



## **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **Tema:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA “SAN CRISTOBAL” UBICADA EN EL SECTOR ORIENTE DEL CANTÓN SALCEDO- PROVINCIA DE COTOPAXI

**Disertación de grado previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial con mención en Administración de la Productividad**

### **Líneas de investigación:**

Gerencia, Planificación; Organización; Dirección y/o Control de Empresas

### **Autora:**

María Fernanda Jácome Gavilánez

### **Director:**

Osmany Pérez Barral; Ph.D.

Ambato – Ecuador

Abril 2015

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

**HOJA DE APROBACIÓN**

**Tema:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA “SAN CRISTOBAL” UBICADA EN EL SECTOR ORIENTE DEL CANTÓN SALCEDO- PROVINCIA DE COTOPAXI

**Línea de Investigación:**

Gerencia, Planificación; Organización; Dirección y/o Control de Empresas

**Autora:**

MARÍA FERNANDA JÁCOME GAVILÁNEZ

Osmany Pérez Barral; Ph.D.

F.-----

**CALIFICADOR**

Rocío del Carmen Rubio Paredes Dra.

F.-----

**CALIFICADORA**

Fanny Paulina Pico Barrionuevo, Ing. Mg.

F. -----

**CALIFICADORA**

Andrea del Carmen González Bucheli, Ing. Mg. F.-----

**DIRECTORA DE LA ESCUELA DE**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.

F.-----

**SECRETARIO GENERAL PUCESA**

Ambato-Ecuador

Abril 2015

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

Yo, Jácome Gavilánez María Fernanda portadora de la cédula de ciudadanía N°050350646.1, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de **INGENIERA COMERCIAL CON MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD** son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

**Jácome Gavilánez María Fernanda**

**CI.050350646.1**

## AGRADECIMIENTO

Mi fe católica hace que agradezca primero a Dios y a la Virgen del Quinche por guiarme en este proceso con salud y pasión, pues la vida es muy corta para no amar lo que se hace.

A mis padres por el apoyo incondicional a lo largo de mi vida, enseñándome que el querer hacer las cosas es más fuerte que el cansancio físico.

A mis hermanos que me enseñaron el valor de un amigo pues la verdadera amistad nace de la complicidad que se da día con día.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato, en especial a la Escuela de Administración de Empresas, a sus maestros, a mis recordados compañeros con quienes además de compartir conocimientos he compartido experiencias de vida.

Un agradecimiento al PhD. Osmany Pérez Barral, por compartir sus conocimientos, predisposición y oportunas correcciones para la realización de este trabajo, y a todos quienes de una u otra forma colaboraron gracias.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar el presente trabajo de investigación a mis padres Anita y Amado; quienes con su disciplina y amor, inclusive con sus experiencias han estado presentes en mi formación tanto personal como profesional, siempre estarán en mi mente y en mi corazón.

A mis queridos hermanos Santiago, Anita y Antonio por permanecer a mi lado en los buenos y malos momentos brindándome una palabra de aliento, un abrazo cuando lo necesito, siendo apoyo importante para la realización de mis metas.

## RESUMEN

El desarrollo sostenible del sector turístico nace de respetar el medio ambiente y brindar un servicio turístico de calidad con instalaciones hoteleras y extra - hoteleras. Bajo este criterio, la investigación planteada propone un estudio de factibilidad para la creación de la Hostería San Cristóbal en el cantón Salcedo, la cual aporta a este sector con un emprendimiento de responsabilidad para el ecosistema, brindando al turista nacional y extranjero la posibilidad de recrearse y descansar en un ambiente natural con la comodidad que ofrece el servicio. El presente trabajo se apoyó en la investigación de campo, para la obtención de datos; se aplicó una encuesta dirigida a turistas que visitan el Parque Nacional Llanganates considerados como fuente de información primaria; permitiendo conocer elementos del estudio de factibilidad de mercado, técnico, administrativo y financiero y a través del cual se determinó la demanda insatisfecha, los gustos y preferencias, bases legales - administrativas y viabilidad económica del proyecto. Los resultados finales obtenidos a través del análisis de indicadores financieros determinaron que el valor actual neto fue positivo mayor a uno, la tasa interna de retorno fue mayor a la tasa de descuento que ofrece el banco, y con un período de recuperación de 3 años, 11 meses. En base a esta información se concluyó que la factibilidad del proyecto planteado es viable.

**Palabras claves:** factibilidad, viabilidad, emprendimiento, hostería.

## ABSTRACT

Sustainable development of the tourism sector stems from respecting the environment and offering a quality service whether in hotel or non-hotel facilities. With this in mind, the research proposes a feasibility study for the creation of San Cristóbal Lodge in the city of Salcedo, contributing to the sector with an undertaking of responsibility for the ecosystem of the zone, thus offering national and international tourists the opportunity to have fun and rest in a natural environment with the comfort that the service offers. This study is based on field research, for the collection of data; a survey aimed at tourists who visit Llanganates National Park was used as a source of primary information helping to know the elements of the market feasibility, technical, administrative and financial studies and through which the unsatisfactory demand, tastes and preferences, legal and administrative bases and economic viability of the project were determined. The final results obtained through the analysis of financial indicators determined that the net present value was positive greater than one, the internal rate of return was greater than the discount rate offered by the bank, and with a recovery period of 3 years and 11 months. Based on this information, it was concluded that the feasibility of the proposed project is viable.

**Key words:** feasibility, viability, undertaking, lodge.

## TABLA DE CONTENIDOS

Preliminares.....	i
Declaración de autenticidad y responsabilidad.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Tabla de contenidos.....	viii
Índice de gráficos.....	xiv
Introducción.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>EL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	4
1.2.2 Análisis Crítico.....	5
1.3 Formulación del problema.....	6
1.3.1 Interrogantes de la Investigación.....	7
1.4 Delimitación del Objeto de investigación.....	7
1.4.1 Limite de Contenido.....	8
1.4.2 Límite Espacial.....	8

1.4.3 Límite temporal .....	8
1.5 Justificación.....	8
1.6 Objetivos .....	9
1.6.1 General .....	9
1.6.2 Específicos .....	10
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>11</b>
<b>ESTADO DEL ARTE .....</b>	<b>11</b>
2.1 Antecedentes investigativos .....	11
2.2 Origen y evolución de los estudios de factibilidad en el negocio de emprendimiento.....	11
2.3. Proyectos de inversión. Definición y características de los proyectos de inversión .....	16
2.4 Estudio y análisis del modelo de factibilidad para negocios de emprendimiento	18
2.4.1 Estructura del Estudio de factibilidad .....	22
a) Estudio de mercado.....	25
b) Estudio técnico del proyecto.....	28
c) Estudio administrativo y organizacional del proyecto.....	31
d) Estudio financiero para la evaluación de un proyecto .....	34
1. Indicadores financieros .....	35
2.5 Análisis e indicadores para medir la factibilidad y el emprendimiento del proyecto de inversión .....	39
a) Valor Actual Neto (VAN): .....	40

b) Tasa Interna de Retorno (TIR): .....	41
2.6 Definición de términos.....	41
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>43</b>
<b>METODOLOGÍA APLICADA AL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Modalidad de la investigación .....	43
3.1.1 Investigación de Campo y tipos de investigación.....	43
3.2 Instrumentos para obtener información .....	45
3.3 Población y muestra .....	45
3.5. Plan de procesamiento de información .....	48
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>49</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>49</b>
4.1. Encuestas.....	49
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>59</b>
<b>PROPUESTA .....</b>	<b>59</b>
5.1 Antecedentes .....	59
5.2. Características del sector y ubicación de la Hostería SAN CRISTOBAL.....	61
5.2.1 Ubicación de la Hostería .....	61
5.2.2. Evaluación del potencial turístico del cantón Salcedo y sus atractivos .....	62
5.2.3. Facilidades y accesibilidad turística del sector .....	65
5.3. Desarrollo estudio de factibilidad .....	66
a) Estudio de mercado.....	67

4.	Análisis de la demanda .....	70
5.	Plan de <i>marketing</i> .....	74
6.	Producto: nombre de la empresa.....	74
<input type="checkbox"/>	Logotipo de la empresa.....	74
<input type="checkbox"/>	Especificaciones del servicio .....	77
7.	Precio del servicio.....	81
8.	Plaza del servicio .....	84
9.	Promoción del servicio .....	85
b)	Estudio Administrativo y legal .....	86
1.	Misión .....	87
2.	Visión.....	87
3.	Valores empresariales .....	87
4.	Ley de Compañías .....	96
<input type="checkbox"/>	Disposiciones Generales .....	96
<input type="checkbox"/>	De la Compañías de Responsabilidad Limitada .....	96
<input type="checkbox"/>	Proceso para la creación de una Compañía .....	97
5.	Ley De Régimen Tributario Interno .....	98
<input type="checkbox"/>	Obligaciones tributarias del sector turístico.....	98
<input type="checkbox"/>	Estructura legal: constitución de la Hostería SAN CRISTÓBAL .....	99
<input type="checkbox"/>	Proceso para constitución de compañía .....	100
<input type="checkbox"/>	Permisos de funcionamiento.....	106

c)	Estudio técnico.....	107
1.	Planta: dimensiones de la Hostería “SAN CRISTÓBAL” .....	109
2.	Equipamiento necesario para la Hostería.....	113
3.	Flujo de procesos .....	114
d)	Estudio financiero del proyecto .....	118
a)	Inversión en activos tangibles e intangibles .....	119
b)	Capital trabajo.....	120
c)	Financiamiento del proyecto.....	120
5.3.1	Evaluación económica y financiera del proyecto de inversión.....	121
a)	Estado de Situación Inicial .....	122
b)	Estado de Resultados .....	122
c)	Estado de Situación Financiera o Balance General .....	124
d)	Estado de flujos de efectivo .....	125
5.3.2	Evaluación de los estados proyectados de la operación del proyecto.....	126
a)	Métodos que sí consideran valor del dinero en el tiempo.....	126
1.	Valor presente neto (VAN).....	126
2.	La Tasa Interna de Retorno TIR .....	128
3.	Costo/ Beneficio (C/B) .....	128
b)	Métodos que no consideran valor del dinero en el tiempo .....	129
1.	Período de Recuperación (PR).....	129
2.	Punto de Equilibrio (PE).....	130

5.3.3 Análisis de sensibilidad del proyecto de inversión .....	131
5.4 Estudio de impacto ambiental .....	133
a) Características de factores ambientales que se afectarán en la ejecución de la Fase I.....	134
<b>CAPÍTULO.....</b>	<b>136</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>137</b>
6.1 Conclusiones .....	137
6.2 Recomendaciones.....	138
BIBLIOGRAFÍA .....	140
ANEXOS .....	144

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### Tablas

Tabla 2.1. Modelos de factibilidad del mercado .....	19
Tabla 2.2. Criterios de aceptación o rechazo de un proyecto.....	41
Tabla 3.1. Turistas extranjeros que visitaron el Parque Nacional Llanganates (Enero-Junio) 2014.....	46
Tabla 3.2. Plan de procesamiento de información .....	48
Tabla 5.1. Características de la ubicación geográfica de la Hostería.....	61
Tabla 5.2. Atractivos turísticos en el sector oriente del cantón Salcedo.....	64
Tabla 5.3. Variables del estudio de mercado para la creación de la hostería.....	67
Tabla 5.4. Tasa de crecimiento de la oferta turística.....	69
Tabla 5.5. Proyección de la oferta sustitutiva .....	69
Tabla 5.6. Entrada de extranjeros al Ecuador. Años 2008-2014.....	70
Tabla 5.7. Registro de visitantes nacionales a las áreas naturales de la provincia.....	70
Tabla 5.8. Tasa de crecimiento de la demanda nacional.....	71
Tabla 5.9. Proyección de la demanda de turistas nacionales y extranjeros.....	71
Tabla 5.10. Proyección de la demanda insatisfecha.....	72
Tabla 5.11. Proyección del mercado objetivo.....	73
Tabla 5.12. Servicio de alojamiento de la Hostería SAN CRISTÓBAL .....	77
Tabla 5.13. Descripción del paquete Achupallas .....	79
Tabla 5.14. Descripción paquete Bellavista.....	80

Tabla 5.15. Precios referenciales del servicio de Hospedaje en el cantón Salcedo ...	81
Tabla 5.16. Capacidad anual de la Hostería “SAN CRISTÓBAL” .....	82
Tabla 5.17. Ocupación de la hostería en servicios adicionales .....	83
Tabla 5.18. Análisis de precios para el servicio de hospedaje y alimentación .....	83
Tabla 5.19. Gastos de publicidad .....	86
Tabla 5.20. Leyes de la Constitución de la República del Ecuador .....	94
Tabla 5.21. Artículos de la Ley de Turismo.....	95
Tabla 5.22. Leyes del Reglamento General de Actividades Turísticas.....	95
Tabla 5. 23. Gastos de constitución .....	107
Tabla 5.24. Gastos Servicios Básicos .....	112
Tabla 5.25. Resumen de la infraestructura turística de la hostería.....	113
Tabla 5.26 Resumen del equipamiento de la Hostería SAN CRISTÓBAL.....	114
Tabla5.27. Definición de los símbolos del diagrama de flujo del proceso .....	114
Tabla 5.28. Flujograma de proceso en tiempo .....	115
Tabla 5.29. Resumen de la Inversión inicial .....	119
Tabla 5.30. Capital de Trabajo .....	120
Tabla 5.31. Financiamiento del proyecto .....	121
Tabla 5.32. Estado de Situación Inicial.....	122
Tabla 5.33. Estado de Resultados .....	123
Tabla 5.34. Estado de Situación Financiera proyectado Hostería “SAN CRISTÓBAL” .....	124

Tabla 5.35. Estado de flujo de efectivo de la Hostería “SAN CRISTÓBAL” .....	125
Tabla 5.36. Indicadores para determinar el VAN .....	127
Tabla 5.37. Valor Actual Neto de la Hostería SAN CRISTÓBAL.....	127
Tabla 5.38. Tasa Interna de Retorno de la Hostería SAN CRISTÓBAL.....	128
Tabla 5.39. Costo/Beneficio de la Hostería “SAN CRISTÓBAL .....	129
Tabla 5.40. Período de Recuperación .....	129
Tabla 5.41. Punto de equilibrio de la Hostería SAN CRISTÓBAL .....	130
Tabla 5.42. Análisis de Sensibilidad .....	132
Tabla 5.43. Factores de evaluación del impacto en la fase I.....	134
Tabla 5.44 Niveles máximos de ruido permisibles según el uso de suelo .....	135

## **Gráficos**

Gráfico 2.1. Secuencia del estudio de factibilidad de Proyectos de inversión en ingeniería.....	24
Gráfico 2.2. Estructura del análisis de mercado para evaluación de proyectos .....	26
Gráfico 2.3. Estructura del análisis técnico para evaluación de proyectos .....	29
Gráfico 5.1. Canal de distribución de la Hostería SAN CRISTÓBAL.....	84
Gráfico 5. 2. Valores empresariales de la Hostería SAN CRISTÓBAL.....	88
Gráfico 5.3. Organigrama Estructural de la hostería “SAN CRISTÓBAL” .....	89
Gráfico 5.4. Organigrama funcional de la Hostería SAN CRISTÓBAL.....	90
Gráfico 5.5. Requisitos para cumplir con el impuesto uno por mil (1x1000).....	99

Gráfico 5. 6. Requisitos básicos para crear una cuenta de ahorros .....	101
Gráfico 5.7. Resumen de documentos que habilitantes para la elaboración de la escritura pública .....	102
Gráfico 5.8. Requisitos para afiliarse a la Cámara de Turismo de Cotopaxi .....	102
Gráfico 5.9. Documentos adjuntos para obtener el RUC.....	105
Gráfico 5.10. Permisos de funcionamiento para la Hostería “SAN CRISTÓBAL”	106
Gráfico 5.11. Diagrama de flujo de procesos de Hospedaje de la Hostería SAN CRISTÓBAL .....	116
Gráfico 5.12. Diagrama de flujo de procesos de alojamiento de la Hostería SAN CRISTÓBAL .....	117
<b>Imágenes</b>	
Imagen 5.1. Mapa político de Ecuador .....	108
Imagen 5.2. Micro localización de la Hostería “SAN CRISTÓBAL” .....	108
Imagen 5.3 Estructura de la Hostería SAN CRISTÓBAL – Planta baja .....	110
Imagen 5. 4. Infraestructura de la Hostería SAN CRISTÓBAL – Planta Alta.....	111
Imagen 5.5. Vista frontal de la Hostería SAN CRISTÓBAL .....	111

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfoca en la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una hostería en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Salcedo; Sector Oriente. El estudio se sustenta en un análisis de mercado para realizar las proyecciones financieras con mayor objetividad, y con el fin de conocer si el proyecto es viable y rentable a partir de los resultados que se logren, en aras de evitar que el mismo fracase con el tiempo.

El estudio de factibilidad que permite la evaluación del proyecto para la creación de la hostería se centra en la factibilidad económica, pues proporciona información que ayuda a tomar decisiones oportunas, referente a los egresos, ingresos y beneficios que puede alcanzar la implementación de la hostería.

A través de un enfoque diferente de atención y servicios de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros, mediante la implementación de nuevas actividades de esparcimiento y distracción, otorgándole un mayor valor agregado al producto turístico tradicional.

El documento consta de seis capítulos, los cuales se detallan a continuación:

Capítulo I: consta del problema que lo origina como también la debida justificación, el análisis crítico y los objetivos planteados para el desarrollo del proyecto.

Capítulo II: se abarca el estado del arte basado en fuentes bibliográficas de autores nacionales e internacionales, permitiendo sustentar bibliográficamente la propuesta.

Capítulo III: consta de la metodología desarrollada en el proyecto, se determinó la modalidad de la investigación, instrumentos, técnicas y el plan de procesamiento de la información.

Capítulo IV: se desarrolla el análisis e interpretación de los resultados arrojados por la encuesta realizada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Llanganates.

Capítulo V: se presenta la propuesta para el proyecto de investigación mediante el estudio de factibilidad.

Capítulo VI, se detalla las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado en el presente trabajo de investigación. Finalmente en el trabajo constan bibliografía y anexos.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Tema**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA “SAN CRISTÓBAL” UBICADA EN EL SECTOR ORIENTE DEL CANTÓN SALCEDO- PROVINCIA DE COTOPAXI

### **1.2 Planteamiento del Problema**

El planteamiento del problema permite delimitar de manera clara y precisa el objeto de la investigación a través de fuentes de información, que ayudan al autor del presente proyecto a revelar si el presente proyecto es viable, dentro de sus tiempos y recursos disponibles, por lo que se debe considerar los siguientes elementos: interrogantes de la investigación, delimitación, los objetivos y la justificación del estudio.

A continuación, se detalla los antecedentes o contextualización de la problemática del sector turístico a nivel mundial, país y cantón Salcedo, permitiendo conocer el resultado de la problemática, y posteriormente realizar un análisis de la situación del mismo.

### 1.2.1 Contextualización

Bajo el contexto macro, el desarrollo sostenible es promovido por organizaciones internacionales y que han adoptado algunos países entre ellos el Ecuador, a través de la estrategia cuidar la tierra para el futuro de la vida, publicada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), promueven la sustentabilidad con el fin de “mejorar la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de cargar de los ecosistemas que sustentan” (Molina, 1998).

En la actualidad el Ecuador tiene un modelo de participación y desarrollo basado en una economía social y solidaria, tomando en cuenta estos lineamientos gubernamentales es necesario analizar la inversión naciente en el sector turístico, para conocer el riesgo país que está expuesta la inversión privada, es así que el turismo procura la máxima participación de la población local en beneficio de su propio desarrollo, por lo que, se han derivado diferentes formas de hacerlo como: el ecoturismo, turismo de patrimonio, turismo comunitario, turismo rural, turismo eco cultural, o más claramente definido por la Cámara de Turismo de Cotopaxi (CAPTUR), en el “Boletín de Estadísticas Turísticas” (2014), como turismo alternativo; cualquiera de estas formas de emplear el tiempo ocio responden al desarrollo integral de las comunidades.

En la provincia de Cotopaxi dotada de un gran potencial turístico, se puede encontrar lugares destinados al servicio de alojamiento y alimentación, pese a esto la

explotación turística en estos lugares es mínima esto según el informe anual presentado por la Cámara de Turismo de Cotopaxi (2014), se menciona que apenas el 3% del total de los visitantes que realizan turismo en el Ecuador es captado por la provincia, por ello, es necesario unir esfuerzos permitiendo a los turistas nacionales y extranjeros conocer los servicios que brinda la competencia directa e indirecta dentro del sector.

El turismo es un fenómeno social complejo, debido al papel que las personas juegan en función de los requerimientos del sector, es conveniente determinar el estudio de factibilidad, para la creación de la hostería en el sector oriente del cantón Salcedo.

Salcedo, posee una ubicación estratégica en la provincia de Cotopaxi, siendo uno de los más importantes centros de comercio, sin embargo, a lo largo del tiempo esta ciudad sea la ha conocido como un lugar de paso, esto debido a su baja oferta turística, en el sector de estudio del proyecto dedicado al servicio de alojamiento, alimentación y recreación, por el momento no tiene competencia en la zona objeto de estudio, por lo anteriormente dicho es necesario realizar un análisis crítico (Sierra, 1999).

### **1.2.2 Análisis Crítico**

El poco interés y la escasa información de parte de los actores del sector turístico con respecto a los mercados nicho, dificultan incrementar la oferta, ya que los emprendedores turísticos en operación o potenciales empresarios turísticos no contemplan el apoyo a la generación y fortalecimiento de emprendimientos que sean

capaces de impulsar el desarrollo de micro, pequeños y medianos proyectos turísticos de calidad, con alta posibilidad de acoplarse a la dinámica turística, este escenario no permite contribuir al desarrollo económico local, regional y nacional.

Es por esto, que el Ministerio de turismo del Ecuador tiene un programa de emprendimiento en el sector “Negocios Turísticos Productivos” el cual busca fortalecer el componente productivo de los negocios turísticos, pero al ser un programa reciente la localidad del sector oriente del cantón Salcedo desconoce de los planes de acciones que se ejecutan por parte de esta dependencia, llevándolos a no identificar, las oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos, debido a la falta de socialización en asistencia técnica especializada en gestión de proyectos, como también el apoyo técnico especializado en gestión de crédito con organismos de la banca pública.

Luego de haber analizado las causas del problema en el sector turístico, es necesario hacer preguntas referentes a la problemática u oportunidad al que se quiere responder en el estudio de factibilidad para la creación de la hostería, en torno a los objetivos de cómo se puede o se quiere llevar adelante la investigación; las interrogantes descritas a continuación cumplen con los requerimientos necesarios para llevar a cabo el desarrollo de la investigación.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cómo lograr la factibilidad en la creación de una Hostería en el cantón Salcedo?

### **1.3.1 Interrogantes de la Investigación**

¿Cuáles son los factores, dentro del estudio de factibilidad que permiten conocer la posibilidad de implementar una Hostería en el sector oriente del cantón Salcedo?

Dado que existen factores que determinan el nivel de factibilidad que debe primar para la creación de una Hostería, es importante destacar aquellas que más pueden influir de manera directa en el éxito o fracaso según estudios realizados: falta de fuentes de financiamiento, tiempo, y la limitación en la comunicación en el sector turístico. Este último afecta, en que no se conozcan las empresas que se dedican a este tipo de actividad de servicio, y por tanto, no se difunda ni se innove al respecto.

### **1.4 Delimitación del Objeto de investigación**

Según Morles (1979), la delimitación del proyecto de investigación permite reducir el problema inicial a dimensiones prácticas dentro de las cuales es posible efectuar los estudios correspondientes. Estableciendo fronteras de espacio / tiempo dentro de las que se desarrollará la investigación, es decir especificar en términos concretos el área de interés para el presente estudio de factibilidad en la creación de la Hostería SAN CRISTÓBAL.

Esta delimitación habrá de efectuarse en cuanto al contenido, tiempo y al espacio para situar el problema de investigación en un contexto definido y homogéneo (Sabino, 1986).

#### **1.4.1 Limite de Contenido**

- **Campo:**

Administración de Empresas

- **Área:**

Financiera

- **Aspecto:**

Inversión-Estudio Factibilidad

#### **1.4.2 Límite Espacial**

En el Ecuador provincia de Cotopaxi, en la ciudad de Salcedo, en el sector oriente, Barrio Anchilivi, vía Salcedo-Tena KM 2½.

#### **1.4.3 Límite temporal**

**Fecha de inicio:** noviembre 2014

**Fecha de término:** marzo 2015

#### **1.5 Justificación**

La evaluación del proyecto de creación de la hostería se centra en la factibilidad económica, pues proporciona información que ayuda a tomar decisiones oportunas.

De esta forma, se estiman los egresos, ingresos y beneficios que puede alcanzar la hostería si se pone en funcionamiento, permitiendo analizar de manera proactiva los costos que implica la creación de la misma.

El estudio se sustenta en un análisis de mercado para realizar las proyecciones financieras con mayor objetividad, y con el fin de conocer si el proyecto es viable y rentable a partir de los resultados que se logren, en aras de evitar que el mismo fracase con el tiempo.

En tal sentido, se pretende lograr un enfoque diferente de atención y servicios de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros, mediante la implementación de nuevas actividades de esparcimiento y distracción, otorgándole un mayor valor agregado al producto turístico tradicional, procurándose con ello, satisfacer las necesidades cada vez más exigente de los clientes en todos los ámbitos del empleo del tiempo ocio (turismo de ciudad, rural ecoturismo, agroturismo, entre otros), lo cuales contribuyen a enriquecer el conocimiento del turista sobre la zona visitada.

Al conocer los motivos de la presente investigación, es necesario definir los objetivos de la misma, en otras palabras, los propósitos que el autor de este proyecto pretende alcanzar en relación con los aspectos relacionados al estudio de factibilidad en la creación de la hostería.

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”.

### 1.6.2 Específicos

- Desarrollar el estado del arte a partir del criterio de autores nacionales, internacionales relacionados al estudio de factibilidad para la creación de una Hostería.
- Evaluar el potencial turístico del sector oriente del cantón Salcedo para su derivación en la propuesta de la hostería.
- Determinar la demanda insatisfecha para el análisis del comportamiento de los indicadores de factibilidad en el sector turístico en la zona.
- Determinar los indicadores de factibilidad del proyecto desde el punto de vista de su rentabilidad.

Una vez ubicado el problema correspondiente a la investigación dentro de un contexto amplio, que permite comprender sus limitaciones, es necesario desarrollar un estado del arte que permita conceptualizar los criterios de autores nacionales e internacionales relacionados al estudio de factibilidad del proyecto objeto de estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTADO DEL ARTE**

#### **2.1 Antecedentes investigativos**

El estado del arte permite la obtención de bibliografía relevante para orientar la investigación, referente al estudio de factibilidad de proyectos de inversión, por esta razón se incluye extractos de investigaciones previas, entre las que se encuentran:

En la tesis “Estudio de factibilidad para la creación de una hostería” de Bastidas (2011), manifiesta que la factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse; *The Nature Conservancy (2004)*, menciona que el estudio de factibilidad es un instrumento que se utiliza para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de la empresa y concentrarse especialmente en el mercado y la viabilidad financiera.

Como se puede evidenciar la factibilidad es un instrumento que permite determinar si la idea de negocio se puede lograr y las posibilidades de que sea exitoso o no en base a las condiciones del mercado y la evaluación financiera, determinando que si el proyecto propuesto para la zona Oriente contribuye con la conservación, protección y respeto por el medio ambiente y sus recursos naturales.

Además es importante destacar que el estudio de factibilidad es un conjunto de elementos que permiten determinar el beneficio de invertir recursos como tiempo,

dinero, materia prima entre otros, se debe tener en cuenta que los recursos son limitados por lo que es necesario tomar decisiones en base de evidencias y cálculos correctos en el desarrollo del estudio.

Por su parte Morales (2009), manifiesta que desde que el ser humano utilizó su energía para realizar sus actividades diarias el ser humano empezó a realizar inversiones.

Con esta definición acerca de proyectos de inversión se puede decir que las personas invierten con el fin de obtener réditos económicos que les brinde beneficios en el futuro.

Finalmente este autor expresa que los proyectos de inversión son inversiones en renglones de capital que, de antemano, requieren un estudio cuidadoso de todas las áreas que afectará o que justifica el estudio, Bajo este criterio, es importante tener conocimiento de los elementos, indicadores y análisis de evaluación de un estudio de factibilidad permitiendo determinar los parámetros de aceptación o rechazo del proyecto.

## **2.2 Origen y evolución de los estudios de factibilidad en negocios de emprendimiento**

Se habla de estudios de factibilidad desde el nacimiento de la ciencia económica pues se ha planteado su fundamento en las necesidades que el hombre debe satisfacer en razón de su existencia, es así que autores como Morales (2009), consideran que

desde que el ser humano usó su energía para fabricar herramientas, trabajar en sus actividades diarias, empezó a realizar inversiones, ya que para lograr estos objetivos destinaba recursos: humanos, de tiempo, y materiales con la esperanza de lograr algún beneficio material en el futuro.

Para lograr beneficios a diario la comunidad, y por ende cada ser humano, emplea una gran variedad de bienes y servicios que requieren para vivir como son: alimentación, vivienda, vestido, calles, carreteras entre muchas otras más. Por lo tanto, los negocios de emprendimiento tienen su origen en la satisfacción de necesidades individuales y colectivas, en el primer caso, la de quienes desean emprender en su propio negocio y en el segundo de los casos puede ser el resultado de:

1. Crecimiento de la demanda interna.
2. Nuevos productos.
3. Innovaciones tecnológicas en procesos productivos.

Es importante mencionar aquí, que es lógico pensar que al realizar inversiones traerán resultados positivos para el inversionista, sin embargo, esto es beneficioso para el crecimiento económico de un cantón, una provincia y un país, pues contribuye a la generación de ingresos y al mejoramiento de vida de la sociedad.

A partir de las teorías que relacionan los estudios de factibilidad, se podría exponer que un estudio de factibilidad es la guía de referencia y la contribución al bienestar humano; pues se manifiesta en los proyectos concebidos por y para el hombre, y

tendrá éxito en medida en que la comunidad los acepten como indicador de crecimiento y bienestar social.

Algunos antecedentes son importantes abordar a continuación para comprender en mejor exactitud el porqué de la necesidad de conocer la evolución de los proyectos de inversión.

La evaluación de un proyecto de factibilidad, surgió con la necesidad del ser humano de contabilizar los recursos que disponía para materializar un proyecto que le generara mayores ingresos y mejor nivel de vida. Es por esto, que la evaluación financiera y económica se ubica desde principios del siglo XIV, donde los gerentes financieros conocieron los primeros indicios de la contabilidad financiera a partir de los aportes de Lucas Paccioli (Fray italiano y creador de la partida doble). Más tarde en el siglo XIX, se consolida la contabilidad financiera y aparecen los primeros aportes relacionados a la contabilidad administrativa y de costos, donde los registros estaban soportados por estados contables y financieros para evaluar las inversiones.

Es así, que nace la teoría financiera de los proyectos de inversión, con la aportación del economista Schneider (1944), en su obra sobre Teoría de la Inversión, en la que propone una metodología para el análisis de las inversiones, y se establecen los criterios de decisión financiera que dan lugar a la maximización del valor de la empresa. De la misma manera, Naciones Unidas en el libro Manual de Proyectos de Desarrollo Económico publicado en 1958, formaliza por primera vez los criterios, técnicas y metodología para formular, preparar y evaluar proyectos de inversión para la creación de nuevas empresas, logrando introducir los estudios de factibilidad en

casi todos los sectores de actividad como: salud, educación y en todos quienes ven la importancia de asignar correctamente los recursos, generalmente escasos, de que se disponen” (Sapag, 2007).

En la década comprendida entre los sesenta y setenta del siglo XIX, se abordan los estudios de decisiones de inversión en ambiente de riesgo mediante herramientas como la desviación típica del Valor Actual Neto (VAN), técnicas de simulación o arboles de decisión, y se demuestran que en algunos casos, las inversiones no simples podrían ser consideradas como una mezcla de inversión y financiación.

En cuanto al desarrollo de estudios de inversión en la década de los noventa se incorpora de manera objetiva el tema de agotamiento de los recursos y deterioro ambiental, lo que lleva a poner énfasis en el llamado desarrollo sustentable (Aguilera & Sepúlveda, 2005). Este pensamiento, aún sigue vigente al momento de análisis de aprobación de las inversiones en cualquier rama o sector de la economía de un país.

Actualmente, las empresas cuentan con la tecnología e internet, que han sido un factor de cambio de reglas en el estudio de factibilidad para negocios de emprendimiento, transformando en su totalidad los modelos de negocio y por completo la forma de invertir en muchas nuevas empresas y sociedades emprendedoras. Hay que destacar, que con la era de la información se han generado empresas virtuales que hacen más económico el análisis de inversión de sus proyectos, teniendo resultados palpables en su desarrollo y crecimiento en un menor plazo de recuperación de la inversión.

Una vez tratados los antecedentes y evolución de los estudios de factibilidad se aborda en el próximo epígrafe sobre los proyectos de inversión.

### **2.3. Proyectos de inversión. Definición y características de los proyectos de inversión**

Lo expuesto en el epígrafe anterior, conduce al análisis de que el ser humano tiene necesidades de desarrollo y crecimiento, por lo que la inversión es un camino a lograr esas expectativas y de satisfacer sus necesidades como empresario; por tanto, cada vez que se quiera satisfacer una necesidad habrá que realizar una inversión, siendo necesario estudios para ver si es posible realizar y tener éxito en la inversión, por lo que los proyectos tienen dos puntos de vistas: social y financiero.

Basándose en lo anteriormente mencionado, desde un contexto social existe distintas definiciones acerca de proyectos, por ejemplo, la Organización de Naciones Unidas (1984), define al proyecto como un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas con el fin de alcanzar objetivos específicos, dentro de los límites del presupuesto y un período de tiempo dado, mientras que desde el punto de vista financiero para el economista Peumans (1967), las inversiones son todo aquel desembolso de recursos financieros que se realizan con el objetivo de adquirir bienes durables o instrumentos de producción (equipo y maquinaria), que la empresa utilizará durante varios años para cumplir con sus objetivos.

De acuerdo a los autores antes mencionados las inversiones se refieren a la adquisición, construcción o mejora de activos de una empresa sean estos tangibles e

intangibles que se ejecutan en un determinado tiempo, pues estos elementos están lógicamente relacionados, tecnológica y cronológicamente ordenados. En estos términos, un proyecto trata de encontrar una respuesta adecuada al planteamiento de una necesidad humana por satisfacer sus necesidades. Según Baca (2010), define los proyectos como la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

Por lo general, las inversiones tienden a ser de largo plazo esto debido a la naturaleza de los recursos empleados, ya que requieren por lo menos un año para recuperar lo invertido, esta inversión es de tipo irreversible debido a que es muy difícil dar marcha atrás; pues ya no se pueden recuperar los fondos invertidos, por ello se necesita realizar una investigación del mercado en el que se va a desarrollar el proyecto, siendo necesario tener un modelo de evaluación de proyectos.

De las diversas definiciones que existe sobre proyectos de inversión, se pueden identificar características distintivas e indispensables; la característica fundamental implica costos y beneficios para quien lo realice, se puede decir que la mayoría de las decisiones humanas, si no es que todas, se pueden catalogar como proyectos (Flórez, 2010). Otras de las características que definen a un proyecto de inversión, es que se reduce a un intercambio de recursos en el tiempo, ubicación y contexto; que tienen fechas de inicio y fin entre un individuo o una empresa.

Una vez que se conocen las características relacionadas a los proyecto de inversión es necesario conocer el estudio y modelos de factibilidad para negocios que se aborda en el siguiente epígrafe.

## **2.4 Estudio y análisis del modelo de factibilidad para negocios de emprendimiento**

Para realizar el estudio de factibilidad es necesario conocer términos generales: la factibilidad es la disponibilidad de recursos materiales, humano y técnicos necesarios para llevar a cabo la los objetivos del proyecto, para ello se apoya en tres aspectos importantes Operativo, técnicos y económicos. Con este criterio coinciden algunos autores, entre los que se encuentran: Baca Urbina (2001); Sosa de la Cruz (2008) y Sapag (2010).

Considerando los tres aspectos mencionados anteriormente, y según lo planteado por Sapag (2010), el proyecto puede ser viable de acuerdo al mercado estudiado como también por ser técnicamente factible. Sin embargo, se debe considerar otros aspectos importantes, tales como: restricciones de tipo legal, impactos ambiental y social; para ello, es fundamental recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto de creación y en base a ello tomar la mejor decisión, de si procede el desarrollo y/o implementación del mismo.

Es decir el estudio de factibilidad, permite según las necesidades de la empresa analizar, determinar y conocer los escenarios en los que se debe desarrollar el proyecto de inversión para que sea exitoso. En este sentido, para conocer las condiciones en las que se desarrolla el proyecto de inversión es necesario identificar modelos de análisis, dentro de los cuales se han desarrollado metodologías complejas para lograr un mejor resultado en la evaluación del proyecto.

A través de los años han surgido diversas teorías para intentar pronosticar los resultados de los proyectos de inversión. Según Brigham & Gapenski (1996) consultados por Méndez (2013), indican que siete son los métodos que han probado ser los más usados a la hora de evaluar proyectos y decidir cuáles deben o no ser aceptados, entre los que se encuentran: período de recuperación, tasas de rentabilidad contable, valor presente neto, tasa interna de retorno modificada, índice de rentabilidad y análisis de árbol de decisión. No obstante, a criterio de esta autora no son los únicos que existen, por ejemplo: los métodos del punto de equilibrio (valor y unidades), pueden considerarse esencial para evaluar determinadas alternativas de acción para evaluar una inversión determinada.

A su vez existen modelos que reflejan características disimiles para realizar estudios de factibilidad y análisis de mercado, entre los que se encuentran:

Tabla 2.1. Modelos de factibilidad del mercado

<b>Modelo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Modelo Subjetivo</b>	Consiste en tomar la opinión de expertos utilizando algunas técnicas como el método de Delphi y la predicción tecnológica.
<b>Modelo Casual</b>	Se proyecta el mercado con la variable independiente y una variable dependiente, para su aplicación es necesaria una relación entre los valores de ambas variables.
<b>Modelo Series de tiempo</b>	Estiman el valor futuro de las variables extrapolando el comportamiento histórico de las mismas.

**Fuente:** tomado de Prieto (2009)

Estos métodos se suman a la simulación como un método utilizado, pese a esto en la actualidad la teoría de Opciones Reales, es el nuevo paradigma de evaluación, administración y toma de decisiones en proyectos de inversión. No obstante, se pueden hacer análisis de métodos factoriales y de tendencias para potenciar los estudios de proyectos de inversión (incluyen productividad, rendimientos y rentabilidad).

La valoración de opciones reales supone una complejidad analítica mayor que la de los métodos tradicionales en los cuales según Schwartz & Trigeorgis, (2001), mencionados en el libro de Méndez (2013), evalúan mediante los flujos de efectivo descontados. En este sentido, cuando se calculan los flujos de efectivo se hacen bajo ciertas condiciones de la economía porque estos determinan la rentabilidad del proyecto; dentro de la metodología tradicional se ha reconocido algunas opciones que frecuentemente se encuentran en los proyectos, tales como: las opción de definir, la opción secuencial, opción de aumento reducción o detención de la producción, opción de abandono, la opción de cambio, opciones de crecimiento y opciones compuestas.

Es así, que cuando existen varias alternativas se evalúan opciones compuestas de acuerdo a los autores, las características de estas determinan la metodología de evaluación de proyectos de manera correcta para su evaluación (Urzua, 2004). Dentro del desarrollo de soluciones analíticas para la evaluación de opciones se contemplan las propuestas del continente europeo, en las cuales se emplea el método de Black & Sholes (1973), evalúan los flujos de efectivo, al cual se le denomina de las opciones reales. Para esto, se hacen ajustes al modelo de las opciones financieras

a fin de que se pueda usar una valuación de los proyectos de inversión de manera proactiva y oportuna para la toma de decisiones.

En el modelo desarrollado por *Black & Sholes* es posible replicar una opción de compra adquiriendo el activo subyacente y la opción, de tal forma, que garantice un flujo de efectivo libre de riesgo. Para tipificar las opciones reales según Morales (2009), se toma en cuenta: la opción de aplazar o retrasar una inversión y la de abandonar o desistir. Sin embargo, esta última desestimula al inversor y casi siempre ocurre cuando no se ha realizado un estudio profundo de factibilidad donde se incluyan de manera integrada aspectos tecnológicos, económicos, materiales y humanos.

Se coincide con Méndez (2013), al exponer que, al tomar la opción de abandonar el proyecto de inversión se deben evaluar las consecuencias financieras de renunciar a mismo, en vez de continuar su operación, aun cuando su vida económica no haya terminado. En este proceso, es importante adelantarse con estudios de mercados que permitan conocer: aspectos inflacionarios en la economía de un país, comportamiento de la demanda y de la oferta relacionada al proyecto de inversión, tasas cambiarias del país, entre otros.

Otro modelo a tener en cuenta para la evaluación de proyectos de inversión es el modelo de Monte Carlo, esta simulación fue introducida por el economista Boyle (1977), en este estudio se plantea que para la evaluación de opciones de un proyecto, entre sus ventajas corresponde la posibilidad de valorizar adecuadamente las

opciones independientemente del número de variables del problema (Broadle & Glassemann, 1977).

La ventaja de la simulación de acuerdo con los autores Weston & Brigham (1994), es que muestra el rango de posibles resultados junto con sus probabilidades respectivas, en lugar de mostrar solo una estimación puntual del valor actual neto, las limitaciones de los métodos empleados para el análisis muestran de forma exacta el cambio de los rendimientos como respuesta a la modificación de una variable si todas las demás se mantienen constantes. En general, un proyecto de inversión inteligente requiere de dos aspectos: buena evaluación y bien estructurado.

Conocidos los aportes de algunos modelos de evaluación proyectos, se hace necesario plasmar la estructura del estudio de factibilidad, que se menciona en el siguiente epígrafe.

#### **2.4.1 Estructura del Estudio de factibilidad**

La estructura de factibilidad fue elaborada por el Fondo Nacional de Estudios y Proyecto (1982), siendo el resultado del análisis del proceso que siguen diversos organismos con respecto a las diversas etapas del proyecto de inversión, con el fin de búsqueda de una mejor comunicación entre los integrantes de los equipos profesionales multidisciplinarios que participan en las distintas fases del ciclo de vida de los proyectos.

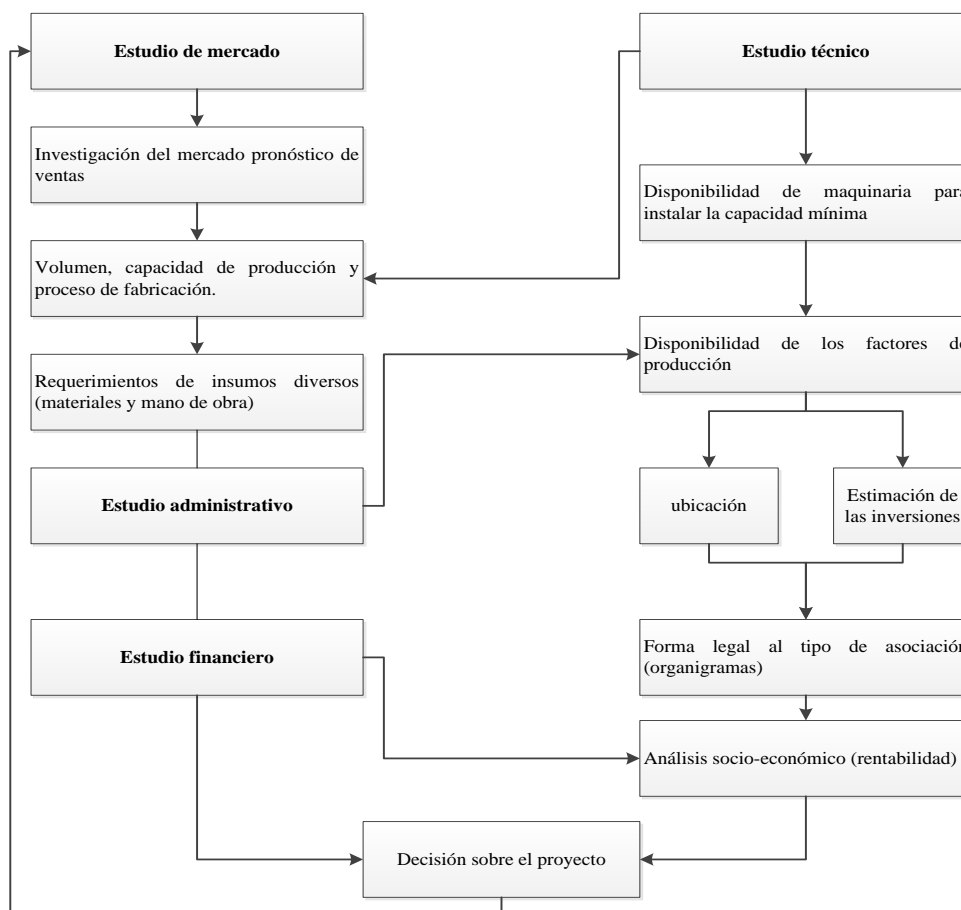
El modelo costo- beneficio propuesto para la realización de estudios de factibilidad es uno de ellos. Al respecto, según Morales (2009), es una combinación de elementos técnicos y económicos donde aparecen como aspectos fundamentales la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar y realizar la inversión. Se fundamenta en métodos como el punto de equilibrio o umbral de rentabilidad.

Asimismo, se debe establecer un lineamiento o una metodología para realizar el desarrollo del proyecto, estableciéndose una secuencia en el estudio de factibilidad del proyecto de inversión. Los componentes de un estudio de factibilidad, permiten a las organizaciones lograr sus objetivos, esta secuencia facilita cumplir sus metas con los recursos de manera óptima:

- a) Estudio de mercado;
- b) Estudio técnico;
- c) Estudio administrativo y,
- d) Estudio financiero.

A continuación, se explica de manera gráfica la secuencia del proceso del estudio de factibilidad:

Gráfico 2.1. Secuencia del estudio de factibilidad de Proyectos de inversión en ingeniería



**Fuente:** adaptado a partir de Erossa (2004)

Al conocer la secuencia metodológica que se debe cumplir para realizar un estudio de factibilidad, se procede a explicar cada uno de los elementos antes mencionados bajo el criterio de Erossa (2004):

### **a) Estudio de mercado**

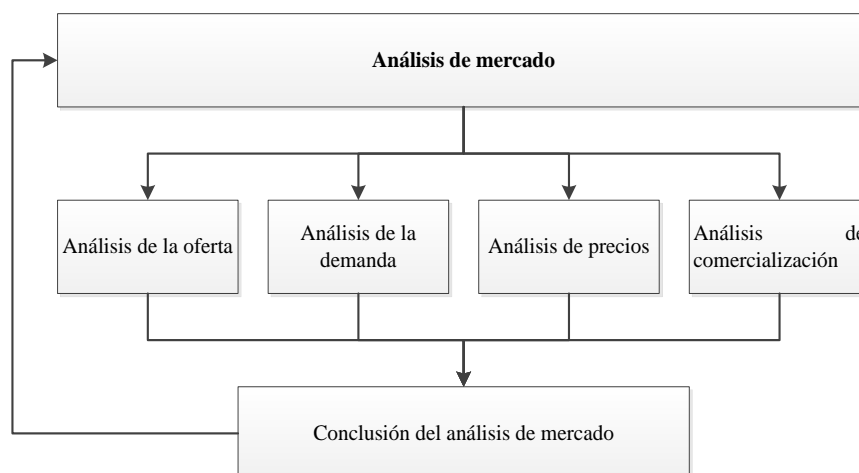
El objetivo básico del estudio de mercado es estimar la cantidad de un bien y/o servicio que podría adquirir el mercado al cual se desea proveer de acuerdo con el negocio de emprendimiento.

Dentro de las variables que se analizan y se evalúan mediante este estudio, se encuentran:

- 1.** Conocer las características de los productos y servicio que demanda el mercado.
- 2.** Identificar el mercado meta.
- 3.** Cuantificar la cantidad producto y/o servicio que se generan.
- 4.** Establecer el precio del producto y/o servicio.
- 5.** Diseñar canales de distribución del producto y/o servicio.
- 6.** Conocer las características de los competidores y su oferta dentro del mercado.

A partir de las características mencionadas, el estudio de mercado establece un esquema que engloba los lineamientos para realizar un estudio de factibilidad.

Gráfico 2.2. Estructura del análisis de mercado para evaluación de proyectos



**Fuente:** adaptado a partir de Baca (2010)

A su vez en el Esquema 2.2, se presentan los análisis necesarios en el estudio de mercado, en este sentido se pueden mencionar:

- **Análisis de la demanda:** identifica cuantitativamente el número de unidades que están dispuestos a comprar en el mercado los consumidores o usuarios de un determinado bien o servicio, considerándose un monto de dinero a partir de un análisis históricos y de proyecciones realizadas que requiera la tipología del producto o servicio objeto de su idea;
- **Análisis de la oferta:** incluye la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Baca, 2010), y poder determinar la demanda potencial del servicio;

- Análisis de precio: necesario en el mercado porque sirve de referencia del bien o servicio. Según Huerta (2000), el precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender sus productos o servicios, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. Además, refleja el valor del producto por el tiempo necesario que se ha empleado en su elaboración;
  
- Análisis de comercialización: implica un plan de marketing, pues esta actividad permite hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. Por esto, es importante el análisis de canales de distribución, forma de comercialización, y área de influencia dentro del plan de *marketing*.

A su vez, se detalla en la investigación de mercado los planteamientos estratégicos que suministrarán los insumos necesarios de esta propuesta; como también el plan estratégico desarrollado en tres etapas fundamentales, estas son:

- a) Análisis de la situación, tanto al nivel interno de la empresa como externo.
- b) Establecimiento de los objetivos, que enfoquen el mercado meta al cual se destina el producto.
- c) La formulación de las estrategias específicas para lograr los objetivos.

De acuerdo a Kotler (2001), dentro del plan se considera el *marketing mix*, pues esto produce una reacción en el mercado que permite alcanzar, mantener o disminuir la participación de mercado de los productos de mercado. Los elementos del marketing mix, apelan a diversos principios, técnicas y metodologías para incrementar la

satisfacción del cliente a partir de la gestión de las Cuatro P, para ello debe mantener coherencia entre sus elementos, los cuales se resumen a continuación:

- **Producto:** es un bien o servicio, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios, que se comercializa en un mercado.
- **Precio:** es el monto en dinero que el consumidor o usuario está dispuesto a pagar por el bien o servicio.
- **Plaza:** estructura interna y externa que permite establecer el vínculo físico entre la empresa y sus mercados para permitir la compra de su bien o servicio.
- **Promoción:** son todas las actividades que realiza la empresa con el fin de dar a conocer los bienes o servicios y ventajas competitivas de los mismos, para de esta manera, inducir a la compra entre los consumidores o usuarios.

A partir de las definiciones anteriores, se precisa esclarecer que implica el *marketing mix* para la empresa. Seguidamente, se define el segundo elemento que forma parte del estudio de factibilidad.

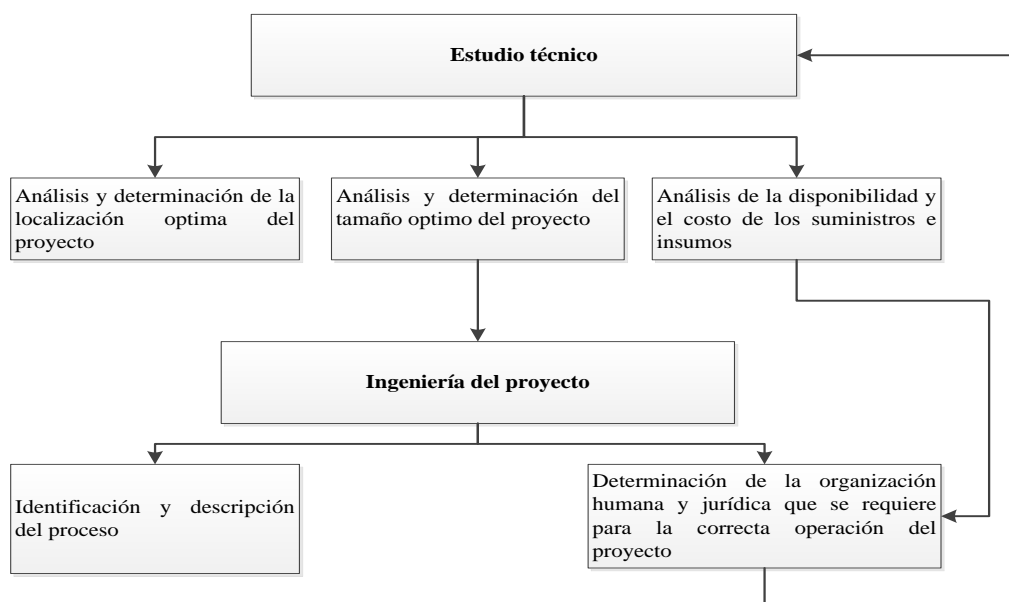
#### **b) Estudio técnico del proyecto**

En esta etapa del proceso de estudio, se proporcionan los elementos para evaluar si es factible generar el producto o prestar el servicio. Este estudio describe el **saber hacer** de los procesos productivos, así como las instalaciones, maquinaria, equipo y

herramientas para que sea posible evaluar su impacto en el monto de la inversión, las partes que integran un estudio técnico, son:

- a) Localización de las instalaciones.
- b) Tamaño de instalaciones.
- c) Tecnología básica.
- d) Descripción de los procesos productivos.
- e) Capacidad productiva.

Gráfico 2.3. Estructura del análisis técnico para evaluación de proyectos



**Fuente:** tomado de Baca, (2010)

En la gráfica 2.3, se resume el análisis y determinación de la localización del proyecto siendo el primer paso, ya que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, pues se debe equilibrar los costos en: transporte, materia prima, distribución, para lo cual es necesario conocer el lugar del funcionamiento de la empresa o negocio.

El principal objetivo dentro de la localización es identificar el lugar adecuado para el establecimiento, la infraestructura de la empresa dependiendo de los elementos que se consideren relevantes, es preciso conocer las características del lugar, así como los servicios básicos y el grado de dificultad para acceder al lugar. Posteriormente, se determina el tamaño del proyecto de acuerdo a su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por un año, el tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o prestaciones de servicios, en relación con el tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

Conocido el tamaño de la empresa, se debe tener en cuenta la capacidad de producción, determinando el máximo de unidades que se pueden obtener de las instalaciones productivas en un determinado tiempo, entre las capacidades que se deben tener en cuenta se mencionan:

- a) **Capacidad efectiva:** es la unidad de medida por la cual existe ineficiencia en el proceso productivo esto se debe a: fallas técnicas, cuellos de botella e insuficiente capacitación.
- b) **Nivel de utilización:** es el porcentaje de uso efectivo de la capacidad instalada.
- c) **Capacidad ociosa:** es la capacidad no utilizada en el proceso productivo de un bien o servicio, el análisis del tamaño del proyecto tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en la evolución del proyecto.

Después de establecer las capacidades de producción, se realiza una ingeniería de proyecto. Al respecto, Fernández (1999) expone que, la ingeniería del proyecto abarca todas aquellas investigaciones técnicas que se refieren a la selección y determinación del proceso, de equipos y maquinarias, mano de obra y distribución de planta. Al conocer estos componentes del estudio técnico, se hace necesario estipular el estudio administrativo, en el cual se establece:

- a) Personal necesario para el normal funcionamiento de la empresa;
- b) Descripción de puesto de trabajo;
- c) Jerarquía de la empresa.

### **c) Estudio administrativo y organizacional del proyecto**

El estudio organizacional permite determinar el tipo de organización que va a ser, y los perfiles que se requieran de cada uno de los colaboradores, dependiendo del tipo de estructura organizacional y funcional que sea. En este sentido, Mokate (2007), plantea que el estudio administrativo busca determinar la capacidad operativa y ejecutora de las entidades responsables del proyecto, con el fin de detectar sus puntos débiles y diseñar las medidas correctivas necesarias para facilitar una eficaz gestión del proyecto.

La estructura organizacional se refiere a las relaciones designadas entre los recursos del sistema administrativo. Su propósito es facilitar la utilización de cada recurso individual y colectivo, a medida que el sistema administrativo intenta alcanzar los objetivos, el cual es representado por un organigrama.

Dentro del sistema administrativo es necesario la organización, pues está considerada como un proceso que ordena y distribuye el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, para que estos puedan alcanzar los objetivos de la organización con eficiencia, eficacia y efectividad.

Al establecer, el sistema administrativo la organización según el autor Fernández (1999), es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivo.

A partir de la definición anterior, se precisa esclarecer los factores que implican la estructuración organizacional de la empresa, entre los que se mencionan:

- **Especialización del trabajo:** es la asignación de varias porciones de una tarea particular a un número determinado de miembros de la organización. Diversas personas realizan diferentes partes de un trabajo, en lugar de que una sola persona realice todo el trabajo.
  
- **Cadena de mando:** es la línea continua de autoridad que se extiende de los niveles organizacionales más altos a los más bajos y define quién informa a quién. No es posible analizar la cadena de mando sin examinar otros tres conceptos: autoridad, responsabilidad y unidad de mando.

- **Descripción del cargo:** las actividades laborales de un individuo en una empresa se resumen en una declaración formal denominada descripción del cargo: una lista de actividades específicas que deben ejecutarse por quien quiera que ejerza el cargo.

Al describir adecuadamente las funciones del personal en la empresa, los empleados saben en qué consiste el trabajo y se debe establecer niveles de desempeño que deben alcanzar. Estos niveles actúan como una guía para que los empleados puedan contribuir a que la organización alcance sus objetivos.

La empresa no solo debe establecer el marco administrativo sino también el marco legal. Éste debe estar acorde con la ley, y busca determinar la viabilidad del proyecto de acuerdo con las leyes y regulaciones referentes a:

- a) Localización.
- b) Utilización de productos.
- c) Patentes.

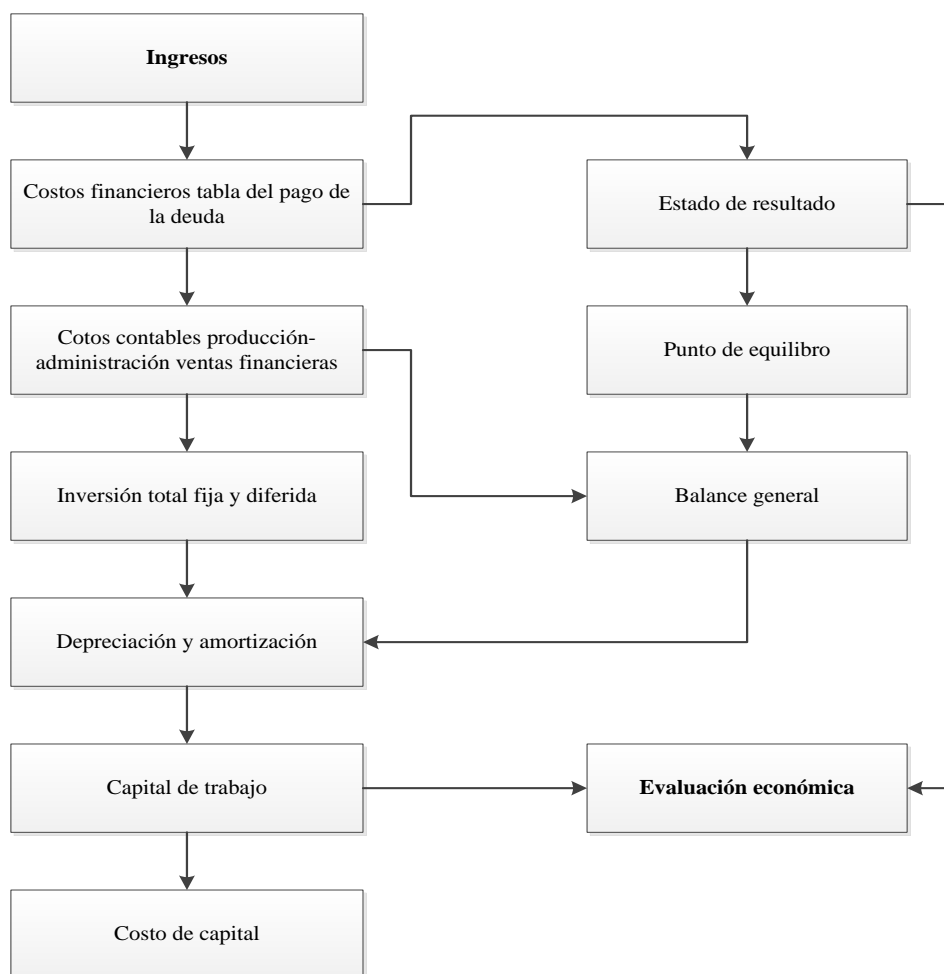
Asociado a los aspectos legales de la Constitución y del Ministerio de Turismo en el caso de esta investigación, es importante considerar: la legislación laboral, obligaciones laborales, sistemas de contratación y prestaciones sociales, entre otras que sustenten todo tipo de legalidad en la apertura de un negocio. Es decir, toda organización posee una plataforma jurídica que regula los derechos y deberes de todos los empleados de la instalación. De igual manera, el contexto jurídico e institucional parte desde la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, y los

acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresa de forma prohibitiva o permisiva.

#### **d) Estudio financiero para la evaluación de un proyecto**

El estudio económico financiero implica la recopilación de la información brindada en fases anteriores; la importancia de este estudio radica en que se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización de un proyecto y su objetivo fundamental es la optimización de esos recursos con alto grado de eficiencia, eficacia y efectividad en el logro de los resultados. A su vez, este monto se presenta bajo la denominación de presupuesto y se presenta en el período de instalación, clasificándose en tres grupos: fijo, diferidos y capital de trabajo, necesarias al inicio del proyecto. De acuerdo a Morales (2009), se trata pues de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa para la transformación de insumos o prestación de servicios y la determinación del monto del capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del período de instalación. Esto permite, potenciar los resultados con respecto al comportamiento del mercado y del producto, a la técnica empleada y a la organización, pues todos proveen información pertinente para la determinación de las inversiones del proyecto. Todo lo anterior, se sustenta en determinadores indicadores como bien muestra el gráfico siguiente

Gráfico 2.4. Estructura del estudio económico para evaluación de proyectos



**Fuente:** adaptado a partir de Mekari (2013)

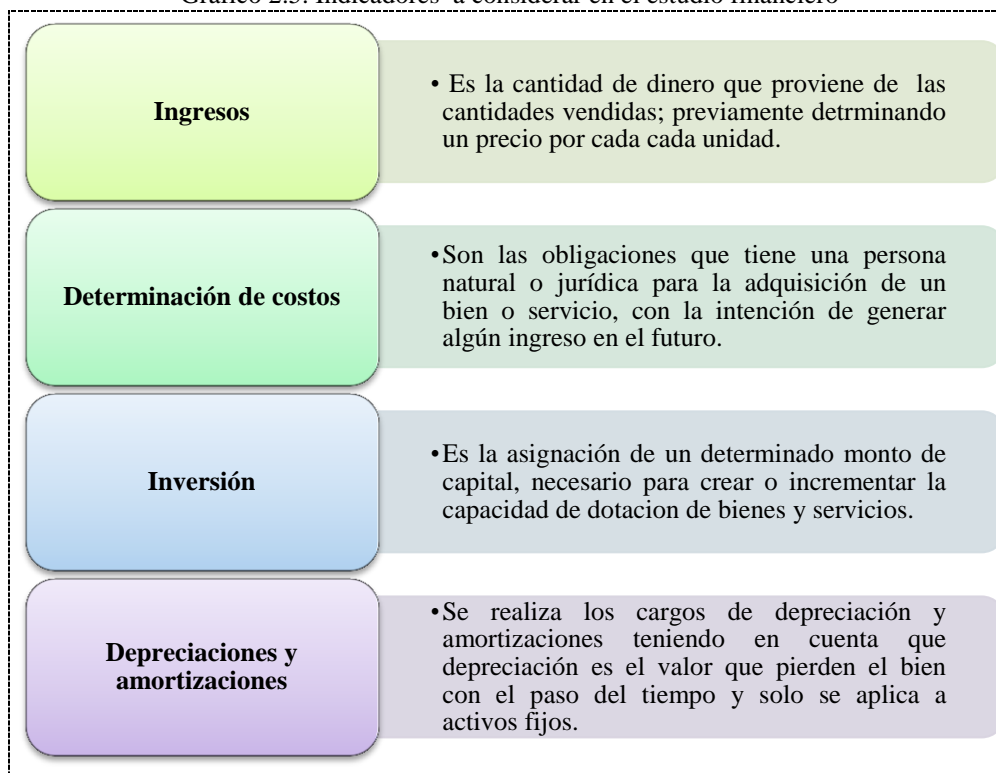
En la gráfica anterior, se resumen algunos costos requeridos en la operación perteneciente al estudio de factibilidad, como también los aspectos a considerar al momento de realizar el estudio económico financiero, entre los que se encuentran:

## 1. Indicadores financieros

Según Chiavenato (2004), un indicador financiero es una relación de las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formarse una idea acerca del comportamiento de la empresa, es decir,

los indicadores financieros se utilizan. Para evaluar la calidad de las utilidades generadas en el proyecto de inversión.

Gráfico 2.5. Indicadores a considerar en el estudio financiero

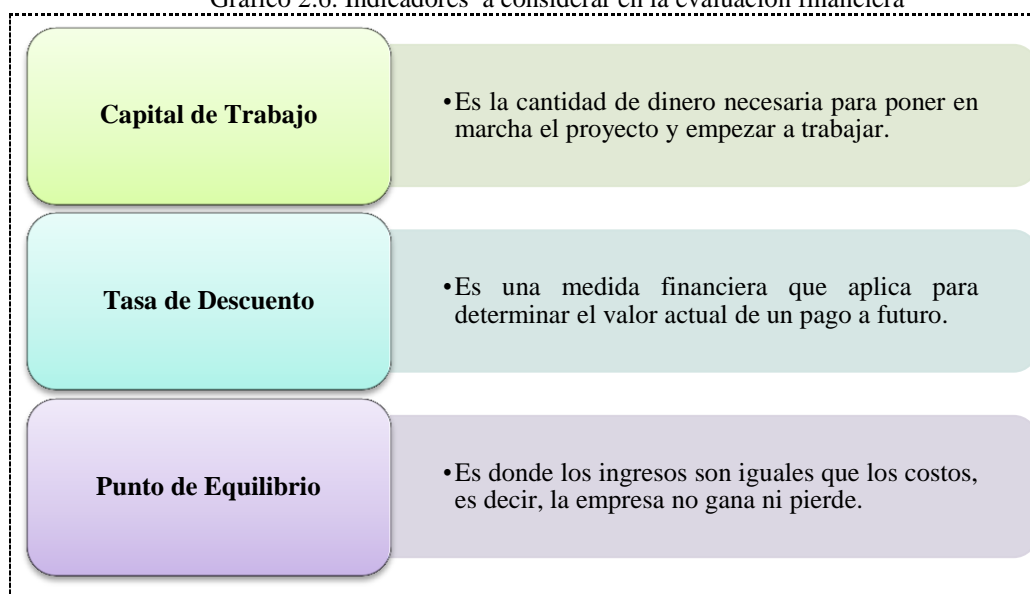


Fuente: elaboración propia a partir de la literatura consultada.

Entre los indicadores económicos y financieros se encuentran: volumen de producción, ingresos por ventas, costos de inversión y costos de materias primas y materiales, los cuales requieren ser examinados con una mayor precisión, ya que sus valores están sujetos a mayores variaciones (Ramírez et al., 2009).

En tal sentido, en la evaluación de proyectos los indicadores que se consideran en la evaluación financiera permiten determinar los beneficios directos de un proyecto que están determinados por una mayor eficiencia de la inversión, tales como:

Gráfico 2.6. Indicadores a considerar en la evaluación financiera



**Fuente:** elaboración propia a partir de Evaluación de proyectos de inversión (De la Torre & Zamarrón, 2002).

Para el análisis de los indicadores en el estudio de factibilidad se debe tener en cuenta los estados financieros y determinar cada uno de los aspectos considerados en el estudio financiero, entre los principales estados se menciona: Estado de Resultado, Balance General y un Estado de Flujos de Efectivo.

**a) Estado de Resultado:** según Mekari (2013) se debe considerar dos puntos de vista:

- Desde la empresa, el Estado de Resultado es el instrumento que la administración de la empresa emplea para reportar las operaciones efectuadas durante el período contable;

- Desde el punto de vista del inversionista, el Estado de Resultados es visto como un instrumento que lo provee de un “índice de eficiencia”, y que en dependencia de su resultado al final del ejercicio contable, se asocia con la eficiencia o no.
- b) Balance General:** presenta la situación financiera de una entidad según se refleja en los registros contables. Contiene una lista de los recursos con los que cuenta (activos), las obligaciones que ha de cumplir (pasivos), y la situación que guardan los derechos de los accionistas (capital). Es un fotografía que muestra la posición financiera de la empresa en un momento determinado, es decir lo que tiene (Activo), lo que debe (Pasivo), y lo que posee (Patrimonio).
- c) Estado de Flujos de Efectivo:** se prepara analizando todo el movimiento concerniente a las entradas y salidas de efectivos específicos. Es un documento que presenta el impacto que tienen las actividades operativas, de inversión y de financiamiento de una empresa sobre sus flujos de efectivo a lo largo de un período contable o fiscal.

El flujo de caja es la diferencia entre ingresos y egresos, lo cual representa disponibilidad neta de dinero. O sea, es efectivo para cubrir gastos en los que incurre la empresa, lo que permite tener un margen de seguridad para operar durante el horizonte del proyecto, siempre y cuando dicho flujo sea positivo.

Al conocer que cada indicador financiero es una perspectiva de la empresa, es necesario analizar cada uno de ellos para medir la factibilidad del proyecto.

## **2.5 Análisis e indicadores para medir la factibilidad y el emprendimiento del proyecto de inversión**

El análisis de los proyectos constituye una disciplina matemática –financiera, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas que se puede tener al pretender realizar una inversión, cuyo objetivo es obtener resultados que apoyen en la toma de decisiones referente a actividades de inversión. A través del análisis de los Estados Financieros proyectados, los gerentes pueden decir si estarán disponibles los fondos necesarios para hacer compras, si la empresa está en capacidad de realizar pagos de préstamo a tiempo, si es necesario la financiación externa, y qué retornos sobre la inversión esperan los accionistas. Es por ello que para apoyar la toma de decisiones es necesaria una evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto. Con este análisis se puede conocer los costos de inversión, y mediante la relación costo/ beneficio, determinar qué tan rentable es el proyecto.

Según lo anterior, se puede decir que un proyecto factible es el que objetivamente es viable, sostenible y sustentable. Al respecto, Sapag (2001), indica que el estudio de rentabilidad de una inversión, busca determinar con la mayor precisión posible, la cuantía de las inversiones, costos y beneficios de un proyecto, para posteriormente compararlos y determinar la conveniencia de emprenderlo.

En tal sentido, un proyecto de emprendimiento debe ser factible y que económicamente es posible. Para ello, es importante medir diversos indicadores financieros para la evaluación de un proyecto que son:

- d) **Capital de Trabajo:** es la diferencia entre lo que la empresa tiene disponible para el pago de las deudas corrientes y el monto de las inversiones (Sapag, 2001).
  
- e) **Razón de Liquidez:** permite saber si los Activos Circulantes de la empresa pueden servir para cumplir con las obligaciones de Pasivo Circulante según Sapag (2001), hace referencia sí la empresa tiene la capacidad de pagar todos los pagos a corto plazo.
  
- f) **Razón Costo /Beneficio:** demuestra la rentabilidad del proyecto en forma relativa, y debe ser mayor a uno, para que se acepte el proyecto (Morales, 2009).
  
- g) **Período de Recuperación del Capital:** mide el número de años que tiene que transcurrir desde la puesta en marcha del proyecto de inversión para recuperar el capital invertido (Morales, 2009).

Los proyectos de inversión pueden evaluarse con base al tiempo en que se recupera la inversión y su rentabilidad, para lo cual Morales (2009) propone aspectos de medición, como son: indicadores que consideran o no el valor del dinero en el tiempo.

En este proyecto se toma en cuenta los indicadores que sí consideran el valor en el tiempo, dentro de los métodos de cálculo elegidos para evaluar la rentabilidad económica del proyecto de inversión se consideran los siguientes:

- a) **Valor Actual Neto (VAN):** es la diferencia del valor actual de los ingresos esperados de una inversión y el valor actual de los egresos que la misma

ocasion. Es la rentabilidad mínima pretendida por el inversionista, por debajo del cual estará dispuesto efectuar su inversión (Hernández, 2001).

Con la perspectiva del proyecto de inversión, es importante evaluar el rendimiento de una inversión y considerar por ende la proyección del flujo de caja para calcular el VAN de acuerdo a una tasa de descuento anual. Rosemberg (2010) hace referencia al concepto del VAN desde el punto de vista de la rentabilidad del proyecto, pues menciona que es el valor de inversión en el momento cero, descontados todos sus ingresos y egresos a una determinada tasa, que refleja las expectativas de retorno depositadas en el proyecto.

**b) Tasa Interna de Retorno (TIR):** es la tasa que iguala a la suma de los ingresos actualizados, con la suma de los egresos actualizados. Para aplicar la TIR, se parte del supuesto que el VAN del proyecto sea igual a cero.

Tabla 2.2. Criterios de aceptación o rechazo de un proyecto

Proyecto Aceptado	Proyecto Postergado	Proyecto Rechazado
$VAN > 0$ $TIR > \text{Tasa Actual Inferior}$ $B/C > 1$	$VAN = 0$ $TIR = \text{Tasa Actual Inferior}$ $B/C = 1$	$VAN < 0$ $TIR < \text{Tasa Actual Inferior}$ $B/C < 1$
1. Los beneficios proyectados son superiores a sus costos. 2. La tasa interna de rendimiento es superior a la tasa bancaria o tasa corriente. 3. Los beneficios generados por los proyectos son mayores a los costos incurridos de implementación.	Los costos y beneficios de los proyectos están en equilibrio, por lo tanto, se recomienda corregir algunas variables como mercado, tecnología, funcionamiento e inversión.	Los beneficios de los proyectos son inferiores a sus costos y la tasa interna de rendimiento es inferior la tasa bancaria, siendo rechazado definitivamente el proyecto.

Fuente: tomado de Merkari (2013)

Posteriormente, se realiza el análisis de sensibilidad en el que se muestra la cantidad en que se modifica el rendimiento, como respuesta a determinado cambio de variables si todas las demás se mantienen constantes. Según Morales (2009), el VAN o la TIR son indicadores que miden el rendimiento y estos pueden ser modificados por los cambios en las variables que intervienen en los indicadores.

El marco teórico correspondiente al estudio de factibilidad, da un amplio conocimiento de la conceptualización del proyecto y por ende a continuación se trabaja en los elementos metodológicos que aportan rigor al estudio.

## **2.6 Definición de términos**

**Factibilidad.-** Es la disponibilidad de recursos necesarios para satisfacer las necesidades humanas al emprendimiento de un bien o servicio.

**Mercado.-** Es donde concurren la oferta y demanda de un producto o servicio, también se establece los gustos y preferencias del cliente

**Modelo de evaluación.-** Es un esquema que permite conocer los indicadores para el análisis de factibilidad.

**Proyecto.-** Según Baca “La búsqueda a una necesidad inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas una necesidad humana”. El estudio nace de la ausencia o carencia de la satisfacción humana.

# **CAPÍTULO III**

## **METODOLOGÍA APLICADA AL ESTUDIO DE**

### **INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Modalidad de la investigación**

Para poder realizar el proyecto de la creación de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”, es necesario crear un proceso que permita el cumplimiento de los objetivos planteados, para lo cual se determinan los tipos, fuentes e instrumentos usados en la recolección, organización, análisis y descripción de la información, estableciendo la población y muestra del mercado objeto de estudio en este capítulo.

Los tipos de investigación que se aplican están basados en criterios de autores que describen la modalidad de la investigación y permiten determinar estudios científicos de acuerdo a las características y objetivos propuestos en la investigación.

##### **3.1.1 Investigación de Campo y tipos de investigación**

La investigación de campo se enmarca en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Salcedo, sector oriente Km 2½ vía Salcedo- Tena, y su objetivo es obtener datos e información para desarrollar el estudio de factibilidad en la creación de una Hostería, mediante un análisis de encuestas aplicadas a la investigación.

La investigación se sustenta a partir de la revisión de diversas fuentes de información entre las que se encuentran: bibliográficas, artículos técnicos y científicos, entre

otras. En esta modalidad de investigación predomina el análisis, interpretación, descripción numérica de datos, las opciones, conclusiones y recomendaciones del proyecto que se propone para el objeto de estudio. Para ello, se emplea la investigación descriptiva o deductiva.

Este tipo de investigación, se emplea para describir el objeto de estudio del proyecto, e identificar la oferta, la demanda de los servicios de hospedaje y alimentación, lo cual facilita el corroborar la oportunidad del proyecto. A su vez, se tiene la finalidad de poner en evidencia aspectos característicos del grupo de estudio, que sirven para realizar comparaciones, sin pretender sacar conclusiones de tipo general.

La investigación se fundamenta en la propia fuente de información primaria, basada en los diferentes métodos de observación directa que se utiliza en la investigación científica o de campo, considerando a este tipo de fuente como material fundamental asociado al fenómeno objeto de estudio. La información primaria obtenida se relaciona, con:

**Sector.-** Turistas nacionales y extranjeros

**Encuesta.-** Escrita

**Mercado.-** Turistas que visitan el Parque Nacional Llanganates.

De la misma manera, se emplea la información secundaria, la cual proporciona información relevante concerniente a los reportes de información primaria. Algunas de estas informaciones se obtienen de la página web del Ministerio del Ambiente. Estos datos sirven para calcular la muestra en diferentes sectores de la actividad económica de la población.

Posteriormente, se aplican los instrumentos para el procesamiento de la información y la transformación de datos en información oportuna.

### **3.2 Instrumentos para obtener información**

Para poder recopilar información se aplica la encuesta pues proporciona información valiosa y datos de interés, con ello se obtienen criterios de los implicados en el estudio y que forman parte de una población. Este instrumento, permite analizar la información para la toma de decisiones del proyecto que se genera.

La encuesta es la herramienta que se utiliza para recolectar la información y determinar la demanda turística para la creación de la hostería, se recurre al cuestionario como instrumento; para el diseño de las preguntas y, se toma en cuenta la factibilidad para la creación de la hostería.

### **3.3 Población y muestra**

La población se define como la totalidad de fenómeno a estudiar o como el universo en el cual las unidades de población poseen una característica común de estudio y da origen a datos pertenecientes a la investigación. Según Martínez (2005), es un conjunto de medidas o el recuento de todos los elementos que presentan una característica común. El término población se usa para denotar el conjunto de elementos del cual se extrae la muestra. Por ende, es necesario identificar el universo de estudio para determinar el perfil de los turistas nacionales y extranjeros que viajan dentro del país. Esto facilita, identificar a los potenciales clientes de la hostería y

conocer algunas características que determinan requerimientos para satisfacer sus necesidades.

A continuación, se presentan los turistas extranjeros que visitaron el Parque Nacional Llanganates en el primer semestre (Enero- Junio) del 2014.

Tabla 3.1. Turistas extranjeros que visitaron el Parque Nacional Llanganates (Enero- Junio) 2014.

Área natural protegida	Turistas Extranjeros	Turistas Nacionales	Total de turistas
Parque Nacional Llanganates	2404	7288	9692

**Fuente:** tomado de la página web: (Ministerio de Medio Ambiente, 2014)

En la tabla anterior, se presenta los datos de las personas que consolidan la población objeto de estudio y que realizaron su viaje en el período de referencia de la medición, con esta información se conocen los turistas nacionales y extranjeros que forman parte del universo de la investigación.

Después de establecer el universo de estudio, se define la muestra que según Sampieri (1998), es una parte del universo, la cual debe tener las mismas características en su totalidad ya que es representativa de este y por tanto se considera homogénea. Esto se hace, cuando no es conveniente considerar a todos los elementos que lo componen.

La aplicación de las encuestas se realiza a través del muestreo estratificado al azar, con estos resultados se deduce el perfil del turista que visita la zona. Para el cálculo del tamaño de la muestra finita se utiliza la fórmula:

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

**Nomenclatura:**

n = tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

p= Probabilidad que ocurra hecho del 50%

q= Probabilidad de no ocurrencia del 50%

|e= Margen de error, que es del 5%

K= Nivel de confiabilidad, que es de 95%, utilizando la constante (1.96).

Mediante la aplicación de la fórmula, la muestra es la siguiente:

Muestra de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Parque Nacional

Llanganates:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 9692}{0,05^2(9692 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{9308,19}{25,1879}$$

$$\mathbf{n = 369 \text{ muestras}}$$

Después de determinar la población y la muestra, se continúa con el procesamiento de información que se utiliza en el proyecto.

### 3.5. Plan de procesamiento de información

Después de la aplicación de las encuestas dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros, se procede a tabular e interpretar los datos según Sampieri (1998) se emplean métodos que recomienda la investigación apoyada en la estadística.

En la siguiente tabla, se explica el procedimiento que se ejecuta con los datos obtenidos en las encuestas dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Llanganates.

Tabla 3.2. Plan de procesamiento de información

<b>Métodos</b>	<b>Detalle</b>
<b>Revisión crítica de la información</b>	Permite analizar toda la información y datos obtenidos para limpiarlos o depurarlos de información defectuosa y contradictoria para incluirlas en el proceso de la investigación.
<b>Clasificación de datos</b>	Proceso de clasificar en categorías la información depurada y revisada para su análisis respectivo.
<b>Análisis de datos</b>	Expresa los datos para encontrar resultados de acuerdo a los objetivos planteados.
<b>Interpretación de datos</b>	Con la información sistematizada y organizada establecer conclusiones y recomendaciones.

**Fuente:** elaboración propia a partir de la literatura consultada

En tabla anteriormente detallada, se evidencia la manera en que se realiza el proyecto con un conocimiento metodológico adecuado.

## CAPÍTULO IV

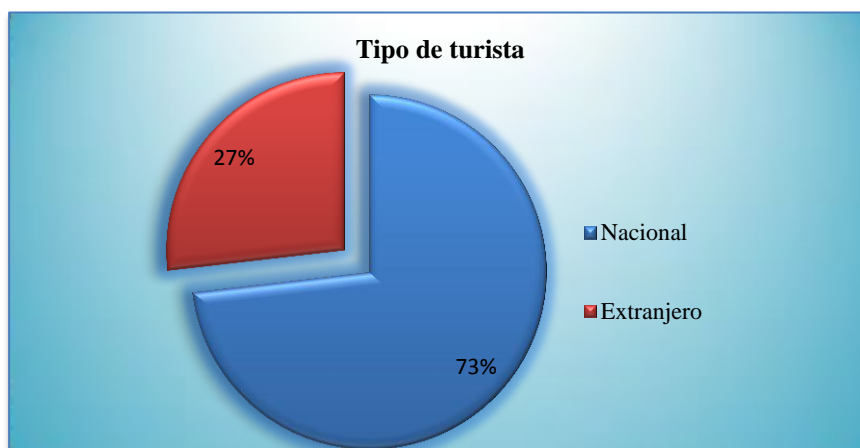
### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo, se exponen los resultados de la encuesta aplicada y al análisis de los resultados obtenidos a partir del criterio aportado por cada persona que participó en el estudio.

#### 4.1. Encuestas

##### 1. ¿Es usted un turista nacional o extranjero, mencione su procedencia?

Gráfico 4.1. Tipo de turista



Fuente: elaboración propia

#### Análisis e interpretación.

Del total de encuestados, el 73% son turistas nacionales, mientras que el 27% son extranjeros, es decir; permite conocer el grado de incidencia de los turistas en la

zona centro del país obteniendo un nicho de mercado importante para la creación de la hostería según su nacionalidad y a quién va enfocado el servicio (Anexo 1). Esto denota que existe un potencial real dentro del país que puede visitar la hostería y garantizar que funcione asiduamente.

## 2. ¿Considera usted que sería factible la creación de una hostería en el cantón Salcedo?

Gráfico 4.2. Factibilidad para la creación de la hostería



Fuente:

elaboración propia

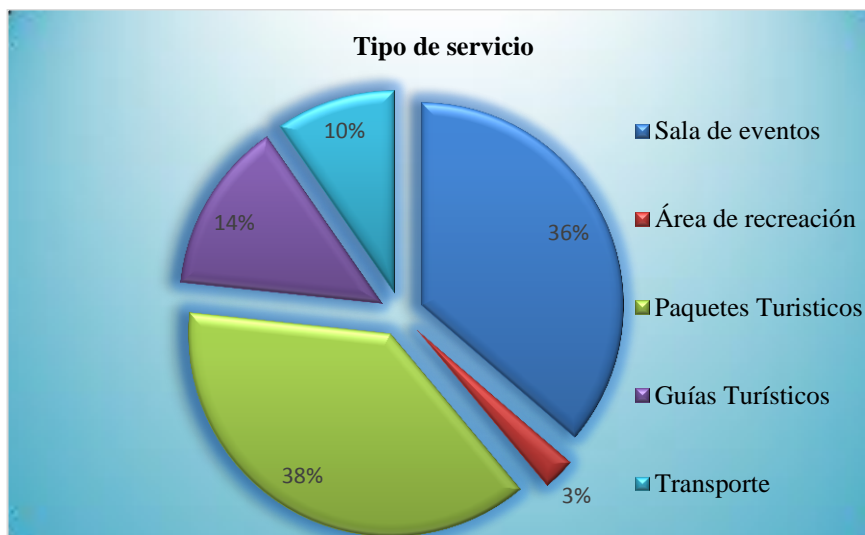
### Análisis e interpretación.

Con el 68% del total de los encuestados que representan el 100%, se aprecia una respuesta consciente por el interés, frente al 32% que no tiene aceptación por la creación de una hostería en el cantón Salcedo. Esto es favorable para el turista nacional y extranjero, con lo cual la apertura del negocio tiene probabilidad de aceptación, permitiendo que la idea de este proyecto pueda tener un reconocimiento

en el mercado regional, nacional e internacional, ya que se evidencia una necesidad para ampliar los servicios turísticos en el cantón Salcedo.

### 3. ¿Qué tipo de servicio considera debería prestar la hostería?

Gráfico 4.3. Tipo de servicios a considerar por la hostería



Fuente: elaboración propia

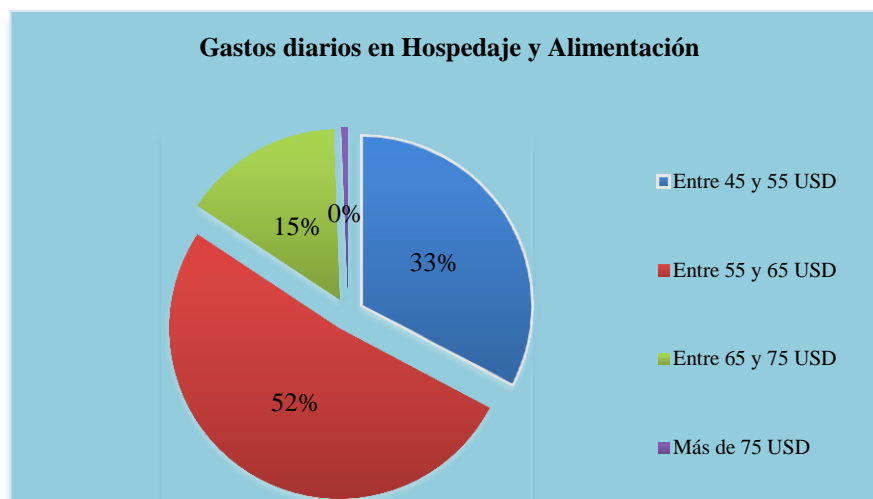
#### Análisis e interpretación.

Con los resultados obtenidos se considera que el 38% de los turistas nacionales y extranjeros tienen una inclinación por los paquetes turísticos, con una leve variación del turista extranjero que prefiere actividades en áreas de recreación a diferencia de los nacionales que muestran interés por el servicio de sala de eventos con un 36%, sin especificar si la actividad que se va a realizar es descansar o en compañía.

Con un 27%, se puede conocer el mercado para poder captar clientes, con servicios adicionales al de hospedaje y alimentación. La opción de paquete turístico es favorable para los clientes, dado que siempre se obtiene un producto con precios diferenciados.

#### 4. ¿Cuánto dinero estaría usted dispuesto a gastar diariamente en hospedaje y alimentación?

Gráfico 4.4. Gastos diarios en Hospedaje y Alimentación



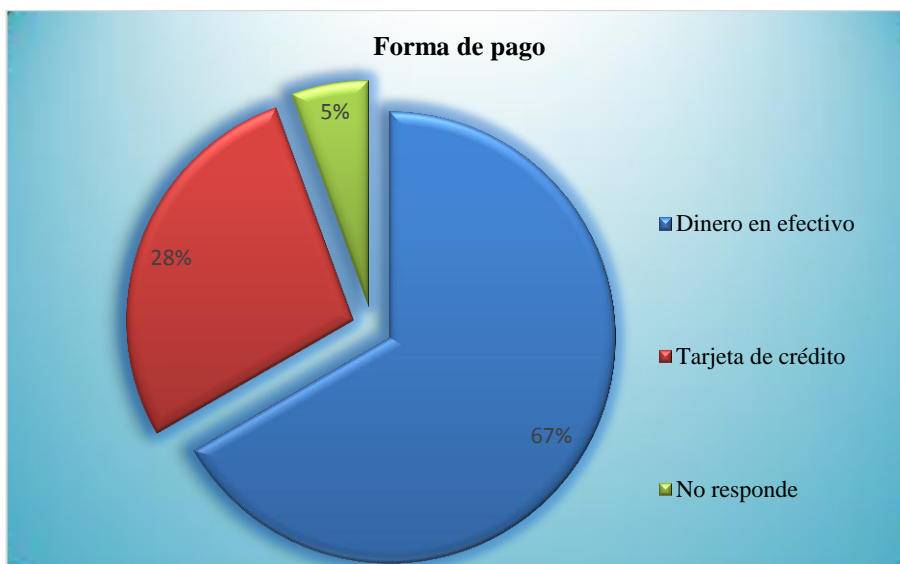
Fuente: elaboración propia

#### Análisis e interpretación.

Referente al servicio de hospedaje y alimentación el 52% de los turistas están dispuestos asumir un costo en el rango de 55 a 65 dólares la noche por este precio tiene acceso a todas las instalaciones, siendo éste el precio más asequible que estaría dispuestos a gastar de acuerdo a su poder adquisitivo. Generalmente el 48% de las personas no están en posibilidad acceder a este servicio, es decir, el precio que seleccionan los turistas se asocia a una clase social media y media- alta, nicho de mercado donde se enfoca la hostería.

## 5. ¿Qué forma de pago usted prefiere?

Gráfico 4.5. Forma de pago



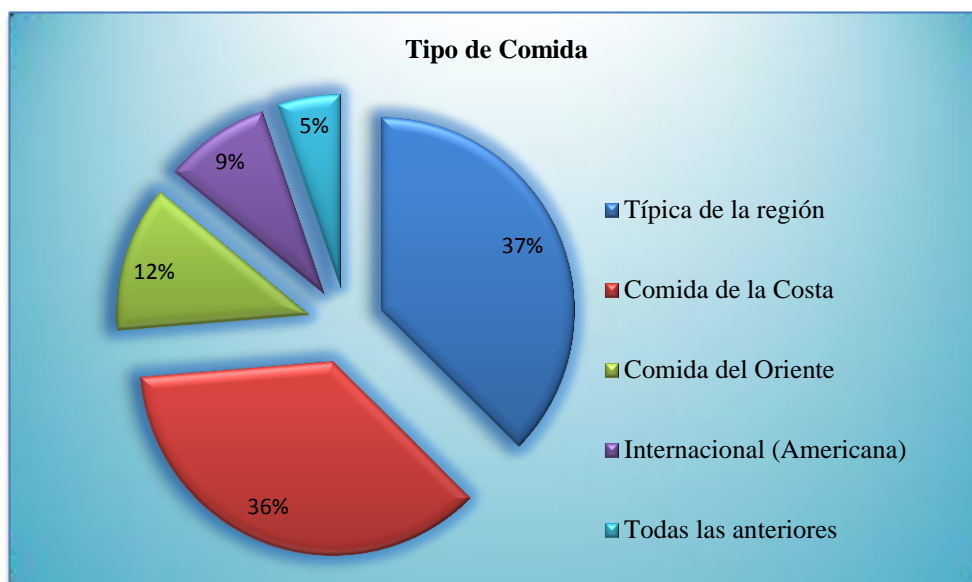
Fuente: elaboración propia

### Análisis e interpretación.

Con los datos obtenidos del 67%, se considera que la forma de pago que prefiere el turista es en efectivo o pago al *cash*, esto facilita la solvencia dando la posibilidad de cubrir los costos y gastos que incurren en la generación del servicio de hospedaje y alimentación. No obstante, a criterio de la autora de la investigación el pago por tarjeta de crédito anticipado pues el 33% de los encuestados opta por esta forma de pago, la cual beneficia mucho más a la administración de la hostería.

## 6. ¿Qué tipo de comida le gustaría que ofrezca la hostería?

Gráfico 4.6. Tipo de comida



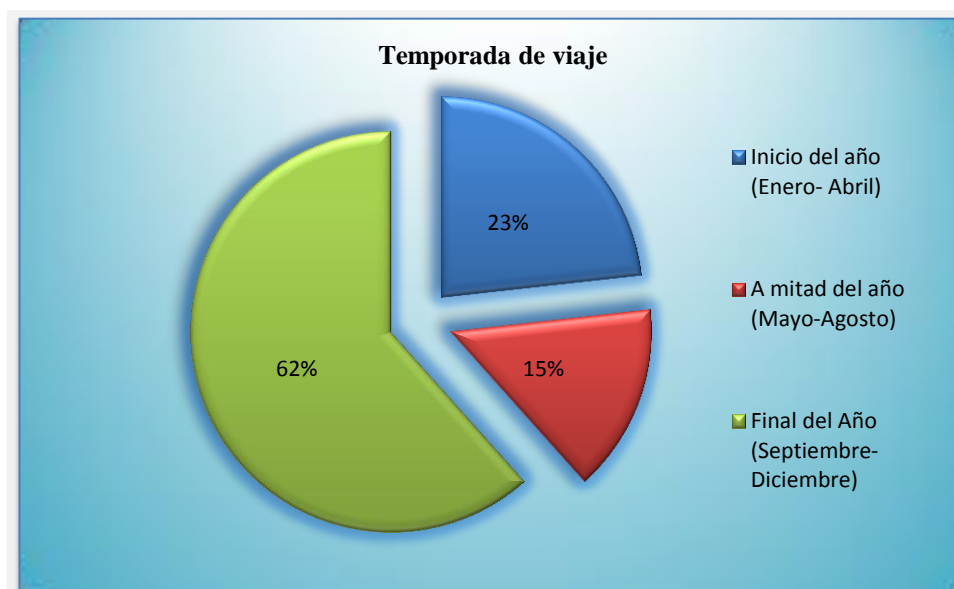
Fuente: elaboración propia

### Análisis e interpretación.

Considerando los gustos y preferencias de los clientes se establece que la comida de la región sierra con el 73% prefiere comida de la costa son de mayor aceptación, permitiendo establecer los platos pertinentes a cada región de acuerdo a los deleites gastronómicos de las personas que visiten la hostería, mientras que el 26% de los encuestados prefieren otro menú. Esto está dado por el punto de enclave donde funcionaría la hostería.

## ¿En qué temporada del año realiza sus viajes de turismo?

Gráfico 4. 7. Temporada del viaje



Fuente: elaboración propia

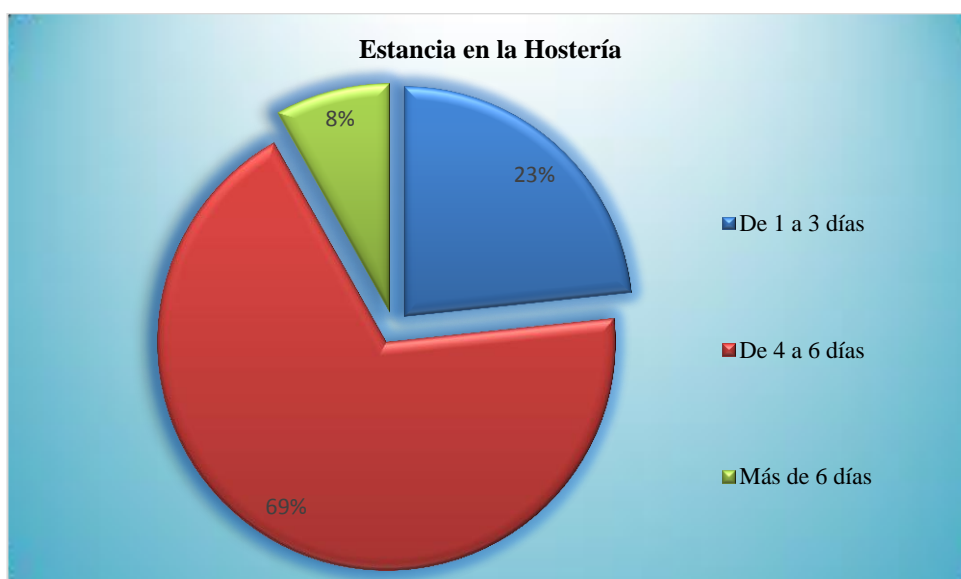
### Análisis e interpretación:

Se aprecia una perspectiva clara de qué la temporada en la cual acudirían el 62% del total de los encuestados viaja a fin de año, mientras que el 23% lo hace en los primeros meses del año denotando que son las temporadas con mayor afluencia de personas, pero es importante tener en cuenta que el 15% de los turistas viaja entre Mayo y Agosto, lo cual permite establecer la temporada con mayor concurrencia a la hostería. Con este criterio se puede establecer, que la temporada alta coincidiría con estos meses sin que necesariamente ocurra así a nivel de país, por lo tanto, la recuperación de la inversión se centraría en este tipo de temporada. No obstante, es importante lograr que su funcionamiento haga que los cliente siempre vean la necesidad de visitar la instalación sea por temporada o no,

quizás la propuesta de nuevos productos turísticos hagan una atracción adicional para incrementar el número de visitantes.

## 7. ¿Su estancia en la hostería sería de:

Gráfico 4.8. Estancia en la Hostería



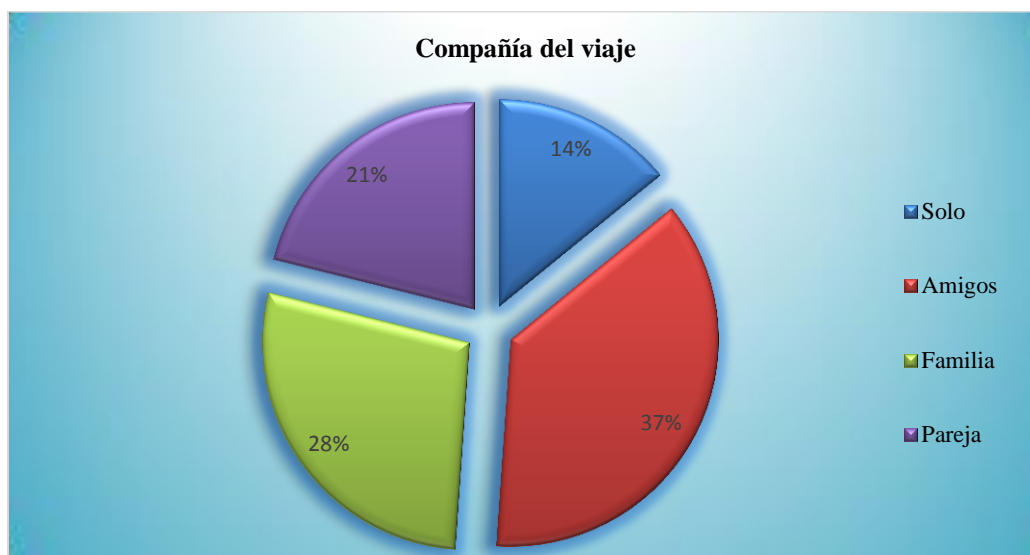
Fuente: elaboración propia

### Análisis e interpretación.

Según la respuesta del 69% de los encuestados, los días de estancia del turista pueden estar en el rango de 4 a 6 días, dado la disponibilidad de tiempo que cada turista tiene, el 23% realiza su viaje con una duración de 1 a 3 días. De la misma manera, se pudieran ofertar nuevos paquetes que incluyan más noches a precios más módicos, en aras de emplear toda la capacidad de la instalación. Una variante sería ofertar un producto relacionado a turismo académico e investigativo, destacándose la hostería como un lugar de convenciones.

## 8. ¿Generalmente viaja solo o acompañado?

Gráfico 4.9. Compañía del viaje



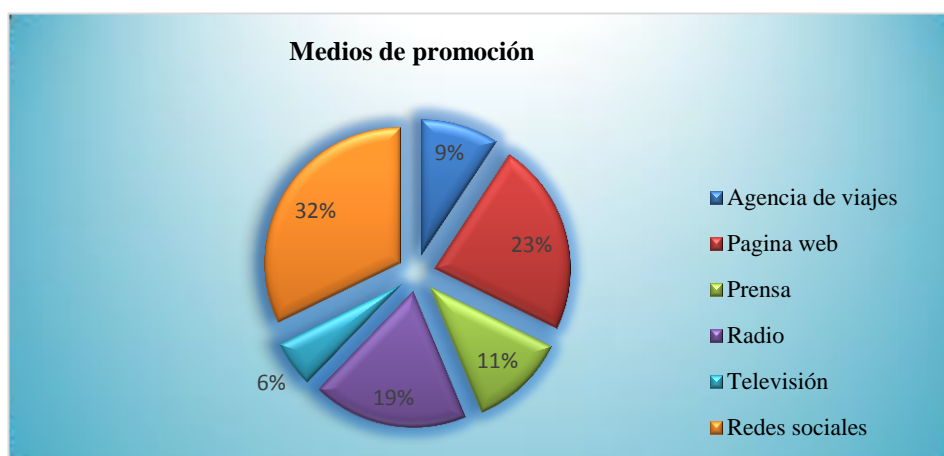
Fuente: elaboración propia

### Análisis e interpretación.

La compañía del viaje es importante, pues se observa que el 37% de los turistas viajan con amigos, mientras que el 28% viaja con la familia o personas cercanas, las personas realizan su viaje con su pareja el 21% mientras 14 % realiza su viaje solo es por este motivo que la compañía es importante para planificar su viaje. Coincidiendo con este criterio, la autora de este trabajo considera que las personas tienen la necesidad de comunicación, pues el tener tiempo para el otro y el estar junto a otras personas hace de su viaje memorias inolvidables, permitiendo establecer actividades pensadas en la diversión, recreación, e interacción.

## 9. ¿A través de qué medios le gustaría que se promocióne la hostería?

Gráfico 5.10. Medios de promoción



Fuente: elaboración propia

### Análisis e interpretación.

Los datos obtenidos demuestran que el 32% del total de los encuestados mencionan que la promoción de la hostería se reconoce más en medios tecnológicos como redes sociales y un 23% que representa la página web y no así por otros medios tradicionales es así que solo el 19% del total de los encuestados escucha los anuncios por radio y el 17% por medios como prensa y televisión, otro medio preferido con el 9% es las agencias de viajes pues estas clasifican la información conforme lo requiere el turista. Sin embargo, se puede captar al turista nacional e internacional a través de medios tradicionales dentro del país, por ejemplo: vallas, centros de información turísticas, agencias de viajes, entre otros que aparecen en el gráfico.

Una vez que se conoce las características del mercado objetivo, se procede a desarrollar la propuesta del trabajo para satisfacer los gustos y preferencias del cliente.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Antecedentes**

La creación de la “Hostería San Cristóbal”, nace de la idea de potenciar el turismo en la zona oriente del cantón Salcedo. Es una propiedad de 12 hectáreas pertenecientes al Señor Amado Jácome Salas, la misma que se encuentra localizada en el sector conocido como Anchilivi, se ubica en el camino denominado sendero de los Llanganates.

Los beneficiarios directos del proyecto son los turistas nacionales y extranjeros y la propia comunidad, al obtener un servicio de calidad y calidez en un área de esparcimiento y relajación. Asimismo, los propietarios se benefician con los resultados económicos que se obtienen del mismo, como también de manera indirecta los habitantes de la comunidad ya que se genera otra fuente de ingresos económicos dentro de la zona.

Para conocer el sector de actividad de emprendimiento es necesario definir al turismo, que según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007), es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales. Estas personas se denominan

visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes), y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

En Ecuador se habla del turismo sostenible, que son actividades turísticas siempre respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de la comunidad, que permite un intercambio positivo de experiencias entre visitantes y residentes, la relación entre el turista y la comunidad es ecuánime y equilibrada ya que los beneficios de dichas actividades son repartidas entre ellos.

Es objetivo de las instalaciones turísticas, lograr en el turista una actitud verdaderamente participativa con la comunidad en su experiencia de viaje, garantizando la sostenibilidad y sustentabilidad de los recursos que se emplean en el sector objeto de estudio.

Al crear la hostería, se pretende generar un turismo responsable concibiéndose un desarrollo acelerado para emprender en el sector, en la cual participan las organizaciones internacionales que promueven este tipo de actividad, mediante estrategias (Molina 1998), como: cuidar la tierra para el futuro de la vida, publicada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). A su vez, el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) tratado por este mismo autor, plantean que, la sustentabilidad inicia con el fin de “mejorar la calidad de vida humana, sin rebasar la capacidad de cargar de los ecosistemas que sustentan.

## 5.2. Características del sector y ubicación de la Hostería SAN CRISTOBAL

Para realizar la inversión en el sector se precisa establecer las características del lugar, permitiendo considerar las posibilidades de tener éxito en la puesta en marcha mediante factores que considera la autora del presente trabajo:

- Ubicación.
- Evaluación del potencial turístico.
- Facilidades y accesibilidad al sector.

### 5.2.1 Ubicación de la Hostería

La ubicación geográfica de la Hostería “SAN CRISTÓBAL” en el sector oriente se detalla a continuación:

Tabla 5.1. Características de la ubicación geográfica de la Hostería

Ítems	Características
Altitud	Entre los 2.683 y 4.563 m.s.n.m.
Longitud	S1°0´y 1°0´
Latitud	W78°45´ y W78° 30´
Características climáticas del sector	
Humedad relativa	70%
Precipitación	250-500mm.
Temperatura promedio	15°C

Fuente: tomado de Sierra (1999)

En el sector oriente del cantón Salcedo la formación ecológica predominante es el bosque húmedo montañoso, definido entre los 2400 y 3000 m.s.n.m., y las características climáticas típicas son una temperatura promedio de 15 ° C. La

profundidad del suelo es profunda, con una textura arenosa y una estructura columnar adecuada, asimismo, las condiciones químicas y biológicas tienen un pH de 6 a 7.1 con 1% de materia orgánica, con buena retención del agua (Sierra, 1999).

Al conocer las características geográficas y ubicación que posee la hostería dentro del sector, se precisa detallar el potencial turístico permitiendo evaluar el atractivo que posee para realizar actividades turísticas.

### **5.2.2. Evaluación del potencial turístico del cantón Salcedo y sus atractivos**

El cantón Salcedo tiene una baja oferta turística y cultural, y se debe a que a lo largo del tiempo se ha conocido como un lugar de tránsito, por ello la tendencia hacia la descentralización del turismo tradicional es una política actual, por ello es necesario establecer los atractivos turísticos del sector oriente del cantón Salcedo y reforzarlo con instalaciones que permitan que los cliente pernocten en la región.

La riqueza de recursos naturales y culturales del cantón, permiten desarrollar un destino turístico de nivel competitivo y con criterios de manejo sostenible dentro de los cuales se puede mencionar:

- a) **Las manifestaciones culturales y gastronómicas:** se encuentran los helados y el pinol (Molido de la cebada tostada con canela y dulce) y el Hornado del mercado central, los mismos que son conocidos a nivel nacional e internacional.

- b) **La elaboración de tejidos:** es otra manifestación cultural del cantón apreciada por los visitantes que visitan el cantón.
- c) **Las fiestas:** se celebran en la zona alta del cantón, la participación de las comunidades indígenas que celebran fiestas ancestrales hacen del destino turístico un atractivo especial, lo más representativo es el Inti Raymi o fiesta del sol en agradecimiento a la producción que la tierra les ofrece anualmente a sus pobladores.

A continuación, se exponen un conjunto de atractivos turísticos que representan al cantón Salcedo y que potencian las posibilidades para la creación de una hostería con el objetivo de que los visitantes puedan hospedarse y no ser turistas de tránsito únicamente. Estos tipos de localidades turísticas que se detallan más adelante, diversifican el producto turístico y puede ser objeto de diferenciación con otros cantones reconocidos por su actividad turística, como son: Baños, Patate, Pelileo y otros.

En tal sentido, el cantón Salcedo puede ser de referencia provincial y nacional si verdaderamente se realiza y mejora de manera planificada la infraestructura hotelera y extrahotelera, su riqueza natural y cultural debe ser potenciada por profesionales dedicados y preparados para prestar servicios en el sector del turismo, pues se debe aprovechar los graduados que no trabajan en la actividad, rompiéndose así esquemas relacionados a la gestión y administración empírica que existe, y que no permite ofertar un turismo de calidad con enfoque de excelencia.

Tabla 5.2. Atractivos turísticos en el sector oriente del cantón Salcedo.

Nombre del Atractivo	Descripción General
<p data-bbox="331 315 647 338">Parque Nacional Llanganates</p> 	<p data-bbox="703 315 1318 712">Proviene del vocablo quechua que significa "Montaña Hermosa", ubicada al interior del parque se halla su elevación más alta que se denomina con el mismo nombre, Cerro Hermoso. Esta zona por sus singulares características ambientales fue declarada por la convención RAMSAR como un "Humedal de Importancia Internacional"</p>
<p data-bbox="379 752 600 775">Laguna de Antejos</p> 	<p data-bbox="703 752 1318 1021">El nombre de Antejos presumiblemente se debe a una pequeña prolongación que corta en la parte central, dando la forma semejante a unos anteojos, ubicadas en el alto páramo de la Cordillera Central, formando parte del Parque Nacional Llanganates</p>
<p data-bbox="304 1077 632 1099">Nacimiento de agua Thoalin</p> 	<p data-bbox="703 1077 1318 1290">Es una fuente natural de agua que brota de la tierra dándose paso entre las rocas, a los 3200msnm, fuente de vida ya que de este manantial se abastece el 60% del consumo de agua en el cantón Salcedo.</p>
<p data-bbox="328 1357 655 1413"><b>Monasterio Santa María del Paraíso</b></p> 	<p data-bbox="703 1357 1318 1559">Antiguamente la Hacienda Bellavista, ofrece un tiempo para disfrutar de la naturaleza y la vida religiosa, en compañía de los monjes que viven ahí, conocer su experiencia de monacato y que comparten con cada uno.</p>
<p data-bbox="304 1671 568 1693"><b>Hacienda de Cumbijin</b></p> 	<p data-bbox="703 1671 1318 1883">Hacienda agrícola y ganadera ubicada a 20 minutos de Salcedo, posee abundantes fuentes de agua, dedicada a la producción de papas y cereales ubicada desde los 3100 hasta los 3400msnm.</p>

**Fuente:** elaboración propia

En el turismo no basta con tener los atractivos naturales solamente, para que exista desarrollo en este sector se necesitan importantes inversiones que faciliten los accesos a estos lugares exóticos.

### **5.2.3. Facilidades y accesibilidad turística del sector**

Con respecto a las facilidades y accesibilidad de la actividad turística en el sector, cuenta con todos los servicios básicos, lo cual permite que los turistas tengan una excelente experiencia en su estancia desde el punto de vista de su seguridad y tranquilidad, algunos de estos servicios son:

- Alumbrado público.
- Vías de primer y segundo orden.
- Servicios tecnológicos como: a) telefonía fija; b) móvil; c) internet; d) radio e) televisión por cable.
- Agua potable en todo el sector.
- Servicio de alcantarillado y desagües y recolección de basura los días miércoles para todo el sector (puede incrementarse para que no exista acumulación a la vista de los visitantes).
- Centro de salud zona 3 de Cotopaxi.

La accesibilidad turística tiene las siguientes características: se encuentra a 5 minutos de la ciudad de Salcedo a km 2½, en la vía Salcedo –Tena, totalmente asfaltada hasta el kilómetro 60 del sector oriente. El transporte que ingresa al sector es la cooperativa de buses urbanos “Molle-Ambato”, como también cooperativas de taxis y camionetas existentes en el cantón. Esto facilita el nivel de

movilidad de los turistas, aun cuando se puede pensar en una empresa de rentar carros para ampliar los servicios.

Con las características que definen al sector como un potencial turístico, se está en condiciones de exponer en el siguiente epígrafe el estudio de factibilidad para determinar la viabilidad económica del proyecto de la hostería “SAN CRISTÓBAL”.

### **5.3. Desarrollo estudio de factibilidad**

El desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de la hostería en el sector oriente del cantón Salcedo, se fundamenta en el estudio realizado y abordado en el estado del arte, los elementos que se toman en cuenta son:

- a) Estudio de mercado.
- b) Estudio técnico.
- c) Estudio administrativo y legal.
- d) Estudio financiero.

El primer factor que la autora del presente trabajo considera es el estudio de mercado siendo el más crítico en el estudio de factibilidad, pues determina el mercado potencial y fidelidad con el cual se puede trabajar para lograr éxito en el proyecto, esto contribuye a definir las características del servicio según la percepción de los turistas, permite determinar la cuantía de la demanda e ingresos de operación, la oferta, y el mercado objetivo del proyecto como también, la promoción del servicio, como se detalla a continuación:

### a) Estudio de mercado

El presente estudio de mercado para la creación de la hostería brinda información relacionada a la demanda (posibles consumidores) que dispondrán del bien o servicio que se ofrece. De igual manera, permite el análisis de la oferta actual y la competencia, también indica si las características y especificaciones del servicio son las que desea adquirir el cliente para satisfacer sus expectativas.

Las variables para el estudio de mercado de la hostería “SAN CRISTÓBAL”, se adecuan a los aspectos generales y específicos que indican el tipo de estudio y que se sostienen por diversas variables que le son inherentes (ver Tabla 5.3).

Tabla 5.3. Variables del estudio de mercado para la creación de la hostería

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Segmento de mercado</b>	a. Extranjero b. Nacional c. Regional
<b>Características de demanda</b>	a. La tasa de consumo y el período en que se realiza b. Hábitos de consumo c. Gustos y preferencias
<b>Características de oferta</b>	a. Tamaño de Hosterías b. Número y dispersión b. Posición y participación en el mercado c. Capacidad instalada y grado de ocupación
<b>Proyección de oferta y demanda</b>	a. Demanda histórica b. Oferta histórica c. Tasa de crecimiento
<b>Demanda insatisfecha</b>	a. Proyección de la demanda, la oferta b. Relación entre oferta y demanda
<b>Promoción y Publicidad</b>	a. Comercialización medios de promoción b. Premios y ofertas c. Descuentos

**Fuente:** elaboración propia a partir de preparación y evaluación de proyectos (Sapang, 2001).

Como se observa en la tabla anterior, todas las variables seleccionadas permiten realizar un estudio de mercado profundo y enfocado a la creación de un negocio como el que se proyecta en esta investigación. Además, permite obtener

información necesaria para establecer las características del mercado objetivo entre las que se encuentran:

## **2. Segmentación del mercado**

Previo al diseño del perfil de las personas de cada uno de los segmentos, es esencial definir las variables que contribuyen mejor a la identificación de cada uno de los integrantes del mercado comprometidos en el proyecto objeto de estudio.

Es por esto, que el segmento de la hostería SAN CRISTÓBAL, se define de manera general enfocado a turistas nacionales y extranjeros que realicen turismo en la provincia de Cotopaxi. A su vez, esto facilita la identificación de la oferta de hospedaje y alimentación que el turista tiene en la zona.

## **3. Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta es necesario conocer la capacidad de alojamiento del sector turístico, para este análisis se toma como referencia el número de habitaciones, plazas y establecimientos legalmente registrados en la Cámara Provincial de Turismo (CAPTUR); con el objetivo de determinar el índice de crecimiento de la oferta (ver tabla 5.4).

Tabla 5.4. Tasa de crecimiento de la oferta turística

<b>Año</b>	<b>N° establecimientos</b>	<b>N° Habitaciones</b>	<b>N° Plazas</b>	<b>Incremento</b>	<b>Incremento %</b>
<b>2009</b>	3399	79235	168626	21601	15%
<b>2010</b>	3615	72958	159629	-8997	-5%
<b>2011</b>	3739	76808	170236	10607	7%
<b>2012</b>	3935	78907	178374	8138	5%
<b>2013</b>	4139	83007	187741	9367	5%
<b>2014</b>	4355	87319	197495	9754	5%
<b>Tasa de crecimiento promedio</b>					5.2%

**Fuente:** elaboración propia a partir de Boletín de Estadísticas Turísticas (2008-2013).

Como se puede observar, la proyección de la oferta para los 5 años próximos se determina por el método de incremento compuesto, en el cual se calcula teniendo como base la capacidad de alojamiento en el período 2013, este valor equivale a 197.495 plazas anuales, con un índice de crecimiento del 5.2%, lo cual expresa la proyección turística de los siguientes 10 años.

Tabla 5.5. Proyección de la oferta sustitutiva

<b>Año</b>	<b>Oferta sustitutiva proyectada</b>
<b>2015</b>	197.495
<b>2016</b>	207.756
<b>2017</b>	218.550
<b>2018</b>	229.904
<b>2019</b>	241.849
<b>2020</b>	254.425
<b>2021</b>	267.655
<b>2022</b>	281.573
<b>2023</b>	296.215
<b>2024</b>	311.618

**Fuente:** elaboración propia

Después de conocer la demanda proyectada para los siguientes 10 años, se procede a establecer la demanda que tendrá el servicio que ofrece la hostería.

#### 4. Análisis de la demanda

Para calcular la proyección de la demanda potencial se utiliza el método incremento compuesto, tomándose como referencia los turistas nacionales y extranjeros, cuyos datos se muestran a continuación:

Tabla 5.6. Entrada de extranjeros al Ecuador. Años 2008-2014

Año	Nº extranjeros	Incremento (Nº turistas)	Incremento acumulado (%)
2008	973487	-	-
2009	1005297	31810	3%
2010	968499	-36798	-4%
2011	1047098	78599	8%
2012	1141037	93939	9%
2013	1271901	130864	11%
2014	1364057	92156	7%
<b>Tasa de crecimiento promedio</b>			<b>6%</b>

Fuente: tomado de Boletín de Estadísticas Turísticas (2008-2014).

Para conocer la demanda de los turistas nacionales se toma en cuenta las personas que visitaron las áreas naturales protegidas de la zona centro del Ecuador (áreas de la provincia de Cotopaxi), debido a la ubicación geográfica de la hostería, lugares que se detallan a continuación:

Tabla 5.7. Registro de visitantes nacionales a las áreas naturales de la provincia

Áreas naturales protegidas	Años						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Parque Nacional Cotopaxi	55268	52327	59513	49021	104516	122481	96925
Parque Nacional Llanganates	510	391	0	1273	3270	8825	1700
Área de Recreación "El Boliche"	11636	8227	8124	11863	19412	38376	29315
<b>Total</b>	<b>67414</b>	<b>60945</b>	<b>67637</b>	<b>62157</b>	<b>127198</b>	<b>169682</b>	<b>127940</b>

Fuente: elaboración propia

Como se evidencia en la tabla anterior, los turistas nacionales tienen una preferencia por el Parque Nacional Cotopaxi, con estos datos se procede a calcular el índice de crecimiento de la demanda de turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 5.8. Tasa de crecimiento de la demanda nacional

<b>Año</b>	<b>Demanda nacional</b>	<b>Incremento</b>	<b>Incremento %</b>
<b>2008</b>	67.414	-	-
<b>2009</b>	60.945	6469	9,6%
<b>2010</b>	67.637	6692	11,0%
<b>2011</b>	62.157	-5480	8,1%
<b>2012</b>	127.198	65041	31,6%
<b>2013</b>	169.682	42484	13,4%
<b>2014</b>	127.940	-41742	24,6%
<b>Tasa de incremento promedio</b>			<b>16%</b>

Fuente: elaboración propia

La proyección de la demanda de este proyecto de inversión es aplicada en base a los turistas extranjeros que visitaron el país en el año 2014, y para conocer el índice de crecimiento de los turistas en Ecuador se toma como referencia la tasa de crecimiento de turistas nacionales de 16%. Con este resultado, se procede a sumar la tasa de crecimiento de la demanda extranjera del 6%, dando como resultado el índice de crecimiento promedio de la demanda del 11%, esta tasa permite realizar la proyección de la demanda para los siguientes 10 años

Tabla 5.9. Proyección de la demanda de turistas nacionales y extranjeros

<b>Años proyectados</b>	<b>Demanda potencial proyectada (turistas)</b>
<b>2015</b>	1'526.291
<b>2016</b>	1'707.821
<b>2017</b>	1'910.940
<b>2018</b>	2'138.218
<b>2019</b>	2'392.527
<b>2020</b>	2'677.082
<b>2021</b>	2'995.481
<b>2022</b>	3'351.748
<b>2023</b>	3'750.389
<b>2024</b>	4'196.441

Fuente: elaboración propia

Para determinar la demanda insatisfecha del sector turístico, se procede a calcular la proyección de la demanda insatisfecha con la diferencia de las proyecciones de la demanda potencial obtenida de los turistas nacionales que visitaron las áreas naturales protegidas de la provincia de Cotopaxi, y la demanda de los turistas extranjeros que entraron a Ecuador, con la oferta proyectada de las plazas de alojamiento que posee el país.

Una vez conocida la demanda y la oferta del servicio turístico en Ecuador, se realiza la proyección de la demanda insatisfecha, la cual se realiza a 10 años como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 5.10. Proyección de la demanda insatisfecha

<b>Años</b>	<b>Demanda potencial (N° turistas)</b>	<b>Oferta sustitutiva (N° establecimientos)</b>	<b>Demanda insatisfecha (N° turistas)</b>
<b>2015</b>	1'526.291	197.495	1'328.796
<b>2016</b>	1'707.821	207.756	1'500.065
<b>2017</b>	1'910.940	218.550	1'692.390
<b>2018</b>	2'138.218	229.904	1'908.314
<b>2019</b>	2'392.527	241.849	2'150.678
<b>2020</b>	2'677.082	254.425	2'422.657
<b>2021</b>	2'995.481	267.655	2'727.826
<b>2022</b>	3'351.748	281.573	3'070.175
<b>2023</b>	3'750.389	296.215	3'454.174
<b>2024</b>	4'196.441	311.618	3'884.823

**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia la demanda insatisfecha es elevada y es determinada por la diferencia que existe entre la demanda potencial y la oferta sustitutiva, con ello se corrobora que la oferta turística no está cubriendo la demanda existente del servicio de alojamiento y alimentación en el Ecuador, y por ende, hace falta un

incremento en infraestructura turística que pueda cubrir la demanda insatisfecha, lo cual estimula a la inversión como una oportunidad de mercado, siendo la hostería una posibilidad en el mercado actual del sector.

Para el mercado objetivo de la Hostería SAN CRISTÓBAL, se toma como referencia el 1,6 % de la demanda insatisfecha, este porcentaje se establece en base a la capacidad instalada de la instalación, lo cual se corresponde con la expectativa del proyecto. De igual manera, al iniciar su funcionamiento se puede realizar otra fase de adecuaciones según lo requiera el servicio. No obstante, la proyección de la demanda objetivo quedaría como lo indica la tabla siguiente:

Tabla 5.11. Proyección del mercado objetivo

<b>Años</b>	<b>Demanda insatisfecha (N° turistas)</b>	<b>Demanda objetivo 1,6% (N° turistas)</b>
<b>Año 1</b>	1'328.796	19.932
<b>Año 2</b>	1'500.065	22.501
<b>Año 3</b>	1'692.390	25.386
<b>Año 4</b>	1'908.314	28.625
<b>Año 5</b>	2'150.678	32.260
<b>Año 6</b>	2'422.657	36.340
<b>Año 7</b>	2'727.826	40.917
<b>Año 8</b>	3'070.175	46.053
<b>Año 9</b>	3'454.174	51.813
<b>Año 10</b>	3'884.823	58.272

**Fuente:** elaboración propia

Como se detalla en la tabla anterior, los clientes proyectados para la Hostería es el 1,6% de la demanda potencial, para cubrir este nicho de mercado se consideran tres servicios con mayor acogida que según la encuesta, son: alojamiento, alimentación y recreación.

Al conocer el mercado objetivo es necesario realizar una promoción del servicio que ofrece la instalación objeto de estudio, con la finalidad de captar un elevado número de clientes, fundamentado en la mezcla de *marketing* (4 Ps del *marketing*) propuesta por Kotler & Keller (2012): producto, precio, plaza y promoción.

## **5. Plan de *marketing***

Para realizar el plan de *marketing* para la instalación turística se analiza las 4ps anteriormente mencionadas, elementos que son importantes para el estudio y que permiten desarrollar estrategias que impulsan a la organización a posicionarse en el mercado de la siguiente manera:

## **6. Producto: nombre de la empresa**

El nombre de la Hostería se debe al santo patrono de los viajeros San Cristóbal Mártir, la tradición católica lo describe como un gigante, que tras su conversión al cristianismo ayudaba a los viajeros a atravesar peligros del viaje, es por esta razón, que evoca abrigo y protección.

### **➤ Logotipo de la empresa**

El logotipo empresarial de la Hostería tiene forma redonda, lo que significa la expectativa de crecimiento de la empresa y los colores que predominan son:

- **Verde claro:** representa crecimiento, riqueza, estabilidad, asemeja a la primavera, se relaciona con la naturaleza con actividades al aire libre y cuidado del medio ambiente.
- **Naranja:** es un color cálido vibrante que transmite energía combinado con diversión, siendo el color de las personas que toman riesgos y son extrovertidas. Significa aventura, optimismo confianza, a través de este color se percibe que un producto costoso parezca accesible.
- **Gris:** se encuentra en medio del blanco y del negro, generando neutralidad. Se lo percibe como clásico y refinado, al fondo transmite confianza en el cliente.
- **Negro:** en sus letras, ya que es un color que representa elegancia y se asocia al prestigio y la seriedad.

Imagen 5.1. Logotipo empresarial de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”



**Fuente:** elaboración propia

El eslogan empresarial, está enfocado en la belleza natural de la zona: “Hospedaje de encanto natural”. Este eslogan invita al huésped a sentirse complacido del contacto con la naturaleza y la comodidad de las instalaciones que ofrece la hostería para su entera satisfacción. Este Slogan, promueve la excelencia como bien plantea la literatura consultada que define a determinados hoteles de ciudad como Hoteles Encanto.

Según la autora del presente proyecto, para describir el servicio de la hostería es necesario referirse a dos criterios: a) inicio de la implementación del proyecto, que pretende demostrar la viabilidad de construir un lugar de recreación y esparcimiento al que se denominó Hostería “SAN CRISTÓBAL” y b) un estudio de mercado que determine el tipo de hostería que es más conveniente construir (instalación duradera en el mercado).

Basado en los dos enfoques de creación mencionados, se reconoce que el sector turístico hoy en día se postula como una alternativa económica en crecimiento constante, por lo que la oferta de la Hostería SAN CRISTÓBAL, es la de brindar un servicio de calidad, integrando de manera armoniosa y coherente tres variables fundamentales:

- La conservación del paisaje y los recursos naturales, sin cargar la capacidad del ecosistema existente.
- La participación de la comunidad.
- El fortalecimiento de la identidad cultural.

➤ **Especificaciones del servicio**

Los aspectos anteriores están respaldados por la infraestructura física con las que se pretende contar y con un personal altamente capacitado, pues se desea brindar *confort*, descanso, relajación y disfrute de las instalaciones con una excelente calidad y un rápido servicio. En cuanto a los servicios que se pretende brindar están incluidos:

- a) **Servicio de alojamiento:** esta área cuenta con 2 cabañas, cada cabaña cuenta con un número de 24 habitaciones, 18 baños, las mismas que pueden albergar de una hasta 4 personas en cada una de las habitaciones (ver siguiente cuadro):

Tabla 5.12. Servicio de alojamiento de la Hostería SAN CRISTÓBAL

N° habitaciones	Detalle	Capacidad
6 Dobles	Cuentan con 4 camas de 1½ plaza, baños compartidos, tv cable, internet inalámbrico.	24 personas
8 Simples	Dispone de cama de dos plazas, baño individual, tv cable, internet, teléfono.	8 a 10 personas
2 Suite matrimonial	Cuenta con camas de 2½ plazas, baño privado, el mismo que tiene sauna, desayuno a la habitación, internet, tv cable, teléfono.	4 a 6 personas
5 Suite dobles	Cuenta con camas de 2 plazas, baño privado, teléfono, internet, cable.	10 personas
<b>Total</b>		<b>50 Personas</b>

Fuente: elaboración propia

La Hostería cuenta con una capacidad instalada de 50 personas por cabaña (2 cabañas), por lo que la capacidad se duplica (90 a 100 personas aproximadamente) en la instalación.

- b) **Servicio de bar-restaurante:** en esta área el cliente tendrá una variedad de comida típica de la región Sierra Centro del Ecuador, como también bebidas

alcohólicas y no alcohólicas con una capacidad de 40 personas. A su vez, se cuenta con parqueadero con capacidad de 20 vehículos con todos los requerimientos que se necesitan.

- c) **Servicio de piscina y componentes:** para la viabilidad del proyecto se ha considerado estos servicios como primordiales o básicos; sauna e hidromasaje.
  
- d) **Sala de eventos:** se pretende que sea de las principales del centro del país, enfocada a diversos tipos de clientes, entre los que se encuentran: personas naturales, organizaciones empresariales, religiosas de tamaño mediano y cualquier tipo de institución que necesite realizar eventos de capacitación, eventos de promoción o simples festividades, con una capacidad de 250 personas.
  
- e) **Paquetes turistas nacionales y extranjeros:** se especifican dos tipos de paquetes los mismos que le permiten al turista tener una diversidad de actividades dentro y fuera de las instalaciones de la hostería, por lo que el cliente puede optar por el servicio. De esta manera la estancia en el lugar sea de su entera satisfacción los paquetes se crearon pesando en el potencial turístico de cada lugar, los mismos que se detallan a continuación:

Paquete 1, denominado “Achupallas”, producto de la planta andina existente en el lugar, aquí brota agua de entre sus hojas, conocida en lengua quechua como Achupallas.

Tabla 5.13. Descripción del paquete Achupallas

<b>Nombre</b>	<b>Encanto de los Llanganates</b>
<b>Duración</b>	2 días y 1 noche
<b>Número</b>	Mínimo 4 personas
<b>Actividades</b>	<b>Itinerario</b>
<b>Día 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de equipos y salida desde la Hostería "SAN CRISTOBAL"</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclismo dentro y alrededores de la propiedad</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata de 2 horas aproximadamente</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna de la zona</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de vertientes de agua Thoalin</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los turistas dormirán en las cabañas de la comunidad</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los turistas están acompañados por un guía de la zona</li> </ul>
<b>Día 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata por los senderos de la comunidad Cumbijin</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de laguna de anteojos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retorno a la hostería</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de la fauna</li> </ul>
<b>Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayunos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bicicletas, cascos</li> </ul>
<b>No incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos extras</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguro de vida</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propinas</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

Paquete 2, denominado Bellavista, busca combinar las actividades propias de la zona y el disfrute directo con la naturaleza y los turistas.

Tabla 5.14. Descripción paquete Bellavista

<b>Nombre</b>	<b>Bellavista</b>
<b>Duración</b>	1 día
<b>Número de personas</b>	Mínimo 5 personas
<b>Actividades</b>	<b>Itinerario</b>
<b>Día 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega de equipos y salida desde la Hostería "SAN CRISTÓBAL"</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ciclismo dentro y alrededores de la propiedad</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cabalgata por la comunidad Bellavista</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación de flora y fauna de la zona</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación de actividades de la región</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visita al monasterio de los padres</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los turistas están acompañados por un guía de la zona</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Caminata por los senderos de la comunidad</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Retorno a la hostería</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación de la avifauna</li> </ul>
<b>Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desayunos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almuerzos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Caballo, cascos</li> </ul>
<b>No incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gastos extras</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bebidas</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguro de vida</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propinas</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia

Una vez descritas las características del servicio de hospedaje y alimentación que ofrece la hostería, se determina el precio más adecuado y al alcance de los clientes.

## 7. Precio del servicio

La hostería al establecer los costos de las habitaciones considera los precios de la competencia directa, en el análisis se identifican las variables siguientes: calidad del servicio, exclusividad, *confort*, y preferencias del universo de estudio en cuanto a la disponibilidad de pago de los turistas.

Tabla 5.15. Precios referenciales del servicio de Hospedaje en el cantón Salcedo

Establecimiento (Hosterías)	Tipo de servicio	Precios (\$)
<b>Competencia directa</b>		
Rumipamba de las Rosas	Triple	135,00
	Simple	87,00
	Suite matrimonial	125,00
	Suite doble	120,00
	Suite familiar (4 pax.)	200,00
	Suite presidencial	150,00
El Surillal	Simple	56,00
	Doble	65,00
	Triple	76,00
	Familiar	100,00
	Suite matrimonial	95,00
Imperio real	Simple	75,00
	Doble	120,00
	Triple	125,00
	Suite Familiar	155,00
	Suite matrimonial	200,00

**Fuente:** elaboración propia a partir de investigación secundaria (2015).

Para determinar los ingresos provenientes de las ventas que tendrá la hostería SAN CRISTÓBAL, se calcula multiplicando el precio de cada habitación por el número de habitaciones ocupadas anualmente que se proyecta la empresa. La Tasa de Ocupación Hotelera 2014 (TOH) del 50%, establecido en el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) dentro de la Hostería SAN CRISTÓBAL se ha

considerado la cantidad de ocupación de acuerdo a la capacidad instalada del número de habitaciones, multiplicado por los días del año y por la ocupación, como se detalla a continuación:

Tabla 5.16. Capacidad anual de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”

Nº habitaciones	Capacidad	Ocupación hotelera (TOH)	Capacidad Promedio	Días anual	Total
6 Dobles	24	50%	12	365	2190
8 Simples	10	50%	5	365	913
2 Suite matrimonial	46	50%	23	365	4198
5 Suite dobles	10	50%	5	365	913
<b>Total de ocupación de la hostería (anual)</b>			45	8 214 (turistas)	

Fuente: elaboración propia

Como se observa, la capacidad promedio de la ocupación es de 8 214 turistas anuales y el precio de venta de la hostería “SAN CRISTÓBAL” se determina en base a las siguientes modalidades: competencia directa, estudio de mercado basado en las respuestas que se obtuvo a través de la encuesta realizada a los turistas nacionales y extranjeros, y al análisis de los costos e ingresos que generan la producción del servicio, de acuerdo a las condiciones del mercado. Posteriormente, se determina la ocupación en servicios adicionales (Bar-restaurante, piscina y complementos) que ofrece la hostería, se toma como referencia la TOH del 50%, explicada anteriormente, detallándose a continuación:

Tabla 5.17. Ocupación de la hostería en servicios adicionales

N° de habitaciones	Capacidad	Días anual	Ocupación TOH	Total
Bar-Restaurante	40	365	50%	7300
Sala de eventos	250	365	50%	45625
Piscina y complementos	68	365	50%	12410
Paquetes turísticos	27	365	50%	4927

Fuente: elaboración propia

Los precios se establecen de acuerdo al mercado permitiendo a la hostería establecer sus políticas de precios en base a la inflación de febrero 2015 4,57%, influyendo de esta manera en la variación de sus precios anualmente.

Tabla 5.18. Análisis de precios para el servicio de hospedaje y alimentación

N° de habitaciones	Precios referenciales (\$)		
	Encuesta (Grado de aceptación en precios en rango)	Competencia directa	Consumo semanal (7 días) "SAN CRISTÓBAL"
6 Dobles	\$ 55.00 – 65.00	101	100
8 Simples		76	75
2 Suite matrimonial		140	115
5 Suite dobles		125	120
<b>Costo promedio por persona</b>	<b>\$ 60,00</b>		<b>\$ 58,57</b>
<b>Costo de la Hostería por persona (diario)</b>	<b>\$ 59,28</b>		

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación

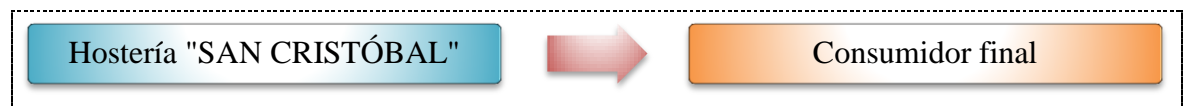
Para establecer los precios se toma referencia la encuesta realizada con un promedio entre los servicios como también el grado de aceptación del turista en la encuesta, en base a esto como estrategia de mercado se introduce este servicio con el \$ 59,28 por persona diariamente, en aras de que los turistas lo vean como un atractivo para su decisión de visitar a la hostería.

Después de establecer los precios, se analiza la plaza (lugar físico) donde se realiza el proyecto, y seguidamente se aborda la promoción de la hostería con el fin de captar clientes.

## 8. Plaza del servicio

Para determinar los canales de distribución de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”, se considera el perfil del turista nacional y extranjero que en este caso realizan viajes de manera directa sin intermediarios (agencia de viajes u operadores turísticos). Este canal directo no integra ningún nivel dentro de la distribución, es decir, la hostería vende directamente al cliente final, facilitándose el control exhaustivo del mercado y el contacto directo con el cliente.

Gráfico 5.1. Canal de distribución de la Hostería SAN CRISTÓBAL



Fuente: elaboración propia

El propósito fundamental de este mercadeo directo, es conseguir una respuesta directa y que produzca una utilidad inmediata o en el menor tiempo posible, para que esto ocurra debe existir una fuerte oferta del servicio al cliente y que tenga éxito en el mercado, contribuyendo a la construcción del valor percibido del cliente de manera favorable.

La relación directa del canal de distribución permite al departamento de *marketing* de la hostería dar un seguimiento de los clientes por el tiempo transcurrido desde la última compra, por la frecuencia de compra dentro de un período dado y la

cantidad gastada, permitiendo conocer de mejor manera el segmento de mercado que ofrece el máximo potencial de utilidad.

## **9. Promoción del servicio**

Se establece la publicidad necesaria para dar a conocer el servicio que brinda la empresa, encaminada a lograr promociones que cautiven al cliente para que opte por el servicio que brinda la Hostería SAN CRISTÓBAL.

Las encuestas aplicadas, dan como resultados que las personas obtienen información del servicio de la hostería en primer orden por el internet a través de las redes sociales, páginas web, y luego por la prensa y otros más tradicionales. El enfoque de la difusión del servicio que ofrece la Hostería SAN CRISTÓBAL se materializa mediante:

- Utilización de las redes sociales como fuente de comunicación con el cliente, para lo cual se crean cuentas en las páginas sociales más utilizadas a nivel mundial, como: *Facebook*, *Twitter* para dar a conocer al cliente el lugar, instalaciones y los servicios que puede elegir el cliente en su próximo viaje.
- Empleo de medios de comunicación a través de *spots* publicitarios a nivel nacional para atraer al turista nacional e internacional.
- Determinar promociones o anuncios por temporadas de viaje con opciones de elección sobre los servicios de la hostería.

Las promociones se estiman de acuerdo a la temporada, por ejemplo en temporada baja se debe:

1. Por la estancia en la hostería de 3 noches y 4 días, el desayuno del último día es gratuito.
2. Los niños menores a 12 años no pagan alimentación.
3. Sí viene con 6 personas que sean familiares o amigos, la novia no paga.

Los costos de publicidad ascienden a:

Tabla 5.19. Gastos de publicidad

Concepto	Costo Mensual (\$)	Costo Anual (\$)
Prensa Radial	150,00	1800,00
Prensa Escrita	80,00	960,00
Dominios de internet	65,00	780,00
<b>Total Gastos de Publicidad</b>		<b>\$ 3.540,00</b>

Fuente: elaboración propia

Al describir el servicio que presta la hostería es necesario determinar la infraestructura administrativa.

#### **b) Estudio Administrativo y legal**

La estructura administrativa se orienta por la misión y visión de la hostería en función de los clientes y en aras de alcanzar el éxito, permitiendo delimitar las bases organizativas, legales y funcionales.

## **1. Misión**

Hostería SAN CRISTÓBAL, es una empresa turística enfocada en los turistas nacionales y extranjeros, que brinda un servicio de calidad en alojamiento, alimentación y recreación respetando siempre el ecosistema de la zona, con recurso humano altamente calificado para satisfacer las necesidades del cliente.

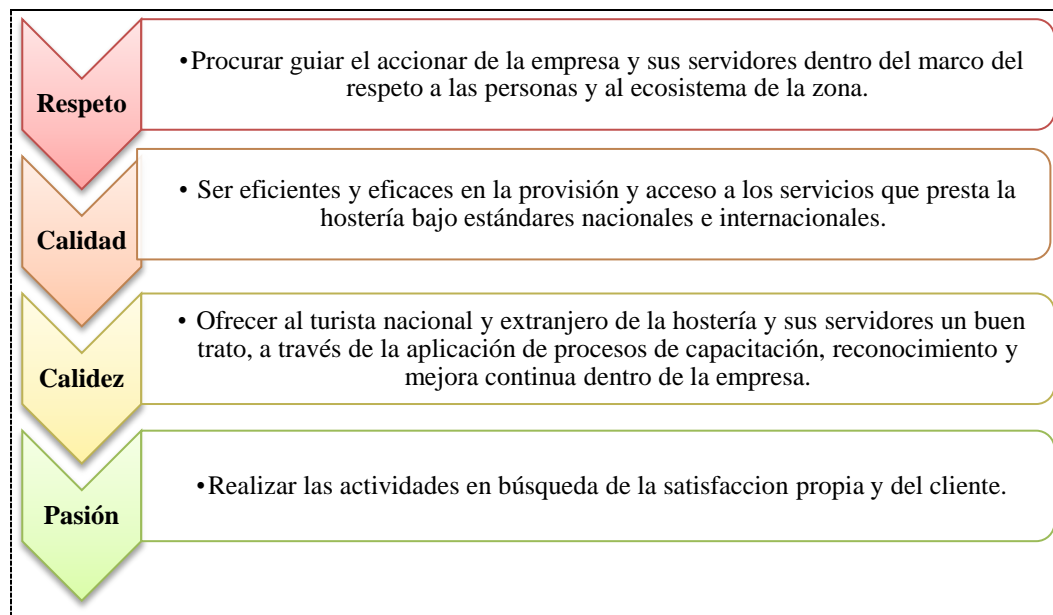
## **2. Visión**

La hostería se consolidará como la mejor empresa de hospedaje, alimentación y recreación de la zona centro del país logrando el reconocimiento nacional e internacional como excelencia en servicio contribuyendo al desarrollo social del sector.

## **3. Valores empresariales**

La creación de la hostería, nace bajo los valores que la empresa tiene, ya que son de gran importancia a la hora de actuar e interactuar en todos los ámbitos que abarca la organización. En este sentido, los valores de la hostería se diferencian al de la competencia (ver gráfico 5.2).

Gráfico 5. 2. Valores empresariales de la Hostería SAN CRISTÓBAL

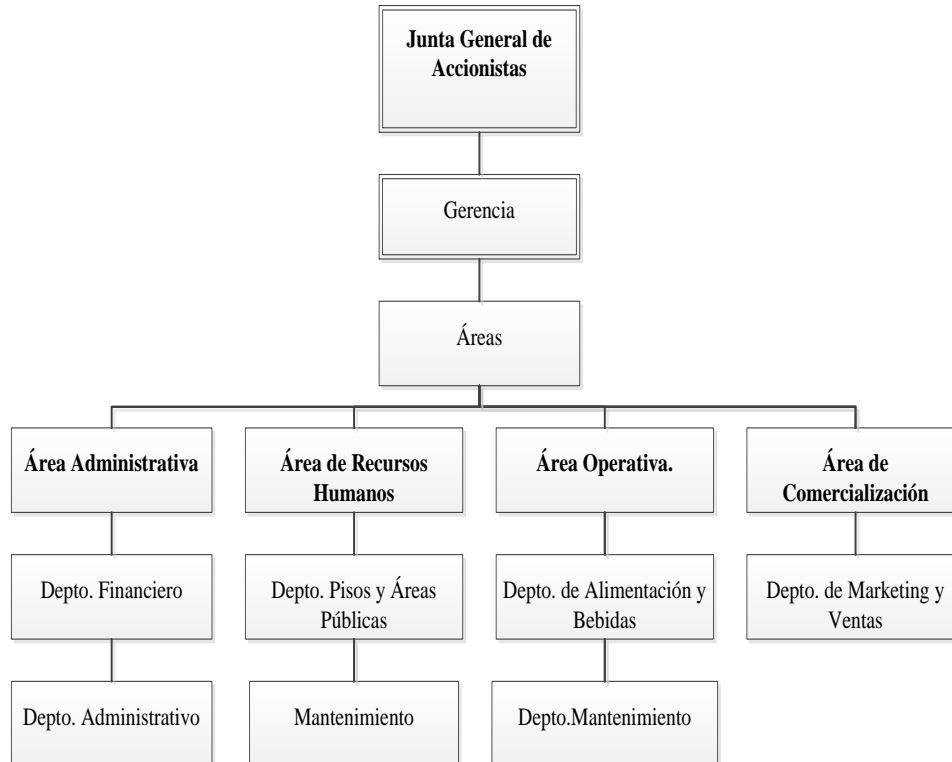


**Fuente:** elaboración propia

Después de establecer los lineamientos que rigen a la hostería se debe estructurar el marco administrativo en el cual se delegan funciones y responsabilidades en la provisión del servicio.

El marco administrativo de la hostería se presenta de manera ordenada y jerárquica, incluyendo cada una de las áreas que conforman la instalación y compuesta por los departamentos que le son inherentes (ver gráfico 5.3).

Gráfico 5.3. Organigrama Estructural de la hostería “SAN CRISTÓBAL”



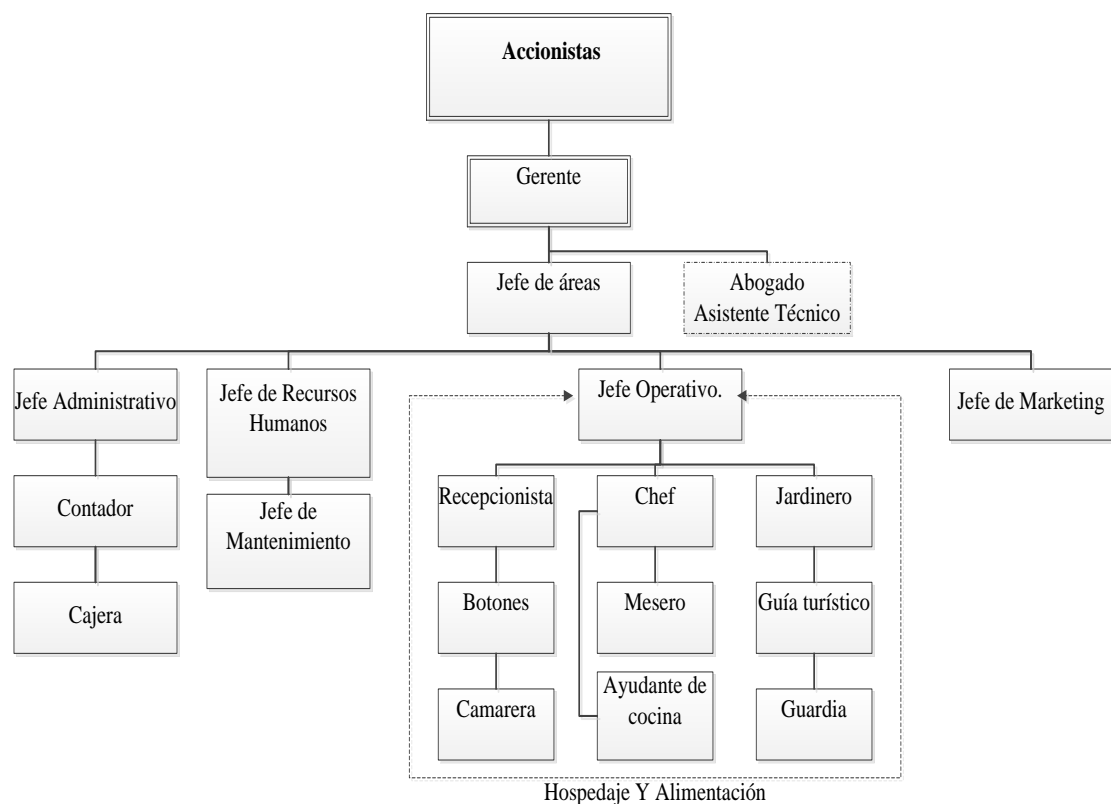
Fuente: elaboración propia

Los niveles jerárquicos que conforman la Hostería son:

- **Nivel directivo:** conformado por los accionistas a través de la junta de accionistas.
- **Nivel administrativo:** conformado por la gerencia.
- **Nivel de apoyo:** este nivel no es permanente, pero se da de acuerdo a las necesidades de la hostería y está compuesto por empleados.
- **Nivel operativo:** conformado por las áreas productiva y comercial del servicio. En este nivel se desarrolla el servicio directamente con los clientes.

Para que cada uno de los niveles antes mencionados se desarrollen de una manera correcta es necesario establecer el organigrama funcional, con el objetivo de definir la relación entre los diferentes procesos que se ejecutan en la instalación a través de los puestos de trabajo y las actividades que se realizan:

Gráfico 5.4. Organigrama funcional de la Hostería SAN CRISTÓBAL



**Fuente:** elaboración propia

En base a los organigramas estructural y funcional, se puede conocer el personal necesario con el que debe contar la instalación para el normal funcionamiento de la hostería. De la misma manera, facilita el conocer el flujo de información y comunicación interna que debe existir entre las áreas para brindar un mejor servicio.

La descripción de algunos puestos de trabajo se detallan a continuación:

- **Gerente de Empresas de Alojamiento:** encargado de gestionar procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo de trabajo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo en el negocio.
- **Contador:** responsabilizado de todas las gestiones contables, de pagos y cobros de la instalación. Debe realizar periódicamente informes económicos y notificar las gestiones y cambios tributarios.
- **Cajero:** responsable de gestionar el cobro de las entradas y salidas de los clientes de la hostería. Al iniciar su turno, debe verificar cuál habitaciones se darán *check out* en su horario, y verificar si todos los cargos correspondientes a estas habitaciones se han posteado.
- **Jefe de Mantenimiento:** realiza de manera cualificada la dirección, control y seguimiento de las tareas auxiliares de las instalaciones, debe organizar, dirigir y coordinar al personal a su cargo para planificar el conjunto de actividades relacionadas a su puesto de trabajo, y proponer a la dirección las mejoras e innovaciones de equipos e instalaciones.
- **Jefe Recursos Humanos:** dirige y evalúa la gestión del personal de cada área funcional, da continuidad a los procesos relacionados con organismos gubernamentales que disponen y aplican leyes referentes a lo laboral.

## Nivel operativo

- **Recepcionista:** se ocupa de recibir y despedir al cliente, es decir, es la primera imagen de la instalación, lleva un registro constante de los huéspedes para la coordinación de: desayunos, almuerzos y cenas en el restaurante.
- **Camarera:** atiende las habitaciones que se le asignan con su debido tiempo para mantenerlas limpias y aseadas a la llegada del cliente, siguiendo los estándares y requisitos de calidad de esta actividad. Trabaja directamente con el cliente, y por lo tanto, debe cuidar de forma especial la atención al cliente, realizando tareas muy personalizadas que tienen que ver con los gustos y preferencias de éstos.
- **Botones:** personal que recibe a la entrada del hotel a los clientes y cumple con las indicaciones de recepción para acompañar a los clientes a sus habitaciones.
- **Chef:** coordina y supervisa el trabajo en el restaurant de los ayudantes, se ocupa de la elaboración y variación de los menús, y controla los costos de alimentos, la gestión de los recursos que se emplean para garantizar un buen servicio, y garantiza la higiene en la manipulación de los alimentos, entre otras ocupaciones.
- **Ayudante de cocina:** ejecuta la limpieza de todo el equipo utilizado para la preparación, cocción y servicio de los alimentos y bebidas a los clientes. Está a disposición del chef ejecutivo para garantizar un buen servicio en el restaurante.
- **Mesero:** atiende directamente a los turistas en el restaurante, garantiza el servicio rápido de plateado, toma órdenes de servicios y garantiza la higiene de las mesas

al culminar el servicio de cada cliente. Adicionalmente, tiene conocimiento sobre vinos, cuyo trabajo consiste en seleccionar y elaborar la carta de vinos, sugiere los vinos ideales para un buen maridaje, y es especialista en catar y servir el vino.

- **Jardinero:** garantiza la belleza y cuidado de las áreas verdes de la hostería. Mantiene un entorno agradable en las diferentes áreas del hotel que están al servicio de los clientes y vela por el cuidado del medio ambiente.

### **Nivel Comercial**

- **Jefe de Marketing y Ventas:** responsable de actualizar las tarifas de precios de venta acordes con la estrategia de la hostería, es responsable de relaciones con canales de distribución: contratación, reservas, seguimiento de productividad y cierre apertura de ventas. Identifica nuevas oportunidades de mercado y participa en la creación de nuevas ofertas y paquetes comerciales, asegurando así respuestas al mercado de clientes.

Asimismo y relacionado a las funciones administrativas y de acuerdo a la tabla sectorial de los sueldos y salarios básico unificado para el año 2015 los pagos durante el primer año y para los años siguientes, y para ellos se establece un incremento de la tasa inflacionaria del país del 4,57% a febrero 2015 (ver anexo rol de pagos).

Con respecto al marco legal, en Ecuador la actividad turística corresponde a la iniciativa privada o de autogestión, mientras que el Estado se preocupa y ocupa

del fomento y promoción del turismo nacional dentro y fuera del país. Es por esto, que el Estado establece leyes y reglamentos que permiten la protección al turista y de los recursos naturales, a través de normativas en la Constitución de la República del Ecuador, del Ministerio de Turismo, Estamentos, Reglamentos, que regulan el sector turístico y obligaciones que corresponde a la creación y a su normal funcionamiento:

Tabla 5.20. Leyes de la Constitución de la República del Ecuador

Artículo	Descripción	Lo que compete a la Hostería
<b>Art. 66</b>	13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria. 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. (Constitución de la República Ecuador, 2008).	El reconoce la el derecho de los socios de la hostería a asociarse de manera individual o colectiva, al ser una política social y solidaria el proyecto debe tener principios de responsabilidad.
<b>Art. 83</b>	El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.	La producción de la hostería debe estar enfocada al desarrollo de la sociedad satisfaciendo la demanda interna, permitiendo una activa participación en el mercado.

**Fuente:** elaboración propia a partir de la Constitución de la República del Ecuador, (2008).

Según la Constitución de la República Ecuador (2008) el Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Tabla 5.21. Artículos de la Ley de Turismo

Artículo	Descripción	Lo que compete a la hostería
<b>Art. 5</b>	Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento b. Servicio de alimentos y bebidas.	La hostería al ser persona jurídica que presta servicio de alojamiento, servicio de alimentación y bebidas, es considerada una actividad económica del sector turístico.
<b>Art. 8</b>	Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.	La hostería al ejercer actividad turística dentro de la República del Ecuador tiene la obligación de registrarse en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos de control que establece la institución reguladora.
<b>Art. 43</b>	De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.	

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.22. Leyes del Reglamento General de Actividades Turísticas

Artículo	Descripción	Lo que compete a la hostería
<b>Art. 23</b>	Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones (Reglamento general de actividades turísticas, 2008).	Se debe contar mínimo con un número de seis habitaciones, al estar fuera del área urbana debe contar con zonas de recreación, además de hospedaje y alimentación, será registrada como hostería.
<b>Art. 29</b>	Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios: a) De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción (Reglamento general de actividades turísticas Ecuador, 2008).	El servicio debe contar con servicio de atención todo el día y un personal capacitado. Además, con un botiquín de primeros auxilios. La infraestructura debe tener espacios destinados a las actividades de ocio.
<b>Art. 30</b>	Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas, cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo (Reglamento general de actividades turísticas Ecuador, 2008).	

Fuente: tomado del Reglamento General de actividades turísticas Ecuador, 2008

#### **4. Ley de Compañías**

El servicio de alojamiento de la hostería está constituido como una compañía limitada, con seis socios que son los que participan de las utilidades. La compañía lleva el nombre de Hostería “SAN CRISTÓBAL”, su objetivo es brindar un servicio de hospedaje, recreación y convenciones, el cual es completo y acogedor.

##### **➤ Disposiciones Generales**

**Art. 1.-** Contrato de compañías es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades (Ley de Compañías Ecuador, 2013).

**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional (Ley de Compañías Ecuador, 2013).

##### **➤ De la Compañías de Responsabilidad Limitada**

##### **Disposiciones Generales**

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responde por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo la razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura (Ley de Compañías Ecuador, 2013).

**Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguro, capitalización y ahorros” (Ley de Compañías Ecuador, 2013).

➤ **Proceso para la creación de una Compañía**

Dentro del proceso que se debe tener en cuenta al momento de crear una empresa que está sujeta obligaciones con el país:

**Disposiciones generales**

**Art. 15.-** Concepto.- Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley (Código Tributario, 2009).

**Art. 25.-** Contribuyente.- Es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas (Código Tributario, 2009).

➤ **Del Domicilio Tributario**

**Art. 61.-** Domicilio de las personas jurídicas.- Para todos los efectos tributarios se consideran como domicilio de las personas jurídicas:

- 1.- El lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos: y,
- 2.- En defecto de lo anterior, el lugar en donde se ejerza cualquiera de sus actividades económicas o donde ocurriera el hecho generador (Código Tributario, 2009).

**5. Ley De Régimen Tributario Interno**

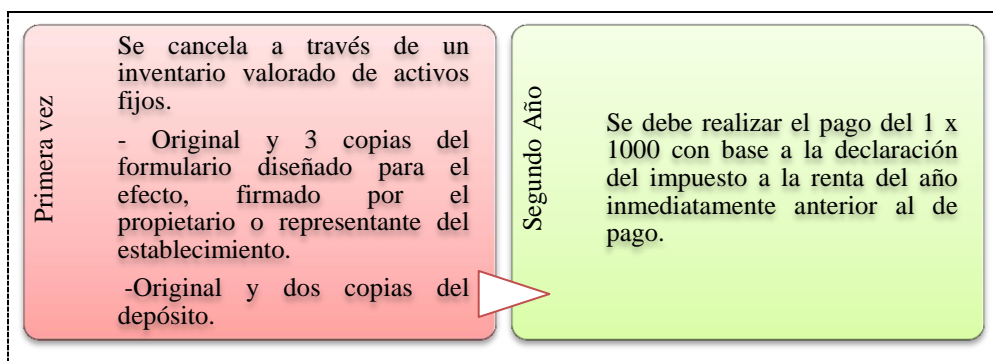
➤ **Impuesto a la Renta**

**Art. 1.-** Objetivo del Impuesto.- Establece el Impuesto a la Renta Global que obtenga las personas naturales, las secesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la ley (Ley de Régimen Tributario Interno, 2013).

➤ **Obligaciones tributarias del sector turístico**

7. **Impuesto del uno por mil (1\*1000):** es una contribución anual que deben realizar todos prestadores de servicios turísticos de los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo, conforme se establece en la ley de Turismo.

Gráfico 5.5. Requisitos para cumplir con el impuesto uno por mil (1x1000)



Fuente: elaboración propia

Al realizar los pagos, las personas jurídicas deben presentar el formulario a declaración de impuesto a la renta personas jurídicas, esto únicamente para efecto de control, deberá presentar, adicionalmente fotocopia del ruc de no estar obligado a llevar contabilidad (Ley de Régimen Tributario Interno, 2013).

➤ **Estructura legal: constitución de la Hostería SAN CRISTÓBAL**

Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades (Art. 1 LC).

La hostería “SAN CRISTÓBAL” basada en la ley de compañías, se constituye como compañía de responsabilidad limitada (Art. 2 de la LC y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 y R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

- **Proceso para constitución de compañía**

1.- **Contratación de un abogado.** – Para iniciar el trámite de constitución de la hostería se requiere contar con el patrocinio de un abogado debidamente registrado en su Colegio profesional, según lo establece la Asamblea Nacional del Ecuador (2008).

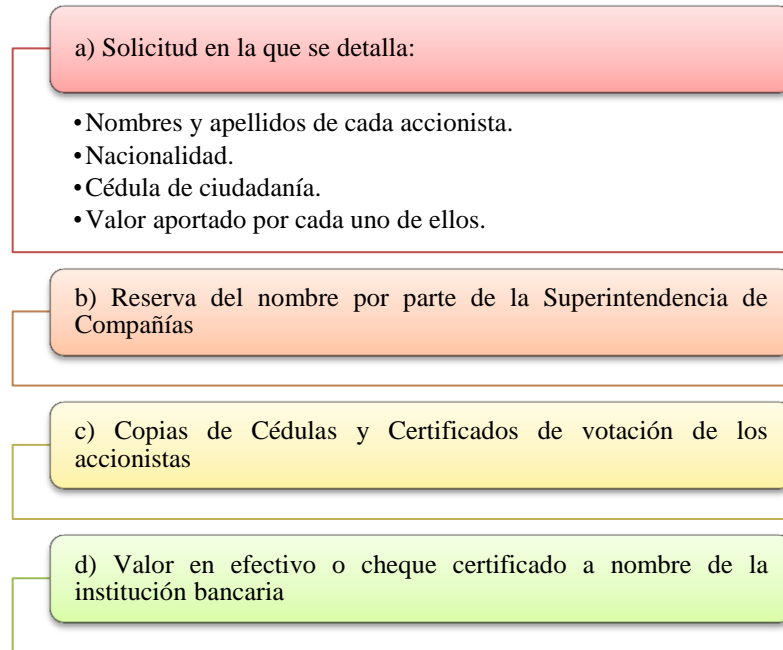
2.- **Reserva de dominio.**- Puede hacerse la reserva del nombre de la compañía a constituirse:

a) Mediante una carta dirigida al Intendente de Compañías del domicilio donde se pretende constituir la hostería, se solicita la reserva del nombre en un listado máximo 3 posibles nombres. Se requiere una carta firmada por el interesado, con indicación del número de cédula y certificado de votación.

b) Ingresando a la página web de la Superintendencia de Compañías (Superintendencia de compañías, 2008).

3.- **Aporte.**- Una vez hecha la reserva del nombre de la hostería a constituirse, se acude a un banco local del domicilio legal donde va a funcionar la misma para hacer el depósito de los valores aportados en dinero en una Cuenta de Integración de Capital. Se necesita presentar los siguientes documentos:

Gráfico 5. 6. Requisitos básicos para crear una cuenta de ahorros

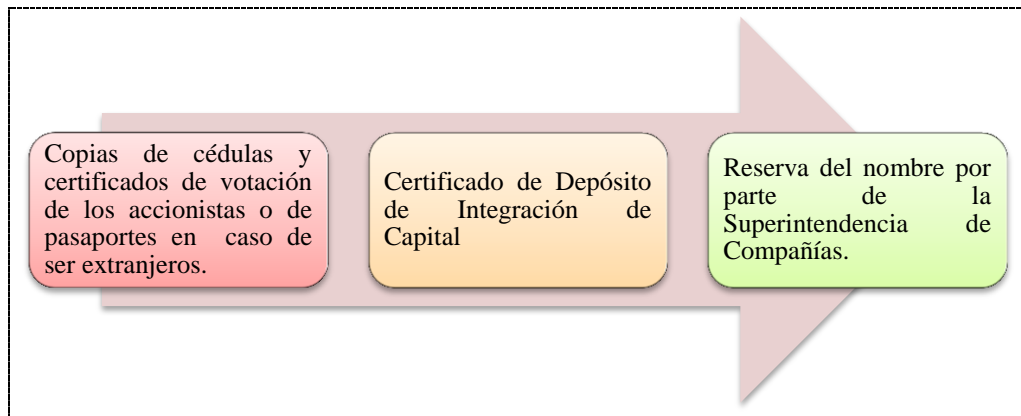


**Fuente:** elaboración propia a partir de Banco del Pichincha (2015)

4.- **Elaboración de la escritura pública.**- Un notario debe dar Fe del contrato suscrito por los accionistas. Este contrato debe seguir los siguientes procedimientos para ser elevado a escritura pública:

- a) Elaboración y revisión de la minuta por parte del abogado patrocinador y los accionistas.
- b) Presentación al notario de la minuta para su posterior elevación a escritura pública.
- c) Elevada a escritura pública por parte del notario, requiere de la presencia de los accionistas para la firma del contrato.
- d) Cierre y entrega de 4-5 testimonios de la escritura de constitución. Para lo cual se agregarán como documentos habilitantes:

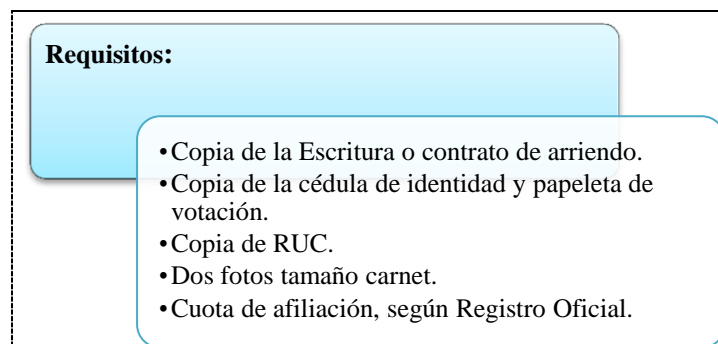
Gráfico 5.7. Resumen de documentos que habilitantes para la elaboración de la escritura pública



Fuente: Constitución de la República del Ecuador, (2008)

**5.- Afiliación a la Cámara de Turismo.-** Toda compañía debe afiliarse a un gremio relacionado a las actividades que desarrollará. Esta afiliación se realiza en etapas distintas. Algunos de los requisitos son importantes para afiliarse a la Cámara de Turismo, estos son:

Gráfico 5.8. Requisitos para afiliarse a la Cámara de Turismo de Cotopaxi



Fuente: elaboración propia a partir de Cámara de Turismo de Cotopaxi (CAPTUR, 2012).

**6.- Ingreso de la escritura pública.-** Teniendo las 4-5 copias certificadas de la escritura pública, se ingresan a la Superintendencia de Compañías para su correspondiente aprobación. Se requiere:

- a) Carta indicando el ingreso de la documentación, con firma del abogado patrocinador, número de registro, número del certificado de votación.
- b) Presentar 4-5 testimonios de la escritura pública.
- c) Certificado de afiliación a la Cámara de turismo pues al establecer una actividad turística amerita el caso.

**7.- Aprobación de la escritura de constitución.-** Una vez revisada la escritura pública, con el respectivo cumplimiento de las disposiciones legales, la Intendencia de Compañías emitirá una resolución aprobando la constitución de la hostería como nueva persona jurídica.

**8.- Anotaciones Marginales.-** El Notario que otorgó la escritura pública de constitución debe anotar al margen de la matriz y de las copias certificadas que confirió, el contenido de la Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.

**9.- Publicación en diario.-** Un extracto de la escritura de constitución se publica en uno de los diarios de mayor circulación para dar a conocer al público en general de la creación de esta nueva hostería.

**10.- Inscripción de la escritura de constitución.-** Se acudirá al Registro Mercantil del cantón del Salcedo domicilio principal de la compañía para

inscribir la documentación correspondiente a la constitución de la hostería. Se debe adjuntar:

- a) Testimonios de la escritura pública.
- b) Certificado de afiliación a la Cámara de turismo respectiva.

**11.- Designación de funcionarios.-** La hostería debe tener al menos un representante legal de la misma. La junta de accionistas o de socios, según el caso, deberá sesionar, eligiendo a la o las personas que ejercerán dicha representación.

**12.- Inscripción de nombramientos.-** Para proceder a su debida inscripción en el Registro Mercantil del cantón Salcedo domicilio principal de la hostería se deben presentar los siguientes documentos:

- Mínimo 5 ejemplares del nombramiento a inscribir, firmados en originales.
- Copias de cédulas tanto de quien cursa el nombramiento como del funcionario electo.

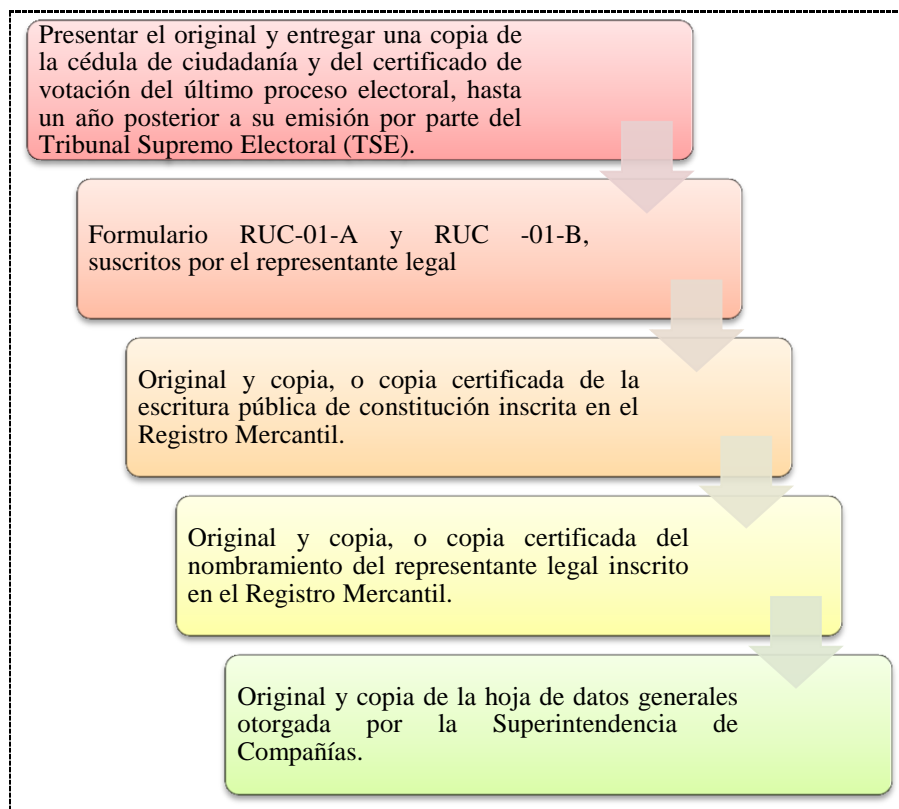
**13.- Obtención del número de expediente.-** Para obtener el RUC, debe obtenerse primero el número de expediente en la Superintendencia de Compañías, para lo cual se presenta una solicitud, anexando ([www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec), (2015):

- 1. Original de la escritura y resolución inscritas en el Registro Mercantil.

- 2. Copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- 3. Copia de la afiliación a la Cámara de la Producción respectiva.
- 4. Copia de una factura de agua, luz o teléfono.
- 5. Original del extracto publicado en prensa.

14.- Obtención del RUC.- El representante legal de la hostería debe acudir al Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la compañía (SRI, 2008). También, puede hacerlo a través de una tercera persona mediante una carta de autorización, adjuntando copia de cédula del representante.

Gráfico 5.9. Documentos adjuntos para obtener el RUC



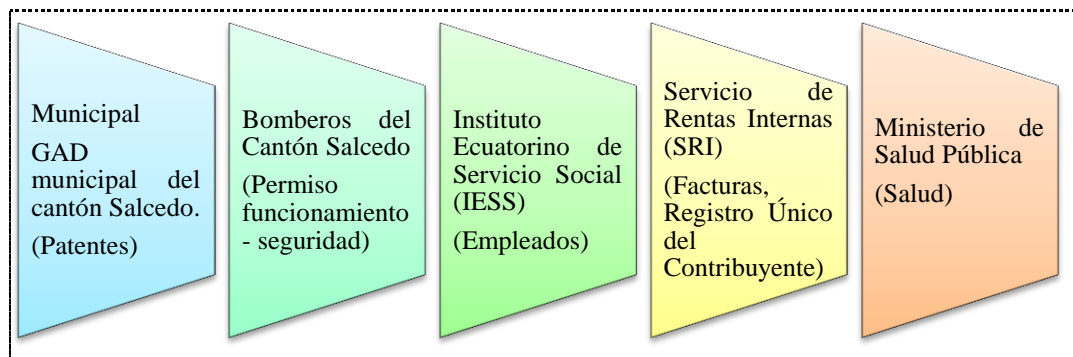
**Fuente:** tomado de Servicio de Rentas Internas (2008)

A partir de las leyes y documentos descritos, se precisa esclarecer los permisos de funcionamiento necesarios para la creación de la hostería, de acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Salcedo.

- **Permisos de funcionamiento**

Los permisos de funcionamiento de la hostería se basan en cinco pasos que se detalla según la ley del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización publicado en el (Suplemento del Registro Oficial No.303, de octubre 19 del 2010).

Gráfico 5.10. Permisos de funcionamiento para la Hostería “SAN CRISTÓBAL”



**Fuente:** elaboración propia a partir de (GAD. Municipal del Cantón Salcedo, 2012)

Los permisos para el funcionamiento y gastos de constitución de la Hostería que se otorgarán anualmente tienen un valor que se asume al inicio de la constitución, cumpliendo con cada uno, caso contrario la hostería no podrá ejercer su actividad económica.

Tabla 5. 23. Gastos de constitución

Concepto	Descripción	Costo (\$)
<b>Gastos de constitución</b>	Escritura de constitución	120,00
	Elevación escritura de registro	500,00
	Registro de nombramiento legal	60,00
	Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento	200,00
	Otros gastos	50,00
<b>Gastos de patentes y permisos (municipales e institucionales)</b>	Licencia de funcionamiento	18,00
	Registro de Mintur	158,00
	Permiso Sanitario	8,00
	Otros gastos	20,00
<b>Total de Gastos de constitución</b>		<b>\$ 1.134,00</b>

Fuente: elaboración propia

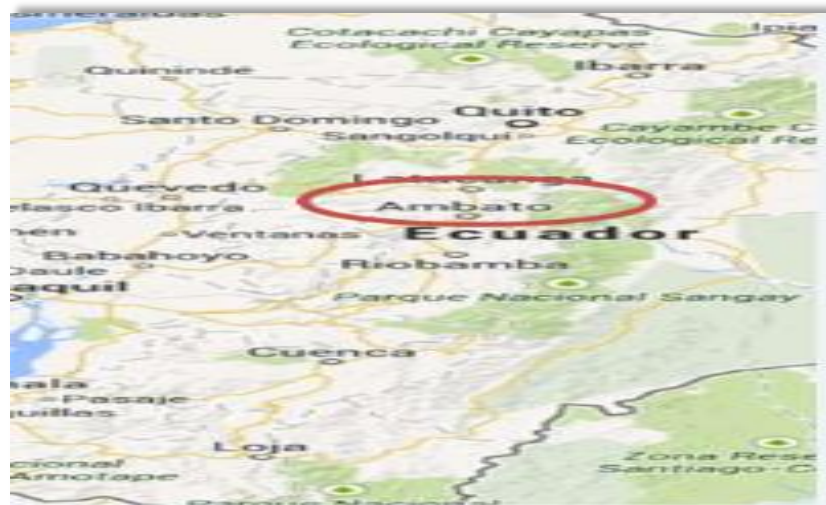
A continuación, se describe el estudio técnico valorados para la creación de la hostería, tales como: planta, mano de obra maquinaria y equipos de producción. Este estudio constituye el núcleo central, pues de éste depende que todos los elementos sean técnicamente factibles e incluya la forma en la que se pondrá en funcionamiento la hostería.

### c) Estudio técnico

Dentro de los requerimientos necesarios relacionados con la producción del servicio está la localización Macro y Micro localización:

Macro localización, la hostería “SAN CRISTÓBAL” se ubica en: el país Ecuador, provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo, sector Oriente, a una distancia de 2½km de la ciudad de Salcedo y a 15 km de la ciudad de Ambato.

Imagen 5.1. Mapa político de Ecuador



**Fuente:** tomado de (Ecuador- viajes, 2010)

Imagen 5.2. Micro localización de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”



**Fuente:** tomado de (Google- maps, 2010)

El proyecto se desarrolla en el barrio Anchilivi, tiene una superficie de 49 km<sup>2</sup>; se ubica en la parte oriental de la Cabecera cantonal; se extiende desde los 2.685m.s.n.m en su parte más baja, hasta los 4.000 metros. La referencia limita al norte con la parroquia Mulliquindil (Salcedo), por el Oriente con la cordillera Central, por el Sur y por Occidente con la parroquia matriz San Miguel y el camino denominado del Inca, las dimensiones son de 2.972m<sup>2</sup>.

## **1. Planta: dimensiones de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”**

En la primera fase, se construyen dos cabañas de dos niveles, las mismas que cuentan con un bar-restaurante, sala de eventos y parqueadero, utilizando un área total de 1500 m<sup>2</sup> aproximadamente.

El primer nivel tiene un espacio de 151 m<sup>2</sup>, área decorativa en los alrededores con un espacio de 150 m<sup>2</sup>, dispone de 6 habitaciones independientes (2 de ellas con baños en común y 4 con baño privado).

El segundo nivel tiene un área de 121 m<sup>2</sup>, destacándose un acceso al balcón y *hall*, la decoración tiene elementos tradicionales de la Sierra Centro que se repite en varios rincones. Este nivel cuenta con 3 habitaciones con baño común, Suite matrimonial y una Suite familiar con baño privado.

Los espacios de la hostería están diseñados pensando en la comodidad y esparcimiento de los clientes, tiene chimenea para darle mayor familiaridad. El parqueadero tiene un área de 200 m<sup>2</sup>, diseñado exclusivamente con adoquines de colores, el bar-restaurante tiene un área de 425 m<sup>2</sup> aproximadamente y su capacidad es para 50 personas; la sala de convenciones tiene una capacidad de 200 personas.

El área deportiva, piscina y sus componentes tienen un área aproximada de 200 m<sup>2</sup>.

El diseño de las instalaciones de la hostería está pensado para la tranquilidad y relax de las personas que demandan este servicio, es por ello que los espacios verdes cuentan con plantas ornamentales, con coloridos de claveles, geranios y rosas. Existen otras áreas que pueden disfrutar con animales de corral, creándose un ambiente muy natural para realizar caminatas y observar la puesta del sol.

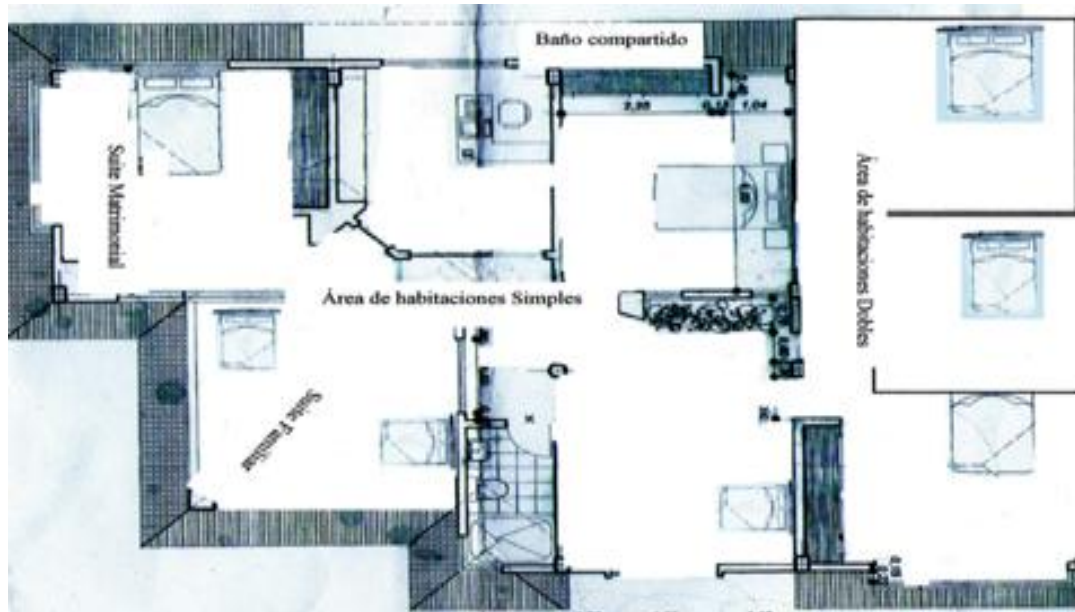
En la fase del diseño arquitectónico se indica la distribución de la hostería con todos sus componentes.

Imagen 5.3 Estructura de la Hostería SAN CRISTÓBAL – Planta baja



**Fuente:** elaboración propia

Imagen 5. 4. Infraestructura de la Hostería SAN CRISTÓBAL – Planta Alta



**Fuente:** elaboración propia

Imagen 5.5. Vista frontal de la Hostería SAN CRISTÓBAL



**Fuente:** elaboración propia

Las características en infraestructura de la hostería, se detallan a continuación:

- La cimentación y estructura de las cabañas será de hormigón armado y hierro fundido, se utilizan diferentes medidas de varillas para hacer los plintos, riostras, los pilares, estribos para la cubierta de las cabañas es de teja roja de

Dercoteja, todo el armado de las naves está diseñada de madera dura, apoyada con las vigas de hormigón.

- El agua potable será abastecida por el sistema de agua potable del municipio, que garantiza una dotación de 80 lts/hab día.
- El sistema de aguas servidas estará condicionado mediante la implementación de pozos sépticos, los cuales tienen cajas y revisión, y son evacuadas en el alcantarillado de la zona.
- La basura está a cargo de la administración municipal en el servicio de tratamiento y eliminación de desechos sólidos, que posteriormente serán llevados a basureros municipales.

Los costos de servicio básicos que se establecen para la creación de la hostería SAN CRISTÓBAL, se basan en las tarifas del cantón Salcedo del año 2015 y se muestran a continuación:

Tabla 5.24. Gastos Servicios Básicos

Servicio	Costo Mensual (\$)	Costo Anual (\$)
Energía eléctrica	150,00	1800,00
Agua	70,00	840,00
Teléfono fijo	20,00	240,00
Internet	20,00	240,00
<b>Total</b>	<b>\$ 260,00</b>	<b>\$ 3.120,00</b>

Fuente: elaboración propia

Para el análisis de Precios Unitarios (APUS), cada rubro involucrado en el proceso de construcción de la hostería se tomó como referencia el documento de rubros referenciales al mes de diciembre del año 2014, editado por la Cámara de Comercio de Quito, en dicha matriz constan los costos directos de cada rubro por unidad de construcción.

Los rubros de la infraestructura están dados por el terreno y adecuaciones realizadas para el desarrollo del proceso de creación de la hostería; el terreno tiene una extensión de 2972m<sup>2</sup> (ver Anexo 3), y es el espacio físico para la construcción de la instalación, el cual cuenta con los servicios básicos como agua potable, alcantarillado y recolección de basura los días miércoles y sábados, para el avalúo del predio (se toma como referencia la revista de la Cámara de la Construcción de Quito) en lo que respecta a precios unitarios de los rubros que intervienen en éste proceso.

Tabla 5.25. Resumen de la infraestructura turística de la hostería

Concepto	Unidad	Área	Precio unitario (\$)	Precio Total (\$)
Terreno	m <sup>2</sup>	70560	1,75	123.480,00
Infraestructura	m <sup>2</sup>	2.972	110	325.842,00
<b>Total</b>				<b>\$ 449.322,00</b>

Fuente: elaboración propia a partir del cuadro de rubros de infraestructura

## 2. Equipamiento necesario para la Hostería

Se definen los activos necesarios para crear el servicio, siendo estos un conjunto de instalaciones y servicios que se detallan a continuación por cada área de la instalación turística:

Tabla 5.26 Resumen del equipamiento de la Hostería SAN CRISTÓBAL




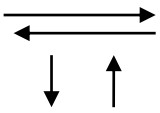

Activos Fijos	
Descripción	Monto de inversión (\$)
Terreno	123480,00
Infraestructura	325842,00
Máquinas y Equipos	31109,83
Equipos de Cómputo	2233,82
Muebles y Enseres	19988,00
Menaje	16559,93
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>\$ 519.213,58</b>

Fuente: elaboración propia

### 3. Flujo de procesos

Concordando con Mejía (2009), los símbolos estandarizados utilizados en el diagrama de flujos para la hostería son los siguientes y son reconocidos por la *American National Standards Institute (ANSI)*:

Tabla 5.27. Definición de los símbolos del diagrama de flujo del proceso

Símbolo	Significado
	<b>Límites:</b> indica el principio y el final del proceso.
	<b>Entrada y salida:</b> representa los datos de entrada y salida del proceso.
	<b>Decisión:</b> plantea la posibilidad de elegir una alternativa para continuar en alguna u otra vía.
	<b>Líneas de flujo de información:</b> indican las acciones que se ejecutan con los datos de entrada u otros obtenidos.
	<b>Actividad:</b> significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del servicio.

Fuente: elaboración propia a partir de (Mejía, 2009).

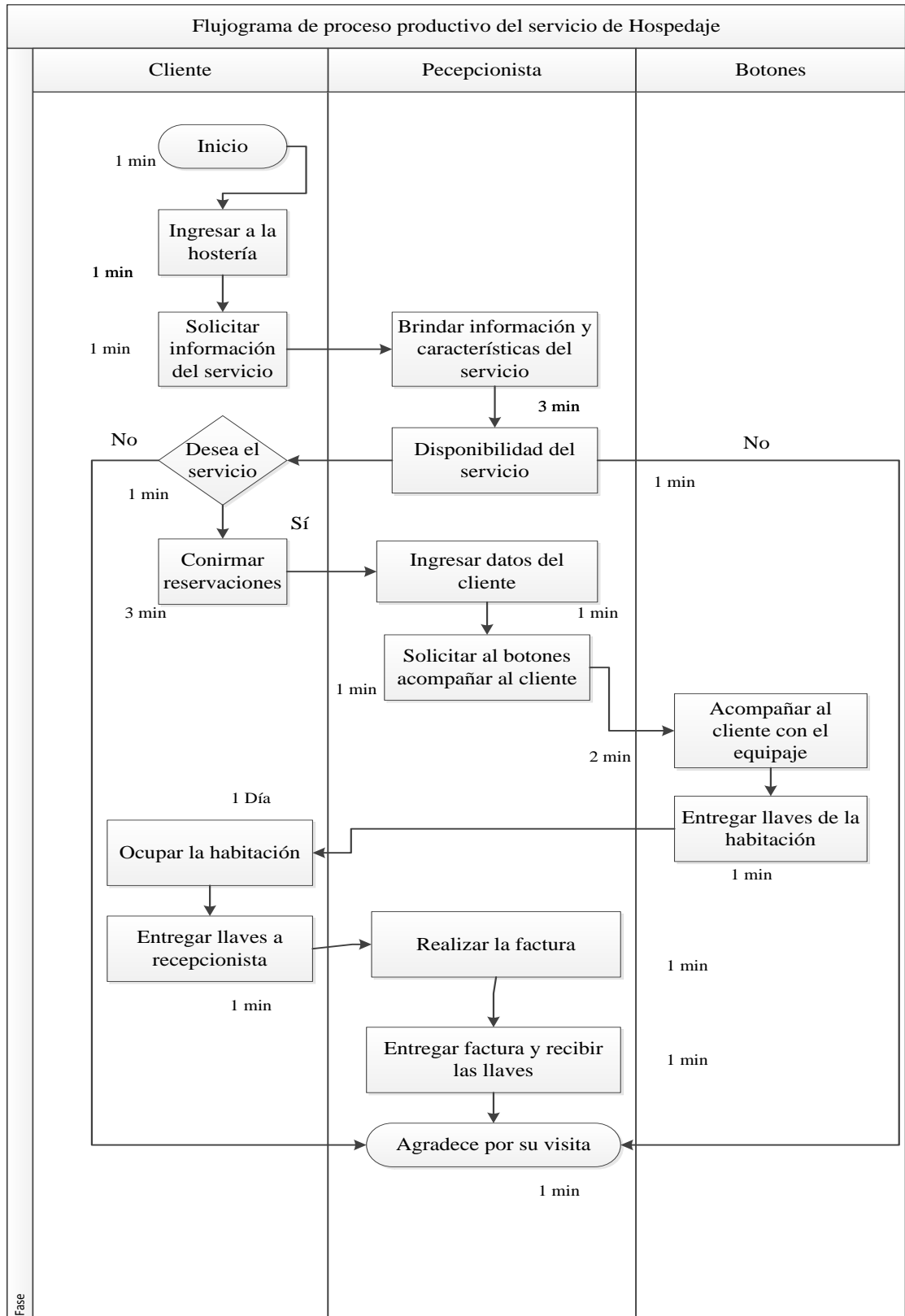
El gráfico de flujo de procesos para la hostería SAN CRISTÓBAL, está detallado en base a la provisión de servicios turísticos que ofrece la misma, entre las que se encuentran; alojamiento, alimentación y recreación, siendo el factor humano la clave del éxito de la presentación del servicio. Estos procesos deben estar ordenados de manera lógica para que los servicios sean eficientes en la atención a los clientes. El diagrama que se presenta está elaborado según los tiempos y servicios estimados de ocupación, como bien se observa a continuación:

Tabla 5.28. Flujograma de proceso en tiempo

Actividades	Cantidad	Unidad de medida
Proceso de reservación del servicio	19	minutos
Ocupación del servicio	1 a 3	días
Proceso del servicio de alimentación	29	minutos
<b>Tiempo promedio del servicio</b>		<b>25 min.</b>

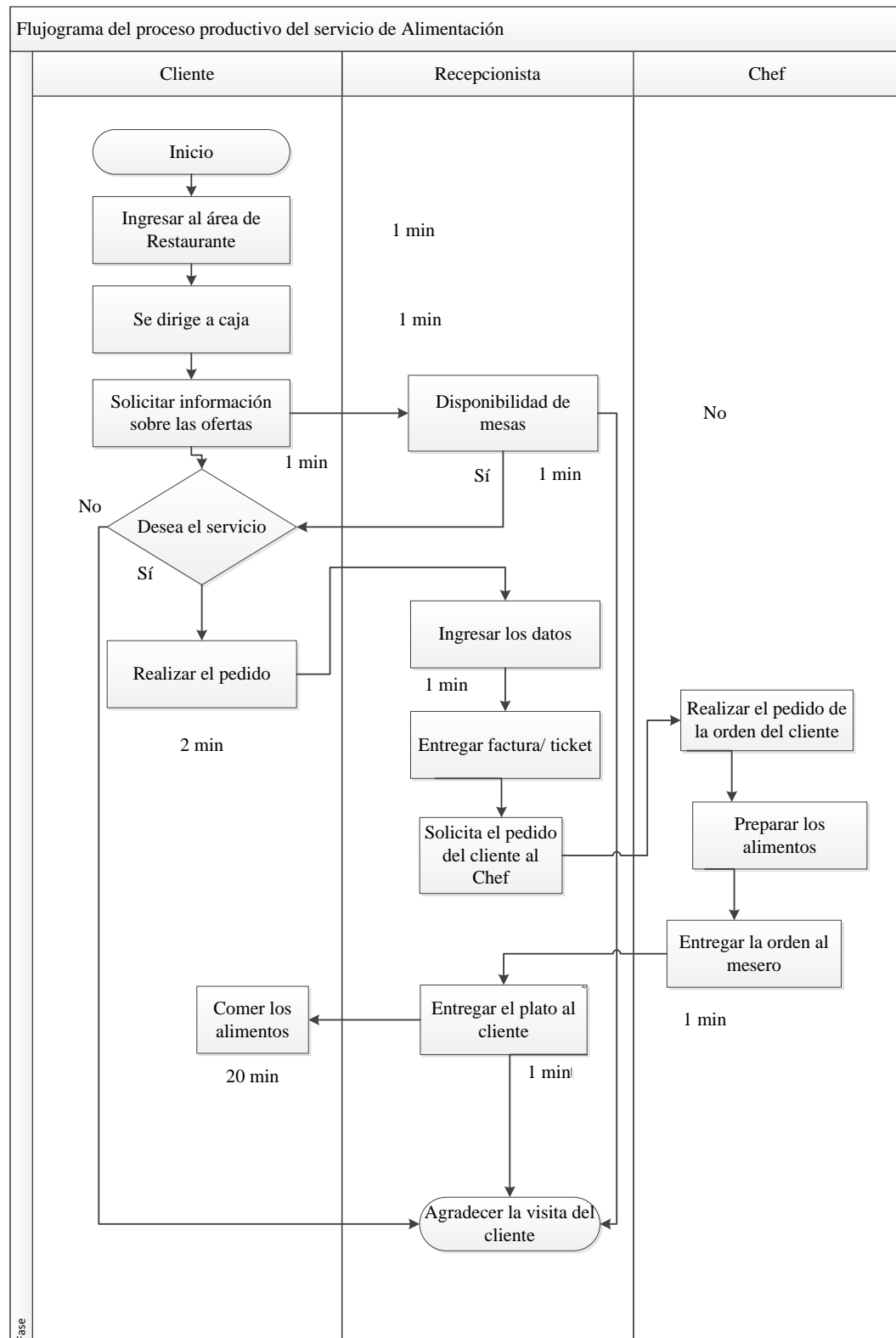
Fuente: elaboración propia

Gráfico 5.11. Diagrama de flujo de procesos de Hospedaje de la Hostería SAN CRISTÓBAL



Fuente: elaboración propia

Gráfico 5.12. Diagrama de flujo de procesos de alojamiento de la Hostería SAN CRISTÓBAL



Fuente: elaboración propia

El servicio de alojamiento, alimentación que presta la hostería tiene la característica de ser flexible, pues debe adaptarse a las necesidades del cliente, por lo cual se necesita la coordinación de los procesos que garantizan el servicio.

La clave para el normal funcionamiento de las actividades es el factor humano, pues es el personal quien presta el servicio dentro de las instalaciones siendo evidente la necesidad constante de capacitación para sus funciones.

Todo lo expresado, corrobora que la meta del proceso de servicio de la hostería es transformar las compras o entradas en rendimientos con mayor eficacia y eficiencia en la prestación de servicios y la máxima satisfacción de los clientes. Por ejemplo, las actividades ejecutadas en carpeta por las reservas de los clientes, agregan valor y hacen avanzar cada actividad dentro del proceso.

#### **d) Estudio financiero del proyecto**

Durante el análisis financiero es importante tener en cuenta dos fases, estas son: a) elaborar la información financiera del funcionamiento de la hostería y, b) evaluación financiera del proyecto de inversión. Estas fases, permiten tomar decisiones oportunas siempre y cuando la información fluya eficientemente por las diversas áreas administrativas que serán construidas en la hostería. Posteriormente, es importante dar seguimiento al cumplimiento que se debe tener con las institución que aporte al financiamiento de la construcción y marcha del proyecto.

A su vez, la estructura de la inversión total inicial del proyecto puede analizarse por etapas, las cuales incluyen:

**a) Inversión en activos tangibles e intangibles**

Son todas las adquisiciones necesarias para iniciar las operaciones de la hostería (activos tangibles e intangibles), por ejemplo:

Tabla 5.29. Resumen de la Inversión inicial

<b>Activos Fijos</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Monto de inversión (\$)</b>
<b>Activos Fijos</b>	
Terreno	123480,00
Infraestructura	325842,00
Máquinas y Equipos	31109,83
Equipos de Cómputo	2233,82
Muebles y Enseres	19988,00
Menaje	16559,93
<b>Total de inversión en Activos</b>	<b>\$ 529.216,58</b>

**Fuente:** elaboración propia

La inversión presentada en la tabla anterior, indica la cuantía y la forma de estructura de inversión proyectada, en: maquinaria, muebles y enseres, equipos de cómputo, menaje (utensilios, accesorios) necesario. Así como, los gastos que comprende la puesta en marcha de la instalación turística.

### b) Capital trabajo

Constituye la unión de varios elementos fundamentales para iniciar la actividad turística, entre ellos se encuentran: materia prima, materiales e insumos y sueldos y salarios detallados en el rol de pagos (ver Anexo 3).

Tabla 5.30. Capital de Trabajo

<b>Descripción</b>	<b>Costo (\$)</b>
Materia Prima (víveres y bebidas)	15.817,20
Materiales e Insumos	6.459,00
Sueldos y Salarios	80.467,20
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 102.743,40</b>

**Fuente:** elaboración propia

Para la puesta en marcha de la hostería es necesario un capital de trabajo de 102.743,40 USD. Esta cantidad, es factible para el financiamiento del proyecto.

### c) Financiamiento del proyecto

La aportación de dinero y recursos necesarios para adquirir los bienes y servicio, se canaliza mediante el préstamo y capital propio, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 5.31. Financiamiento del proyecto

Tipo		Capital de Operación	Aporte del Socio (%)	Total de Financiamiento	Total Aporte del Socio
Préstamo Bancario		42,00%		261.221,93	
Capital Propio		58,00%		360.735,05	
Aporte:	Socio A		9,67%		60.122,51
	Socio B		9,67%		60.122,51
	Socio C		9,67%		60.122,51
	Socio D		9,67%		60.122,51
	Socio E		9,67%		60.122,51
	Socio F		9,67%		60.122,51
<b>Total</b>			<b>58,%</b>	<b>\$621.956,98</b>	<b>\$360.735,05</b>

Fuente: elaboración propia

La aportación de cada socio es del 9,67%, y el otro valor que se necesita para completar la inversión se obtiene por un préstamo solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN), la tasa interés vigente hasta el 28 de febrero del 2015 para segmento empresarial es del 9,45% en un plazo de 3 hasta 5 años. Esta tasa se toma por la vida útil del proyecto el cual se enmarca en 5 años. El plazo de pago del préstamo se detalla en el Anexo 5.

Lo explicado hasta aquí, debe sustentarse en la práctica a través de la evaluación económica-financiera que se realiza para el proyecto de inversión.

### 5.3.1 Evaluación económica y financiera del proyecto de inversión

La información económica-financiera proporciona datos acerca de la inversión necesaria para la creación de la hostería, detallándose los ingresos, gastos y utilidad de la operación del proyecto. Esta información se refleja en los Estados Financieros:

### a) Estado de Situación Inicial

La información necesaria para iniciar la empresa, para lo cual se registra activos, pasivos y pasivo rubros con los que se constituye o inicia la Hostería sus operaciones.

Tabla 5.32. Estado de Situación Inicial

Activos			Pasivos		
Activo Corriente			Pasivo Corriente		
Bancos	102.743,40		Aportaciones IESS	0,00	
Total de activos corrientes		102.743,40	Beneficios sociales	0,00	
Activo Fijo			Total de Pasivo Corriente		0,00
Terreno	123480		Intereses por pagar	0,00	
Equipos de computo	2233,82		Largo Plazo	0,00	
Maquinaria	31109,83		Obligaciones Financieras	261.221,93	
Muebles y Enceres	19988,00		Total de Pasivo a Largo Plazo		261.221,93
Infraestructura	325842,00		Total Pasivo		<b>261.221,93</b>
Menaje	16559,93		Patrimonio		
			Capital Social	360.735,05	
Total de Activos Fijos		<b>519213,58</b>	Total Patrimonio		<b>360.735,05</b>
Total de Activos (\$)		<b>621.956,98</b>	Total de Pasivos y Patrimonio (\$)		<b>621.956,98</b>

Fuente: elaboración propia

### b) Estado de Resultados

La información del período que se determinó para la hostería, permite conocer las utilidades o pérdidas al deducir los ingresos con los costos que se generan a través del proyecto.

Tabla 5.33. Estado de Resultados

Detalle	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
(+)Ventas Totales	486925,92	512246,07	538882,86	566904,77	596383,82
(-) Inventario Inicial	15817,20	16639,69	17504,96	18415,22	19372,81
<b>(=)Utilidad Bruta</b>	<b>471108,72</b>	<b>495606,37</b>	<b>521377,90</b>	<b>548489,56</b>	<b>577011,01</b>
<b>(-) Gastos Administrativos</b>	<b>139614,23</b>	<b>144941,41</b>	<b>142934,52</b>	<b>140267,39</b>	<b>138431,79</b>
Sueldos y Salarios	80467,20	91554,16	94167,22	96858,68	99630,88
Gasto Constitución	1134,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto materiales indirectos	6459,00	6652,77	6852,35	7057,92	7269,66
Gasto Financiero	22422,64	17485,54	12548,45	7611,35	2674,26
Depreciaciones	13373,17	13373,17	13373,17	12628,56	12628,56
Amortización	16292,10	16292,10	16292,10	16292,10	16292,10
<b>Utilidad antes de participación empleados</b>	<b>330960,62</b>	<b>350248,64</b>	<b>378144,62</b>	<b>408040,94</b>	<b>438515,55</b>
Participación Trabajadores (15%)	49644,09	52537,30	56721,69	61206,14	65777,33
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	281316,52	297711,34	321422,92	346834,80	372738,22
Impuestos (22%)	61889,64	65496,50	70713,04	76303,66	82002,41
<b>Utilidad neta</b>	<b>219426,89</b>	<b>232214,85</b>	<b>250709,88</b>	<b>270531,14</b>	<b>290735,81</b>
<b>Rentabilidad</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>
<b>Rentabilidad promedio del proyecto</b>					<b>18,6%</b>

Fuente: elaboración propia

La rentabilidad promedio de la Hostería se estima en 18, 6% durante la vida útil del proyecto para 5 años de ejecución, los cuales se provee terminar pagando la inversión inicial. Conocidas las utilidades y el monto de los impuestos, y reparto sobre utilidades se debe analizar la situación contable-financiera del proyecto de inversión para la creación de la hostería, esto puede reflejarse en el Balance General.

### c) Estado de Situación Financiera o Balance General

Al formular el Estado de Situación Financiera de la Hostería, se conoce el monto de la inversión y se determina la cantidad de recursos que la actividad requiere, como bien se refleja a continuación:

Tabla 5.34. Estado de Situación Financiera proyectado Hostería “SAN CRISTÓBAL”

Detalle	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
<b>Activo Corriente</b>					
Bancos	261221,93	486925,92	512246,07	538882,86	566904,77
Inventario	16639,69	17504,96	18415,22	19372,81	20380,19
<b>Total activo corriente</b>	<b>277861,63</b>	<b>723857,77</b>	<b>762876,13</b>	<b>808965,55</b>	<b>857816,11</b>
Terreno	123480,00				
Muebles y Enseres	16559,93	16559,93	16559,93	16559,93	16559,93
Equipo de Computo	2233,82	2233,82	2233,82	2233,82	2233,82
Maquinaria	31109,83	31109,83	31109,83	31109,83	31109,83
Equipos de oficina	19988,00	19988,00	19988,00	19988,00	19988,00
Edificio	123480,00	123480,00	123480,00	123480,00	123480,00
(Depreciación acumulada)	-29665,27	29665,27	29665,27	29665,27	29665,27
<b>Total activo fijo neto</b>	<b>346516,85</b>	<b>163706,31</b>	<b>163706,31</b>	<b>163706,31</b>	<b>163706,31</b>
<b>Activo Diferido</b>					
Gastos de Constitución	1134,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización de gastos de constitución	-226,80	-226,80	-226,80	-226,80	-226,80
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>907,20</b>	<b>-226,80</b>	<b>-226,80</b>	<b>-226,80</b>	<b>-226,80</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>625285,67</b>	<b>887337,28</b>	<b>926355,64</b>	<b>972445,07</b>	<b>1021295,62</b>
<b>Pasivos</b>					
<b>Activo Corriente</b>					
Proveedores	15817,20	16291,72	16780,47	17283,88	17802,40
Cuentas por pagar (15% trabajadores)	49644,09	52537,30	56721,69	61206,14	65777,33
Impuesto a la renta por pagar	61889,64	65496,50	70713,04	76303,66	82002,41
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>168222,69</b>	<b>134325,51</b>	<b>144215,20</b>	<b>154793,68</b>	<b>165582,14</b>
<b>A largo plazo</b>					

Préstamo largo plazo	208977,55	156733,16	104488,77	52244,39	0,00
<b>Total pasivo Largo plazo</b>	<b>208977,55</b>	<b>156733,16</b>	<b>104488,77</b>	<b>52244,39</b>	<b>0,00</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>377200,23</b>	<b>291058,67</b>	<b>248703,98</b>	<b>207038,07</b>	<b>165582,14</b>
<b>Patrimonio</b>					
Capital	360735,05	360735,05	360735,05	360735,05	360735,05
Utilidad/Perdida	219426,89	232214,85	250709,88	270531,14	290735,81
<b>Resultados de ejercicios anticipos</b>		<b>219426,89</b>	<b>451641,74</b>	<b>702351,62</b>	<b>972882,76</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b>248085,44</b>	<b>812376,78</b>	<b>1063086,66</b>	<b>1333617,81</b>	<b>1624353,62</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>625285,67</b>	<b>887337,28</b>	<b>926355,64</b>	<b>972445,06</b>	<b>1021295,62</b>

Fuente: elaboración propia

En la tabla anterior, se presenta de manera total situaciones o hechos que aún no acontecen pero estas situaciones no causadas pueden alterar la situación de la hostería. Esta proforma se realiza con la finalidad de conocer las utilidades que se esperan en la vida útil del proyecto para la creación de la hostería, así como también realizar los cálculos financieros de evaluación del proyecto.

#### d) Estado de flujos de efectivo

En la siguiente representación esquemática se presenta los costos e ingresos registrados por la hostería año por año:

Tabla 5.35. Estado de flujo de efectivo de la Hostería “SAN CRISTÓBAL”

Detalle	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
<b>Ingresos</b>					
Ventas	486925,92	512246,07	538882,86	566904,77	596383,82
<b>Total Ingresos</b>	<b>486925,92</b>	<b>512246,07</b>	<b>538882,86</b>	<b>566904,77</b>	<b>596383,82</b>
<b>Egresos</b>					
<b>Costos Fijos</b>					
Cuota de Préstamo	52244,39	52244,39	52244,39	52244,39	52244,39
Sueldos y Salarios	80467,20	91554,16	94167,22	96858,68	99630,88
Servicios Básicos	3120,00	3213,60	3310,01	3409,31	3511,59
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>135831,59</b>	<b>147012,14</b>	<b>149721,62</b>	<b>152512,37</b>	<b>155386,85</b>

<b>Costos Variables</b>					
Materia Prima Directa	15817,20	16639,69	17504,96	18415,22	19372,81
Gasto Financiero	22422,64	17485,54	12548,45	7611,35	2674,26
Gasto publicidad	3540,00	3646,20	3755,59	3868,25	3984,30
Insumos	6459,00	6652,77	6852,35	7057,92	7269,66
<b>Total Costos Variables</b>	<b>48238,84</b>	<b>44424,21</b>	<b>40661,35</b>	<b>36952,75</b>	<b>33301,03</b>
<b>Total Egresos</b>	<b>182292,64</b>	<b>189776,11</b>	<b>188840,27</b>	<b>188039,98</b>	<b>187380,29</b>
Utilidad Operativa	304633,28	322469,95	350042,59	378864,79	409003,53
15 % Participación Trabajadores	0,00	49724,17	52599,74	56766,51	61233,32
22% Impuesto a la Renta	0,00	61989,47	65574,35	70768,91	76337,54
<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>302855,50</b>	<b>209275,99</b>	<b>230466,11</b>	<b>250004,92</b>	<b>270186,14</b>

Fuente: elaboración propia

Otro momento de evaluación, pasa por los estados proyectado de la operación del proyecto para su ejecución. Aspecto que se aborda en el epígrafe siguiente.

### 5.3.2 Evaluación de los estados proyectados de la operación del proyecto

Los indicadores financieros de evaluación del proyecto que se han considerado, son: tasa de recuperación de la inversión, valor actual neto, costo-beneficio, entre otros que se explican a continuación:

#### a) Métodos que sí consideran valor del dinero en el tiempo

##### 1. Valor presente neto (VAN)

El cálculo de los flujos netos de efectivo permite conocer el valor actual de la inversión en un determinado ciclo.

Tabla 5.36. Indicadores para determinar el VAN

Indicador	Tasa	Fecha de Indicador
Tasa Pasiva (BCE)	5,32%	feb-15
Riesgo País (BCE)	5,69%	feb-15
<b>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)</b>		<b>0,1131</b>
		<b>11,31%</b>

Fuente: elaboración propia a partir del Banco Central del Ecuador (2015)

Los indicadores permiten determinar la tasa de oportunidad basado en el cálculo del VAN, y para ello se emplea la metodología de descontar al momento actual todos los flujos de efectivo. Se calcula en base a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 11,31% que es resultado de la Tasa pasiva 5,32% y la Tasa de Riesgo País 5,69%, datos obtenidos en la página web del Banco Central del Ecuador (BCE) al mes de febrero del 2015, como se muestra en la gráfica anterior.

Tabla 5.37. Valor Actual Neto de la Hostería SAN CRISTÓBAL

VAN	Inversión Inicial	$\text{fnf1}/(1+i)$	$\text{fnf2}/(1+i)^2$	$\text{fnf3}/(1+i)^3$	$\text{fnf4}/(1+i)^4$	$\text{fnf5}/(1+i)^5$
VAN	-519213,58	272082,92	168908,32	167110,80	162859,02	158121,95
VAN	<b>409869,43</b>					
i=	0,1131					

Fuente: elaboración propia

El VAN de la inversión se estima en 409.869,43 USD. Este monto al ser positivo y mayor a uno, indica que es factible la creación de la hostería.

## 2. La Tasa Interna de Retorno TIR

La rentabilidad del proyecto de inversión para la creación de la hostería se mide de acuerdo a los cobros y los pagos actualizados en términos relativos.

Tabla 5.38. Tasa Interna de Retorno de la Hostería SAN CRISTÓBAL

TIR	Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TIR	519.213,58	272082,92	168908,32	167110,80	162859,02	158121,95
TIR	<b>26%</b>					

Fuente: elaboración propia

La TIR del proyecto es mayor que la tasa de interés con el 26%. Esta tasa, permite que el VAN sea igual a cero, y por lo tanto, dentro del criterio de aceptación del proyecto se considera que el índice de rendimiento TIR tiene un valor mayor a uno, el mismo que corresponde a un VAN positivo, dando a entender que los flujos de fondos de los años proyectados fueron necesarios para recuperar la inversión en la vida útil del proyecto.

## 3. Costo/ Beneficio (C/B)

Según Baca (2013), es una forma de evaluar económicamente un proyecto, empleándose el método costo-beneficio, el cual consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que deben obtenerse. El cálculo del C/B se realizó con los flujos de fondos de efectivo del VAN de Egresos, VAN de ingresos y la TMAR del 11,35%, como se detalla a continuación:

Tabla 5.39. Costo/Beneficio de la Hostería “SAN CRISTÓBAL

VAN de Ingresos (dólares)					
Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
519213,58	437450,29	413437,88	390743,56	369294,96	349023,72
<b>Total VAN Ingresos</b>					565836,24
VAN de Egresos (dólares)					
Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
519213,58	165367,37	171984,86	171038,51	170213,92	169515,66
<b>Total VAN Egresos</b>					328906,75
<b>Total Costo / Beneficio</b>					<b>1,72</b>

Fuente: elaboración propia

La cantidad de flujos netos obtenidos después de haber recuperado la tasa de interés exigida en el proyecto es de 1,72, lo que significa que por cada dólar invertido se gana 0,72 USD centavos, siendo aceptable este resultado para la inversión.

## b) Métodos que no consideran valor del dinero en el tiempo

### 1. Período de Recuperación (PR)

Este método consiste en determinar el número de períodos, generalmente expresados en años.

Tabla 5.40. Período de Recuperación

Recuperación en Años:		
Flujos	Inversión Inicial (\$)	Período de recuperación (\$)
	-519213,58	
Año1 (\$)	302.855,50	(216.358,08)
Año2 (\$)	209.275,99	(7.082,09)
Año3 (\$)	230.466,11	223.384,02
Año4 (\$)	250.004,92	473.388,93
Año5 (\$)	270.186,14	743.575,08
<b>La recuperación será en meses</b>		
<b>Recuperación en meses:</b>		

<b>Valor</b>	<b>mes</b>	
<b>231868,50</b>	12,00	
<b>228.044,51</b>	X	11,80
	<b>mes</b>	<b>11</b>
<b>Recuperación en días:</b>		
<b>mes</b>	<b>días</b>	
1,00	30,00	
0,20	x	
	<b>día</b>	<b>19</b>

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la tabla anterior, el tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial neta es de 3 años 11 meses 19 días, es decir, en este tiempo los flujos de efectivo igualarán al monto de la inversión.

## 2. Punto de Equilibrio (PE)

La cantidad de ingresos que provienen de las ventas netas del servicio de la Hostería en hospedaje, alimentación, área de recreación, piscina y complementos, se comparan con los gastos y costos que incurren para la generación de los mismos.

Tabla 5.41. Punto de equilibrio de la Hostería SAN CRISTÓBAL

Períodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo fijo	134587,67	145768,23	148477,70	151268,46	154142,94
Costo variable	47704,97	44007,88	40362,57	36771,52	33237,36
Punto de Equilibrio Valores (\$)	142295,27	153142,90	155090,97	157174,18	159387,57
<b>Punto de Equilibrio Clientes (Q)</b>	2400	2456	2364	2277	2195
Precio promedio de ventas (Anual)	59,28	62,36	65,61	69,02	72,61
<b>Promedio de clientes de la Hostería anual</b>	<b>2339 personas</b>				

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la tabla anterior, el punto de equilibrio se calcula con el fin de conocer si las ventas anuales de la hostería alcanzan a cubrir los costos fijos y variables, el promedio de turistas para que la empresa no pierda ni gane, es decir permanezca estable es de 2339 turistas anuales a un precio promedio de \$65 USD en los años subsiguientes a la inversión (año 0).

En aras de fortalecer el análisis que se hace del proyecto, es importante realizar un análisis de sensibilidad para conocer el nivel de influencia de determinados factores externos.

### **5.3.3 Análisis de sensibilidad del proyecto de inversión**

Para el análisis de la variación que se produce en el rendimiento del proyecto de inversión para la creación de la hostería, se considera las variables siguientes: inflación y tasa de riesgo país. Esto supone variaciones que influyen en el presupuesto con respecto a la holgura con la que cuenta el proyecto para su aplicación ante eventuales cambios de las variables externas mencionadas. En este sentido, los escenarios del proyecto a identificar son:

- a) **Escenario Real:** es la situación actual en la que se desarrolla el proyecto, basado en la información obtenida en el presente estudio de factibilidad.
- b) **Escenario Pesimista:** es el panorama caótico en el que puede desarrollarse el proyecto de inversión, es decir, casi el fracaso del mismo.

- c) **Escenario Optimista:** es el panorama en el que invita al inversionista a evaluar el riesgo y el nivel de utilidades que puede llegar a tener frente al escenario real.

Tabla 5.42. Análisis de Sensibilidad

Escenario Pesimista		VAN	TIR	P E	C/B	Pay Back		
Variables	Variación					Año	Mes	Día
Inflación	9,14%	(\$)	(%)	Clientes	(\$)			
Tasa de riesgo país	11,31%							
Tasa de crecimiento	0%							
Escenario Pesimista		245610,03	18%	2791	1,06	4	11	17
Dato real		415270,51	26%	2339	1,76	3	11	19
Escenario Optimista		VAN	TIR	PE	C/B	Pay Back		
Variables	Variación					Año	Mes	Día
Inflación	2,29%	(\$)	(%)	Clientes	(\$)			
Tasa de riesgo país	11,31%							
Tasa de crecimiento	10,4%							
<b>Escenario Optimista</b>		559311,33	32%	2180	2,31	3	5	17
<b>Dato real</b>		415270,51	26%	2339	1,76	3	11	19
Interpretación								
Descripción		Panorama						
<b>Insensible</b>		Al no cambiar los indicadores, los valores superan al real						
<b>Sensible</b>		Al cambiar dos o más indicadores						

Fuente: elaboración propia

Conocidos los posibles escenarios en los que se desenvuelve el proyecto para el análisis de sensibilidad, se evidencia que el proyecto es sensible en el escenario pesimista; sí las condiciones en el país son desfavorables como en el caso del incremento de la inflación al (9,14%) y en la TMAR de (11.31%), pese a esto la inversión en la creación de la hostería sigue siendo rentable y no afectan las modificaciones de las variables. Sin embargo, en el escenario optimista sí las condiciones en el país son favorables en el que se reduce a más de la mitad las

variables como: la inflación del (2,29%), los cambios permiten determinar que la empresa recuperará la inversión en menos tiempo.

Con este análisis se concluye el estudio financiero necesario para la inversión, y se prosigue en el próximo epígrafe con el análisis del impacto ambiental permitiendo determinar los daños, repercusiones y las medidas para mitigar el impacto que tiene el proyecto en el ambiente.

#### **5.4 Estudio de impacto ambiental**

Después de conocer la rentabilidad del proyecto es necesario establecer el impacto del proyecto en el medio ambiente, mediante la identificación de los impactos. Este tipo de estudio identifica las fases que comprenden el proyecto de inversión para la creación de la hostería, entre las que se encuentran:

**Fase I. Preparación.-** Los componentes ambientales abarcan el medio físico y biológico para lo cual se definen las áreas de preservación, aquellas en donde puede desarrollarse actividades como la construcción. Por lo tanto, es necesario una planificación previa, y que se cumpla, para que no resulte afectado el hábitat natural del denominado ecosistema, destinado a la conservación y preservación de la naturaleza.

El área que ocupará esta edificación ya estuvo contemplada en la planificación del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Salcedo, como área de desarrollo constructivo por lo que no se daña el medio ambiente, ni interviene en la flora y

fauna del hábitat existente en la zona, por lo que los desechos orgánicos, aguas pluviales cuentan con un manejo adecuado.

**a) Características de factores ambientales que se afectarán en la ejecución de la Fase I**

Las características del medio que se han seleccionado como las más representativas del ambiente en el área de influencia de la creación de la hostería, se agrupó en una lista de acuerdo a la siguiente valoración:

Tabla 5.43. Factores de evaluación del impacto en la fase I

Factores físicos		Factores biológicos		Factores socioeconómicos	
Ruido	2	Potencial alteración de	1	Riesgo y seguridad	3
Polvo	1	fauna y flora		Infraestructura	2
		Potencial modificación		Educación	1
		de hábitat	1	Empleo	2
				Salud pública y ocupación	3
<b>Valoración promedio de impacto</b>					1.7

Fuente: elaboración propia

Como se evidencia en la tabla anterior, los impactos característicos en esta fase serán muy puntuales, limitados, de carácter transitorio y de baja magnitud con 1.7, es decir, solubles por medio de medidas de prevención simples, sin necesidad de implementar medidas de mitigación y menos de compensación.

**Fase II. Operación y funcionamiento.-** Es uno de los más importantes aspectos a tener en cuenta, pues es el que más beneficios produce por lo que es necesario establecer los impactos:

- a) **Ruido:** según el Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, publicado el lunes 31 de marzo del 2003, se establece los niveles de ruido permitidos según la zona.
- b) **Movilidad vehicular y peatonal:** lo que respecta a la movilidad y traslado de los turistas a la hostería, la normal circulación se verá afectada ya que en la zona se encuentran las comunidades indígenas del sector Oriente y esto provoca un congestionamiento vehicular, como también una contaminación sonora.

Tabla 5.44 Niveles máximos de ruido permisibles según el uso de suelo

Tipo de zona según uso de suelo	Nivel de presión sonora	
	De 06H00 a 20H00	De 20H00 a 06H00
Zona hospedaje y recreación	45	35
Zona residencial	50	40
Zona residencial mixta	55	45
<b>Promedio total decibeles permisibles</b>	<b>50</b>	<b>40</b>

**Fuente:** adaptado a partir del Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental (2003)

Los niveles permisibles de ruido en la actividad de hospedaje y recreación son de 35 a 45 decibeles, por lo que las actividades realizadas dentro y fuera de las instalaciones deben estar pensadas en la afectación que puede tener en las personas del lugar. Para poder mitigar este impacto es necesario tener alternativas, como:

Tabla 5.45. Alternativas de solución de impacto

<b>Medidas</b>	<b>Descripción de la medida</b>	<b>Impacto a solucionar</b>	<b>Responsable</b>
Planificación de logística constructiva; información de acceso a la hostería.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Planificar las vías y áreas de ingreso a la hostería.</li> <li>-Colocar letreros de tránsito vehicular y peatonal alusivos a los riesgos.</li> <li>-Proveer adecuada información a los turistas.</li> </ul>	-Riesgos, seguridad, accidentes.	Jefe de Marketing
Transporte de materiales, desechos orgánicos, manejo de escombros y desechos inertes. Control de los desechos y su adecuada disposición final.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Controlar el transporte adecuado de materiales de construcción y desechos, empleando vehículos cubiertos para evitar derrames de materiales en las vías.</li> <li>-Emplear las rutas de acceso y salida previamente planificadas según medida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Impactos visuales negativos</li> <li>-Suciedad</li> <li>-Malos olores</li> <li>-Ruidos, polvo, gases</li> </ul>	Jefe de área de operaciones
Facilitar una infraestructura adecuada, así como equipos de seguridad para la hostería.	-Proveer equipos adecuados y servicio de primeros auxilios, cumpliendo con las normas de seguridad e higiene.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estética</li> <li>-Evitará sitios obstruidos.</li> <li>-Prevendrá accidentes</li> </ul>	Presidente

**Fuente:** elaboración propia

Con el planteamiento de las alternativas para el estudio del impacto medio ambiental, se procede a plantear las conclusiones y recomendaciones generales del estudio realizado.

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

- La creación de la hostería SAN CRISTÓBAL en el cantón Salcedo es factible; social y económicamente viable, pues así lo evidencia el diagnóstico realizado en el presente proyecto y las ventajas presumibles que se generan si se ejecuta la inversión y puesta en marcha del proyecto.
  
- Con el estado del arte se consolidó el estudio de factibilidad para la creación de la hostería, basándose en información precisa y oportuna y describiéndose en detalle cada uno de los elementos dentro de los estudios de mercado, técnico, administrativo legal, así como el estudio financiero necesario para determinar la viabilidad del proyecto.
  
- La idea para la creación de la hostería se visualiza como un servicio con gran potencial turístico para el sector oriente del cantón Salcedo debido a los atractivos turísticos y accesibilidad de la zona, siendo favorables para la implementación del proyecto.
  
- La demanda insatisfecha del sector turístico es alta, lo cual corrobora la necesidad de la construcción de la hostería porque no existe saturación del mercado de servicio en hospedaje y alimentación, con esta apreciación se crea una oportunidad en el mercado de servicios turísticos.

- La rentabilidad que se obtuvo de la inversión es favorable permitiendo que la decisión de invertir este fundamentada en los indicadores financieros como el VAN positivo mayor a uno, la TIR (26%) mayor que la tasa de descuento (14%), este comportamiento ofrece confianza en los inversionistas para ejecutar sus proyectos, pues se considera aceptable.

## **6.2 Recomendaciones**

- Se recomienda a los inversionistas la puesta en marcha de la creación de la Hostería SAN CRISTÓBAL, pues a través de la generación de nuevas ideas se aporta al desarrollo del sector turístico creando una industria sin contaminación ambiental.
- Tomar decisiones siempre basados en fuentes de información debidamente fundamentadas en el estado del arte, permitiendo sustentar su elección en procura del desarrollo del proyecto.
- Establecer estrategias de comercialización del servicio para dar a conocer las ventajas del proyecto de inversión, empleándose para ello las redes sociales, páginas web y agencias de viajes en aras de potenciar el sector Oriente del cantón Salcedo.
- Incrementar la oferta del servicio de hospedaje y alimentación en base a la capacidad instalada, permitiendo captar un mayor número de clientes cada

año. A su vez, realizar adecuaciones en la infraestructura e incrementar actividades de ocio que satisfagan al turista nacional y extranjero.

- Analizar los indicadores que consideran el valor del dinero en el tiempo, pues estos ayudan al inversionista a saber los riesgos a los que está expuesta la inversión, pues de esta manera podrá controlar que la inversión alcance la rentabilidad deseada en el tiempo previsto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ander, E. (2003). *Métodos y técnicas de investigación social*. Lumen.
- Ayala, O. (2006). *Emprendedores: Finanzas Empresariales. Estadística Financiera*. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- Baca, G. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos informáticos*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Banco Central del Ecuador*. (7 de Febrero de 2014). Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/>
- Bastidas, D. (junio de 2011). *Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería en el cantón Salcedo*.
- Buendía, M. (2002). *La evaluación del impacto ambiental y social para el siglo XXI*. Madrid: Fundamentos.
- CAPTUR. (2012). *Camara provincial de turismo Cotopaxi*. Obtenido de <http://capturcotopaxi.com/corp.htm>
- Ecuador- viajes*. (2010). Obtenido de [http://www.ecuaworld.com.ec/mapa\\_ecuador](http://www.ecuaworld.com.ec/mapa_ecuador)
- Erossa, M. (2000). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. México: Limusa.
- Evaluación de Proyectos de Inversión. (2002). En J. De La Torre, & Z. Aerenice, *Evaluación de Proyectos de Inversión*. Mexico: Pearson Educación de Mexico.
- Fernández, C. R. (s.f.). *Proyectos de inversión*. Obtenido de <https://docs.google.com/presentation/d/1cRXPtkvAVmtIdvNFMeGeLi-hyb35meccWsARLnOSlck/edit?pli=1#slide=id.p13>
- Fernández, G. (2001). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Eco-Ediciones.

- Flórez, J. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe-Ediciones.
- GAD. *Municipal del Cantón Salcedo*. (2012). Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- Google- maps. (2010). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/preview>
- Hernández, I. I. (18 de 07 de 2007). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/elementos-de-un-proyecto-de-inversion.htm>
- Huerta, E., & Siu, C. (2000). *Análisis y Evaluación de Proyectos de inversión para Bienes de Capital*. México: McGraw- Hill Interamericana.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Instituto Nacional del emprendedor. (12 de 02 de 2014). Guías empresariales. *Inicie y mejore su Negocio*. [guias@economia.gob.mx](mailto:guias@economia.gob.mx).
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Levin Richard, R. D. (2004). *Estadística para la administración y economía*. Mexico: Pearson Educación.
- Macias, I. G. (2007). *Proyectos de inversion*. Guayaquil: centro de difusión y Pulicaciones de la ESPOL.
- Mejía, B. (2009). *Gestión de procesos*. Mexico.
- Mendéz, M. (2013). *Opciones Reales Métodos de Simulación y Valoración*. Madrid: Ecobook.
- Ministerio de Medio Ambiente. (2014). *Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/2013.pdf>

- Ministerio del Ambiente. (2 de Julio de 2014). *Turistas que visitan areas naturales protegidas*. Quito, Pichincha, -Ecuador.
- Morales, A., & Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Palma, M. F. (2014). Artículos de doctrina. *Revista chilena de derecho privado*.
- Prieto, J. (2009). *Proyectos Enfoque Comercial*. Bogotá: Ecoe-Ediciones.
- Rodriguez, M. L. (02 de 03 de 2009). *Monografías*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- Rubin, L. &. (1996). *Investigación científica*.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de la investigación*. Bogotá: Panamericana.
- Sampieri, R., Collado, C., & P., L. (1998). *Métodos de la Investigación*. México: McGraw- Hill Interamericana.
- Sapag, N., & Reinaldo, S. (2000). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: McGraw- Hill Interamericana.
- Sierra, R. (1999). *Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental*. Quito: Santillana.
- Solvedilla, E. (1990). *Inversión y Mercado de capitales*. México: Milladorio.
- Sosa, M. (2007). *Fundamentos teórico- metologicos para la evaluacion economica financiera de proyectos de inversión*. Buenos Aires: Cir Editor.
- SRI. (2008). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion>
- Superintendencia de compañías. (2008). *LEY DE COMPAÑIAS*. Constitución Política de la República: publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 2008.

Turismo Cotopaxi. (2014). Viajandox. *Viajandox- Ecuador*,

<http://www.viajandox.com/cotopaxi/la-mana-canton.htm>. Obtenido de

<http://www.viajandox.com/cotopaxi/la-mana-canton.htm>

Turismo, C. G. (2014). *Principles Indicadores de Turismo*. Quito.

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta

#### PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

#### “SEDE AMBATO”

Escuela de Administración de Empresas

Ingeniería Comercial



**Introducción.-** El presente cuestionario servirá como un instrumento para obtener información real del perfil de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi y poder desarrollar el trabajo de grado con el tema “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA SAN CRISTOBAL EN EL SECTOR ORIENTE DEL CANTÓN SALCEDO”, por su colaboración agradezco de antemano.

**Objetivo.-** Recolectar datos para la implementación de una Hostería cantón Salcedo. Por favor sea usted amable de contestar algunas preguntas al respecto.

**Instrucciones.-** Por favor lea cuidadosamente cada una de las preguntas el tiempo de duración es aproximadamente 5 minutos

**3. ¿Es usted un turista nacional o extranjero, mencione su procedencia?**

Nacional

Extranjero

**4. ¿Considera usted que sería factible la creación de una hostería en el cantón Salcedo?**

Sí

No

Argumente su respuesta.....

**5. ¿Qué tipo de servicio considera debería prestar la hostería?**

Sala de eventos

Piscina y Complementos

Guías Turísticas  Transporte  Paquetes de recreación

**6. ¿Cuánto dinero estaría usted dispuesto a gastar diariamente en hospedaje y alimentación?**

Entre 35 - 45 USD  Entre 45 -55 USD   
Entre 55 - 65USD  Más de 65 USD

**7. ¿Qué forma de pago usted prefiere?**

Dinero en efectivo  Tarjeta de crédito

**8. ¿Qué tipo de comida le gustaría que ofrezca la hostería?**

Comida de la Región   
Comida de la costa   
Comida oriente   
Internacional (Americana)

**9. ¿En qué temporada del año realiza sus viajes de turismo?**

Inicio del año (Enero- Abril)   
Mitad del año (Mayo - Agosto)   
Final del año (septiembre- Diciembre)

Argumente su respuesta.....

**10. ¿Su estancia en la hostería sería de:**

De 1- 3 días  4-6 días  Más de 6 días

**11. ¿Generalmente viaja solo o acompañado?**

Solo  Familiar  Amigos

Pareja  Otros

**12. ¿A través de qué medios le gustaría que se promocióne la hostería?**

Agencias de viajes  Prensa  Radio

Televisión  Página web  Redes sociales

**Gracias por su colaboración...**

## Anexo 1.1. Tabulación de la encuesta

### 1 ¿Es usted un turista nacional o extranjero, mencione su procedencia?

Tabla 4.1.1 Tipo de turista

Tipo de turistas	Frecuencia	Frecuencia relativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa - Absoluta
Nacional	270	0,73	270	0,73
Extranjero	99	0,27	369	1,00
Total	<b>369</b>	<b>1,00</b>		

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.1.2 Procedencia del turista nacional

Provincia	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa – Absoluta
<b>Pichincha</b>	117	0,43	117	0,43
<b>Tungurahua</b>	27	0,10	144	0,53
<b>Cotopaxi</b>	65	0,24	209	0,77
<b>Guayas</b>	14	0,05	223	0,83
<b>Imbabura</b>	10	0,04	233	0,86
<b>Chimborazo</b>	19	0,07	252	0,93
<b>Bolívar</b>	14	0,05	266	0,99
<b>Santo Domingo</b>	4	0,01	270	1,00
Total	<b>270</b>	<b>1,00</b>		

Fuente: elaboración propia

#### 4.1.3 Procedencia del turista extranjero

País	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa – Absoluta
EE.UU.	21	21%	21	0,21
España	18	18%	39	0,39
Italia	16	16%	55	0,56
Colombia	11	11%	66	0,67
Venezuela	9	9%	75	0,76
México	4	4%	79	0,80

Fuente: elaboración propia

## 2. ¿Considera usted que sería factible la creación de una hostería en el cantón Salcedo?

Tabla 4.2. Aceptabilidad para la creación de la Hostería

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
<b>Sí</b>	184	70	68%	71%	69,5%
<b>No</b>	86	29	32%	29%	30,5%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## 3. ¿Qué tipo de servicio considera debería prestar la hostería?

Tabla 4.3. Tipo de servicio a considerar por la hostería

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turistas nacionales	Turista Extranjero	Promedio
<b>Sala de eventos</b>	98	8	36%	9%	22%
<b>Área de recreación</b>	7	29	3%	32%	17%
<b>Paquetes Turísticos</b>	102	38	38%	41%	40%
<b>Guías Turísticos</b>	37	14	14%	15%	14%
<b>Transporte</b>	26	10	10%	3%	6%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## 4. ¿Cuánto dinero estaría usted dispuesto a gastar diariamente en hospedaje y alimentación?

Tabla 4.4. Gasto diario en hospedaje y alimentación

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
<b>Entre 45 y 55 USD</b>	81	35	30%	35%	32,73%
<b>Entre 55 y 65 USD</b>	147	48	55%	48%	51,57%
<b>Entre 65 y 75 USD</b>	38	16	14%	16%	15,14%
<b>Más de 75 USD</b>	3	0	1%	0%	0,56%
<b>Total</b>	<b>269</b>	<b>99</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Fuente: elaboración propia

## 5. ¿Qué forma de pago usted prefiere?

Tabla 4.5. Forma de pago

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
Dinero en efectivo	180	67	67%	68%	67%
Tarjeta de crédito	75	23	28%	23%	26%
No responde	15	9	6%	9%	7%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## 6. ¿Qué tipo de comida le gustaría que ofrezca la hostería?

Tabla 4.6. Comida de preferencia

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
Típica de la región	101	42	37%	42%	40%
Comida de la Costa	98	37	36%	37%	37%
Comida del Oriente	33	3	12%	3%	8%
Internacional (Americana)	24	8	9%	8%	8%
Todas las anteriores	14	9	5%	9%	7%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## 7. ¿En qué temporada del año realiza sus viajes de turismo?

Tabla 4.7. Temporada para realizar el viaje

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
Inicio del año (Enero- Abril)	12	25	4%	25%	15%
A mitad del año (Mayo- Agosto)	236	11	87%	11%	49%
Final del Año (Septiembre- Diciembre)	22	63	8%	64%	36%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## 8. ¿Su estancia en la hostería sería de:

Tabla 4.8. Permanencia en la hostería

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
De 1 a 3 días	63	24	23%	24%	24%
De 4 a 6 días	185	58	69%	59%	64%
Más de 6 días	22	17	8%	17%	13%
Total	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## 9. ¿Generalmente viaja solo o acompañado?

Tabla 4. 9. Compañía del viaje

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
Solo	38	8	14%	8%	11%
Amigos	100	44	37%	44%	41%
Familia	75	33	28%	33%	31%
Pareja	57	14	21%	14%	18%
Total	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## 10. ¿A través de qué medios le gustaría qué se promocióne la hostería?

Tabla 4.10. Medios de promoción

Descripción	Frecuencia turista Nacional	Frecuencia turista Extranjero	Turista Nacional	Turista Extranjero	Promedio
Agencia de viajes	25	29	9%	29%	19%
Página web	62	24	23%	24%	24%
Prensa	31	3	11%	3%	7%
Radio	50	0	19%	0%	9%
Televisión	15	5	6%	5%	5%
Redes sociales	87	38	32%	38%	35%
Total	<b>270</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

## ANEXO 2

## 2.1 Rol de pagos Año 1

Cargo	N°	Sueldo	Alcance	Aporte Personal 9,35%
Gerente General	1	600	600	56,1
Jefe de RR.HH.	1	500	500	46,75
Recepcionista	1	360	360	33,66
Jefe de Marketing	1	500	500	46,75
Jefe de mantenimiento	1	500	500	46,75
Contador	1	355	355	33,1925
Camarera	1	355	355	33,1925
Botones	1	355	355	33,1925
Cajero	1	355	355	33,1925
Chef	1	400	400	37,4
Ayudante de Cocina	1	355	355	33,1925
Mesero	1	355	355	33,1925
Jardinero	1	355	355	33,1925
Guardia	1	355	355	33,1925
		5700	5700	532,95

## 2.2 Aportaciones patronales

Aporte Patronal 12,15%	XIII	XIV	Vacaciones	Fondos Reserva	Total Recargos	Sueldos y Salarios
72,9	50,00	26,50	25,00	50,00	149,40	693,30
60,75	41,67	26,50	20,83	41,67	128,92	582,17
43,74	30,00	26,50	15,00	30,00	100,24	426,58
60,75	41,67	26,50	20,83	41,67	128,92	582,17
60,75	41,67	26,50	20,83	41,67	128,92	582,17
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
48,6	33,33	26,50	16,67	33,33	108,43	471,03
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
43,13	29,58	26,50	14,79	29,58	99,22	421,02
692,55	475	371	237,5	475	1538,55	6705,6

## 2.3 Proyecciones de Sueldos y Salarios

<b>Gasto Salarios</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>Año 1</b>	6.705,60	80467,2
<b>Año 2</b>	7.629,51	91554,15
<b>Año 3</b>	7.847,27	94167,22
<b>Año 4</b>	8.071,56	96858,67
<b>Año 5</b>	8.302,57	99630,87

## ANEXO 3

## 3.1 Rubros de infraestructura del área de hospedaje

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario (\$)</b>	<b>Total (\$)</b>
<b>Trabajos Preliminares</b>				
Desbroce y Limpieza (Vegetación escasa)	m2	800	1,25	1000
Caseta de Materiales y Guardianía	m2	24	145	3480
Instalación provisional de puntos eléctricos	u	2	239	478
Trazado y replanteo	m2	300	2,25	675
Excavaciones en terreno	m3	-	-	-
<b>Total de trabajos preliminares</b>				<b>5633</b>
<b>Cimentación</b>				
Muro de piedra base 30*30	m3	12	198	2376
Ripio	m3	28	10,65	298,2
Plintos	m3	60	185,8	11148
Riostras	m3	72	2,45	176,4
<b>Total de Cimentación</b>		144		<b>13.998,60</b>
<b>Obras Civiles y de Hormigón en aceras</b>				
Bordillos de hormigón simple 0,40mh 210 kg/cm2	ml	80	12,65	1012
Bordillos de hormigón simple (Jardinera)	ml	200	11,75	2350
0,20mh 210 kg/cm2		60,9		
Contra-piso sin acabado de 210kg/cm2 0,085mt	m2	60,9	9,65	587,685
<b>Total de Obras Civiles</b>				<b>3.949,69</b>
<b>Sobre-pisos Recubrimientos</b>				
Cerámicas de pared acabado tipo 3	m2	120	11,45	1374
Cerámicas de piso acabado tipo 3	m2	504	12	6048
<b>Total de Sobre-pisos</b>				<b>7.422,00</b>
<b>Estructuras</b>				

Pilares de planta baja	m3	60	203	12.180,00
Pilares de planta alta	m3	60	480	28.800,00
Escalera de hormigón	m3	4	385	1.540,00
Cisterna 2*4*2,00 h	m3	4	375	1.500,00
Vigas de cubierta planta baja	m3	64	410	26.240,00
Vigas de cubierta planta alta	m3	72	412	29.664,00
<b>Total de Estructuras</b>				<b>70.260,00</b>
<b>Mamosterías y Otros acabados</b>				
Paredes planta baja bloque victoria	m2	3.200,00	0,5	1600
Paredes planta alta bloque piedra pómez	m2	4.266,00	0,5	2133
Enlucido interior	m2	1735,34	4,66	8086,6844
Enlucido exterior	m2	504	5,54	2792,16
Cuadrada de boquetes de puertas	ml	52	2,86	148,72
Cuadrada de boquetes de ventanas	ml	30	2,86	85,8
Escalones	ml	26	6,07	157,82
<b>Total de Mamosterías</b>				<b>15.004,18</b>
<b>Cubiertas</b>				
Teja roja DERCOTEJA	m2	260	9,5	2470
Tiras madera	ml	240	18	4320
Cuerdas	ml	100	18	1800
<b>Total de Cubiertas</b>				<b>8.590,00</b>
<b>Instalación Eléctrica</b>				
Luz/interruptores	u	108	1,75	189
Tomacorrientes	u	180	1,25	225
Punto teléfono	u	16	27,3	436,8
Punto televisión	u	20	27,54	550,8
<b>Total de Instalaciones Eléctricas</b>				<b>1401,6</b>
<b>Instalación Sanitaria</b>				
Punto de agua servida	u	140	30	4.200,00
Punto de agua fría	u	80	8	640,00
Punto de agua caliente	u	8	12	96,00
Tuberías de AA.PP1/2 pulgadas	ml	114	4,8	547,20
<b>Total de Instalaciones Sanitarias</b>				<b>5.483,20</b>
<b>Sistema de aguas Lluvias</b>				
Caja sumidero	u	24	45	1080
Sumidero tubo 4"	u	24	78,64	1887,36
Caja registro	u	24	48,25	1158
<b>Total de sistemas de aguas lluvias</b>				<b>4.125,36</b>
<b>Carpintería de Madera</b>				
Puerta principal de Guayacán	u	8	350	2.800,00

Puerta económica para dormitorios	u	96	125	12.000,00
<b>Total de Carpintería Madera</b>				<b>14.800,00</b>
Pasamano de metal	u	4	48,21	192,84
<b>Total de Carpintería Metal</b>				<b>192,84</b>
<b>Carpintería de Aluminio y vidrio</b>				
Ventana de aluminio y vidrio	u	60	65	3.900,00
<b>Total de Carpintería Aluminio</b>				<b>3.900,00</b>
<b>Varios y Personal de Obra</b>				
Instalación de bomba de agua 3/4hp	u	8	148,49	1187,92
Instalación de tanque de presión	u	8	118,32	946,56
Instalación de rejillas de piso	u	44	15,1	664,4
Inodoro FV	u	44	60,82	2676,08
Lavamanos FV	u	44	41,55	1828,2
Llaves y duchas	u	132	15,7	2072,4
Puertas corredizas de ingreso principal	u	8	110	880
<b>Total Varios y Personal de Obra</b>				<b>9.375,56</b>
<b>Pintura</b>				
Empaste Interior y Exterior	m2	2.000,00	1,75	3.500,00
Pintura Interior y Exterior	m2	2.238,00	4,9	10.966,20
<b>Total Pintura</b>				<b>14.466,20</b>
			<b>Total</b>	<b>178.602,23</b>

Fuente: elaboración propia

### Infraestructura del área de recreación piscina

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario (\$)	Total (\$)
<b>Trabajos Preliminares</b>				
Desbroce y Limpieza (Vegetación escasa)	m2	216	0,75	162
Desalojo de materiales	m3		80	80
Trazado y replanteo	m2	216	2,75	594
Excavaciones a máquina sin clasificar	m3	480	10,75	5160
<b>Total de trabajos preliminares</b>				<b>5.996,00</b>
<b>Cimentación</b>				
Re plantillo de Hormigón Armado	m2	216	26	5.616,00
Muros de hormigón de 210kg/cm2 (56*0,20*3)	m3	33,6	225	7.560,00
<b>Total de Cimentación</b>				<b>13.176,00</b>
<b>Obras Civiles y de Hormigón en aceras</b>				
Área de caminar	m2	56	27,67	1549,52
Equipamiento de canchas	galón		700	700

<b>Total de Cimentación</b>				<b>2.249,52</b>
<b>Sobre-pisos Recubrimientos</b>				
Cerámicas de pared	m2	168	12	2.016,00
Cerámica de piso	m2	160	15	2.400,00
Cerámica de caminería	m2	56	15	840,00
<b>Total de Sobre-pisos</b>				<b>5.256,00</b>
<b>Instalación Eléctrica</b>				
Punto de tomacorrientes de 110w	u	4	34,5	138
Punto de tomacorrientes 220w	u	4	45	180
<b>Total de Instalaciones Eléctricas</b>				<b>318</b>
<b>Instalación Sanitaria</b>				
Punto de agua potable	u	3	45	135
<b>Total de Instalaciones Sanitarias</b>				<b>135</b>
<b>Varios y Personal de Obra</b>				
Instalación de bomba de agua 3/4hp	u	2	150	300
Instalación de tanque de presión	u	1	120	120
Instalación de rejillas de piso	u	8	15,5	124
<b>Total Varios y Personal de Obra</b>				<b>544</b>
<b>Pintura</b>				
Pintura de áreas	galón		400	400
<b>Total Pintura</b>				<b>400</b>
<b>Total</b>				<b>28.074,52</b>

## 3.2 Infraestructura del área del Restaurante y Sala de eventos

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario (\$)	Total (\$)
<b>Trabajos Preliminares</b>				
Desbroce y Limpieza (Vegetación escasa)	m2	540	1,25	675
Instalación provisional de puntos eléctricos	U	1	145	145
Trazado y replanteo	m2	540	2,25	1215
<b>Total de trabajos preliminares</b>				<b>2.035,00</b>
<b>Cimentación</b>				
Muro Hormigón Ciclo pio piedra base 25*40	ml	107	12,75	1.364,25
Plintos	m3	0,768	172,57	132,53
Riostras 20*20*138	m3	55,2	167	9.218,40
<b>Total de Cimentación</b>				<b>10.715,18</b>
<b>Obras Civiles y de Hormigón en aceras</b>				
Bordillos de hormigón simple (Jardinera)	ml	50	14,5	725
0,20mh 210 kg/cm2		34	12,25	416,5
Contra piso sin acabado de 210kg/cm2 0,085mt	m2	140	8,67	1213,8
<b>Total de Obras Civiles</b>				<b>2.355,30</b>

<b>Sobre-pisos Recubrimientos</b>				
Cerámicas de baños	m2	210,3	12,5	2.628,75
Cerámica pared (cocina)	m2	72	12,5	900,00
Cerámicas de piso acabado tipo 3	m2	301	12,5	3.762,50
<b>Total de Sobre-pisos</b>				<b>7.291,25</b>
<b>Estructuras</b>				
Pilares 0,2*0,2*3,5 (17 pilares)	m3	17	205,41	3.491,97
Cisterna 3*4*3,00 h	m3	1	567	567,00
Vigas de cubierta 0,15*0,15*158	m3	3,55	415,75	1.475,91
<b>Total de Estructuras</b>				<b>5.534,88</b>
<b>Mamposterías y Otros acabado</b>				
Paredes bloque victoria	m2	3.600,00	1,23	4.428,00
Enlucido interior (3,5 h *7)	m2	296	5,41	1.601,36
Enlucido exterior (3,5 h*7)	m2	296	6,54	1.935,84
Cuadrada de boquetes de puertas	m	52,8	3,49	184,27
<b>Total de Mamposterías</b>				<b>8.149,47</b>
<b>Cubiertas</b>				
Eternit	m2	300	7,2	2.160,00
Tiras	m	92	18	1.656,00
Cuerdas	m	50	18	900,00
Tumbado	m2	301	13	3.913,00
<b>Total de Cubiertas</b>				<b>8.629,00</b>
<b>Instalación Eléctrica</b>				
Punto de alumbrado	U	32	2,37	75,84
Tomacorrientes	U	12	2	24
Punto teléfono	U	3	28,4	85,2
Punto televisión	U	2	29,57	59,14
<b>Total de Instalaciones Eléctricas</b>				<b>244,18</b>
<b>Instalación Sanitaria</b>				
Punto de agua servida	U	4	29,64	118,56
Punto de agua fría	U	5	25,52	127,6
Tuberías de AA.PP1/2 pulgadas	MI	100	5,53	553
<b>Total de Instalaciones Sanitarias</b>				<b>799,16</b>
<b>Sistema de aguas Lluvias</b>				
Caja sumidero	u	8	47,66	381,28
Sumidero tubo 4"	u	8	79,44	635,52
Caja registro	u	6	48,2	289,2
<b>Total de sistemas de aguas lluvias</b>				<b>1.306,00</b>
<b>Carpintería de Madera</b>				
Puerta de Laurel	u	4	90	360

Puerta de Ingreso Cocina (Guayacán) doble hoja	u	2	500	1000
<b>Total de Carpintería Madera</b>				<b>1.360,00</b>
<b>Carpintería de Aluminio y vidrio</b>				
Mampara Paredes de vidrio (40*2,60)*93,66	m2	104	95,66	9.948,64
Puerta de ingreso doble hoja	u	6	800	4.800,00
<b>Total de Carpintería Aluminio</b>				<b>14.748,64</b>
<b>Varios y Personal de Obra</b>				
Instalación de bomba de agua 3/4hp	u	2	150	300
Instalación de tanque de presión	u	2	128,32	256,64
Instalación de rejillas de piso	u	2	19,1	38,2
Inodoro FV	u	2	64,82	129,64
Lavamanos FV	u	2	45,5	91
Llaves y duchas	u	2	19,75	39,5
<b>Total Varios y Personal de Obra</b>				<b>815,48</b>
<b>Pintura</b>				
Empaste Interior y Exterior	m2	296	2,25	666
Pintura Interior y Exterior	m2	296	6,75	1998
<b>Total Pintura</b>				<b>2.664,00</b>
<b>Total</b>				<b>66.647,55</b>

**Fuente:** elaboración propia a partir del listado referencial de la Cámara de la construcción de Quito en lo respecta precios del año 2014.

### 3.3 Infraestructura del área de parqueadero y alrededores

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario (\$)	Total (\$)
<b>Trabajos Preliminares</b>				
Desbroce y Limpieza (Vegetación escasa)	m2	1.000,00	0,75	750
Instalación provisional de puntos eléctricos	u	12	165	1980
Trazado y replanteo	m2	1.000,00	1,25	1250
<b>Total de trabajos preliminares</b>				<b>3.980,00</b>
<b>Cimentación</b>				
Re plantillo de Hormigón Simple de 10cm	m2	1.000,00	12	12.000,00
<b>Total de Cimentación</b>				<b>12.000,00</b>
<b>Obras Civiles y de Hormigón en aceras</b>				
Relleno compactación con rodillo	m2	1.000,00	5,75	5.750,00
Equipamiento de canchas	galón		700	700
<b>Total de Cimentación</b>				<b>6.450,00</b>
<b>Estructuras</b>				
Pila restes 10*20	ml	6	25	150

<b>Total de Estructuras</b>				150
<b>Instalación Eléctrica</b>				
Punto de alumbrado	U	6	30	180
Tomacorrientes	U	4	1,5	6
<b>Total de Instalaciones Eléctricas</b>				<b>186</b>
<b>Instalación Sanitaria</b>				
Punto de agua potable	U	2	40	80
<b>Total de Instalaciones Sanitarias</b>				<b>80</b>
<b>Pintura</b>				
Pintura de áreas	Galón		50	50
<b>Total Pintura</b>				<b>50</b>
<b>Total</b>				<b>22.896,00</b>

**Fuente:** elaboración propia a partir del listado referencial de la Cámara de la construcción de Quito en lo respecta precios del año 2014.

#### 3.4 Equipamiento de la Hostería

<b>Área Administrativa</b>				
<b>Nivel</b>	<b>Cant.</b>	<b>Producto</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Departamento Administrativo</b>	1	Computadora portátil	396,00	396,00
	1	Impresora Epson	289,20	289,20
	1	Teléfono Panasonic	35,71	35,71
	1	Sumadora	125,00	125,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 845,91</b>
<b>Área de Recursos Humanos</b>				
	1	Computador portátil	396,00	396,00
	1	Impresora	289,20	289,20
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 685,20</b>
<b>Área de producción</b>				
<b>Hospedaje</b>	2	Lavadora Industrial	1627,00	3254,00
	2	Secadora Industrial	1250,00	2500,00
	3	Rodillo de Planchar industrial	385,00	1155,00

	5	Televisión Led 19" PRIMA	217,84	1089,20
	5	Minicomponente SONI	410,00	2050,00
	3	Plancha de ropa OSTER	25,00	75,00
	15	Secador de cabello	48,00	720,00
<b>Bar- Restaurante</b>	1	Caja registradora	230,00	230,00
	5	Televisión Led 32" SONI	528,66	2643,30
	1	Congelador Horizontal	2071,40	2071,40
	1	Refrigerador MABE	1000,00	1000,00
	1	Cocina industrial 6 quemadores	1346,00	1346,00
	1	Horno industrial	650,00	650,00
	1	Parrilla industrial	900,00	900,00
	2	Licuadaora 14 velocidades OSTER	87,36	174,72
	1	Microondas LG.	200,00	200,00
	1	Minicomponente SONI	350,00	350,00
	1	Mesa de trabajo de aluminio	250,00	250,00
<b>Piscina y complementos</b>	1	Paneles solares	300,00	300,00
	5	Duchas solares	63,00	315,00
	30	Lámparas solares	2,97	89,10
	1	Sauna	1670,00	1670,00
	1	Hidromasaje	1670,00	1670,00
	1	Turco	1708,00	1708,00
	1	Equipo de gimnasio	3420,00	3420,00
	1	Juegos infantiles	250,00	250,00
	1	Herramientas varias	290,00	290,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 30.370,72</b>
<b>Área Comercial</b>				
<b>Recepción</b>	1	Computador	396,00	396,00
	1	Teléfono	289,20	289,20
	1	Impresora	35,71	35,71

<b>Departamento de Marketing</b>	1	Computador	396,00	396,00
	1	Teléfono	289,20	289,20
	1	Impresora	35,71	35,71
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 1.441,82</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 33.343,65</b>
<b>Total Maquinaria y equipos</b>				<b>\$ 31.109,83</b>
<b>Total Equipo de computo</b>				<b>\$ 2.233,82</b>

## 3.5 Requerimiento Muebles y Enceres

<b>Área Administrativa</b>				
	<b>Cant.</b>	<b>Producto</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Departamento Administrativo</b>	1	Escritorio ejecutivo	70,00	70,00
	1	Archivador	120,00	120,00
	1	Silla ejecutiva	65,00	65,00
	6	Sillas de reuniones	30,00	180,00
	1	Mesa de reuniones	150,00	150,00
	1	Sofá Personal	120,00	120,00
	4	Sillas visitas	15,00	60,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 765,00</b>
<b>Área de Recursos Humanos</b>				
<b>Departamento de RR.HH.</b>	1	Escritorio ejecutivo	70,00	70,00
	1	Archivador	120,00	120,00
	1	Silla ejecutiva	65,00	65,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 255,00</b>
	18	Cama 2 plazas	180,00	3240,00

	10	Cama de 1½ Plazas	150,00	1500,00
	3	Veladores de madera	30,00	90,00
	3	Sofá unipersonal	40,00	120,00
	3	Sofá cama	90,00	270,00
	6	Mesa circular	25,00	150,00
	10	Colchones 2½ plazas	120,00	1200,00
	18	Colchones 2 plazas	100,00	1800,00
	10	Colchones 1½ plazas	60,00	600,00
	15	Literas de madera 1½ Plazas	170,00	2550,00
	6	Lámpara de noche	10,00	60,00
<b>Bar- Restaurante</b>	10	Mesas 4 Pax	125,00	1250,00
	12	Sillas con espaldar	15,00	180,00
	4	Mesas para niños	20,00	80,00
	2	Alacena para la cocina	300,00	600,00
	1	Tablero	180,00	180,00
	1	Barra	250,00	250,00
<b>Piscina y complementos</b>	150	Sillas plásticas	10,00	1500,00
	2	Muebles para canastas	180,00	360,00
	3	Bancas de metal	20,00	60,00
	1	Mini bar	250,00	250,00
	4	Sombrillas (parasol)	15,00	60,00
	6	Sillas bronceadoras	18,00	108,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 18.458,00</b>
<b>Área comercial</b>				
<b>Recepción</b>	1	Escritorio ejecutivo	70,00	70,00
	1	Archivador	120,00	120,00
	1	Silla ejecutiva	65,00	65,00

<b>Departamento de Marketing</b>	1	Escritorio ejecutivo	70,00	70,00
	1	Archivador	120,00	120,00
	1	Silla ejecutiva	65,00	65,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 510,00</b>
<b>Total Muebles y Enceres</b>				<b>\$ 19.988,00</b>

## 3.6 Requerimientos de Menaje

Nivel	Cant.	Producto	Costo Unitario	Costo Total
<b>Área operativa</b>				
<b>Hospedaje</b>	20	Cobijas de 2½	8,15	163,00
	36	Cobijas de 2	7,25	261,00
	20	Cobijas de 1½	6,75	135,00
	80	Almohadas	5,99	479,20
	180	Sábanas blancas	12,00	2160,00
	80	Cobertores de camas	42,50	3400,00
	250	Toallas de baño y lavabo	8,80	2200,00
<b>Bar- Restaurante</b>	1	Ollas grandes (20lt.)	116,25	116,25
	2	Ollas medianas (10lt.)	96,50	193,00
	1	Ollas pequeñas (4lt.)	65,25	65,25
	1	Olla presión	50,00	50,00
	1	Olla Tamalera	45,75	45,75
	2	Juego de cuchillos (14 piezas)	19,60	39,20
	2	Juego cubiertos grandes (6 piezas)	25,00	50,00
	1	Juego de cucharones (12 piezas)	67,09	67,09
	2	Juego de tablas de picar (6 piezas)	15,84	31,68
	1	Juego de pinzas de ensalada (6 piezas)	10,35	10,35
	2	Juego de moldes de repostería	37,25	74,50
	1	Juego de coladores(12 piezas)	34,05	34,05
	2	Juego de ensaladeras plásticas (12 p)	65,00	130,00
	1	Juego de ensaladeras vidrio (6 piezas)	125,50	125,50
	1	Juego de Baldes (6 piezas)	7,92	7,92

	1	Juego de sartenes (6 piezas)	42,85	42,85
	2	Recipientes de especias	2,00	4,00
	2	Jarras (Café, leche, jugo)	4,00	8,00
	3	Platillero	25,00	75,00
	7	Charoles madera	3,02	21,14
	5	Canasta de legumbres	1,73	8,65
	3	Canasta de frutas	1,25	3,75
	180	Manteles	3,08	554,40
	250	Cobertores de sillas	1,05	262,50
	20	Limpiones	1,25	25,00
	250	Servilletas de Tela	1,00	250,00
	50	Centro de Mesa	1,25	62,50
	21	Docena de platos soperos (12unids.)	12,20	256,20
	21	Docena de platos planos (12unids.)	33,20	697,20
	21	Docena de platos base (12unids.)	20,80	436,80
	21	Docena de plato/café	20,10	422,10
	21	Docena de cucharas	9,10	191,10
	21	Docena de cucharas pequeñas	5,00	105,00
	21	Docena de tenedores	7,70	161,70
	21	Docena de cuchillos	19,60	411,60
	21	Docena vasos jugo	5,50	115,50
	21	Docena vasos de agua	4,10	86,10
	21	Docena de vasos de Wiski	15,00	315,00
	21	Docena copas de vino	15,00	315,00
	21	Docena de copas de Martini	11,00	231,00
	21	Docena de copa tulipán	11,00	231,00
	21	Docena de copa coctel	11,00	231,00
	21	Docena de copas de champagne	6,00	126,00
	21	Docena tazas de café	12,00	252,00
	50	Azucareros	1,06	53,00
	50	Saleros, Pimenteros	0,75	37,50
	50	Ceniceros	0,85	42,50
	50	Servilleteros	0,60	30,00
<b>Piscina y complementos</b>	5	Espejos	5,02	25,10
	50	Toallas	8,80	440,00
<b>Áreas Verdes</b>	1	Bomba de Fumigar	43,00	43,00
	1	Carretilla	65,00	65,00
	2	Azadón	15,00	30,00

	1	Pala	10,00	10,00
	1	Manguera 1/2 pulgada 50m.	35,00	35,00
	1	Rastillo	8,00	8,00
<b>Total de Menaje</b>				<b>\$ 16.559,93</b>

### 3.7 Requerimientos de Materia Prima

Los precios están establecidos de acuerdo a la cadena de supermercados “La Favorita”, regulados por el Programa de Protección de Defensa del Consumidor emprendido por el Ministerio de Industria y productividad (2015).

Viveres				
Materia Prima	Costos \$	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Papa qq	20	0,5	10	120
Arroz qq	60	1	60	720
Azúcar qq	54	1	54	648
Cebolla (unidades)	0,05	100	5	60
Tomate (caja)	10	2	20	240
Zanahoria ( unidades)	0,02	60	1,2	14,4
Subtotal			150,2	1802,4
Legumbres ( unidades)				
Lechuga	10	0,25	2,5	30
Pimiento	100	0,1	10	120
Limón	80	0,03	2,4	28,8
Pepino	20	0,1	2	24
Aguacate	60	0,3	18	216
Col	2	0,25	0,5	6
Ají	20	0,15	3	36
Verde (Racimo)	3	2	6	72
Yerbita (atado)	4	0,5	2	24
Rábano (atado)	4	0,5	2	24
Apio (atado)	4	0,25	1	12
Perejil (atado)	4	0,5	2	24
Arveja (libra)	10	0,8	8	96
Fréjol (libra)	10	1	10	120
Haba (libra)	5	1	5	60
Lenteja (libra)	5	0,8	4	48
Ajo (libra)	10	0,35	3,5	42
<b>Subtotal</b>			<b>81,9</b>	<b>982,8</b>
<b>Carnes y Mariscos</b>				
Pollo Lb.	40	1,35	54	648
Carne Lb.	20	2	40	480

Pescado Lb.	40	4	160	1920
Camarón LB	40	4,5	180	2160
Ostra (docena)	4	6	24	288
Calamar grande	3	1,25	3,75	45
Cangrejo (atado)	0	6	6	72
Pulpo	1	7	7	84
Langosta (unidades)	10	1,5	15	180
Concha (docena)	2	4	8	96
Subtotal			<b>497,75</b>	5973
Especias y aliños			<b>50</b>	600
<b>Total Insumos de Cocina</b>			<b>\$779,85</b>	<b>\$9.358,20</b>

<b>Gasto de Bebidas</b>				
<b>Bebidas</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Costo Anual</b>
Jugos naturales (litro).	20	1,5	30	360
Whisky Simple	2	36,25	72,5	870
Cerveza Heineken (24 unidades.)	3	23,64	70,92	851,04
Cerveza Extra corona (24 unidades.)	10	23,64	236,4	2836,8
Gaseosa Coca cola (24 unidades.)	3	22,36	67,08	804,96
Cristal Ice Six Apple	3	5,4	16,2	194,4
Ron Cubano	3	8,8	26,4	316,8
Pomas de agua	3	1,25	3,75	45
Vodka (1litro)	3	4	12	144
Agua tónica	3	1	3	36
<b>Total</b>			<b>538,25</b>	<b>6459</b>
<b>Total Materia Prima</b>			<b>\$ 15.817,20</b>	

Fuente: elaboración propia

## ANEXO 4

### 4.1 Financiamiento del proyecto

<b>Préstamo CFN</b>				
<b>Monto de la Deuda</b>	\$ 255.002,36			
<b>CORPORACION NACIONAL FINANCIERA</b>	9,45%	Anual	0,79%	MENSUAL
	<b>SALDO DEUDA</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERES</b>	<b>AMORTIZACION</b>
<b>0</b>	255002,36			
<b>1</b>	250752,32	4250,04	2008,14	6258,18
<b>2</b>	246502,28	4250,04	1974,67	6224,71
<b>3</b>	242252,24	4250,04	1941,21	6191,24
<b>4</b>	238002,20	4250,04	1907,74	6157,78
<b>5</b>	233752,16	4250,04	1874,27	6124,31
<b>6</b>	229502,13	4250,04	1840,80	6090,84
<b>7</b>	225252,09	4250,04	1807,33	6057,37
<b>8</b>	221002,05	4250,04	1773,86	6023,90
<b>9</b>	216752,01	4250,04	1740,39	5990,43
<b>10</b>	212501,97	4250,04	1706,92	5956,96
<b>11</b>	208251,93	4250,04	1673,45	5923,49
<b>12</b>	204001,89	4250,04	1639,98	5890,02
<b>13</b>	199751,85	4250,04	1606,51	5856,55
<b>14</b>	195501,81	4250,04	1573,05	5823,09
<b>15</b>	191251,77	4250,04	1539,58	5789,62
<b>16</b>	187001,73	4250,04	1506,11	5756,15
<b>17</b>	182751,69	4250,04	1472,64	5722,68
<b>18</b>	178501,65	4250,04	1439,17	5689,21
<b>19</b>	174251,61	4250,04	1405,70	5655,74
<b>20</b>	170001,57	4250,04	1372,23	5622,27
<b>21</b>	165751,54	4250,04	1338,76	5588,80
<b>22</b>	161501,50	4250,04	1305,29	5555,33
<b>23</b>	157251,46	4250,04	1271,82	5521,86
<b>24</b>	153001,42	4250,04	1238,36	5488,39
<b>25</b>	148751,38	4250,04	1204,89	5454,93
<b>26</b>	144501,34	4250,04	1171,42	5421,46
<b>27</b>	140251,30	4250,04	1137,95	5387,99
<b>28</b>	136001,26	4250,04	1104,48	5354,52
<b>29</b>	131751,22	4250,04	1071,01	5321,05

<b>30</b>	127501,18	4250,04	1037,54	5287,58
<b>31</b>	123251,14	4250,04	1004,07	5254,11
<b>32</b>	119001,10	4250,04	970,60	5220,64
<b>33</b>	114751,06	4250,04	937,13	5187,17
<b>34</b>	110501,02	4250,04	903,66	5153,70
<b>35</b>	106250,98	4250,04	870,20	5120,23
<b>36</b>	102000,94	4250,04	836,73	5086,77
<b>37</b>	97750,91	4250,04	803,26	5053,30
<b>38</b>	93500,87	4250,04	769,79	5019,83
<b>39</b>	89250,83	4250,04	736,32	4986,36
<b>40</b>	85000,79	4250,04	702,85	4952,89
<b>41</b>	80750,75	4250,04	669,38	4919,42
<b>42</b>	76500,71	4250,04	635,91	4885,95
<b>43</b>	72250,67	4250,04	602,44	4852,48
<b>44</b>	68000,63	4250,04	568,97	4819,01
<b>45</b>	63750,59	4250,04	535,50	4785,54
<b>46</b>	59500,55	4250,04	502,04	4752,08
<b>47</b>	55250,51	4250,04	468,57	4718,61
<b>48</b>	51000,47	4250,04	435,10	4685,14
<b>49</b>	46750,43	4250,04	401,63	4651,67
<b>50</b>	42500,39	4250,04	368,16	4618,20
<b>51</b>	38250,35	4250,04	334,69	4584,73
<b>52</b>	34000,31	4250,04	301,22	4551,26
<b>53</b>	29750,28	4250,04	267,75	4517,79
<b>54</b>	25500,24	4250,04	234,28	4484,32
<b>55</b>	21250,20	4250,04	200,81	4450,85
<b>56</b>	17000,16	4250,04	167,35	4417,38
<b>57</b>	12750,12	4250,04	133,88	4383,92
<b>58</b>	8500,08	4250,04	100,41	4350,45
<b>59</b>	4250,04	4250,04	66,94	4316,98
<b>60</b>	0,00	4250,04	33,47	4283,51