,428.67	0.75%
<b>A1</b>	<b>Instalaciones Provisionales</b>				\$ 769.67	0.24%
1.00	Caseta de bodega y oficina	m2	30.00	\$ 11.12	\$ 333.60	0.10%
2.00	Letrero de inicio de obra	u	1.00	\$ 160.07	\$ 160.07	0.05%
3.00	Instalación eléctrica provisional	u	4.00	\$ 69.00	\$ 276.00	0.08%
<b>A2</b>	<b>Mantenimiento de Obra</b>				\$ 1,275.00	0.39%
4.00	Limpieza general de obra	u	15.00	\$ 35.00	\$ 525.00	0.16%
5.00	Desalojo, Transporte de Materiales y escombros	viajes	25.00	\$ 30.00	\$ 750.00	0.23%
<b>A3</b>	<b>Preparación del Sitio</b>				\$ 384.00	0.12%
6.00	Trazado y Replanteo	glb	1.00	\$ 384.00	\$ 384.00	0.12%
<b>B</b>	<b>Estructura</b>				\$ 84,131.42	25.84%
<b>B1</b>	<b>Preliminares</b>				\$ 8,580.16	2.64%
7.00	Remoción de Contrapiso en PB.	m2	111.00	\$ 3.60	\$ 399.60	0.12%
8.00	Excavación manual para reforzar la cimentación existente H aprox= 0.80m cneua cisterna	m3	105.60	\$ 4.80	\$ 506.88	0.16%
9.00	Picado y limpieza de Hormigón existente para adherencia con el nuevo en cimentación	ml	190.40	\$ 2.40	\$ 456.96	0.14%
10.00	Picada y Descubrimiento de Columnas y dados de cimentación para el Amarre Estructural de reforzamiento	ml	768.00	\$ 2.00	\$ 1,536.00	0.47%
11.00	Picada y Descubrimiento de Vigas de losas para soldar las vigas metálicas de reforzamiento	ml	52.00	\$ 8.86	\$ 460.72	0.14%
12.00	Perforación de losas para la ubicación de ductos incluye resanes	u	9.00	\$ 65.00	\$ 585.00	0.18%
13.00	Derrocamiento de escalera de PB-1erP	glb	1.00	\$ 250.00	\$ 250.00	0.08%
14.00	Derrocamiento de escalera de 1er P- 2do P	glb	1.00	\$ 350.00	\$ 350.00	0.11%
15.00	Relleno y Compactación a máquina con material importado en el área de la edificación	m3	76.00	\$ 12.00	\$ 912.00	0.28%
16.00	Apuntalamiento con caña y cuarterones de losas para picado de elementos estructurales	m2	120.00	\$ 10.40	\$ 1,248.00	0.38%
17.00	Desalojo, Transporte de Materiales y escombros (Hasta 15 Km)	viajes	35.00	\$ 25.00	\$ 875.00	0.27%
18.00	Protección de varillas expuestas	glb	1.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	0.31%
<b>B2</b>	<b>Estructura de Hormigón Armado</b>				\$ 39,999.94	12.29%
19.00	Estructura de Hormigón Armado existente	glb	1.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	6.29%
19.00	Hormigón armado de zapatas para reforzar cimentación existente	m3	8.45	\$ 221.36	\$ 1,870.49	0.57%
20.00	Hormigón armado en columnas y dados PB para reforzamiento	m3	4.84	\$ 245.69	\$ 1,189.14	0.37%
21.00	Hormigón Armado para Escalera Fc=210 Kg/cm2, Fy=4200Kg/cm2	m3	4.63	\$ 249.48	\$ 1,155.09	0.35%
22.00	Hormigón Armado en columnas de 1er P para reforzamiento	m3	2.48	\$ 249.03	\$ 617.59	0.19%
23.00	Hormigón Armado en columnas de 2do y 3er P	m3	6.72	\$ 259.03	\$ 1,740.68	0.53%
24.00	Hormigón Armado de 3era y 4ta Losa	m3	36.50	\$ 267.28	\$ 9,755.72	3.00%
25.00	Bloques Aliviados para 3era y 4ta Losa	u	900.00	\$ 0.61	\$ 549.00	0.17%
26.00	Aditivo ligante entre hormigón existente y de reforzamiento	u	20.00	\$ 88.00	\$ 1,760.00	0.54%
27.00	Aditivo desoxidante para el acero de refuerzo nuevo y existente	u	18.00	\$ 70.00	\$ 1,260.00	0.39%
28.00	Hormigón Armado en columna de Terraza para soportar la estructura de caña guadua en terraza	m3	0.38	\$ 269.03	\$ 102.23	0.03%
<b>B3</b>	<b>Acero de Refuerzo</b>				\$ 26,321.32	8.09%
29.00	Acero de refuerzo de varillas corrugadas fy=4200kg/cm2 (provisión, conformación y colocación)	kg	6,834.32	\$ 1.64	\$ 11,208.28	3.44%
30.00	Acero estructural ASTM A36 (provisión, fabricación y montaje)	kg	5,071.49	\$ 2.98	\$ 15,113.04	4.64%
<b>B4</b>	<b>Albanilería Estructural</b>				\$ 4,142.00	1.27%
31.00	Trabajos de reparación en pozo séptico	glb	1.00	\$ 320.00	\$ 320.00	0.10%
32.00	Hormigón Armado para Cisterna nueva dimensión	M3	5.10	\$ 420.00	\$ 2,142.00	0.66%
33.00	Contrapiso Interior e=0.10 mts (Inc. malla electrosoldada Ø5.5mm. c/0.20 mts) hormigón f'c=210kg/cm2	m2	112.00	\$ 15.00	\$ 1,680.00	0.52%
<b>B5</b>	<b>Estructuras Metálicas</b>				\$ 1,488.00	0.46%
34.00	Soportes Metálicos para bases de elementos de cañas (pasamano y fachadas)	u	62.00	\$ 24.00	\$ 1,488.00	0.46%
<b>B6</b>	<b>Estructuras de Madera</b>				\$ 3,600.00	1.11%
35.00	Escaleras pisos altos	u	3.00	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00	1.11%
<b>C</b>	<b>Albanilería</b>				\$ 54,389.38	16.71%
36.00	Paredes bloque liviano de hormigón 0.09x0.19x0.39 mts	m2	559.21	\$ 17.45	\$ 9,758.21	3.00%
37.00	Paredes bloque liviano de hormigón 0.12x0.19x0.39 mts	m3	256.21	\$ 20.60	\$ 5,277.93	1.62%
37.00	Paredes de pallet para baño en terraza incluye puerta y herraje	m2	21.00	\$ 9.50	\$ 199.50	0.06%
38.00	Muro de ducha h=0.15m	ml	20.30	\$ 14.00	\$ 284.20	0.09%
38.00	Muro jardinera en PB h=0.70m	ml	3.00	\$ 25.00	\$ 75.00	0.02%
39.00	Antepecho perimetral en terraza h=1.00m de bloque incluye pilaretes y vigas perimetrales	ml	57.00	\$ 36.00	\$ 2,052.00	0.63%
39.00	Dinteles de Hormigón armado en Puertas y Ventanas 0.10x0.20 cm	ml	165.00	\$ 9.80	\$ 1,617.00	0.50%
40.00	Contrapiso bajo mesón de cocina 5cm	ml	4.50	\$ 18.00	\$ 81.00	0.02%
40.00	Pilaretes 0.10X0.20 mts en puertas	ml	250.00	\$ 14.20	\$ 3,550.00	1.09%
41.00	Cuadrada de Boquetes de puertas y ventanas	ml	353.00	\$ 6.60	\$ 2,329.80	0.72%
41.00	Enlucido de Paredes interiores	m2	952.21	\$ 7.00	\$ 6,665.47	2.05%
42.00	Enlucido de Paredes exteriores	m2	431.21	\$ 9.00	\$ 3,880.89	1.19%
42.00	Enlucido de piso	m2	598.00	\$ 7.81	\$ 4,670.38	1.43%
43.00	Enlucido de losa en tumbado	m2	325.00	\$ 10.40	\$ 3,380.00	1.04%
43.00	Enlucido de Filos	ml	1,755.00	\$ 3.80	\$ 6,669.00	2.05%
44.00	Resane de instalaciones eléctricas: planta baja, primer y segundo alto	glb	1.00	\$ 280.00	\$ 280.00	0.09%
44.00	Goteros	ml	135.00	\$ 8.00	\$ 1,080.00	0.33%
45.00	Trabajos en cisterna incluye limpieza, enlucido y nueva tapa de registro	glb	1.00	\$ 700.00	\$ 700.00	0.22%
45.00	Forrado con malla vigas metálicas incluye enlucido	m2	60.00	\$ 16.00	\$ 960.00	0.29%
46.00	Mesón de H.A. incluye patas en bar terraza	ml	15.00	\$ 48.00	\$ 720.00	0.22%
<b>D</b>	<b>Ingenierías</b>				\$ 72,326.09	22.22%
<b>D1</b>	<b>Sistema Eléctrico-Electrónico</b>				\$ 41,767.13	12.83%
<b>D1.1</b>	<b>Transformador</b>				\$ 3,494.23	1.07%
47.00	Transformador MONOFÁSICO tipo autoprotegido de poste 50KVA	u	1.00	\$ 3,494.23	\$ 3,494.23	1.07%
<b>D1.2</b>	<b>Tablero de Distribución Principal</b>				\$ 3,995.22	1.04%
48.00	Tablero TDP de estructura metálica con planchas 1/16 Con breaker principal 250A-2P., mas un breaker 2P-	u	1.00	\$ 1,550.00	\$ 1,550.00	0.48%
49.00	Centro de carga PD-PB 32 espacios monofásicos de 225A	u	1.00	\$ 197.21	\$ 197.21	0.06%
50.00	Centro de carga PD-P1 Y P2 20 espacios monofásicos de 125A	u	2.00	\$ 167.21	\$ 334.42	0.10%
51.00	Breaker de 1P-20AMP grueso GE enchufable	u	24.00	\$ 7.50	\$ 180.00	0.06%
52.00	Breaker de 2P-20AMP grueso GE enchufable	u	13.00	\$ 15.00	\$ 195.00	0.06%
53.00	Breaker de 2P-50AMP grueso GE enchufable	u	6.00	\$ 20.86	\$ 125.16	0.04%
54.00	Breaker de 2P-40AMP grueso GE enchufable	u	1.00	\$ 20.86	\$ 20.86	0.01%
55.00	Breaker de 2P-250AMP grueso GE enchufable	u	1.00	\$ 350.86	\$ 350.86	0.11%
56.00	Breaker de 2P-175AMP grueso GE enchufable	u	1.00	\$ 105.53	\$ 105.53	0.03%
57.00	Breaker de 2P-125AMP grueso GE enchufable	u	2.00	\$ 105.53	\$ 211.06	0.06%
58.00	Caja de medidor reforzado	u	1.00	\$ 125.12	\$ 125.12	0.04%
<b>D1.3</b>	<b>Circuitos</b>				\$ 13,031.17	4.00%
59.00	Punto de 120V alumbrado con tubería de 1/2"	pto	133.00	\$ 45.62	\$ 6,067.46	1.86%
60.00	Punto de tomacorriente 120 V polarizado	pto	109.00	\$ 32.50	\$ 3,542.50	1.09%
61.00	Punto de tomacorriente de 240V para cocina eléctrica y calentadores de agua	pto	9.00	\$ 53.56	\$ 482.04	0.15%
62.00	Punto de tomacorriente de 240V para AACC	pto	16.00	\$ 64.41	\$ 1,030.56	0.32%
63.00	Punto de tomacorriente de 240V para secadora	pto	15.00	\$ 53.56	\$ 803.40	0.25%
64.00	Puntos para antena de TV	pto	16.00	\$ 28.25	\$ 452.00	0.14%
65.00	Acometida para puntos de TV	glb	1.00	\$ 43.62	\$ 43.62	0.01%
66.00	Puntos telefónicos	u	14.00	\$ 21.20	\$ 296.80	0.09%
67.00	Acometida para pto de telefónico incluy empotrada de tubería y caja	m	31.00	\$ 10.09	\$ 312.79	0.10%
<b>D1.4</b>	<b>Acometida de Media Tensión - Tableros Principales</b>				\$ 10,727.98	3.30%
68.00	Acometida de transformador a TDP( 2#250 + N#4/0 + T#2/0 THHN)	ml	38.00	\$ 107.66	\$ 4,091.08	1.26%
69.00	Acometida de TDP hasta PD-PB (2#2/0 + N#1/0 + T#2 AWG THHN)	ml	20.00	\$ 84.44	\$ 1,688.80	0.52%
70.00	Acometida de TDP hasta PD-P1 Y P2 (2#2/0 + N#1/0 + T#2 AWG THHN)	ml	40.00	\$ 84.44	\$ 3,377.60	1.04%
71.00	Sistema puesta a tierra con varillas Copperwell 5/8" X 6' incluye conductor de cobre desnudo # 2/0 AWG	u	6.00	\$ 261.75	\$ 1,570.50	0.48%
<b>D1.5</b>	<b>Luminarias y Cámaras</b>				\$ 7,041.49	2.16%
72.00	Lámpara de emergencia LED tipo letrero de salida 18W-120V	u	5.00	\$ 31.40	\$ 157.00	0.05%
73.00	Lámparas de emergencia LED tipo ojo de cangrejo 18W-120V	u	5.00	\$ 35.19	\$ 175.95	0.05%
74.00	Luminaria Plafones LED	u	107.00	\$ 49.55	\$ 5,301.85	1.63%
75.00	Lámpara sella 2 tubos LED 2x18W 120V	u	10.00	\$ 61.72	\$ 617.20	0.19%
76.00	Lamparas colgantes para mesón de cocina	u	2.00	\$ 11.45	\$ 22.90	0.01%
77.00	Proyector para jardín	u	2.00	\$ 39.55	\$ 79.10	0.02%
78.00	Lámpara tipo ojo de buey Led 18 watts/120V	u	2.00	\$ 31.87	\$ 63.74	0.02%
79.00	Suministro e instalación de timbre	u	1.00	\$ 65.00	\$ 65.00	0.02%
80.00	Interruptor doble	u	16.00	\$ 7.63	\$ 122.08	0.04%
81.00	Interruptor simple	u	31.00	\$ 6.47	\$ 200.57	0.06%
82.00	interruptor triple	u	1.00	\$ 8.10	\$ 8.10	0.00%
83.00	Cámara fija tipo domo con lente autoiris varifocal sistema CCTV	u	6.00	\$ 38.00	\$ 228.00	0.07%



<b>E3</b>	<b>Recubrimiento</b>							<b>\$ 47,276.46</b>	<b>14.52%</b>
<b>E3.1</b>	<b>Pisos</b>							<b>\$ 15,737.82</b>	<b>4.83%</b>
165.00	Recubrimiento para pisos en dormitorios y áreas exteriores	m2	610.00	\$	16.63	\$	10,144.30		3.12%
166.00	Ratiera de madera	ml	284.00	\$	10.33	\$	2,933.72		0.90%
167.00	Cerámica antideslizante 30x30 para pisos en ducha	m2	20.50	\$	32.00	\$	656.00		0.20%
168.00	Recubrimiento rústico para pisos en escalera de hormigón PB	m2	9.00	\$	23.20	\$	208.80		0.06%
169.00	Recubrimiento de cesped sintético	m2	100.00	\$	17.95	\$	1,795.00		0.55%
<b>E3.2</b>	<b>Paredes</b>							<b>\$ 18,597.94</b>	<b>6.02%</b>
170.00	Pintura interior color blanco	m2	932.42	\$	6.90	\$	6,433.70		1.98%
171.00	Pintura exterior blanca	m2	430.00	\$	9.50	\$	4,085.00		1.25%
172.00	Revestimiento tipo hormigón visto	m2	198.42	\$	22.00	\$	4,365.24		1.34%
173.00	Cerámica en paredes de baños piso-techo	m2	48.00	\$	38.00	\$	1,824.00		0.56%
174.00	Cerámica en paredes de baños media altura	m2	85.00	\$	34.00	\$	2,890.00		0.89%
<b>E3.3</b>	<b>Tumbado</b>							<b>\$ 8,639.50</b>	<b>2.65%</b>
175.00	Tumbado de caña guadua con estructura de madera incluye acabado	m2	153.00	\$	24.00	\$	3,672.00		1.13%
176.00	Tumbado Gypsum Tipo Losa en baños	m2	50.00	\$	22.50	\$	1,125.00		0.35%
177.00	Pintura de fondo de losa color blanco	m2	325.00	\$	6.90	\$	2,242.50		0.69%
178.00	Recubrimiento de madera long. 40cm en vigas	ml	125.00	\$	12.80	\$	1,600.00		0.49%
<b>E3.4</b>	<b>Mesones</b>							<b>\$ 3,301.20</b>	<b>1.01%</b>
179.00	Recubrimiento en mesón de cocina Incluye salpicadera y frente de mesón	ml	9.00	\$	182.00	\$	1,638.00		0.50%
180.00	Recubrimiento mesón en dormitorio socio principal p2 salpicadera y frente de mesón	ml	1.08	\$	190.00	\$	205.20		0.06%
181.00	Recubrimiento en mesón en baños de mármol sintético	ml	13.50	\$	108.00	\$	1,458.00		0.45%
<b>E4</b>	<b>Elementos de Fachada</b>							<b>\$ 11,764.00</b>	<b>3.61%</b>
182.00	Pasamano de bambú	ml	125.00	\$	38.00	\$	4,750.00		1.46%
183.00	Louvers de bambú	m2	23.00	\$	78.00	\$	1,794.00		0.55%
184.00	Cubierta de paja toquilla en terraza y balcones	m2	150.00	\$	15.00	\$	2,250.00		0.69%
185.00	Estructura decorativa de caña guadua para cubierta y aleros de paja toquilla	glb	1.00	\$	2,970.00	\$	2,970.00		0.91%
<b>E5</b>	<b>Mobiliario</b>							<b>\$ 8,927.00</b>	<b>2.74%</b>
186.00	Suministro en instalación de Mesones en baños incluye estructura metálica	u	15.00	\$	190.00	\$	2,850.00		0.88%
187.00	Suministro en instalación de mesón y anaqueles de cocina incluye estructura metálica	u	1.00	\$	3,420.00	\$	3,420.00		1.05%
188.00	Suministro en instalación de Gabinete bajo 1.00x0.60x0.90m en habitación 14	u	1.00	\$	350.00	\$	350.00		0.11%
189.00	Suministro en instalación de Gabinete alto 1.00x0.30m en habitación 14	u	1.00	\$	180.00	\$	180.00		0.06%
190.00	Suministro en instalación de Closets en dormitorios 13 y 14 (1.50x2.80m)	u	2.00	\$	326.00	\$	652.00		0.20%
191.00	Suministro en instalación de Puerta de madera abalorios para armario en pasillo p2 (1.20x2.80m)	u	1.00	\$	285.00	\$	285.00		0.09%
192.00	Suministro en instalación de Puertas de madera correderizas para armario en recepción (1.60x2.70m)	u	1.00	\$	320.00	\$	320.00		0.10%
193.00	Suministro e instalación de Espejos de baños tipo (0.80x1.00m)	u	15.00	\$	58.00	\$	870.00		0.27%
194.00	Suministro e instalación de Espejos cuerpo completo	u	2.00	\$	140.00	\$	280.00		0.09%
<b>E6</b>	<b>Paisajismo</b>							<b>\$ 350.00</b>	<b>0.11%</b>
195.00	Área verde en jardinería de ingreso y terraza	u	1.00	\$	350.00	\$	350.00		0.11%
<b>Total Costos Directos \$</b>								<b>\$ 325,556.02</b>	<b>100.00%</b>

### Anexo 5: Gastos de equipamiento y Amoblamiento - Proyecto optimizado

Gastos de Equipamiento y Amoblamiento						
Mobiliarios						
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	%	
Litera vintage	u	24	\$ 460.00	\$ 11,040.00	18.73%	
Cama Twing	u	2	\$ 350.00	\$ 700.00	1.19%	
Cama doble de pallets	u	4	\$ 260.00	\$ 1,040.00	1.76%	
Velador	u	7	\$ 83.00	\$ 581.00	0.99%	
Escritorio/mueble tv de pallets	gbl	1	\$ 260.00	\$ 260.00	0.44%	
Counter de Bambú	u	1	\$ 200.00	\$ 200.00	0.34%	
Sofá doble de pallets para habitación	u	1	\$ 240.00	\$ 240.00	0.41%	
Juego de sala de pallets y puffs	u	2	\$ 300.00	\$ 600.00	1.02%	
Hamaca	u	2	\$ 35.00	\$ 70.00	0.12%	
Taburete sencillo	u	6	\$ 40.00	\$ 240.00	0.41%	
Locker tipo 1	u	6	\$ 149.00	\$ 894.00	1.52%	
Repiseros	gbl	1	\$ 220.00	\$ 220.00	0.37%	
Puffs	u	8	\$ 70.00	\$ 560.00	0.95%	
Fire bowl	u	2	\$ 50.00	\$ 100.00	0.17%	
Carpas de dormir	u	3	\$ 150.00	\$ 450.00	0.76%	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 17,195.00</b>	<b>29.18%</b>	
Equipos y Electrodomésticos						
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	%	
TV 32"	u	15	\$ 362.00	\$ 5,430.00	9.21%	
Teléfono	u	15	\$ 55.00	\$ 825.00	1.40%	
Split 12MIL BTU	u	14	\$ 972.00	\$ 13,608.00	23.09%	
Split 18MIL BTU	u	2	\$ 1,450.00	\$ 2,900.00	4.92%	
Torre lavadora/secadora	u	1	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	2.71%	
Refrigeradora	u	1	\$ 920.00	\$ 920.00	1.56%	
Minibar	u	1	\$ 346.32	\$ 346.32	0.59%	
Campana Extractora	u	1	\$ 210.00	\$ 210.00	0.36%	
Cocina	u	1	\$ 515.00	\$ 515.00	0.87%	
Parrilla	u	1	\$ 39.00	\$ 39.00	0.07%	
Microonda	u	1	\$ 140.00	\$ 140.00	0.24%	
Arrocera	u	1	\$ 68.50	\$ 68.50	0.12%	
Licuadaora	u	1	\$ 75.00	\$ 75.00	0.13%	
Tostadora	u	1	\$ 27.00	\$ 27.00	0.05%	
Waflera	u	2	\$ 80.00	\$ 160.00	0.27%	
Cafetera	u	2	\$ 30.00	\$ 60.00	0.10%	
Aspiradora	u	2	\$ 120.00	\$ 240.00	0.41%	
Secador de pelo	u	3	\$ 70.00	\$ 210.00	0.36%	
Plancha	u	2	\$ 30.00	\$ 60.00	0.10%	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 27,433.82</b>	<b>46.55%</b>	
Equipo de Tecnología						
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	%	
Computadora de escritorio	u	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	2.04%	
Impresora/Scanner/Copiadora	u	1	\$ 150.00	\$ 150.00	0.25%	
Celular	u	1	\$ 355.34	\$ 355.34	0.60%	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1,705.34</b>	<b>2.89%</b>	
Útiles de Oficina						
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	%	
Útiles de Oficina	gbl	1	\$ 300.00	\$ 300.00	0.51%	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 300.00</b>	<b>0.51%</b>	
Menaje de Cocina						
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	%	
Platos, cubiertos, vasos, sartén, utensilios	gbl	1	\$ 500.00	\$ 500.00	0.85%	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 500.00</b>	<b>0.85%</b>	
Menaje para Habitaciones						
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	%	
Juegos de Sábanas	u	56	\$ 15.00	\$ 840.00	1.43%	
Toallas de baño grande	u	360	\$ 4.00	\$ 1,440.00	2.44%	
Toallas de mano	u	90	\$ 2.00	\$ 180.00	0.31%	
Cortinas de baño	u	14	\$ 10.00	\$ 140.00	0.24%	
Cortinas	gbl	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	4.24%	
Colchón para literas	u	52	\$ 75.00	\$ 3,900.00	6.62%	
Colchón para camas dobles	u	4	\$ 220.00	\$ 880.00	1.49%	
Almohadas	u	60	\$ 6.00	\$ 360.00	0.61%	
Caja fuerte	u	8	\$ 35.00	\$ 280.00	0.48%	
Sacos de dormir	u	6	\$ 50.00	\$ 300.00	0.51%	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 10,820.00</b>	<b>18.36%</b>	
Menaje de Aseo y limpieza						
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total	%	
Materiales de aseo y limpieza	gbl	1	\$ 980.00	\$ 980.00	1.66%	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 980.00</b>	<b>1.66%</b>	
			<b>Total</b>	<b>\$ 58,934.16</b>	<b>100%</b>	

## Anexo 6: Métodos de evaluación de costos de terrenos

### CÁLCULO DEL VALOR DEL TERRENO MÉTODO COMPARATIVO - MERCADO

#### DATOS DE TERRENOS

#	UBICACIÓN	VALOR TOTAL	VALOR (m <sup>2</sup> )	MEDIO	TAMAÑO	INFORMANTE	TELÉFONO	FECHA DE ANUNCIO	OBSERVACIONES
1	Baja Montañita	\$ 2,500,000.00	\$ 250.00	Internet	10,000 m <sup>2</sup>	plusvalia.com		16-Jan-20	Cerramiento Si
2	Baja Montañita	\$ 735,000.00	\$ 350.00	Internet	2,100 m <sup>2</sup>	plusvalia.com		Mas de 1 año	No Si
3	Baja Montañita	\$ 48,000.00	\$ 240.00	Internet	200 m <sup>2</sup>	properati.com		19-abril-20	No Si
4	Centro - Montañita	\$ 760,400.00	\$ 200.00	Internet	3,802 m <sup>2</sup>	plusvalia.com		19-Sep-19	No Si
5	Olón - Manglaralto	\$ 89,000.00	\$ 222.50	Internet	400 m <sup>2</sup>	MLS-Ecuador			No Si

#### TABLA DE HOMOGENIZACIÓN

lote en avalúo (esquinero, al pie de la playa):		Baja Montañita	Ubicación	No	Servicios	Si	
lote mínimo:		120 m <sup>2</sup>	Cerramiento				
		60 m <sup>2</sup>					
Inmueble	Valor M2	Fuente	Tamaño	Ubicación	Cerramiento	Servicios	Total M2
1	\$ 250.00	0.95	1.20 83.33	0.90	1.00	1.00	\$ 256.50
2	\$ 350.00	0.90	1.20 17.50	0.90	1.00	1.00	\$ 340.20
3	\$ 240.00	0.95	1.00 1.67	1.10	1.00	1.00	\$ 250.80
4	\$ 223.00	0.95	1.20 31.68	1.20	1.00	1.00	\$ 305.06
5	\$ 222.50	0.90	1.05 3.33	1.10	1.05	0.90	\$ 218.57

Media Homogenizada \$ 274.23

#### FACTORES DE INFLUENCIA

##### Factor de Profundidad

Fondo mínimo	10.00	ml
Fondo a tasar	12.00	ml
Factor a aplicar	0.970	

##### Factor de Forma

Superficie	120.00	m <sup>2</sup>
Frente del lote	10.00	ml
Fondo equivalente	12.00	ml

##### Factor de Tamaño

Lote mínimo	60.00	m <sup>2</sup>	
de 2 a 4 veces	61.00	a	240.00 1.0
de 5 a 9 veces	241.00	a	540.00 0.9
de 10 a 19 veces	541.00	a	1,140.00 0.8
de 20 veces o mas	1,140.00	o mas	0.7
Lote a tasar	120.00	m <sup>2</sup>	
Factor a aplicar	1.00		

##### Factor de topografía

Fondo del lote	12.00	ml
Metros de declive	0.00	ml
Porcentaje de declive	0.00%	Positivo
Factor de declive hacia arriba	1.00	
Factor de declive hacia abajo	1.00	

##### Factor de Frente

Frente mínimo	6.00	ml
Frente a tasar	10.00	ml
Factor a aplicar	1.14	

##### Factor de esquina

Factor a aplicar	1.1	1<Fec<1,1
------------------	-----	-----------

#### Media Por Factor

Valor del m <sup>2</sup> del lote homogeneizado	\$274.23
Factor de fondo	0.97
Factor de frente	1.14
Factor de tamaño	1.00
Factor esquinero	1.10
Factor topográfico	1.00

Valor del m<sup>2</sup> del lote en estudio \$332.46

#### Parámetros de calculo para homogenización

<b>Fuente</b>	Transacción	1
	Letrero reciente	0.95
	Letrero antiguo	0.9

<b>Fondo</b>	20% Diferencia el Fondo
<b>Profundidad:</b>	0.15 % de Castigo x c/1%
	0.03 Resultado de casigo por aumento en lote tipo
	0.970 Factor a aplicar

<b>Tamaño</b>	menor 1/4	0.8
	1/4 tamaño	0.9
	1/2 tamaño	0.95
	3/4 tamaño	1
	2 veces	1.05
	4 veces	1.1
	mas de 4 veces	1.2

<b>Ubicación</b>	-- ubicación	1.2
	- ubicación	1.1
	igual	1
	+ ubicación	0.9
	++ ubicación	0.8

<b>Otros</b>	Cerramiento	+ - 0,05
	Servicios	+ - 0,1

CÁLCULO DEL VALOR DEL TERRENO  
MÉTODO COMPARATIVO - ELIMINACIÓN

DATOS DE TERRENOS

#	UBICACIÓN	VALOR TOTAL	VALOR (m2)	MEDIO	TAMAÑO	INFORMANTE	TELÉFONO	FECHA	OBSERVACIONES	
									Cerramiento	Servicios
1	Baja Montañita	\$ 2,500,000.00	\$ 250.00	Internet	10,000 m2	plusvalia.com		16-Jan-20	No	Si
2	Baja Montañita	\$ 735,000.00	\$ 350.00	Internet	2,100 m2	plusvalia.com		Mas de 1 año	No	Si
3	Baja Montañita	\$ 48,000.00	\$ 240.00	Internet	200 m2	properati.com		19-abril-20	No	Si
4	Centro - Montañita	\$ 760,400.00	\$ 200.00	Internet	3,802 m2	plusvalia.com		19-Sep-19	No	Si
5	Ollón - Manglaralto	\$ 89,000.00	\$ 222.50	Internet	400 m2	MLS-Ecuador		0-Jan-00	No	Si

#	UBICACIÓN	VALOR TOTAL	VALOR (m2)	MEDIO	TAMAÑO	INFORMANTE	TELÉFONO	FECHA	OBSERVACIONES	
									Cerramiento	Servicios
1	Baja Montañita	\$ 2,500,000.00	\$ 250.00	Internet	10,000 m2	plusvalia.com		16-Jan-20	No	Si
2	Baja Montañita	\$ 735,000.00	\$ 350.00	Internet	2,100 m2	plusvalia.com		Mas de 1 año	No	Si
			\$/. 300.00	Media matemática						

Nota: En vista de evidenciar diferencias significativas dependiendo de la cercanía de los terrenos a la playa, se procedió a eliminar los terrenos que se encuentran distantes, ya que el terreno del proyecto se encuentra frente al mar, por lo que guarda mayor relación con los terrenos de esas características.

Método Residual

Datos	Unidad	Valores
Área de terreno (m2)	M2	120.00
Precio venta m2 en Zona	US \$ X M2	\$1,000.00
COS Total	%	5,47
Altura Permitida (h)	Pisos	5
K= Area Útil Vendible	%	70%
Rango de Incidencia (Terreno) "ALFA" I	%	15%
Rango de incidencia (Terreno) "ALFA" II	%	10%
<b>Cálculos</b>		
Área construida máxima = Area x COS x h	m2	648.00
Área Útil Vendible = Área Max. x K	m2	453.60
Valor de Ventas = Area Útil x Precio Venta (m2)	\$	\$453,600.00
"ALFA" I Peso del Terreno	\$	\$68,040.00
"ALFA" I Peso del Terreno	\$	\$45,360.00
<b>Media "ALFA"</b>	<b>\$</b>	<b>\$56,700.00</b>
<b>Valor del (M2) del Terreno en US\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$472.50</b>

Margen de Construcción

Datos	Unidad	Valores	%
Valor de Venta M2 Tipo (Vivienda) (VM2)	US \$	\$1,000.00	
Coficiente de Área Útil Vendible (K)	%	70%	
Costo Directo de Construcción (CD)	US \$	\$480.00	
Multiplicador Costo Total (M)	%	1.1	
Área Total Construida (AT)	M2	648.00	
Costo Total Construcción (CC)	CDxMxAT	US \$ 326,592.00	
Valor de Ventas (IVV)	VM2xKxAT	US \$ 453,600.00	100%
Margen Operacional	VV-CC	US \$ 127,008.00	28%
Valor del Lote Residual		US \$ 56,700.00	13%
<b>Utilidad Esperada</b>	<b>15%</b>	<b>US \$ 68,040.00</b>	
<b>Utilidad Real</b>		<b>US \$ 70,308.00</b>	<b>16%</b>
<b>Valor de Terreno por Margen</b>		<b>US \$ 58,968.00</b>	<b>13%</b>
<b>Valor del (M2) del Terreno en US\$</b>		<b>\$491.40</b>	

### Anexo 7: Flujo Puro - Proyecto Original

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Ingreso	\$ -	\$ 221,206	\$ 228,365	\$ 235,262	\$ 241,546	\$ 248,856	\$ 256,322	\$ 265,336	\$ 271,949	\$ 280,026	\$ 288,418	\$ 298,090	\$ 306,339	\$ 315,539	\$ 324,721
Total de Ingresos	\$ -	\$ 221,206	\$ 228,365	\$ 235,262	\$ 241,546	\$ 248,856	\$ 256,322	\$ 265,336	\$ 271,949	\$ 280,026	\$ 288,418	\$ 298,090	\$ 306,339	\$ 315,539	\$ 324,721
Costos	\$ -	\$ (82,263)	\$ (84,547)	\$ (85,739)	\$ (86,089)	\$ (86,663)	\$ (87,579)	\$ (88,778)	\$ (90,278)	\$ (92,088)	\$ (94,197)	\$ (96,614)	\$ (99,340)	\$ (102,385)	\$ (105,750)
Depreciación	\$ -	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)
Total de Costos	\$ -	\$ (103,243)	\$ (105,527)	\$ (106,719)	\$ (107,069)	\$ (107,643)	\$ (108,559)	\$ (111,218)	\$ (114,258)	\$ (116,853)	\$ (118,268)	\$ (121,077)	\$ (122,493)	\$ (124,727)	\$ (126,843)
UAI (Utilidad antes de impuestos)	\$ -	\$ 117,963	\$ 143,818	\$ 149,523	\$ 154,477	\$ 161,213	\$ 168,743	\$ 177,118	\$ 181,671	\$ 187,938	\$ 194,150	\$ 201,013	\$ 208,545	\$ 216,814	\$ 225,978
15% Trabajadores	\$ -	\$ 17,709	\$ 18,426	\$ 19,281	\$ 19,872	\$ 20,882	\$ 21,316	\$ 22,662	\$ 23,264	\$ 24,264	\$ 25,101	\$ 26,984	\$ 27,577	\$ 28,922	\$ 29,832
25% Impuesto a la renta	\$ -	\$ 100,354	\$ 104,412	\$ 109,262	\$ 112,606	\$ 118,331	\$ 120,789	\$ 128,416	\$ 131,831	\$ 137,495	\$ 142,740	\$ 152,909	\$ 156,269	\$ 163,891	\$ 169,046
Depreciación	\$ -	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980	\$ 20,980
FE0 (Flujo Efectivo Operativo)	\$ -	\$ 96,245	\$ 99,289	\$ 102,926	\$ 105,434	\$ 109,728	\$ 111,230	\$ 117,292	\$ 119,853	\$ 124,101	\$ 127,660	\$ 131,225	\$ 133,404	\$ 139,401	\$ 143,327
Inversiones	\$ (498,822)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ (22,131)	\$ (700)	\$ (690)	\$ (629)	\$ (731)	\$ (747)	\$ (923)	\$ (661)	\$ (808)	\$ (839)	\$ (967)	\$ (825)	\$ (1,705)	\$ (918)	\$ (931,907)
Flujo Neto	\$ (490,983)	\$ (65,539)	\$ (88,599)	\$ (102,298)	\$ (104,701)	\$ (108,982)	\$ (108,623)	\$ (116,631)	\$ (119,046)	\$ (123,262)	\$ (126,693)	\$ (130,400)	\$ (130,779)	\$ (138,543)	\$ (1,107,707)
Flujo Neto Acumulado	\$ (490,983)	\$ (395,444)	\$ (296,844)	\$ (194,546)	\$ (89,844)	\$ 19,138	\$ 127,761	\$ 244,392	\$ 363,437	\$ 486,699	\$ 613,392	\$ 743,792	\$ 874,570	\$ 1,013,113	\$ 2,120,819
Necesidades de Capital	\$ -	\$ 22,131	\$ 22,837	\$ 23,526	\$ 24,155	\$ 24,866	\$ 25,632	\$ 26,534	\$ 27,195	\$ 28,003	\$ 28,842	\$ 29,809	\$ 30,634	\$ 31,554	\$ 32,472
Egresos Anuales	\$ (490,983)	\$ (125,767)	\$ (129,766)	\$ (132,964)	\$ (136,843)	\$ (139,875)	\$ (147,699)	\$ (148,705)	\$ (152,003)	\$ (156,765)	\$ (161,725)	\$ (167,690)	\$ (175,561)	\$ (176,996)	\$ (181,994)
Ingresos Anuales	\$ -	\$ 221,206	\$ 228,365	\$ 235,262	\$ 241,546	\$ 248,856	\$ 256,322	\$ 265,336	\$ 271,949	\$ 280,026	\$ 288,418	\$ 298,090	\$ 306,339	\$ 315,539	\$ 324,721
Flujo de Caja	\$ (490,983)	\$ (65,539)	\$ (88,599)	\$ (102,298)	\$ (104,701)	\$ (108,982)	\$ (108,623)	\$ (116,631)	\$ (119,046)	\$ (123,262)	\$ (126,693)	\$ (130,400)	\$ (130,779)	\$ (138,543)	\$ (1,107,707)
Egresos Acumulados	\$ (490,983)	\$ (616,749)	\$ (746,515)	\$ (879,479)	\$ (1,016,322)	\$ (1,156,197)	\$ (1,303,895)	\$ (1,452,601)	\$ (1,605,504)	\$ (1,762,269)	\$ (1,923,994)	\$ (2,091,684)	\$ (2,267,245)	\$ (2,444,241)	\$ (2,625,635)
Ingresos Acumulados	\$ -	\$ 221,206	\$ 449,671	\$ 684,933	\$ 926,479	\$ 1,175,335	\$ 1,431,657	\$ 1,696,993	\$ 1,968,941	\$ 2,248,968	\$ 2,537,386	\$ 2,834,476	\$ 3,141,815	\$ 3,457,354	\$ 3,782,075
Flujo de Caja Acumulado	\$ (490,983)	\$ (395,444)	\$ (296,844)	\$ (194,546)	\$ (89,844)	\$ 19,138	\$ 127,761	\$ 244,392	\$ 363,437	\$ 486,699	\$ 613,392	\$ 743,792	\$ 874,570	\$ 1,013,113	\$ 2,120,819

Análisis de Indicadores Financieros		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Año de recuperación en adelante	\$	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Tasa efectiva anual	\$	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%
VAN	\$	(178,063)	(138,594)	(103,796)	(71,929)	(44,932)	(21,491)	(1,111)	16,155	31,607	135,965
TIR	%	1,27%	6,86%	10,87%	13,65%	15,69%	17,19%	18,32%	19,17%	19,84%	21,11%
Ingresos Totales	\$	1,175,335	1,431,657	1,696,993	1,968,941	2,248,968	2,537,386	2,834,476	3,141,815	3,457,354	3,782,075
Egresos Totales	\$	1,156,197	1,303,895	1,452,601	1,605,504	1,762,269	1,923,994	2,091,684	2,267,245	2,444,241	2,625,635
Utilidad	\$	19,138	127,761	244,392	363,437	486,699	613,392	743,792	874,570	1,013,113	1,156,440
Máxima Inversión	\$	(490,983)	(490,983)	(490,983)	(490,983)	(490,983)	(490,983)	(490,983)	(490,983)	(490,983)	(490,983)
ROI	%	4%	26%	50%	74%	99%	125%	151%	178%	206%	232%
Beneficio/Costo	%	2%	10%	17%	23%	28%	32%	36%	39%	41%	43%
Beneficio/Ingreso	%	2%	9%	14%	18%	22%	24%	26%	28%	29%	30%

Criterios de Análisis de Sensibilidad		0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%	26%	28%
Var. Costos		0%														
Var. Ingresos		0%														
Var. Ocupación		0%														
Var. en costos de construcción		0%														
Var. en costos operativos		0%														

Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos		0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%	26%	28%
Var. Costo	\$	135,965	112,180	88,395	64,610	40,826	17,041	(6,744)	(20,529)	(54,314)	(88,099)	(121,884)	(155,669)	(189,454)	(223,239)	(257,024)
TIR	%	23.11%	22.22%	21.35%	20.52%	19.71%	18.93%	18.17%	17.43%	16.71%	16.02%	15.34%	14.68%	14.03%	13.40%	12.79%
Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos Operativos		0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
Var. Costo	\$	135,965	122,939	109,913	96,887	83,861	70,834	57,808	44,782	31,756	18,730	5,704	(7,323)	(20,349)	(33,375)	(46,401)
TIR	%	23.11%	22.67%	22.23%	21.78%	21.33%	20.88%	20.43%	19.97%	19.51%	19.05%	18.59%	18.12%	17.64%	17.17%	16.68%
Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos de Construcción		0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
Var. Costo	\$	135,965	123,004	110,042	97,081	84,119	71,158	58,196	45,235	32,274	19,312	6,351	(6,611)	(19,577)	(32,543)	(45,509)
TIR	%	23.11%	22.57%	22.05%	21.55%	21.07%	20.61%	20.17%	19.75%	19.34%	18.94%	18.56%	18.19%	17.84%	17.49%	17.16%
Sensibilidad a la Variación en disminución de Ingresos		0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%	26%	28%
Var. Ingreso	\$	135,965	109,461	82,957	56,453	29,948	3,444	(23,060)	(49,564)	(76,069)	(102,573)	(129,077)	(155,581)	(182,085)	(208,590)	(235,094)
TIR	%	23.11%	22.20%	21.28%	20.36%	19.43%	18.50%	17.56%	16.61%	15.66%	14.69%	13.72%	12.73%	11.73%	10.71%	9.67%
Sensibilidad a la Variación en disminución de ocupación		0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%	26%	28%
Var. Oc. Ta	\$	135,965	118,509	101,052	83,596	66,140	48,683	31,227	13,770	(3,686)	(21,142)	(38,599)	(56,055)	(73,512)	(90,968)	(108,424)
TIR	%	23.11%	22.52%	21.94%	21.34%	20.74%	20.12%	19.51%	18.88%	18.25%	17.60%	16.94%	16.28%	15.60%	14.91%	14.20%

Variación de Ingresos		0%	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%	8%	9%	10%	11%	12%	13%	14%
Var. Ingreso	\$	135,965	122,713	109,461	96,209	82,957	69,705	56,453	43,201	29,948	16,696	3,444	(9,806)	(23,060)	(36,314)	(49,568)
1%	\$	124,073	110,821	97,569	84,316	71,064	57,812	44,560	31,308	18,056	4,804	(8,448)	(21,702)	(34,956)	(48,210)	(61,464)
2%	\$	112,180	98,928	85,676	72,424	59,172	45,920	32,668	19,416	6,163	(7,089)	(20,341)	(33,595)	(46,849)	(60,103)	(73,357)
3%	\$	100,288	87,036	73,784	60,532	47,279	34,027	20,775	7,523	(5,729)	(18,981)	(32,235)	(45,489)	(58,743)	(71,997)	(85,251)
4%	\$	88,395	75,143	61,891	48,639	35,387	22,135	8,883	(4,369)	(17,621)	(30,874)	(44,128)	(57,382)	(70,636)	(83,890)	(97,144)
5%	\$	76,503	63,251	49,999	36,747	23,495	10,242	(3,010)	(15,262)	(28,514)	(41,768)	(55,022)	(68,276)	(81,530)	(94,784)	(108,038)
6%	\$	64,610	51,358	38,106	24,854	11,602	(1,650)	(14,902)	(28,154)	(41,406)	(54,658)	(67,912)	(81,166)	(94,420)	(107,674)	(120,928)
7%	\$	52,718	39,466	26,214	12,962	(2,90)	(13,543)	(26,795)	(40,047)	(53,299)	(66,551)	(79,803)	(93,055)	(106,309)	(119,563)	(132,817)
8%	\$	40,826	27,574	14,321	1,069	(12,183)	(25,435)	(38,687)	(51,939)	(65,191)	(78,443)	(91,695)	(104,947)	(118,201)	(131,455)	(144,709)
9%	\$	28,934	15,681	2,429	(10,823)	(24,075)	(37,327)	(50,580)	(63,832)	(77,084)	(90,336)	(103,588)	(116,840)	(130,092)	(143,344)	(156,596)
10%	\$	17,041	3,789	(9,464)	(22,716)	(35,968)	(49,220)	(62,472)	(75,724)	(88,976)	(102,228)	(115,480)	(128,732)	(141,984)	(155,236)	(168,488

### Anexo 8: Flujo Apalancado - Proyecto Original

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	
Ingreso	\$ -	\$ 221,306	\$ 228,365	\$ 235,262	\$ 241,546	\$ 248,856	\$ 256,322	\$ 265,336	\$ 271,949	\$ 280,026	\$ 288,618	\$ 298,090	\$ 306,839	\$ 315,539	\$ 324,721	
<b>Total de Ingresos</b>	\$ -	\$ 221,306	\$ 228,365	\$ 235,262	\$ 241,546	\$ 248,856	\$ 256,322	\$ 265,336	\$ 271,949	\$ 280,026	\$ 288,618	\$ 298,090	\$ 306,839	\$ 315,539	\$ 324,721	
Costos	\$ -	\$ (82,263)	\$ (84,547)	\$ (85,739)	\$ (88,089)	\$ (88,663)	\$ (93,579)	\$ (93,278)	\$ (95,873)	\$ (97,288)	\$ (100,097)	\$ (101,654)	\$ (106,291)	\$ (106,184)	\$ (109,301)	
Depreciación	\$ -	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,939)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	\$ (20,980)	
<b>Total de Costos</b>	\$ -	\$ (103,243)	\$ (105,527)	\$ (106,719)	\$ (109,069)	\$ (109,643)	\$ (114,518)	\$ (114,258)	\$ (116,853)	\$ (118,268)	\$ (121,077)	\$ (121,634)	\$ (127,271)	\$ (127,164)	\$ (131,601)	
<b>UAI (Utilidad antes de Impuestos)</b>	\$ -	\$ 118,063	\$ 122,838	\$ 128,543	\$ 132,477	\$ 139,213	\$ 141,804	\$ 151,078	\$ 155,096	\$ 161,758	\$ 167,342	\$ 179,893	\$ 185,944	\$ 192,817	\$ 198,778	
15% Trabajadores	\$ -	\$ 17,709	\$ 18,426	\$ 19,281	\$ 19,872	\$ 20,882	\$ 21,316	\$ 22,662	\$ 23,264	\$ 24,264	\$ 25,101	\$ 26,984	\$ 27,577	\$ 29,532	\$ 29,832	
25% Impuesto a la renta	\$ -	\$ 100,354	\$ 104,412	\$ 109,262	\$ 112,606	\$ 118,331	\$ 120,789	\$ 128,416	\$ 131,831	\$ 137,495	\$ 142,240	\$ 152,909	\$ 156,269	\$ 163,891	\$ 169,046	
<b>Flujo Efectivo Operativo</b>	\$ -	\$ 9,999	\$ 9,999	\$ 10,299	\$ 10,944	\$ 10,944	\$ 10,944	\$ 11,631	\$ 11,631	\$ 12,262	\$ 12,609	\$ 13,600	\$ 14,000	\$ 14,938	\$ 15,844	
Inversiones	\$ (468,852)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (747)	\$ (747)	\$ (661)	\$ (608)	\$ (597)	\$ (825)	\$ -	\$ -	\$ -	
Capital de Trabajo	\$ (22,131)	\$ (706)	\$ (690)	\$ (628)	\$ (731)	\$ (747)	\$ (747)	\$ (661)	\$ (608)	\$ (597)	\$ (825)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Flujo Neto</b>	\$ (490,983)	\$ 95,539	\$ 98,599	\$ 102,258	\$ 104,703	\$ 108,382	\$ 108,623	\$ 116,631	\$ 119,046	\$ 123,262	\$ 126,693	\$ 130,400	\$ 130,779	\$ 138,543	\$ 148,491	
<b>Flujo Neto Acumulado</b>	\$ (490,983)	\$ (395,444)	\$ (296,844)	\$ (194,546)	\$ (89,844)	\$ (89,844)	\$ (89,844)	\$ (17,211)	\$ 244,392	\$ 363,437	\$ 486,699	\$ 613,392	\$ 743,792	\$ 874,570	\$ 1,013,113	\$ 1,250,404
Necesidades de Capital	\$ -	\$ 22,131	\$ 22,837	\$ 23,526	\$ 24,155	\$ 24,886	\$ 25,632	\$ 26,534	\$ 27,195	\$ 28,003	\$ 28,842	\$ 29,809	\$ 30,834	\$ 31,554	\$ 32,472	
<b>Ingreso de Financiamiento</b>	\$ 293,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago Capital Crédito	\$ -	\$ -	\$ (20,360)	\$ (22,676)	\$ (25,256)	\$ (28,129)	\$ (31,329)	\$ (34,893)	\$ (38,863)	\$ (43,284)	\$ (48,200)	\$ (53,616)	\$ (59,532)	\$ (65,948)	\$ (72,864)	
Pago Intereses Crédito	\$ -	\$ (31,998)	\$ (31,133)	\$ (28,966)	\$ (26,297)	\$ (24,413)	\$ (22,131)	\$ (19,499)	\$ (16,499)	\$ (13,243)	\$ (9,733)	\$ (6,000)	\$ (2,131)	\$ 1,918	\$ 3,472	
<b>Egresos Anuales</b>	\$ (490,983)	\$ (157,765)	\$ (181,308)	\$ (181,507)	\$ (188,386)	\$ (191,417)	\$ (199,243)	\$ (200,248)	\$ (204,446)	\$ (208,308)	\$ (213,268)	\$ (217,690)	\$ (223,516)	\$ (229,796)	\$ (236,394)	
<b>Flujo de Caja</b>	\$ (197,983)	\$ 37,774	\$ 17,291	\$ 20,751	\$ 26,317	\$ 31,965	\$ 37,394	\$ 42,388	\$ 46,942	\$ 51,059	\$ 54,816	\$ 58,216	\$ 61,249	\$ 63,937	\$ 66,101	
<b>Egresos Acumulados</b>	\$ (490,983)	\$ (648,747)	\$ (830,055)	\$ (1,014,563)	\$ (1,202,948)	\$ (1,394,365)	\$ (1,589,607)	\$ (1,793,855)	\$ (1,998,301)	\$ (2,206,609)	\$ (2,419,877)	\$ (2,638,107)	\$ (2,861,217)	\$ (3,089,213)	\$ (3,322,197)	
<b>Ingresos Acumulados</b>	\$ 293,000	\$ 518,306	\$ 747,571	\$ 972,829	\$ 1,219,479	\$ 1,468,235	\$ 1,724,557	\$ 1,989,993	\$ 2,261,941	\$ 2,549,209	\$ 2,852,409	\$ 3,171,619	\$ 3,506,851	\$ 3,858,194	\$ 4,225,645	
<b>Flujo de Caja Acumulado</b>	\$ (197,983)	\$ (134,441)	\$ (87,385)	\$ (38,630)	\$ 16,330	\$ 73,969	\$ 131,650	\$ 196,137	\$ 263,442	\$ 334,660	\$ 409,876	\$ 489,092	\$ 572,311	\$ 659,534	\$ 750,761	

Análisis de Indicadores Financieros														
Año de recuperación en adelante	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			
	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035			
Tasa efectiva anual	14%	14%	14%	14%	14%	14%	14%	14%	14%	14%	14%			
VAN	\$ (40,079)	\$ (10,153)	\$ 15,950	\$ 42,076	\$ 65,808	\$ 88,037	\$ 108,436	\$ 135,504	\$ 166,853	\$ 192,284	\$ 431,913			
TIR	3%	12%	17%	21%	23%	25%	26%	28%	29%	29%	33.66%			
Ingreso Totales	\$ 1,213,477	\$ 1,468,335	\$ 1,724,657	\$ 1,989,993	\$ 2,261,941	\$ 2,549,209	\$ 2,852,409	\$ 3,171,619	\$ 3,506,851	\$ 3,858,194	\$ 4,225,645			
Egresos Totales	\$ 1,202,948	\$ 1,394,366	\$ 1,589,607	\$ 1,793,855	\$ 1,998,301	\$ 2,206,609	\$ 2,419,877	\$ 2,638,107	\$ 2,861,217	\$ 3,089,213	\$ 3,322,197			
Utilidad	\$ 16,530	\$ 73,969	\$ 131,050	\$ 196,137	\$ 263,640	\$ 335,359	\$ 410,509	\$ 490,909	\$ 577,017	\$ 671,087	\$ 772,922			
Máxima Inversión	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)	\$ (197,983)			
ROI	8%	37%	66%	99%	133%	169%	207%	233%	259%	285%	312%			
Beneficio/Costo	1%	5%	8%	11%	13%	15%	17%	20%	23%	26%	30%			
Beneficio/Ingreso	1%	5%	8%	10%	12%	13%	15%	17%	20%	22%	24%			

Criterios de Análisis de Sensibilidad	
Variación Costos	0%
Variación Ingresos	0%
Variación Ocupación	0%
Variación en costos de construcción	0%
Variación en costos operativos	0%

Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos															
Var. Costo	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 431,913	\$ 367,526	\$ 303,139	\$ 238,752	\$ 174,364	\$ 109,977	\$ 45,990	\$ (18,797)	\$ (83,184)	\$ (147,571)	\$ (211,958)	\$ (276,345)	\$ (340,732)	\$ (405,119)	\$ (469,506)
TIR	33.66%	29.09%	25.36%	22.25%	19.59%	17.28%	15.24%	13.41%	11.76%	10.25%	8.86%	7.56%	6.35%	5.22%	4.14%

Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos Operativos															
Var. Costo	0%	8%	16%	24%	32%	40%	48%	56%	64%	72%	80%	88%	96%	104%	112%
VAN	\$ 431,913	\$ 395,715	\$ 359,517	\$ 323,319	\$ 287,121	\$ 250,923	\$ 214,726	\$ 178,528	\$ 142,330	\$ 106,132	\$ 69,934	\$ 33,736	\$ (2,462)	\$ (38,600)	\$ (74,858)
TIR	33.66%	31.93%	30.22%	28.54%	26.87%	25.22%	23.58%	21.95%	20.33%	18.72%	17.10%	15.48%	13.82%	12.14%	10.44%

Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos de Construcción															
Var. Costo	0%	8%	16%	24%	32%	40%	48%	56%	64%	72%	80%	88%	96%	104%	112%
VAN	\$ 431,913	\$ 390,659	\$ 351,431	\$ 313,364	\$ 277,657	\$ 242,509	\$ 208,681	\$ 175,190	\$ 142,599	\$ 110,614	\$ 79,156	\$ 48,150	\$ 16,580	\$ (14,111)	\$ (42,577)
TIR	33.66%	30.71%	28.30%	26.29%	24.57%	23.07%	21.75%	20.57%	19.51%	18.55%	17.67%	16.80%	15.11%	13.42%	11.77%

Sensibilidad a la Variación en disminución de Ingresos															
Var. Ingreso	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 431,913	\$ 350,249	\$ 268,586	\$ 186,922	\$ 105,258	\$ 23,595	\$ (139,732)	\$ (221,396)	\$ (303,060)	\$ (384,723)	\$ (466,387)	\$ (548,051)	\$ (629,714)	\$ (711,378)	\$ (793,042)
TIR	33.66%	28.92%	24.78%	21.11%	17.81%	14.77%	11.93%	9.23%	6.63%	4.08%	1.54%	-1.04%	-3.70%	-6.49%	-9.50%

Sensibilidad a la Variación en disminución de ocupación															
Var. Oc. TA	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 431,913	\$ 383,042	\$ 334,099	\$ 285,085	\$ 236,000	\$ 186,841	\$ 137,610	\$ 88,305	\$ 38,925	\$ (10,529)	\$ (60,059)	\$ (109,605)	\$ (159,347)	\$ (209,177)	\$ (259,007)
TIR	33.66%	31.43%	29.20%	26.98%	24.77%	22.55%	20.33%	18.04%	15.73%	13.44%	11.16%	8.89%	6.64%	4.42%	2.24%

Variación de Ingresos																
VAN	\$ 431,913	0%	3%	6%	9%	12%	15%	18%	21%	24%	27%	30%	33%	36%	39%	42%
0%	\$ 431,913	\$ 370,665	\$ 309,417	\$ 248,170	\$ 186,922	\$ 125,674	\$ 64,427	\$ 3,179	\$ (58,069)	\$ (119,317)	\$ (180,564)	\$ (241,812)	\$ (303,060)	\$ (364,307)	\$ (425,555)	\$ (486,803)
3%	\$ 383,623	\$ 322,375	\$ 261,127	\$ 199,879	\$ 138,632	\$ 77,384	\$ 16,136	\$ (16,136)	\$ (45,111)	\$ (106,359)	\$ (167,607)	\$ (228,855)	\$ (290,103)	\$ (351,351)	\$ (412,599)	\$ (473,847)
6%	\$ 335,332	\$ 274,085	\$ 212,837	\$ 151,589	\$ 90,341	\$ 29,094	\$ (32,154)	\$ (93,402)	\$ (154,650)	\$ (215,897)	\$ (277,145)	\$ (338,393)	\$ (399,641)	\$ (460,889)	\$ (522,137)	\$ (583,385)
9%	\$ 287,042	\$ 225,794	\$ 164,546	\$ 103,299	\$ 42,051	\$ (19,197)	\$ (80,444)	\$ (141,692)	\$ (202,940)	\$ (264,188)	\$ (325,436)	\$ (386,684)	\$ (447,932)	\$ (509,180)	\$ (570,428)	\$ (631,676)
12%	\$ 238,752	\$ 177,504	\$ 116,256	\$ 55,008	\$ (6,239)	\$ (67,487)	\$ (128,735)	\$ (189,983)	\$ (251,231)	\$ (312,479)	\$ (373,727)	\$ (434,975)	\$ (496,223)	\$ (557,471)	\$ (618,719)	\$ (679,967)
15%	\$ 190,461	\$ 129,212	\$ 67,964	\$ 6,718	\$ (54,530)	\$ (115,777)	\$ (177,025)	\$ (238,273)	\$ (299,521)	\$ (360,769)	\$ (422,017)	\$ (483,265)	\$ (544,513)	\$ (605,761)	\$ (667,009)	\$ (728,257)
18%	\$ 142,171	\$ 80,922	\$ 19,674	\$ (41,572)	\$ (102,820)	\$ (164,068)	\$ (225,316)	\$ (286,564)	\$ (347,812)	\$ (409,060)	\$ (470,308)	\$ (531,556)	\$ (592,804)	\$ (654,052)	\$ (715,300)	\$ (776,548)
21%	\$ 93,881	\$ 32,633	\$ (28,618)	\$ (89,866)	\$ (151,114)	\$ (212,362)	\$ (273,610)	\$ (334,858)	\$ (396,106)	\$ (457,354)	\$ (518,602)	\$ (579,850)	\$ (641,098)	\$ (702,346)	\$ (763,594)	\$ (824,842)
24%	\$ 45,590	\$ (15,627)	\$ (76,875)	\$ (138,123)	\$ (199,371)	\$ (260,619)	\$ (321,867)	\$ (383,115)	\$ (444,363)	\$ (505,611)	\$ (566,859)	\$ (628,107)	\$ (689,355)	\$ (750,603)	\$ (811,851)	\$ (873,099)
27%	\$ (2,700)	\$ (63,948)	\$ (125,196)	\$ (186,444)	\$ (247,692)											

### Anexo 9: Flujo Puro - Proyecto Optimizado

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	
Ingreso	\$ -	\$ 253,758	\$ 261,853	\$ 269,761	\$ 276,965	\$ 285,348	\$ 293,908	\$ 304,246	\$ 311,827	\$ 321,089	\$ 330,711	\$ 341,802	\$ 351,260	\$ 361,809	\$ 372,337	
Total de Ingresos	\$ -	\$ 253,758	\$ 261,853	\$ 269,761	\$ 276,965	\$ 285,348	\$ 293,908	\$ 304,246	\$ 311,827	\$ 321,089	\$ 330,711	\$ 341,802	\$ 351,260	\$ 361,809	\$ 372,337	
Costos	\$ -	\$ (82,912)	\$ (85,217)	\$ (86,429)	\$ (88,797)	\$ (90,353)	\$ (94,331)	\$ (94,057)	\$ (96,671)	\$ (98,109)	\$ (100,943)	\$ (102,528)	\$ (107,189)	\$ (107,189)	\$ (110,253)	
Depreciación	\$ -	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (20,741)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (16,619)	\$ (16,619)	
Total de Costos	\$ -	\$ (103,994)	\$ (106,299)	\$ (107,511)	\$ (109,879)	\$ (110,435)	\$ (115,071)	\$ (115,138)	\$ (117,753)	\$ (119,191)	\$ (122,024)	\$ (122,610)	\$ (123,607)	\$ (123,808)	\$ (126,872)	
UAI (Utilidad antes de Impuestos)	\$ -	\$ 149,764	\$ 155,554	\$ 162,250	\$ 167,086	\$ 174,913	\$ 178,837	\$ 189,107	\$ 194,074	\$ 201,897	\$ 208,687	\$ 222,655	\$ 227,751	\$ 238,081	\$ 245,466	
15% Trabajadores	\$ -	\$ 22,465	\$ 23,333	\$ 24,338	\$ 25,063	\$ 26,237	\$ 26,826	\$ 28,366	\$ 29,111	\$ 30,285	\$ 31,303	\$ 33,998	\$ 34,169	\$ 35,712	\$ 36,820	
25% Impuesto a la renta	\$ -	\$ 37,299	\$ 38,655	\$ 39,478	\$ 40,506	\$ 42,109	\$ 42,803	\$ 45,185	\$ 46,211	\$ 47,423	\$ 48,536	\$ 51,199	\$ 51,619	\$ 53,525	\$ 54,761	
Depreciación	\$ -	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 20,741	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 16,619	\$ 16,619	
FE0 (Flujo Efectivo Operativo)	\$ -	\$ 116,556	\$ 120,247	\$ 124,516	\$ 127,599	\$ 132,589	\$ 134,749	\$ 141,638	\$ 144,804	\$ 149,791	\$ 154,120	\$ 158,562	\$ 161,496	\$ 168,396	\$ 173,103	
Inversiones	\$ (417,731)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (1,705)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (1,705)	\$ -	\$ -	
Capital de Trabajo	\$ (25,376)	\$ (809)	\$ (791)	\$ (720)	\$ (838)	\$ (856)	\$ (1,034)	\$ (758)	\$ (926)	\$ (962)	\$ (1,109)	\$ (946)	\$ (1,055)	\$ (1,055)	\$ 37,234	
Flujo Neto	\$ (497,107)	\$ 115,747	\$ 119,457	\$ 123,796	\$ 126,761	\$ 131,733	\$ 132,010	\$ 140,880	\$ 143,878	\$ 148,829	\$ 153,010	\$ 157,616	\$ 158,736	\$ 167,343	\$ 1,335,846	
Flujo Neto Acumulado	\$ (497,107)	\$ (381,360)	\$ (261,904)	\$ (138,108)	\$ (11,347)	\$ 120,386	\$ 252,396	\$ 393,276	\$ 537,154	\$ 685,983	\$ 838,993	\$ 996,609	\$ 1,155,345	\$ 1,322,688	\$ 2,658,533	
Necesidades de Capital	\$ -	\$ 25,376	\$ 26,185	\$ 26,976	\$ 27,697	\$ 28,535	\$ 29,391	\$ 30,425	\$ 31,183	\$ 32,109	\$ 33,071	\$ 34,180	\$ 35,126	\$ 36,181	\$ 37,234	
Egresos Anuales	\$ (497,107)	\$ (138,011)	\$ (142,306)	\$ (145,965)	\$ (150,204)	\$ (153,615)	\$ (161,898)	\$ (163,366)	\$ (167,949)	\$ (172,260)	\$ (177,701)	\$ (184,187)	\$ (192,925)	\$ (194,466)	\$ (199,234)	
Ingresos Anuales	\$ -	\$ 253,758	\$ 261,853	\$ 269,761	\$ 276,965	\$ 285,348	\$ 293,908	\$ 304,246	\$ 311,827	\$ 321,089	\$ 330,711	\$ 341,802	\$ 351,260	\$ 361,809	\$ 372,337	
Flujo Neto	\$ (497,107)	\$ 115,747	\$ 119,457	\$ 123,796	\$ 126,761	\$ 131,733	\$ 132,010	\$ 140,880	\$ 143,878	\$ 148,829	\$ 153,010	\$ 157,616	\$ 158,736	\$ 167,343	\$ 1,335,846	
Egresos Acumulados	\$ -	\$ 497,107	\$ 635,118	\$ 777,514	\$ 923,480	\$ 1,073,684	\$ 1,227,299	\$ 1,389,197	\$ 1,552,564	\$ 1,720,512	\$ 1,892,772	\$ 2,070,473	\$ 2,254,659	\$ 2,447,184	\$ 2,641,051	\$ 2,840,885
Ingresos Acumulados	\$ -	\$ 253,758	\$ 515,611	\$ 785,372	\$ 1,062,337	\$ 1,347,685	\$ 1,641,593	\$ 1,945,839	\$ 2,257,666	\$ 2,578,755	\$ 2,909,466	\$ 3,251,268	\$ 3,602,299	\$ 3,964,338	\$ 4,336,675	
Flujo Neto Acumulado	\$ (497,107)	\$ (381,360)	\$ (261,904)	\$ (138,108)	\$ (11,347)	\$ 120,386	\$ 252,396	\$ 393,276	\$ 537,154	\$ 685,983	\$ 838,993	\$ 996,609	\$ 1,155,345	\$ 1,322,688	\$ 2,658,533	

#### Análisis de Indicadores Financieros

Año de recuperación en adelante	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Tasa efectiva anual	\$ 120,386	\$ 232,396	\$ 393,276	\$ 537,154	\$ 685,983	\$ 838,993	\$ 996,609	\$ 1,155,345	\$ 1,322,688	\$ 1,500,000
UAI	\$ (118,257)	\$ (70,291)	\$ (37,040)	\$ 10,256	\$ 42,853	\$ 71,163	\$ 95,797	\$ 116,755	\$ 135,418	\$ 161,270
TIR	7.52%	12.81%	16.50%	19.02%	20.83%	22.14%	23.11%	23.82%	24.38%	27.12%
Ingresos Totales	\$ 1,347,685	\$ 1,641,593	\$ 1,945,839	\$ 2,257,666	\$ 2,578,755	\$ 2,909,466	\$ 3,251,268	\$ 3,602,299	\$ 3,964,338	\$ 4,336,675
Egresos Totales	\$ 1,227,299	\$ 1,389,197	\$ 1,552,564	\$ 1,720,512	\$ 1,892,772	\$ 2,070,473	\$ 2,254,659	\$ 2,447,184	\$ 2,641,051	\$ 2,840,885
Utilidad	\$ 120,386	\$ 252,396	\$ 393,276	\$ 537,154	\$ 685,983	\$ 838,993	\$ 996,609	\$ 1,155,345	\$ 1,322,688	\$ 1,500,000
Máxima Inversión	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)	\$ (497,107)
ROI	24%	51%	79%	108%	138%	169%	200%	232%	266%	535%
Beneficio/Costo	10%	18%	25%	31%	36%	41%	44%	47%	50%	94%
Beneficio/Ingreso	9%	15%	20%	24%	27%	29%	31%	32%	33%	45%

#### Criterios de Análisis de Sensibilidad

Variación Costos	0%
Variación Ingresos	0%
Variación Ocupación	0%
Variación en costos de construcción	0%
Variación en costos operativos	0%

		Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos													
Var. Costo	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 261,270	\$ 210,724	\$ 160,179	\$ 109,634	\$ 59,088	\$ 8,543	\$ (42,003)	\$ (92,548)	\$ (143,093)	\$ (193,639)	\$ (244,184)	\$ (294,729)	\$ (345,275)	\$ (395,820)	\$ (446,365)
TIR	27.12%	25.18%	23.38%	21.69%	20.11%	18.62%	17.22%	15.88%	14.62%	13.41%	12.25%	11.14%	10.08%	9.05%	8.06%
		Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos Operativos													
Var. Costo	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	110%	120%	130%	140%
VAN	\$ 261,270	\$ 228,437	\$ 195,605	\$ 162,773	\$ 129,941	\$ 97,108	\$ 64,276	\$ 31,444	\$ (1,389)	\$ (34,211)	\$ (67,053)	\$ (99,895)	\$ (132,738)	\$ (165,580)	\$ (198,422)
TIR	27.12%	25.06%	24.99%	23.91%	22.83%	21.73%	20.61%	19.48%	18.33%	17.16%	15.96%	14.73%	13.46%	12.15%	10.79%
		Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos de Construcción													
Var. Costo	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	110%	120%	130%	140%
VAN	\$ 261,270	\$ 228,714	\$ 196,159	\$ 163,603	\$ 131,047	\$ 98,492	\$ 65,936	\$ 33,380	\$ 1,825	\$ (31,711)	\$ (64,166)	\$ (96,621)	\$ (129,076)	\$ (161,531)	\$ (193,986)
TIR	27.12%	25.53%	24.29%	23.09%	21.90%	20.68%	19,20%	18,40%	17,66%	16,96%	16,31%	15,70%	15,12%	14,57%	
		Sensibilidad a la Variación en disminución de Ingresos													
Var. Ingreso	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 261,270	\$ 200,274	\$ 139,277	\$ 78,281	\$ 17,285	\$ (43,711)	\$ (104,707)	\$ (165,703)	\$ (226,700)	\$ (287,696)	\$ (348,692)	\$ (409,688)	\$ (470,684)	\$ (531,680)	\$ (592,676)
TIR	27.12%	25.11%	23.08%	21.03%	18,97%	16,88%	14,75%	12,57%	10,32%	8,00%	5,57%	3,00%	0,25%	-2,76%	-6,12%
		Sensibilidad a la Variación en disminución de ocupación													
Var. Oc. TA	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 261,270	\$ 221,237	\$ 181,205	\$ 141,173	\$ 101,140	\$ 61,108	\$ 21,075	\$ (18,577)	\$ (58,589)	\$ (99,622)	\$ (139,654)	\$ (179,686)	\$ (219,719)	\$ (259,751)	\$ (299,784)
TIR	27.12%	25,86%	24,57%	23,26%	21,92%	20,55%	19,14%	17,69%	16,18%	14,61%	12,95%	11,20%	9,31%	7,26%	4,95%

		Variación de Ingresos													
Var. Ingreso	0%	2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%	26%	28%
VAN	\$ 261,270	\$ 230,772	\$ 200,274	\$ 169,776	\$ 139,277	\$ 108,779	\$ 78,281	\$ 47,783	\$ 17,285	\$ (13,211)	\$ (43,711)	\$ (74,209)	\$ (104,707)	\$ (135,205)	\$ (165,703)
2%	\$ 235,997	\$ 205,499	\$ 175,001	\$ 144,503	\$ 114,005	\$ 83,507	\$ 53,009	\$ 22,511	\$ (7,988)	\$ (38,486)	\$ (68,984)	\$ (99,482)	\$ (129,980)	\$ (160,478)	\$ (190,976)
4%	\$ 210,724	\$ 180,226	\$ 149,728	\$ 119,230	\$ 88,732	\$ 58,234	\$ 27,736	\$ (2,762)	\$ (33,260)	\$ (63,758)	\$ (94,256)	\$ (124,754)	\$ (155,252)	\$ (185,750)	\$ (216,248)
6%	\$ 185,452	\$ 154,954	\$ 124,456	\$ 93,958	\$ 63,460	\$ 32,962	\$ 2,464	\$ (28,036)	\$ (58,534)	\$ (89,032)	\$ (119,530)	\$ (150,028)	\$ (180,526)	\$ (211,024)	\$ (241,522)
8%	\$ 160,179	\$ 129,681	\$ 99,183	\$ 68,685	\$ 38,187	\$ 7,689	\$ (22,810)	\$ (53,308)	\$ (83,806)	\$ (114,304)	\$ (144,802)	\$ (175,300)	\$ (205,798)	\$ (236,296)	\$ (266,794)
10%	\$ 134,906	\$ 104,408	\$ 73,910	\$ 43,412	\$ 12,914	\$ (17,584)	\$ (48,082)	\$ (78,580)	\$ (109,078)	\$ (139,576)	\$ (170,074)	\$ (200,572)	\$ (231,070)	\$ (261,568)	\$ (292,066)
12%	\$ 109,634	\$ 79,136	\$ 48,638	\$ 18,140	\$ (12,359)	\$ (42,857)	\$ (73,355)	\$ (103,853)	\$ (134,351)	\$ (164,849)	\$ (195,347)	\$ (225,845)	\$ (256,343)	\$ (286,841)	\$ (317,339)
14%	\$ 84,361	\$ 53,863	\$ 23,365	\$ (7,133)	\$ (37,631)	\$ (68,129)	\$ (98,627)	\$ (129,125)	\$ (159,623)	\$ (190,121)	\$ (220,619)	\$ (251,117)	\$ (281,615)	\$ (312,113)	\$ (342,611)
16%	\$ 59,088	\$ 28,590	\$ (1,908)	\$ (32,406)	\$ (62,904)	\$ (93,402)	\$ (123,900)	\$ (154,398)	\$ (184,896)	\$ (215,394)	\$ (245,892)	\$ (276,390)	\$ (306,888)	\$ (337,386)	\$ (367,884)
18%	\$ 33,816	\$ 3,317	\$ (27,181)	\$ (57,679)	\$ (88,177)	\$ (118,675)	\$ (149,173)	\$ (179,671)	\$ (210,169)	\$ (240,667)	\$ (271,165)	\$ (301,663)	\$ (332,161)	\$ (362,659)	\$ (393,157)
20%	\$ 8,543	\$ (21,955)	\$ (52,453)	\$ (82,951)	\$ (113,449)	\$ (143,947)	\$ (174,445)	\$ (204,943)	\$ (235,441)	\$ (265,939)	\$ (296,437)	\$ (326,935)	\$ (357,433)	\$ (387,9	

## Anexo 10: Flujo Apalancado - Proyecto Optimizado

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Ingreso	\$ -	\$ 253,758	\$ 261,853	\$ 269,761	\$ 276,965	\$ 285,348	\$ 293,908	\$ 302,246	\$ 311,827	\$ 321,089	\$ 330,711	\$ 341,802	\$ 351,260	\$ 361,809	\$ 372,337
Total de Ingresos	\$ -	\$ 253,758	\$ 261,853	\$ 269,761	\$ 276,965	\$ 285,348	\$ 293,908	\$ 302,246	\$ 311,827	\$ 321,089	\$ 330,711	\$ 341,802	\$ 351,260	\$ 361,809	\$ 372,337
Costos	\$ -	\$ (82,912)	\$ (85,217)	\$ (86,429)	\$ (87,797)	\$ (89,353)	\$ (91,001)	\$ (92,741)	\$ (94,573)	\$ (96,499)	\$ (98,520)	\$ (100,638)	\$ (102,854)	\$ (105,169)	\$ (107,583)
Depreciación	\$ -	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)	\$ (21,082)
Total de Costos	\$ -	\$ (103,994)	\$ (106,299)	\$ (107,511)	\$ (108,879)	\$ (110,435)	\$ (112,071)	\$ (113,838)	\$ (115,753)	\$ (117,819)	\$ (119,941)	\$ (122,120)	\$ (124,367)	\$ (126,678)	\$ (129,055)
UAI (Utilidad antes de Impuestos)	\$ -	\$ 149,764	\$ 155,554	\$ 162,250	\$ 167,086	\$ 174,913	\$ 178,837	\$ 189,107	\$ 194,074	\$ 201,897	\$ 208,687	\$ 222,655	\$ 227,793	\$ 238,081	\$ 245,466
15% Trabajadores	\$ -	\$ 22,465	\$ 23,334	\$ 24,348	\$ 25,468	\$ 26,747	\$ 28,136	\$ 29,646	\$ 31,287	\$ 33,070	\$ 34,997	\$ 37,070	\$ 39,291	\$ 41,661	\$ 44,181
25% Impuesto a la renta	\$ -	\$ 31,825	\$ 33,055	\$ 34,478	\$ 35,506	\$ 37,169	\$ 38,003	\$ 40,185	\$ 41,241	\$ 42,903	\$ 44,346	\$ 46,471	\$ 48,400	\$ 50,992	\$ 52,161
Depreciación	\$ -	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082	\$ 21,082
FE0 (Flujo Electivo Operativo)	\$ -	\$ 116,556	\$ 120,247	\$ 124,516	\$ 127,599	\$ 132,589	\$ 134,710	\$ 141,638	\$ 144,804	\$ 149,791	\$ 151,120	\$ 158,562	\$ 161,496	\$ 168,396	\$ 173,103
Inversiones	\$ (471,731)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ (25,376)	\$ (809)	\$ (791)	\$ (720)	\$ (838)	\$ (856)	\$ (1,034)	\$ (758)	\$ (926)	\$ (962)	\$ (1,109)	\$ (946)	\$ (1,051)	\$ (1,051)	\$ 37,234
Flujo Neto	\$ (497,107)	\$ 115,747	\$ 119,457	\$ 123,796	\$ 126,761	\$ 131,733	\$ 132,010	\$ 140,880	\$ 143,878	\$ 148,829	\$ 153,010	\$ 157,616	\$ 158,736	\$ 167,343	\$ 172,965
Flujo Neto Acumulado	\$ (497,107)	\$ (381,360)	\$ (261,904)	\$ (138,108)	\$ (11,347)	\$ 120,386	\$ 252,396	\$ 393,276	\$ 537,154	\$ 685,983	\$ 838,993	\$ 996,609	\$ 1,155,345	\$ 1,322,688	\$ 1,500,653
Necesidades de Capital	\$ -	\$ 25,376	\$ 26,185	\$ 26,976	\$ 27,697	\$ 28,535	\$ 29,391	\$ 30,425	\$ 31,183	\$ 32,109	\$ 33,071	\$ 34,180	\$ 35,126	\$ 36,181	\$ 37,234
Ingreso de Financiamiento	\$ 296,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago Capital Crédito	\$ -	\$ (20,568)	\$ (22,909)	\$ (25,515)	\$ (28,417)	\$ (31,650)	\$ (35,251)	\$ (39,261)	\$ (43,727)	\$ (48,702)	\$ (54,200)	\$ (60,234)	\$ (66,818)	\$ (73,969)	\$ (81,694)
Pago Intereses Crédito	\$ -	\$ (32,325)	\$ (31,502)	\$ (29,162)	\$ (26,556)	\$ (23,651)	\$ (20,420)	\$ (16,820)	\$ (12,810)	\$ (8,343)	\$ (3,369)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos Anuales	\$ (497,107)	\$ (170,336)	\$ (194,467)	\$ (198,086)	\$ (202,275)	\$ (205,686)	\$ (213,969)	\$ (215,437)	\$ (220,019)	\$ (224,330)	\$ (229,771)	\$ (236,187)	\$ (243,525)	\$ (251,866)	\$ (261,234)
Ingresos Anuales	\$ 296,000	\$ 253,758	\$ 261,853	\$ 269,761	\$ 276,965	\$ 285,348	\$ 293,908	\$ 302,246	\$ 311,827	\$ 321,089	\$ 330,711	\$ 341,802	\$ 351,260	\$ 361,809	\$ 372,337
Flujo de Caja	\$ (201,107)	\$ (81,422)	\$ (67,386)	\$ (71,275)	\$ (74,091)	\$ (75,962)	\$ (79,940)	\$ (80,809)	\$ (81,807)	\$ (82,959)	\$ (84,200)	\$ (85,536)	\$ (86,968)	\$ (88,497)	\$ (90,123)
Egresos Acumulados	\$ (497,107)	\$ (667,444)	\$ (861,910)	\$ (1,059,946)	\$ (1,262,221)	\$ (1,467,907)	\$ (1,681,875)	\$ (1,897,312)	\$ (2,117,331)	\$ (2,341,662)	\$ (2,571,433)	\$ (2,805,619)	\$ (3,044,144)	\$ (3,287,011)	\$ (3,534,245)
Ingresos Acumulados	\$ 296,000	\$ 549,758	\$ 811,611	\$ 1,081,372	\$ 1,358,337	\$ 1,643,685	\$ 1,937,033	\$ 2,238,279	\$ 2,547,425	\$ 2,864,514	\$ 3,189,525	\$ 3,521,535	\$ 3,860,545	\$ 4,206,554	\$ 4,559,563
Flujo de Caja Acumulado	\$ (201,107)	\$ (117,686)	\$ (50,300)	\$ 1,416	\$ 96,116	\$ 175,723	\$ 255,718	\$ 344,527	\$ 433,276	\$ 522,010	\$ 610,710	\$ 699,374	\$ 788,002	\$ 876,595	\$ 965,152

Análisis de Indicadores Financieros															
Año de recuperación en adelante	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			
Tasa efectiva anual	\$ 21,426	\$ 96,116	\$ 175,779	\$ 255,718	\$ 344,527	\$ 436,334	\$ 533,093	\$ 634,033	\$ 739,149	\$ 849,385	\$ 964,728	\$ 1,085,172			
VAN	\$ (27,450)	\$ 16,826	\$ 58,312	\$ 94,850	\$ 130,476	\$ 162,799	\$ 192,698	\$ 220,074	\$ 257,501	\$ 295,752	\$ 334,835	\$ 374,740			
TIR	14%	18%	20%	24%	28%	33%	38%	43%	48%	53%	58%	63%			
Ingreso Totales	\$ 1,081,372	\$ 1,358,337	\$ 1,643,685	\$ 1,937,033	\$ 2,238,279	\$ 2,547,425	\$ 2,864,514	\$ 3,189,525	\$ 3,521,535	\$ 3,860,545	\$ 4,206,554	\$ 4,559,563			
Egresos Totales	\$ 1,059,946	\$ 1,262,221	\$ 1,467,907	\$ 1,681,875	\$ 1,897,312	\$ 2,117,331	\$ 2,341,662	\$ 2,571,433	\$ 2,805,619	\$ 3,044,144	\$ 3,287,011	\$ 3,534,245			
Utilidad	\$ 21,426	\$ 96,116	\$ 175,779	\$ 255,718	\$ 344,527	\$ 436,334	\$ 533,093	\$ 634,033	\$ 739,149	\$ 849,385	\$ 964,728	\$ 1,085,172			
Máxima Inversión	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)	\$ (201,107)			
ROI	11%	48%	87%	127%	171%	217%	265%	315%	366%	419%	473%	528%			
Beneficio/Costo	2%	8%	12%	15%	18%	21%	23%	25%	28%	31%	34%	37%			
Beneficio/Ingreso	2%	7%	11%	13%	15%	17%	19%	20%	22%	24%	26%	27%			

**Criterios de Análisis de Sensibilidad**

Variación Costos	0%
Variación Ingresos	0%
Variación Ocupación	0%
Variación en costos de construcción	0%
Variación en costos operativos	0%

Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos															
Var. Costo	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 609,949	\$ 541,848	\$ 473,747	\$ 405,646	\$ 337,545	\$ 269,444	\$ 201,343	\$ 133,242	\$ 65,141	\$ (2,960)	\$ (71,062)	\$ (139,983)	\$ (207,904)	\$ (275,825)	\$ (343,746)
TIR	41.84%	36.14%	31.55%	27.78%	24.61%	21.89%	19.25%	17.43%	15.56%	13.87%	12.32%	10.90%	9.58%	8.36%	7.20%

Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos Operativos															
Var. Costo	0%	12%	24%	36%	48%	60%	72%	84%	96%	108%	120%	132%	144%	156%	168%
VAN	\$ 609,949	\$ 555,250	\$ 500,551	\$ 445,852	\$ 391,153	\$ 336,454	\$ 281,755	\$ 227,056	\$ 172,357	\$ 117,658	\$ 62,959	\$ 8,259	\$ (46,440)	\$ (101,139)	\$ (155,838)
TIR	41.84%	39.11%	36.45%	33.84%	31.28%	28.78%	26.31%	23.89%	21.49%	19.11%	16.72%	14.31%	11.84%	9.30%	6.63%

Sensibilidad a la Variación en elevación de Costos de Construcción															
Var. Costo	0%	12%	24%	36%	48%	60%	72%	84%	96%	108%	120%	132%	144%	156%	168%
VAN	\$ 609,949	\$ 543,687	\$ 483,426	\$ 423,165	\$ 362,904	\$ 302,643	\$ 242,382	\$ 182,121	\$ 121,860	\$ 61,600	\$ 1,345	\$ (51,916)	\$ (103,832)	\$ (155,748)	\$ (207,664)
TIR	41.84%	36.30%	32.27%	29.15%	25.97%	22.80%	19.67%	16.59%	13.56%	10.58%	7.65%	4.77%	1.94%	(0.85%)	(2.62%)

Sensibilidad a la Variación en disminución de Ingresos															
Var. Ingreso	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 609,949	\$ 517,450	\$ 424,951	\$ 332,452	\$ 239,953	\$ 147,454	\$ 54,955	\$ (137,544)	\$ (230,043)	\$ (322,542)	\$ (415,041)	\$ (507,540)	\$ (600,039)	\$ (692,538)	\$ (785,037)
TIR	41.84%	35.93%	30.84%	26.42%	22.50%	18.98%	15.75%	12.74%	9.89%	7.13%	4.43%	1.74%	(1.00%)	(2.84%)	(-4.86%)

Sensibilidad a la Variación en disminución de ocupación															
Var. Oc. TA	0%	4%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%	40%	44%	48%	52%	56%
VAN	\$ 609,949	\$ 554,098	\$ 498,156	\$ 442,122	\$ 385,996	\$ 329,776	\$ 273,456	\$ 217,036	\$ 160,516	\$ 103,996	\$ 47,476	\$ (10,044)	\$ (66,444)	\$ (122,888)	\$ (180,332)
TIR	41.84%	39.22%	36.62%	34.04%	31.48%	28.93%	26.39%	23.85%	21.30%	18.72%	16.09%	13.37%	10.52%	7.48%	4.12%

Variación de Ingresos															
Var. Ingreso	0%	3%	6%	9%	12%	15%	18%	21%	24%	27%	30%	33%	36%	39%	42%
VAN	\$ 609,949	\$ 540,575	\$ 471,200	\$ 401,825	\$ 332,450	\$ 263,075	\$ 193,700	\$ 124,325	\$ 54,950	\$ (14,425)	\$ (83,750)	\$ (152,575)	\$ (221,400)	\$ (290,225)	\$ (359,050)
TIR	41.84%	36.14%	31.55%	27.78%	24.61%	21.89%	19.25%	17.43%	15.56%	13.87%	12.32%	10.90%	9.58%	8.36%	7.20%

Variación de Costos															
Var. Costo	0%	3%	6%	9%	12%	15%	18%	21%	24%	27%	30%	33%	36%	39%	42%
VAN	\$ 609,949	\$ 540,575	\$ 471,200	\$ 401,825	\$ 332,450	\$ 263,075	\$ 193,700	\$ 124,325	\$ 54,950	\$ (14,425)	\$ (83,750)	\$ (152,575)	\$ (221,400)	\$ (290,225)	\$ (359,050)
TIR	41.84%	36.14%	31.55%	27.78%	24.61%	21.89%	19.25%	17.43%	15.56%	13.87%	12.32%	10.90%	9.58%	8.36%	7.20%