

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE GASTRONOMÍA Y TURISMO**



**TEMA:**

**“HACIENDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA - ECUADOR”**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo  
y Gastronomía

**AUTORES:**

**Laura Margoth Cobacango Catucuago**

**Vinicio Rafael Tiban Cotacachi**

**DIRECTOR:**

**MSc. Fabio Elton Cruz Góngora**

**Ibarra, 2023**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	172610278-1	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Cobacango Catucuago Laura Margoth	
DIRECCIÓN:		Tabacundo	
EMAIL:		<a href="mailto:lmcobacangoc@utn.edu.ec">lmcobacangoc@utn.edu.ec</a>	
TELÉFONO FIJO:	“”	TELÉFONO MÓVIL:	0999041901

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“HACIENDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA-ECUADOR”
AUTOR (ES):	Cobacango Catucuago Laura Margoth
FECHA: DD/MM/AAAA	07/09/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Gastronomía
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Cruz Góngora Fabio Elton

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	DE	175207831-9	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Y	Tiban Cotacachi Vinicio Rafael	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Quito	
<b>EMAIL:</b>		<a href="mailto:vtibanc@utn.edu.ec">vtibanc@utn.edu.ec</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		“”	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b> 0999041901

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“HACIENDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA-ECUADOR”
<b>AUTOR (ES):</b>	Tiban Cotacachi Vinicio Rafael
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	07/09/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciado en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Cruz Góngora Fabio Elton

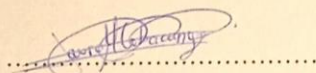


## 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los cinco días del mes de Octubre de 2023

**EL AUTOR:**



Cobacango Catucuago Laura Margoth

## 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los cinco días del mes de Octubre de 2023

**EL AUTOR:**



.....

Tiban Cotacachi Vinicio Rafael

---

**CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN  
CURRICULAR**

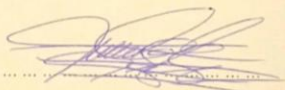
Ibarra, 07 de septiembre de 2023

MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



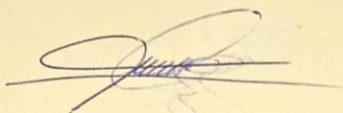
*MSc. Cruz Góngora Fabio Elton*

*Docente*

C.C.: 100273758-1

### APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

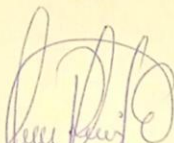
El Comité Calificado del trabajo de Integración Curricular "HACIENDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA-ECUADOR" elaborado por **Cobacango Catucuago Laura Margoth**, previo a la obtención del título de Licenciada en Gastronomía, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:



.....  
*MSc. Cruz Góngora Fabio Elton*

*Director*

C.C.: 100273758-1



.....  
*MSc. Ruiz Erazo Victoria Geovanna*

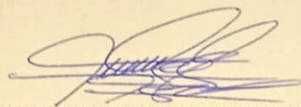
*Asesora*

C.C.: 040139385-5



## APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

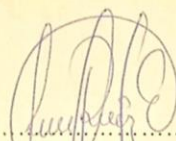
El Comité Calificado del trabajo de Integración Curricular “HACIENDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA-ECUADOR” elaborado por **Tiban Cotacachi Vinicio Rafael**, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:



.....  
*MSc. Cruz Góngora Fabio Elton*

*Director*

C.C.: 100273758-1



.....  
*MSc. Ruiz Erazo Victoria Geovanna*

*Asesora*

C.C.: 040139385-5



## DEDICATORIA

El cariño, el esfuerzo y la constancia puesto en este trabajo de grado se lo dedico a Dios que ha sido quien me mantuvo firme ante cualquier adversidad y supo guiarme para culminar una etapa más en mi vida, en segundo lugar dedico esto a mis queridos padres Martin Cobacango y Dolores Catucuago, a mis hermanas Esther y Susana Cobacango por haber sido pilar fundamental con apoyo tanto moral y económico durante toda mi etapa universitaria para poder lograr mi meta, que además, han sabido inculcarme los valores necesarios, dirigirme a una vida llena de amor y darme ejemplo de sacrificio, lucha y perseverancia para poder llegar hasta este momento. Todo su apoyo ha sido fundamental en mi desarrollo y a lo largo de este camino.

*Cobacango Laura*

A mí madre Yolanda Cotacachi, que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores lo cual me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles y de igual forma por poner en mí toda su confianza y su fe de ver este sueño hecho realidad

A mí padre José Vinicio Tiban por haberme implementado la perseverancia y constancia, siendo estos valores esenciales durante mi formación como profesional y se que desde el cielo

me ilumina para seguir adelante con mis proyectos a futuro.

*Tiban Vinicio*

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme salud y vida junto a mis padres y hermanas, por haberme permitido llegar hasta este momento, fortaleciéndome siempre para poder alcanzar mis objetivos.

A mis padres y hermanas por su infinita confianza en mí y en cada paso que doy, además con sus consejos y enseñanzas han logrado motivarme para seguir adelante.

A la vida por enseñarme que cuando una puerta se cierra miles se abren y en cada una de ellas hay un objetivo por cumplir o una meta por alcanzar, que si un sueño termina por algo, siempre hay uno nuevo esperando por ti. No es lo que quieres ser, es lo que la vida tiene preparado para ti.

A mis queridos sobrinos Doménica Cobacango, Carmen Pazmiño y Alejandro Pazmiño quienes con su sencillez, cariño y bondad me han enseñado y demostrado el amor verdadero.

A la querida Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Gastronomía por haberme abierto sus puertas durante esta etapa de arduo aprendizaje, por acogerme como una estudiante en cada una de sus instalaciones, con cada uno de sus docentes y así poder formarme como una profesional de excelencia.

A mi asesora técnica de trabajo de grado Msc. Victoria Ruiz por haberme brindado sabiduría, conocimiento y las pautas necesarias para poder culminar este presente trabajo.

A mi director de trabajo de grado Msc. Fabio Cruz por todo el apoyo, el conocimiento y la paciencia brindada para poder cumplir a cabalidad con mis responsabilidades de estudiante durante el trabajo de integración curricular.

*Cobacango Laura*

El principal agradecimiento a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fuerza y fortaleza para seguir adelante en los buenos como malos momentos durante esta trayectoria de preparación, de igual manera por haberme permitido llegar a este punto y haberme dado la salud para poder alcanzar mis objetivos

Gracias a mis padres por su comprensión y estímulo contaste además su apoyo incondicional a lo largo de mi preparación como profesional. Siendo ellos los principales promotores durante este proceso. De igual forma agradezco a mis docentes en mi paso por la universidad, los cuales compartieron sus conocimientos día a día para así poder llegar a ser un buen profesional.

*Tiban Vinicio*



## ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	¡Error! Marcador no definido.
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	2
.....	3
2. CONSTANCIAS.....	4
.....	5
CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	6
APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR.....	7
.....	8
DEDICATORIA .....	9
AGRADECIMIENTOS .....	10
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	12
ÍNDICE DE TABLAS .....	18
ÍNDICE DE FIGURAS.....	20
ÍNDICE DE ANEXOS .....	24
RESUMEN EJECUTIVO.....	26
ABSTRACT.....	27
CAPITULO I .....	28

	13
1. IDEA DE NEGOCIO.....	28
1.1 Determinación de la idea de negocio .....	28
1.2 El problema.....	30
1.2.1 Enunciación y planteamiento del problema.....	30
1.2.2. Objetivos.....	31
1.2.3 Modelo de Negocio.....	32
1.2.4 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento .....	34
1.2.5 Modelo Long Tail .....	35
CAPITULO II.....	36
2. ESTUDIO DE MERCADO .....	36
2.1 Diseño de la investigación .....	36
2.1.1 Técnicas de investigación .....	37
2.1.2 Instrumento de investigación .....	38
2.1.3 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	39
2.1.4 Segmentación de mercado consumidor .....	42
2.1.5 Análisis de las preferencias de consumo .....	43
2.2 Análisis de la demanda .....	58
2.3 Análisis de la oferta .....	59
2.4 Demanda insatisfecha .....	61
2.5 Proyección de la demanda objetiva.....	61

	14
2.6 Matriz AOOD.....	62
2.6.1 Aliados .....	62
2.6.2 Oponentes .....	63
2.6.3 Oportunidades .....	63
2.6.4 Riesgos.....	63
2.6.5 Cruces estratégicos de la matriz AOOD .....	64
2.6.6 Aliados y Oportunidades (AO) .....	64
2.6.7 Oponentes y Oportunidades (OO) .....	64
2.6.8 Aliados y Riesgos (AR) .....	64
2.6.9 Oponentes y Riesgos (OR).....	64
2.7 Propuesta mercadológica .....	64
2.7.1 Identidad Corporativa .....	64
2.7.2 Marca .....	65
2.7.3 Slogan .....	65
2.7.4 Colores .....	65
2.7.5 Tipografía.....	66
2.7.6 Material publicitario.....	66
CAPITULO III.....	68
3. ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO .....	68
3.1 Análisis del tamaño óptimo de la empresa .....	68



	15
3.1.1 Identificación de la demanda .....	68
3.1.2 Consumo aparente en base a los servicios demandados .....	69
3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	69
3.2.1 Macro localización.....	69
3.2.2 Micro localización .....	73
3.3 Identificación y caracterización del producto .....	75
3.3.1 Hacienda turística.....	75
3.3.2 Alojamiento turístico .....	75
3.3.3 Alimentación.....	78
3.3.4 Zonas húmedas.....	79
3.3.5 Espacios de recreación.....	79
3.4 Descripción del proceso productivo o prestación de servicio.....	79
3.4.1 Estado inicial de la hacienda turística.....	79
3.4.2 Suministros .....	80
3.4.3 Proceso productivo.....	80
3.4.4 Hacienda turística Ñawi (producto final).....	80
3.4.5 Menú de la hacienda turística Ñawi basado en cocina ecuatoriana con toques creativos .....	81
3.4.6 Flujograma de proceso en el área de cocina .....	88
3.4.7 Diseño del menú .....	89

3.5 Ingeniería del proyecto .....	101
3.5.1 Distribución de la planta .....	101
3.5.2 Planos de las instalaciones .....	101
3.5.3 Infraestructura .....	103
3.5.3 Presupuesto inicial de la obra .....	108
3.5.4 Requerimiento por áreas .....	108
3.5.5 Insumos para la hacienda turística Ñawi .....	110
3.5.6 Capital de trabajo .....	121
3.5.7 Presupuesto del capital de trabajo inicial.....	128
3.5.8 Presupuesto para la inversión total .....	128
3.5.9 Plan de financiación de recursos financieros .....	129
3.6 Estructura administrativa .....	130
3.6.1 Misión .....	130
3.6.2 Visión.....	130
3.6.3 Valores .....	130
3.6.4 Políticas de reservación y cancelación.....	131
3.6.5 Imagen Corporativa .....	133
3.6.7 Organigrama .....	133
3.7 Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual .....	138
3.8 Propuesta comercial .....	141

	17
3.8.1 Canales de venta .....	141
CAPITULO IV.....	146
4. ESTUDIO AMBIENTAL.....	146
4.1 Descripciones de las acciones/ actividades del proyecto de emprendimiento .....	146
4.2 Determinación de la metodología .....	152
4.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales .....	153
4.4 Matriz de la jerarquización del impacto ambiental (Plan de mitigación) .....	162
CAPITULO V.....	166
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	166
5.1 Inversiones y capital de trabajo.....	166
5.1.1 Capital de trabajo .....	166
5.1.2 Inversión total .....	167
5.1.3 Fuentes de financiamiento y costo de capital .....	167
5.2 Estados financieros proyectos: de situación inicial y de resultados .....	168
5.2.1 Balance de situación inicial .....	168
5.2.2 Tabla de amortización.....	170
5.2.3 Costo de capital.....	173
5.2.4 Flujo de caja en el primero año.....	173
.....	175
5.2.4 Flujo de caja proyección a 5 años.....	175



5.2.7 Análisis y evaluación financiera VAN y TIR .....	176
5.2.8 Punto de equilibrio.....	178
CONCLUSIONES .....	180
RECOMENDACIONES.....	182
BIBLIOGRAFÍA .....	184
ANEXOS .....	189
.....	189

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Matriz de evaluación de ideas de negocios</i> .....	28
<b>Tabla 2</b> <i>Rangos a considerar para la evaluación de ideas</i> .....	29
<b>Tabla 3</b> <i>Datos poblacionales para la segmentación del mercado</i> .....	42
<b>Tabla 4</b> <i>Detalle de las preferencias del consumo</i> .....	58
<b>Tabla 5</b> <i>Detalle del análisis de la demanda</i> .....	59
<b>Tabla 6</b> <i>Análisis de la oferta de establecimientos de alojamiento</i> .....	60
<b>Tabla 7</b> <i>Análisis de la oferta de los establecimientos de alimentación</i> .....	60
<b>Tabla 8</b> <i>Detalle de la demanda insatisfecha</i> .....	61
<b>Tabla 9</b> <i>Detalle de la demanda objetiva</i> .....	61
<b>Tabla 10</b> <i>Detalle de la matriz AOOD de la hacienda turística Ñawi</i> .....	62
<b>Tabla 10</b> <i>Detalle del menú de desayunos</i> .....	81
<b>Tabla 11</b> <i>Detalle del menú de entradas</i> .....	82
<b>Tabla 12</b> <i>Detalle del menú de platos fuertes</i> .....	83

<b>Tabla 13</b>	<i>Detalle del menú de postres</i> .....	85
<b>Tabla 14</b>	<i>Detalle carta de vinos y bebidas alcohólicas</i> .....	87
<b>Tabla 15</b>	<i>Detalle del menú bebidas</i> .....	87
<b>Tabla 16</b>	<i>Detalle de la distribución general del establecimiento</i> .....	102
<b>Tabla 17</b>	<i>Detalle materiales de construcción</i> .....	103
<b>Tabla 18</b>	<i>Detalle de la mano de obra</i> .....	105
<b>Tabla 19</b>	<i>Detalle de las adecuaciones de la hacienda</i> .....	105
<b>Tabla 20</b>	<i>Detalle de las instalaciones de la hacienda turística</i> .....	107
<b>Tabla 21</b>	<i>Detalle del presupuesto inicial de la obra</i> .....	108
<b>Tabla 22</b>	<i>Detalle de maquinaria y equipo en general</i> .....	109
<b>Tabla 23</b>	<i>Detalle de maquinaria y equipos para el restaurante</i> .....	109
<b>Tabla 24</b>	<i>Materiales de insumo para el alojamiento en general</i> .....	110
<b>Tabla 25</b>	<i>Insumos generales para el área de cocina y restauración</i> .....	113
<b>Tabla 26</b>	<i>Detalle de los insumos de limpieza en general</i> .....	119
<b>Tabla 27</b>	<i>Detalle de los costos operacionales</i> .....	121
<b>Tabla 28</b>	<i>Pago de servicios básicos</i> .....	122
<b>Tabla 29</b>	<i>Pago de sueldos y salarios de acuerdo a los rangos periodo 2023</i> .....	123
<b>Tabla 30</b>	<i>Detalle de costos y actividades de marketing y publicidad</i> .....	123
<b>Tabla 31</b>	<i>Capital de trabajo inicial de la hacienda durante 6 meses</i> .....	128
<b>Tabla 32</b>	<i>Detalle de la inversión total de la hacienda turística</i> .....	128
<b>Tabla 33</b>	<i>Detalle del plan de financiación hacienda turística Ñawi</i> .....	129
<b>Tabla 34</b>	<i>Detalle del cargo y las funciones de los trabajadores del establecimiento</i> ...	135
<b>Tabla 35</b>	<i>Detalle del perfil de puesto para la contratación del personal</i> .....	137

<b>Tabla 36</b> <i>Impacto ambiental durante la etapa de construcción inicial</i> .....	146
<b>Tabla 37</b> <i>Impacto ambiental durante la etapa de operación del proyecto</i> .....	149
<b>Tabla 38</b> <i>Valoración de los impactos ambientales</i> .....	153
<b>Tabla 39</b> <i>Valoración del nivel de importancia</i> .....	153
<b>Tabla 40</b> <i>Factores de estudio de impactos ambientales para el funcionamiento de la hacienda turística Ñawi</i> .....	153
<b>Tabla 41</b> <i>Detalle de la escala de jerarquización</i> .....	159
<b>Tabla 42</b> <i>Resultados del impacto ambiental en la hacienda turística Ñawi</i> .....	160
<b>Tabla 43</b> <i>Resultados del impacto ambiental en la hacienda turística Ñawi</i> .....	161
<b>Tabla 44</b> <i>Detalle de la matriz de jerarquización del impacto ambiental</i> .....	163
<b>Tabla 45</b> <i>Detalle del capital de trabajo</i> .....	166
<b>Tabla 46</b> <i>Detalle de la inversión total del establecimiento</i> .....	167
<b>Tabla 47</b> <i>Detalle del plan de financiamiento</i> .....	168
<b>Tabla 48</b> <i>Detalle del VAN de la hacienda turística Ñawi</i> .....	177
<b>Tabla 49</b> <i>Detalle del cálculo del TIR</i> .....	178

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Lienzo Canvas- “Hacienda turística en la parroquia de San Antonio de Pichincha-Ecuador”</i> .....	33
<b>Figura 2</b> <i>Simbología para el cálculo de la muestra</i> .....	40
<b>Figura 3</b> <i>Detalle de los datos a calcular</i> .....	41
<b>Figura 4</b> <i>Detalle del cálculo de la muestra</i> .....	41
<b>Figura 5</b> <i>Género de la persona</i> .....	43

<b>Figura 6</b> <i>Rango de edad</i> .....	43
<b>Figura 7</b> <i>Lugar de residencia</i> .....	44
<b>Figura 8</b> <i>Nivel de instrucción</i> .....	45
<b>Figura 9</b> <i>Estado civil</i> .....	45
<b>Figura 10</b> <i>Nivel de ingresos</i> .....	46
<b>Figura 11</b> <i>Ocupación</i> .....	46
<b>Figura 12</b> <i>¿Cuántas veces realizo turismo durante el año 2022?</i> .....	47
<b>Figura 13</b> <i>¿Cuánto tiempo duro su último viaje?</i> .....	47
<b>Figura 14</b> <i>Su último viaje, ¿con que personas viajo?</i> .....	48
<b>Figura 15</b> <i>En su último viaje, ¿cuál fue el promedio de gasto destinado para alojamiento por persona?</i> .....	49
<b>Figura 16</b> <i>¿Cuál fue el factor más importante para elegir el establecimiento de alojamiento en el que se hospedo la última vez?</i> .....	49
<b>Figura 17</b> <i>¿Cuál es el monto aproximado que usted paga por el servicio de alimentación?</i> .....	50
<b>Figura 18</b> <i>¿Le gustaría hospedarse en una hacienda en sus siguientes vacaciones?</i> ...	51
<b>Figura 19</b> <i>¿Usted realiza viajes con fines gastronómicos?</i> .....	51
<b>Figura 20</b> <i>En cuanto a alimentación ¿En sus viajes que tipo de comida prefiere?.....</i>	52
<b>Figura 21</b> <i>¿Qué servicio considera indispensable al momento de elegir un hospedaje?</i> .....	53
<b>Figura 22</b> <i>¿Cuál es el medio por el que usted se informa normalmente del servicio de alojamiento?</i> .....	53
<b>Figura 23</b> <i>¿En qué época del año fue su viaje turístico?</i> .....	54

<b>Figura 24</b>	<i>¿Qué tipo de hospedaje utilizo en su último viaje turístico?</i> .....	55
<b>Figura 25</b>	<i>Cruce de variable entre género y hospedaje</i> .....	55
<b>Figura 26</b>	<i>Cruce de variables entre nivel de instrucción y hospedaje</i> .....	56
<b>Figura 27</b>	<i>Cruce de variables del estado civil y hospedaje</i> .....	57
<b>Figura 28</b>	<i>Cruce de variables entre la edad y el hospedaje</i> .....	57
<b>Figura 29</b>	<i>Diseño de la imagen de la hacienda turística "Ñawi"</i> .....	64
<b>Figura 30</b>	<i>Detalle del mapa del Ecuador</i> .....	70
<b>Figura 31</b>	<i>Mapa de la provincia de Pichincha</i> .....	71
<b>Figura 32</b>	<i>Mapa del Distrito Metropolitano de Quito</i> .....	72
<b>Figura 33</b>	<i>Mapa de la parroquia San Antonio de Pichincha</i> .....	73
<b>Figura 34</b>	<i>Detalle de la ubicación exacta del proyecto hacienda turística Ñawi</i> .....	74
<b>Figura 35</b>	<i>Imagen referencial de la habitación simple</i> .....	76
<b>Figura 36</b>	<i>Imagen referencial de las habitaciones dobles</i> .....	77
<b>Figura 37</b>	<i>Imagen referencial de las habitaciones triples</i> .....	78
<b>Figura 38</b>	<i>Detalle del flujograma de procesos en el área de cocina</i> .....	88
<b>Figura 39</b>	<i>Imagen referencial entrada</i> .....	89
<b>Figura 40</b>	<i>Imagen referencial plato fuerte</i> .....	89
<b>Figura 41</b>	<i>Imagen referencial postre</i> .....	90
<b>Figura 42</b>	<i>Imagen referencial bebidas</i> .....	90
<b>Figura 43</b>	<i>Diseño de la portada del menú</i> .....	91
<b>Figura 44</b>	<i>Diseño del menú desayunos</i> .....	92
<b>Figura 45</b>	<i>Diseño del menú de entradas</i> .....	93
<b>Figura 46</b>	<i>Diseño del menú de platos fuertes</i> .....	94

<b>Figura 47</b>	<i>Detalle del menú de postres</i>	95
<b>Figura 48</b>	<i>Diseño del menú de ensaladas</i>	96
<b>Figura 49</b>	<i>Diseño del menú de jugos naturales</i>	97
<b>Figura 50</b>	<i>Diseño del menú de bebidas</i>	98
<b>Figura 51</b>	<i>Diseño del menú de vinos</i>	99
<b>Figura 52</b>	<i>Diseño del menú especial</i>	100
<b>Figura 53</b>	<i>Diseño del plano de las instalaciones de la hacienda turística Ñawi</i>	101
<b>Figura 54</b>	<i>Logo de la hacienda turística</i>	133
<b>Figura 55</b>	<i>Detalle del organigrama de la hacienda turística</i>	133
<b>Figura 56</b>	<i>Detalle del contenido a publicarse en facebook</i>	141
<b>Figura 57</b>	<i>Detalle de las publicaciones en Instagram</i>	142
<b>Figura 58</b>	<i>Detalle de la página web y su contenido</i>	143
<b>Figura 59</b>	<i>Detalle del contenido en tik tok</i>	145
<b>Figura 60</b>	<i>Evaluación de la etapa de construcción</i>	154
<b>Figura 61</b>	<i>Evaluación de la etapa operativa</i>	156
<b>Figura 62</b>	<i>Evaluación de la etapa de construcción</i>	157
<b>Figura 63</b>	<i>Detalle de la Jerarquización</i>	158
<b>Figura 64</b>	<i>Detalle del balance inicial de la hacienda turística Ñawi</i>	169
<b>Figura 65</b>	<i>Detalle de amortización de los primeros 60 meses</i>	170
<b>Figura 66</b>	<i>Detalle de la tabla de amortización de los 60 meses siguientes</i>	172
<b>Figura 67</b>	<i>Detalle del costo de capital</i>	173
<b>Figura 68</b>	<i>Detalle del flujo de caja en el primer año</i>	174

<b>Figura 69</b> <i>Grafica de los ingresos, egresos y flujo de caja mensual durante el primer año</i> .....	175
<b>Figura 70</b> <i>Detalle del flujo de caja proyección a 5 años</i> .....	175
<b>Figura 71</b> <i>Detalle de la fórmula del VAN, VNA, VPN.</i> .....	176
<b>Figura 72</b> <i>Detalle del punto de equilibrio de la hacienda turística Ñawi</i> .....	179
<b>Figura 73</b> <i>Grafica del punto de equilibrio de la hacienda turística Ñawi</i> .....	179

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1</b> <i>El árbol de problemas</i> .....	189
<b>ANEXO 2</b> <i>Preguntas de la encuesta aplicada mediante google forms</i> .....	189
<b>ANEXO 3</b> <i>Receta estándar del desayuno costeño</i> .....	195
<b>ANEXO 4</b> <i>Receta estándar del desayuno amazónico</i> .....	195
<b>ANEXO 5</b> <i>Receta estándar desayuno serrano</i> .....	196
<b>ANEXO 6</b> <i>Receta estándar desayuno wawa</i> .....	197
<b>ANEXO 7</b> <i>Receta estándar desayuno de la casa</i> .....	197
<b>ANEXO 8</b> <i>Receta estándar de la entrada mote con chicharrón</i> .....	198
<b>ANEXO 9</b> <i>Receta estándar de la entrada crocante de verde con camarón</i> .....	198
<b>ANEXO 10</b> <i>Receta estándar de la entrada ceviche de palmito</i> .....	199
<b>ANEXO 11</b> <i>Receta estándar de la entrada picante de conchas</i> .....	199
<b>ANEXO 12</b> <i>Receta estándar de la entrada camote en salsa de maní</i> .....	200
<b>ANEXO 13</b> <i>Receta estándar del plato fuerte llapingachos</i> .....	200
<b>ANEXO 14</b> <i>Receta estándar del plato fuerte cuy asado</i> .....	201
<b>ANEXO 15</b> <i>Receta estándar del plato fuerte carnes coloradas</i> .....	201



<b>ANEXO 16</b>	<i>Receta estándar del plato fuerte caldo de gallina</i> .....	202
<b>ANEXO 17</b>	<i>Receta estándar del plato fuerte encebollado</i> .....	202
<b>ANEXO 18</b>	<i>Receta estándar del plato fuerte guatita</i> .....	203
<b>ANEXO 19</b>	<i>Receta estándar del postre coctel de frutas</i> .....	203
<b>ANEXO 20</b>	<i>Receta estándar del postre espuma de mango</i> .....	204
<b>ANEXO 21</b>	<i>Receta estándar del postre sorbete de tamarindo</i> .....	204
<b>ANEXO 22</b>	<i>Receta estándar del postre bizcochuelo de avena</i> .....	205
<b>ANEXO 23</b>	<i>Receta estándar del postre sorbete de naranja</i> .....	205
<b>ANEXO 24</b>	<i>Receta estándar del postre dulce de higos</i> .....	206
<b>ANEXO 25</b>	<i>Formato de la receta estandar utilizado para el calculo de precios en bebidas</i> .....	206
<b>ANEXO 26</b>	<i>Detalle de la proyección a 10 años</i> .....	207
<b>ANEXO 27</b>	<i>Formato de la encuesta de satisfacción</i> .....	208
<b>ANEXO 28</b>	<i>Revisión del abstract</i> .....	209
<b>ANEXO 29</b>	<i>Reporte anti plagio plataforma turnitin</i> .....	210

## RESUMEN EJECUTIVO

San Antonio de Pichincha cuenta con diversos atractivos que incentivan a la actividad turística en el sector, sin embargo, la escasa oferta del servicio de alojamiento en la parroquia son punto de referencia para los casos de estudio. El objetivo del proyecto es la creación de una hacienda turística con el fin de potencializar el turismo en la parroquia San Antonio de Pichincha, Ecuador. Entre los principales referentes teóricos se destacan (Osterwalder & Pigneur, 2011), con su modelo de negocios y lienzo Canvas, (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), (Ñaupas, Valdivia, & Jesús Josefa Palacios Vilela, 2018), cada uno con sus diversos enfoques entorno a la metodología de investigación. Para la metodología se basó en la investigación descriptiva y cualitativa con el fin de recolectar datos e información relevante para la puesta en marcha de dicho proyecto, la técnica utilizada fue la encuesta, realizada vía online con un cuestionario basado en preguntas dicotómicas orientado al consumidor. A partir del análisis se logró evidenciar los medios necesarios para la realización de la idea de negocio, el mismo que fue detallado mediante un estudio técnico-financiero simultáneamente con las estrategias de comercialización, a su vez por medio de un estudio ambiental se establecen medidas de mitigación para los posibles impactos ambientales en la ejecución del proyecto. Finalmente, a través de la investigación se determinó la factibilidad del proyecto debido a que el emprendimiento cubre un mayor número de actividades que no poseen los establecimientos aledaños, además cuenta con servicio de restauración muy amplia haciendo énfasis a la cocina ecuatoriana.

**Palabras clave:** hacienda, turismo, alojamiento, proyecto, cocina tradicional

## ABSTRACT

San Antonio de Pichincha Parish has several attractions that encourage tourism activity in the area; however, the scarce supply of lodging services was a point of reference for the case studies. The objective of the project was to create a tourist hacienda to promote tourism in San Antonio de Pichincha Parish, Ecuador. The main theoretical references include Osterwalder and Pigneur, 2011, with their business model and Canvas canvas, (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), (Humberto Ñaupas et al., 2018) each with their various approaches around the research methodology. The methodology was based on descriptive and qualitative research; in order to collect data and relevant information for the implementation of such project, the technique used was the survey, conducted via online with a questionnaire based on dichotomous questions oriented to the consumer. From the analysis, it was possible to demonstrate the necessary means for the realization of the business idea, which was detailed through a technical-financial study simultaneously with the marketing strategies. At the same time, through an environmental study, mitigation measures are established for the possible environmental impacts in the execution of this project. Finally, through the research, the feasibility of the project was determined due to the fact that the project covers a greater number of activities that the neighboring establishments do not have. In addition, it has a very wide catering service with emphasis on Ecuadorian cuisine.

**Keywords:** hacienda, tourism, lodging, project, traditional cuisine.

## CAPITULO I

### 1. IDEA DE NEGOCIO

En el primer capítulo se va a presentar el proceso de selección y los criterios utilizados o evaluados para el inicio de la idea de negocio, también se dará a conocer el problema por el que se elige la idea, por consiguiente se plantearan los objetivos tanto general como específicos para el desarrollo de los capítulos siguientes.

Además, se detallara el modelo de negocio y la respectiva plantilla con el que se ejecutara los puntos claves para la ejecución del proyecto y que su puesta en marcha resulte factible, resuelva el problema encontrado con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado que se encuentra orientado el emprendimiento.

#### 1.1 Determinación de la idea de negocio

Para poder determinar la idea de negocio es necesario realizar una matriz que incluye una lluvia de ideas emprendedoras con rangos calificativos, tomando en cuenta varios factores fundamentales tales como los aspectos económicos, conocimiento dentro del mercado y la proximidad de la idea de emprendimiento.

**Tabla 1**

*Matriz de evaluación de ideas de negocios*

<b>Idea</b>	<b>Criterio</b>	<b>Conocimiento</b>	<b>Proximidad al</b>	<b>Total</b>
	<b>Económico</b>	<b>del Negocio</b>	<b>Mercado</b>	
Hacienda	4	3	5	12
Turística				

Elaboración de un mapa turístico y gastronómico de Imbabura	2	3	5	10
Creación de una cafetería temática en Ibarra	2	3	3	8
Creación de un restaurante temático en Ibarra	4	3	3	10

*Nota.* Fuente: Adaptada de la guía específica trabajo de titulación de turismo

## **Tabla 2**

*Rangos a considerar para la evaluación de ideas*

<b>Rangos a considerar</b>	
<b>1</b>	Muy difícil
<b>2</b>	Medianamente difícil
<b>3</b>	Indiferente
<b>4</b>	Medianamente fácil
<b>5</b>	Fácil

*Nota.* Fuente: Adaptada de la guía específica trabajo de titulación turismo

En este caso la idea de negocio que se va a poner en marcha es la “Hacienda Turística en

la parroquia de San Antonio de Pichincha-Ecuador” debido a que dentro de los aspectos evaluados llega a ser más factible y rentable su desarrollo, ya que el lugar en el que se va encontrar situado cuenta con varios atractivos turísticos cercanos al mismo, tales como el museo de la Mitad del Mundo, la Reserva Geobotánica Pululahua y muchos más, las mismas que son visitadas por varios turistas tanto nacionales como extranjeros.

## **1.2 El problema**

Escasa oferta en el servicio de alojamiento en la parroquia San Antonio de Pichincha.

### ***1.2.1 Enunciación y planteamiento del problema***

San Antonio de Pichincha se encuentra ubicada a 13,5 km al noroccidente de la capital ecuatoriana, conocida también como la Mitad del Mundo, contando con una privilegiada zona geográfica con una superficie de 116,26 kilómetros cuadrados y 2,439 metros sobre el nivel del mar. Su clima es seco, alcanzando en el día una temperatura de 24°C y en la noche los 12°C (Ministerio de Turismo, 2015).

En sus inicios era conocida como Lulumbamba cuyo significado era una llanura de frutas maduras, el mismo que se conservó hasta el año 1901 para luego ser cambiada a San Antonio de Pomasqui, siendo así que debido a su creciente poblacional y a petición de los mismos adopta el nombre de San Antonio de Pichincha, este lugar posee grandes atractivos turísticos incluyendo varios aspectos como los conocimientos ancestrales, la naturaleza y la ciencia (Ministerio de Turismo, 2015).

Esta parroquia cuenta con diversos atractivos turísticos como la Ciudad Mitad del Mundo un complejo que marca la línea ecuatorial y el centro del planeta según la Misión Geodésica en el año de 1736, el Museo de Sitio Inti Ñan también conocido como Camino del Sol que pretende dar a conocer a los pueblos ancestrales y su desarrollo de vida a partir del calendario solar, la Reserva

Geobotánica Pululahua, el Cerro Catequilla, las Ruinas Arqueológicas de Rumicucho y muchos más (Ministerio de Turismo, 2015).

Al visualizar todos estos componentes turísticos que posee la parroquia se ha logrado determinar una problemática que afecta a su desarrollo entorno al turismo en el sector, pues la escasa oferta de alojamientos y recreación provoca que los turistas no visiten el lugar por un tiempo prolongado y se desplacen hacia otras ciudades para poder recibir los servicios anteriormente mencionados, esto con lleva al estancamiento de dicha actividad.

Además, de acuerdo al contexto en el lugar existe una limitada presencia de profesionales especializados en el manejo técnico de actividades turísticas lo que ha generado la limitada existencia de estudios técnicos que hagan propuestas de emprendimientos turísticos.

Sin embargo, la economía local de la parroquia de San Antonio de Pichincha radica en la actividad turística lo que hace que sus habitantes estén asociados a este tipo de producción especialmente en el servicio de alimentación, lo cual se ha visto de manera excesiva un gran número de restaurantes dentro de la zona.

Con las causas y efectos descritos anteriormente se identifica como problema central la limitada oferta de alojamiento y recreación en la parroquia de San Antonio de Pichincha, dada por la escasa presencia de establecimientos de hospedaje en el lugar.

### ***1.2.2. Objetivos***

#### **1.2.2.1 Objetivo General**

Diseñar una hacienda turística para la potencialización del turismo en la parroquia de San Antonio de Pichincha-Ecuador.

#### **1.2.2.2 Objetivos Específicos**

Establecer una idea de negocio para la hacienda turística a crear en San Antonio de



Pichincha.

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda.

Elaborar un estudio técnico - administrativo para la implementación de una hacienda turística.

Determinar los posibles efectos ambientales, sociales y culturales del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental.

Identificar la factibilidad de un proyecto mediante un estudio financiero.

### ***1.2.3 Modelo de Negocio***

El modelo de negocio hace referencia al valor que desea aportar una empresa para sus clientes a cambio de rentabilidad, es decir crea valor al producto y de esta manera obtiene su mercado para la obtención de ingresos económicos (Barg, 2018).

Los modelos sirven para poder obtener una visión más amplia y general del proyecto de emprendimiento que se va poner en marcha, analizando y definiendo los productos de valor que se van a ofertar en el mercado para cumplir con ciertas necesidades dentro de la sociedad y generar ingresos para dicha empresa (Uribe, 2021).

Para el desarrollo del presente proyecto se optó por utilizar el modelo metodológico conocido como Business Model Canvas de Alexander Osterwalder, que consiste en 9 módulos divididos entre el segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relación con los clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costes; donde se analiza detalle a detalle cada uno de los aspectos para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Figura 1

Lienzo Canvas- “Hacienda turística en la parroquia de San Antonio de Pichincha-Ecuador”



Nota. Fuente: Plantilla obtenida de Canvas de Modelo de Negocio Tabla para estrategia planeación negocio pastel moderno.

#### ***1.2.4 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento***

El modelo Canvas dentro del proyecto de emprendimiento será utilizado como una herramienta para el análisis entorno a las fortalezas y debilidades que presenta dicho proyecto, así como también se podrá obtener una visión general del mercado y de esta manera lograr mantenerse dentro del mismo.

La hacienda turística “Ñawi” dentro del lienzo Canvas se encuentra orientada a toda persona que realice actividad turística y visite San Antonio de Pichincha, la diferencia y la propuesta de valor que presenta esta hacienda turística es que adicional al alojamiento y actividades de turismo ofertados van a contar una restauración rustica orientado a la cocina tradicional ecuatoriana.

Actualmente los canales son una gran fuente conexión con todo cliente por ende se tomara en cuenta las redes sociales, páginas web enfocadas netamente en conectar con la clientela, así como también se realizaran eventos turísticos para dar a conocer el emprendimiento, generando así una relación con nuestra clientela. Además se realizaran eventualmente encuestas de satisfacción para cumplir a cabalidad con los requerimientos del consumidor.

También se ha logrado determinar que dentro de los ingresos se puede tomar en cuenta los días de pernoctación que tiene el consumidor, ingresos extras como alimentación y actividades de recreación o ciertos eventos dentro de la hacienda turística que hagan uso del restaurant, para ello será necesario contar con recursos tanto físicos, humanos y naturales. Otro punto fundamental dentro de nuestro emprendimiento es contar con estrategias de marketing que ayuden y beneficien al emprendimiento, y conocer a qué tipo de clientes se quiere llegar y cuáles son las necesidades que tiene durante sus viajes turísticos.

Además dentro de este lienzo se podrá visualizar con que empresas o que tipos de alianzas

se puede mantener para que la idea emprendedora vaya en aumento y así poder cubrir con la estructura de costos que incluye tanto costos fijos como variables dentro de la hacienda.

### ***1.2.5 Modelo Long Tail***

Long tail o cola larga, se trata de una estrategia comercial en donde permite a una empresa poder lograr grandes beneficios vendiendo mínimas cantidades de productos o servicios ofertados por la misma, es decir estas ventas se realizarán diariamente. Este término se utilizó en el 2004 por Chris Anderson donde dedujo que mientras el canal de distribución sea lo suficiente grande se podría lograr satisfacer una demanda colectiva que supere el volumen de las ventas (MARKETINGSCHOOL, 2018)

Este modelo se encuentra aplicable a la idea de emprendimiento de la hacienda turística es abierta al público, además, dentro del mismo se van a implementar dos ambientes de restauración (restaurante y bar), además cuenta con zonas de alojamiento y recreación turísticas, estos serán ofertados al consumidor y podrán elegir el que cubra sus necesidades.

Este tipo de modelo es uno de los más lucrativos que se pueden encontrar, ya que presenta aspectos relevantes tales como: rentabilidad a largo plazo, esto se genera debido a que reduce los costos de marketing y distribución, siempre y cuando los canales sean bien utilizados. Además, genera mayor competitividad dentro del mercado mediante la variedad de productos ofertados (MARKETINGSCHOOL, 2018).

## CAPITULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

Dentro del segundo capítulo del proyecto de emprendimiento se va detallar aspectos claves para el estudio de mercado, determinando así el diseño de la investigación, la técnica y el instrumento que se va utilizar para la recolección de datos a estudiar, el tipo de muestreo a utilizar, la segmentación de mercado con sus aspectos demográficos, geográficos y conductuales.

También se realizará el análisis de las encuestas y de las respectivas demandas para poder determinar la proyección objetiva. Además, se incluye la propuesta mercadológica que integra la identidad corporativa, la marca, el slogan, los colores, el tipo de letra y el material publicitario a utilizar para el desarrollo dentro del mercado, la misma que se encuentra basada en los aspectos claves del lienzo Canvas.

#### 2.1 Diseño de la investigación

Para el desarrollo del proyecto de emprendimiento se hará uso de instrumentos y métodos, que permitan tener información a partir de fuentes primarias, logrando así obtener lo necesario y visualizar una mejor proyección de los resultados que obtendrá el proyecto presentado. A continuación, se presenta los tipos de investigación aplicada en el presente proyecto.

##### **Investigación Descriptiva.**

Este tipo de estudio se basa en la especificación de diversas propiedades, características o perfiles de grupos, fenómenos u otros para la realización de un análisis, con el fin de recolectar datos e información sobre aspectos que integre problema a investigar. En este tipo de investigación se analizan variables con el fin de recabar información para cada una de las mismas y de esta forma poder describirlo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Dentro del proyecto de emprendimiento se utiliza este tipo de investigación debido a que se realizara el análisis entorno a los turistas que ingresan a la parroquia San Antonio de Pichincha, en diversos aspectos que son determinados a través de ciertas cuestiones en base a las preferencias de viaje, preferencias de consumo, preferencias de precios y más.

### **Investigación Cualitativa.**

Este tipo de estudio se basa en la generación de un tipo de teorías que relaciona varios hechos, es decir que busca explorar la interacción social a partir de una recolección de datos que no son cuantificables es decir no necesitan tener resultados numéricos, sino que busca describir una realidad entorno a los sujetos estudiados (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

La investigación cualitativa también se caracteriza por manejarse de forma dinámica ya que pueden cuestionarse antes, durante o después de la recolección de los datos y estas pueden variar entorno al contexto estudiado. Además, sirve de apoyo al problema planteado dentro de la investigación para la obtención de resultados (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Se aplicará este tipo de investigación debido a que se realizará recopilación de información, datos cualitativos para poder obtener información, lograr una buena propuesta para el proyecto, en cuanto a productos, servicios y precios, logrando así una buena proyección de la factibilidad del proyecto.

#### ***2.1.1 Técnicas de investigación***

Las técnicas de investigación se definen como normas o procesos para llegar a un objetivo en común, siendo como base principal para construir un instrumento de investigación (Ñaupas, Valdivia, & Jesús Josefa Palacios Vilela, 2018).

**Encuesta.**

Se define como un proceso que permite conocer variables subjetivas para la obtención de información dentro de una determinada población. Su finalidad es poder comprender diversas características sobre aquello que desea investigar (Admin, 2022).

En cuanto la técnica de investigación, dentro del proyecto se utilizó las encuestas para conocer la situación actual que tiene San Antonio de Pichincha referente al servicio de hospedaje y alimentación para los turistas a través de esta técnica se darán a conocer las actividades relacionadas para la operatividad del mismo. Las mismas que fueron aplicadas vía on-line mediante la plataforma de google forms.

**2.1.2 Instrumento de investigación**

Los instrumentos dentro de la investigación se definen como herramientas o materiales a través del cual se puede recolectar datos e información mediante la generación de preguntas o ítems que buscan una respuesta de acuerdo a la técnica utilizada como base de recolección, dentro de la investigación cualitativa estas se generan a partir de los objetivos planteados (Ñaupas, Valdivia, & Jesús Josefa Palacios Vilela, 2018).

**Cuestionario.**

Los cuestionarios son utilizados como instrumentos dentro de la técnica de encuesta, se basa en la formulación de preguntas relacionadas a diversas variables o indicadores dentro de la investigación, su función principal es recolectar información para el análisis de datos (Ñaupas, Valdivia, & Jesús Josefa Palacios Vilela, 2018).

Para el diseño de los cuestionarios se deben tener en cuenta el tipo de investigación a utilizar, el problema inicial, los objetivos y las variables (Ñaupas, Valdivia, & Jesús Josefa Palacios Vilela, 2018).



Dentro del proyecto de emprendimiento con enfoque cualitativo se aplicó el cuestionario con **preguntas dicotómicas** (son aquellas que presentan alternativas múltiples, es decir que tienen entre tres o más alternativas como forma de respuestas) (Ñaupas, Valdivia, & Jesús Josefa Palacios Vilela, 2018)) como instrumento para recabar información relevante y poder establecer el escenario de la situación actual.

El nivel de medición utilizado dentro de las de este instrumento será el **nominal** ya que este se basa en tener más de dos alternativas de respuestas, además no presentar ningún orden simplemente mantienen una diferencia en sus variables (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

En el cuestionario se elaboraron preguntas dirigidas como es actualmente el servicio de hospedaje en la zona, los costos dispuestos a pagar, entre otros. Estas preguntas nos permitirán obtener datos reales, de esta manera se logrará estudiar de la manera correcta al segmento de mercado.

### ***2.1.3 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra***

Dentro de la investigación es fundamental definir un tipo de muestreo y cálculo de la muestra de la población a estudiar.

#### **Muestra.**

Consiste en un subgrupo dentro de una población electa por el investigador con la finalidad de recolectar datos relevantes y representativos para realizar un análisis de resultados (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El muestreo probabilístico se define como un método de recolección aleatorio de datos basados a conveniencia de la persona que investiga para conocer datos específicos acerca de los elementos que desea investigar (Vásquez, 2019).

Dentro del subtipo de muestreo se aplicó el **probabilístico aleatorio simple**, ya que este se basa en seleccionar los componentes de forma aleatoria para la aplicación de la muestra, es uno de los métodos más fáciles y factibles para obtener los resultados requeridos cuando el número de muestra es una población alta (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Para el presente proyecto de emprendimiento se utilizó el tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple debido a que se va trabajar con un número determinado de población y cada uno de ellos tiene la probabilidad de ser incluidos como muestra extraída.

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta la población de la capital del Ecuador (Quito). Los quiteños suelen realizar turismo dentro o fuera de la ciudad como manera de descanso o de liberarse del estrés de la ciudad.

Según las cifras de turismo en el Distrito Metropolitano de Quito incrementaron un 48% de ingresos a sus diversos atractivos turísticos, siendo así que en épocas de feriado entre 3,000 a 5,000 turistas visitan diariamente la Ciudad Mitad del Mundo en San Antonio de Pichincha, para el año 2023 el ingreso de turistas a la capital tanto nacionales como extranjeros que se ve proyectado es de 700,000 (El Universo, s.f.).

Por ende, para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente formula:

$$\text{Tamaño de muestra} = \frac{\frac{z^2 \cdot x \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \cdot x \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 N}\right)}$$

### **Simbología**

#### **Figura 2**

*Simbología para el cálculo de la muestra*

<b>N</b>	Tamaño de la población
<b>z</b>	Nivel de confianza
<b>e</b>	margen de error
<b>p</b>	probabilidad de éxito o proporción esperada
<b>(1-p)</b>	probabilidad de fracaso

*Nota.* Fuente: elaboración propia

**Donde:**

### Figura 3

*Detalle de los datos a calcular*

<b>N</b>	700.000
<b>z</b>	95%
<b>e</b>	5%
<b>p</b>	0,5
<b>(1-p)</b>	0,5

*Nota.* Fuente: elaboración propia

### Figura 4

*Detalle del cálculo de la muestra*

Nivel de confianza:

95 % ▾

Tamaño de la población:

700000

Margen de error:

5 % ▾

Tamaño ideal de la muestra:

384

*Nota.* Fuente: <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/calculartomano-muestra/>

De acuerdo al tipo de muestreo realizado el total de encuestas a realizar para este proyecto de emprendimientos es de 384 personas que realizan viajes de turismo a San Antonio de Pichincha cuyo máximo punto de referencia es la ciudad Mitad del Mundo.

#### 2.1.4 Segmentación de mercado consumidor

**Tabla 3**

*Datos poblacionales para la segmentación del mercado*

<b>Segmentación de mercados</b>			
Producto turístico: Hacienda Turística en la parroquia San Antonio de Pichincha.			
<b>Segmentación Geográfica</b>			
	Variable	Número	Porcentaje
País:	Ecuador	17510643	100%
Región:	Sierra	7847136	44,8%
Provincia:	Pichincha	3340039	42,6%
Ciudad:	Quito	2210484	12,6%
1er Resultado: 2.210.484 personas pertenecen a la ciudad de Quito y tienen intención de realizar turismo.			
<b>Segmentación Demográfica (<a href="https://plataformaurbana.cepal.org/es/node/127">https://plataformaurbana.cepal.org/es/node/127</a> )</b>			
	Variable	Número	Porcentaje
Género:	Hombres y Mujeres	2210484	100,0%
Edad:	30-59 años	779840	35,3%
Estado civil:	Soltero/Casado	1653220	74,8%
Ocupación/ Ingresos	Población económicamente activa	996054	45,1%
2do Resultado: 996054 personas en Quito son consideradas como una población económicamente activa.			
<b>Segmentación psicográfica</b>			
	Variable	Número	Porcentaje
Estilo de vida	Viajeros por turismo	140000	14,1%
3er Resultado: 140000 quiteños económicamente activos entre 30-59 años realizan turismo dentro o fuera de la ciudad.			
<b>Segmentación Conductual</b>			
	Variable	Número	Porcentaje

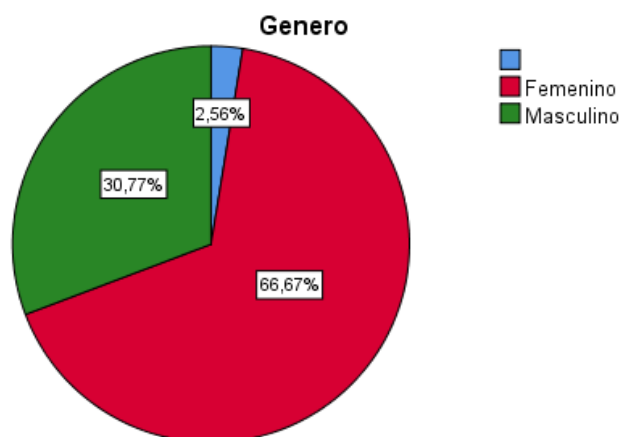
Gusto por hacer turismo	140000	1,0
	140000	100%

*Nota.* Fuente: adaptada de la guía específica trabajo de titulación de turismo.

### 2.1.5 Análisis de las preferencias de consumo

#### Figura 5

##### *Género de la persona*

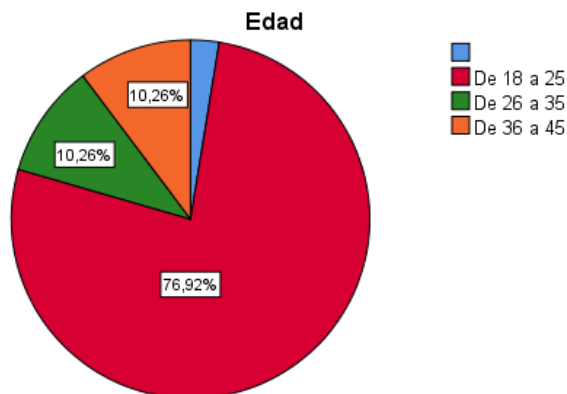


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

La gráfica de pastel muestra las proporciones de los datos sobre la clasificación de género dentro de la población encuestada. El género femenino con un 66,67% es la población mayoritaria dentro de los resultados obtenidos, sin embargo, la población masculina cuenta con un porcentaje del 30,77% dentro de la población encuestada.

#### Figura 6

##### *Rango de edad*

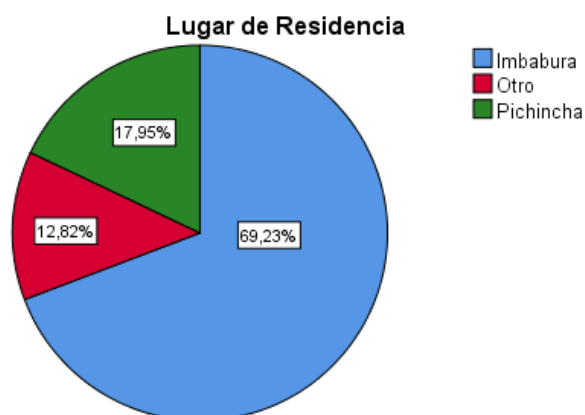


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Dentro de la clasificación de edad la población con un rango de edad de 36 a 45 obtuvo un 10,26% en los resultados de las encuestadas establecidas, sin embargo, el rango mayoritario con un 18 a 25 obtuvo un 76,92% siendo la proporción mayoritaria.

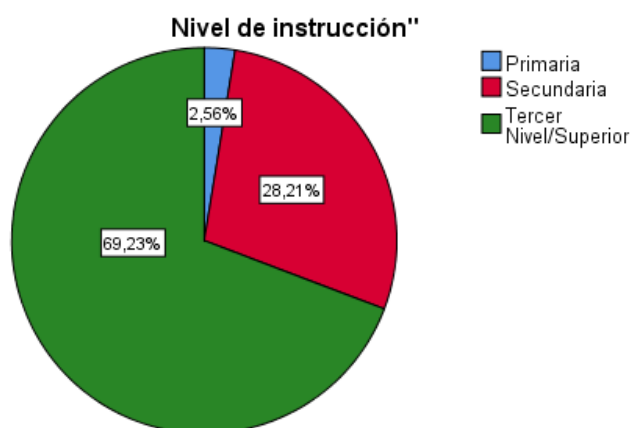
### **Figura 7**

#### *Lugar de residencia*



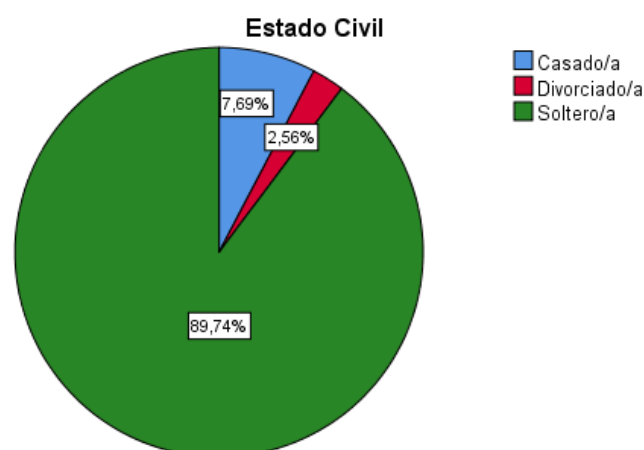
*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

La población mayoritaria con un 69,23% pertenece a la población de Imbabura siendo un sector potencial dentro del mercado para la construcción del establecimiento de igual forma la población de Pichincha también es un fuerte dentro del mercado para el emprendimiento.

**Figura 8***Nivel de instrucción*

*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

En el nivel de instrucción el porcentaje de encuestados correspondientes a educación superior es 69,23%, mientras que el 28,21% corresponde a secundaria y en último a las personas con educación primaria con un 2,62%

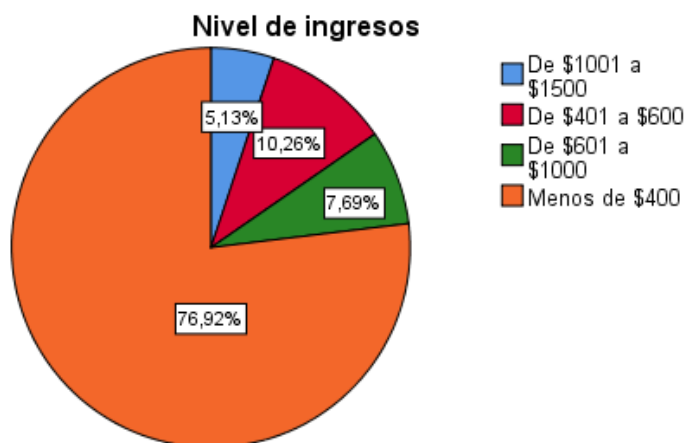
**Figura 9***Estado civil*

*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Los encuestados correspondientes al estado civil de soltero tienen un 89,74%, mientras que los casados tienen un 7,69%, así también el estado civil de divorciado tienen un 2,56%.

### Figura 10

*Nivel de ingresos*

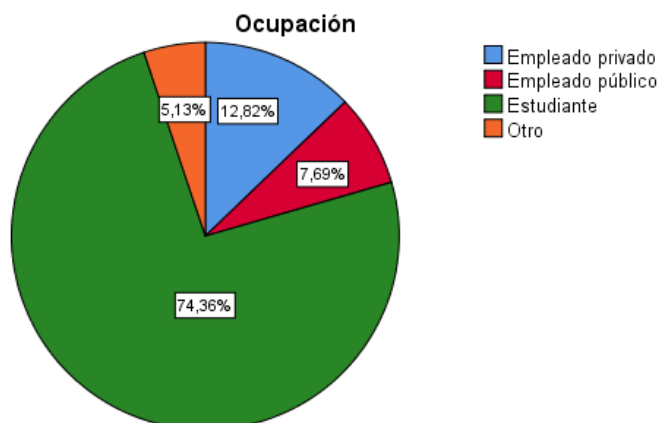


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Con respecto al nivel de ingresos se tiene que un 76,92% percibe un salario menos a 400\$ al mes, un 10,26% correspondiente a un ingreso de 401- 600\$, un 7,69% con ingresos de 601- 1000\$ y un 5,13% que corresponde a un ingreso de 1001-1500\$.

### Figura 11

*Ocupación*



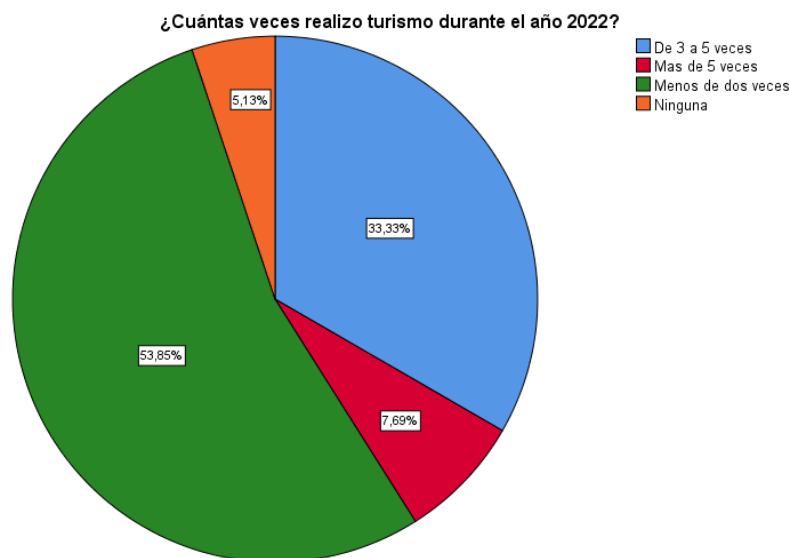


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Los estudiantes tienen un porcentaje correspondiente a 74,36%, los empleados privados un 12,82% y un empleado público un 7,69%, los empresarios y las personas que tienen diferentes ocupaciones tienen un porcentaje de 5,13% cada uno.

### Figura 12

*¿Cuántas veces realizo turismo durante el año 2022?*

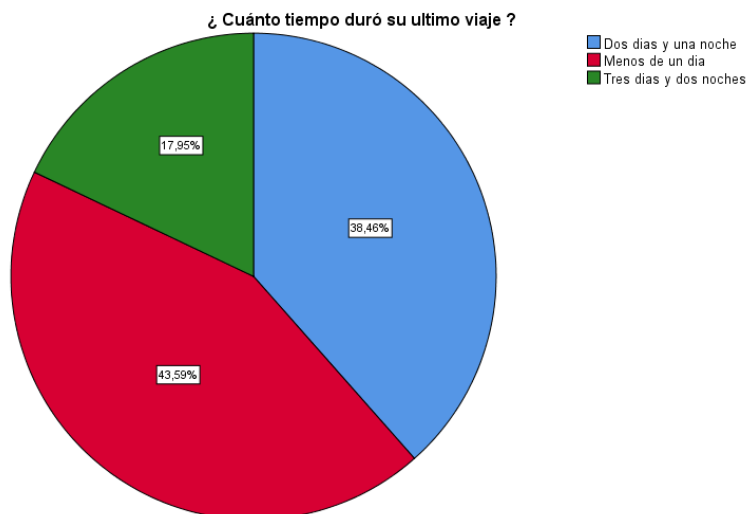


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Dentro de los resultados obtenidos por parte de la población encuestada un porcentaje del 53,85% ha realizado turismo menos de dos veces dentro del año presente, por otro lado, durante el año 2022 un porcentaje de 33,33% ha realizado turismo 3 a 5 veces en el año sea un turismo interno como externo.

### Figura 13

*¿Cuánto tiempo duro su último viaje?*

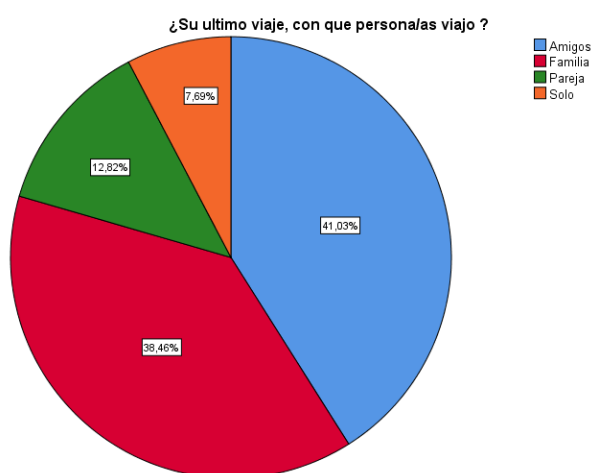


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

El último viaje realizado por la población encuestada tuvo una duración menos de un día, lo cual nos da como resultado un 43,59% de los resultados obtenidos, por otro lado, un sector de la población tuvo una duración de dos días y una noche, lo que significa un 38,46% de los resultados siendo así un parámetro esencial para el análisis del futuro mercado.

### Figura 14

*Su último viaje, ¿con que personas viaja?*

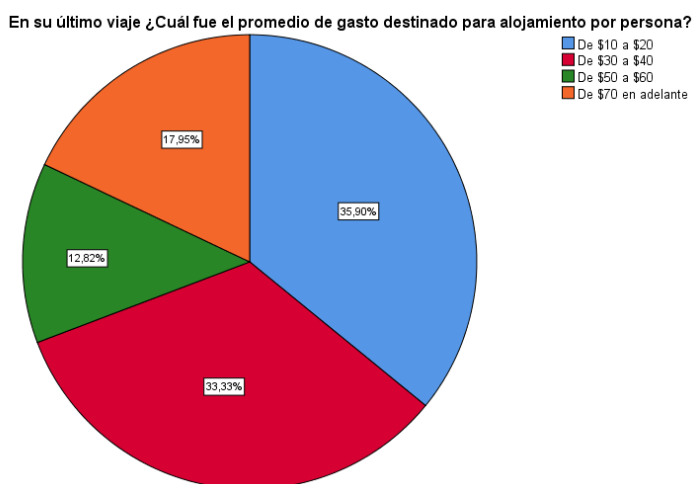


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Los encuestados prefieren viajar en compañía de familiares con un 38,46%, un 41,02% con amigos, un 12,82% con pareja, así mismo existe un 7,69% que prefiere viajar solo, por lo tanto el factor familiar es uno de los factores esenciales dentro de la futura demanda para la creación de la hacienda turística.

### Figura 15

*En su último viaje, ¿cuál fue el promedio de gasto destinado para alojamiento por persona?*



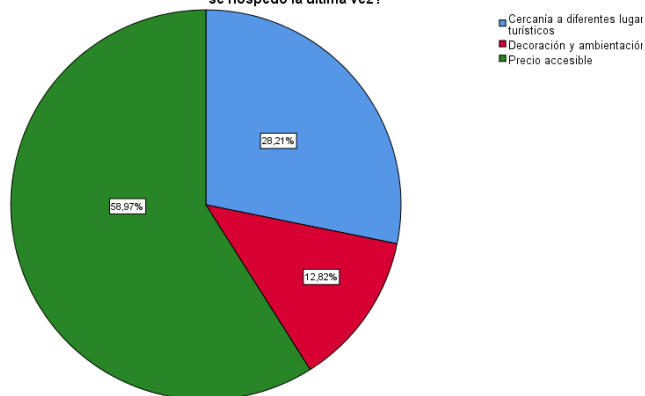
*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Dentro del servicio de alojamiento la población opta por demostrar un gasto estimado de \$10 a \$20 dólares por persona sin embargo podemos evidenciar con un 17,95% está dispuesto a cancelar por el servicio de alojamiento. Un valor de \$70 en adelante.

### Figura 16

*¿Cuál fue el factor más importante para elegir el establecimiento de alojamiento en el que se hospedó la última vez?*

¿Cuál fue el factor más importante que tomó en cuenta para elegir el establecimiento de alojamiento en el que se hospedó la última vez?

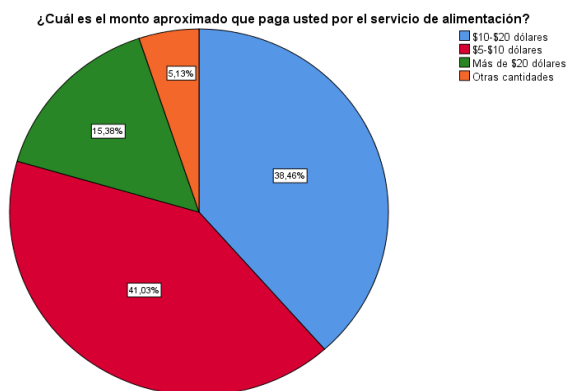


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Para el servicio de hospedaje un factor de la accesibilidad de precios consta con un porcentaje mayoritario 58,97% comparación a los otros precios en su diferente emprendimiento, de igual manera res, por último, la población de 12,82% opta como factor importante la decoración y ambientación del lugar, dando como resultado la accesibilidad para el emprendimiento a crear.

### Figura 17

¿Cuál es el monto aproximado que usted paga por el servicio de alimentación?



*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Dentro de la población encuestada podemos observar que el monto similar al monto mayoritario a cancelar un servicio de alimentación es de \$10 a \$20 dólares , obteniendo un 38,46% dentro de los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas, por otro lado un 5,13% opta por pagar dependiendo el lugar del servicio.

**Figura 18**

*¿Le gustaría hospedarse en una hacienda en sus siguientes vacaciones?*

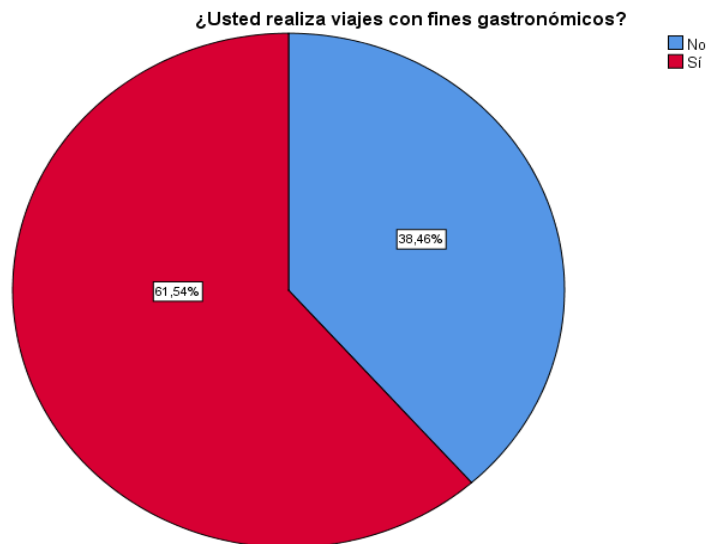


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Para nuestro análisis de mercado observando que un 76,92% le gustaría optar por alojarse en una hacienda turística, de igual manera se obtuvo un posible mercado con un 20,51% el cual a través de diferentes técnicas de mercado convencer al sector población de "talvez" e incrementar nuestro posible mercado

**Figura 19**

*¿Usted realiza viajes con fines gastronómicos?*

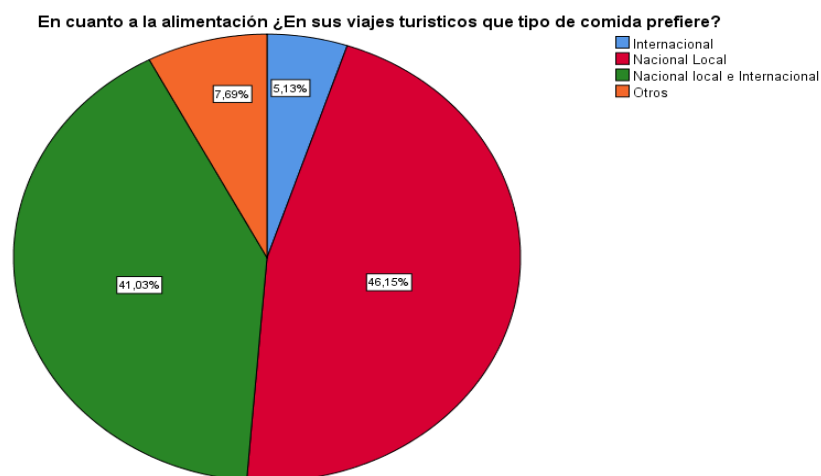


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Hacienda Turística Ñawi a través de la encuesta realizada a su posible sector comercial, si dentro de sus viajes realizados en diferentes épocas de año han realizado un viaje con el fin gastronómico, obteniendo un porcentaje de 61,54% siendo la opción "si" la más elegida.

### Figura 20

*En cuanto a alimentación ¿En sus viajes que tipo de comida prefiere?*

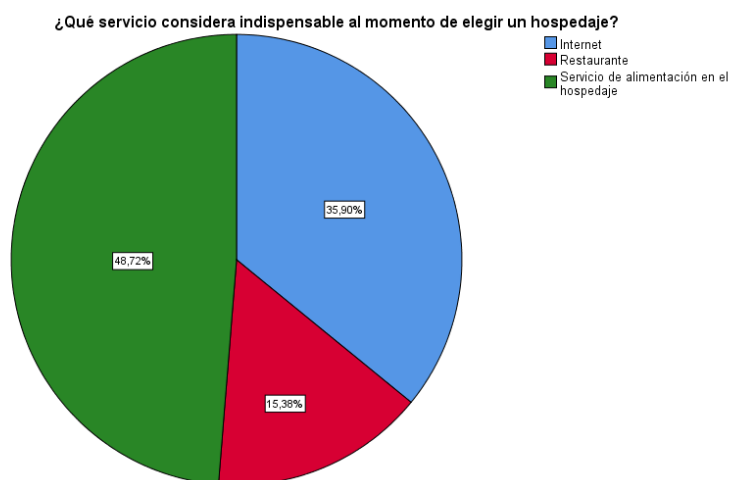


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Dentro del servicio alimenticio posible a gestionar se observa que tanto la gastronomía local como internacional son una de las opciones más preferidas por la población encuestada con un porcentaje de gastronomía nacional o local con un 46,15% frente a la gastronomía internacional y local con un 41,03%.

### Figura 21

*¿Qué servicio considera indispensable al momento de elegir un hospedaje?*

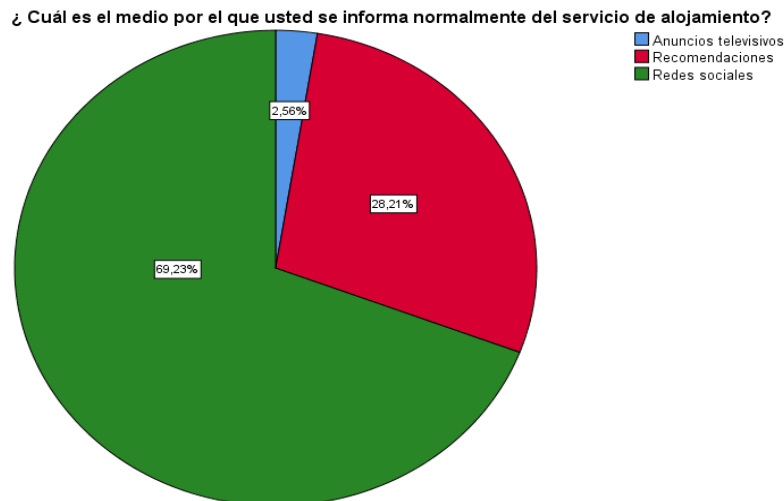


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Para la selección de un hospedaje nuestra población encuestada opta por indispensable un servicio de alimentación en el hospedaje representado en la gráfica con 48,72% siendo un requisito esencial para su selección ante la competencia, por otro lado con un 35,90% el servicio de internet actualmente cumple como un servicio básico indispensable.

### Figura 22

*¿Cuál es el medio por el que usted se informa normalmente del servicio de alojamiento?*

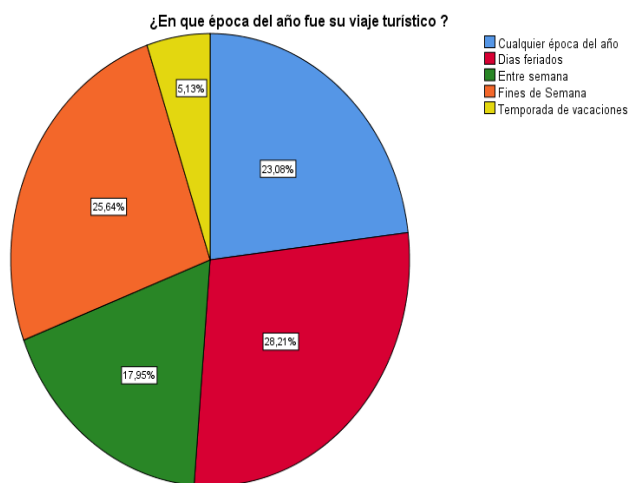


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Actualmente las redes sociales es una herramienta especial para la comunicación en la población por lo cual con un 69,23% dentro los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada, se observa que las redes sociales es el medio de comunicación preferido para nuestra población de mercado

**Figura 23**

*¿En qué época del año fue su viaje turístico?*



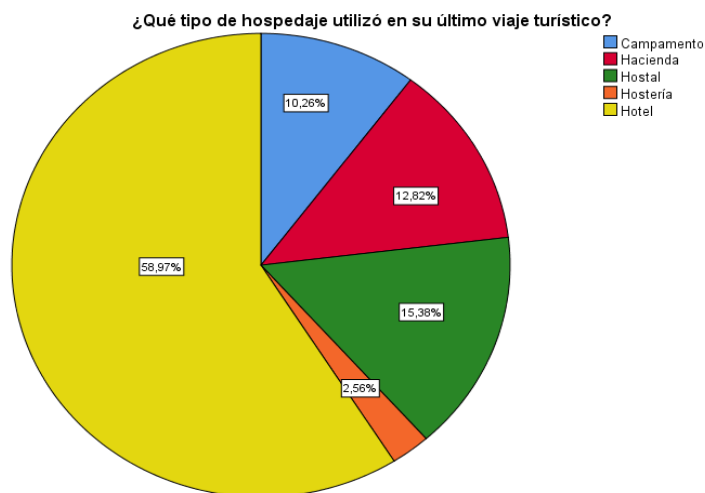
*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics



Dentro de los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a nuestra población de mercado se observa que gran parte realiza o gestiona un viaje turístico los feriados con un 28,21% y los fines de semana con un 25,64% , por lo tanto a través de estos datos se puede establecer nuestro temporada alta.

### Figura 24

*¿Qué tipo de hospedaje utilizó en su último viaje turístico?*

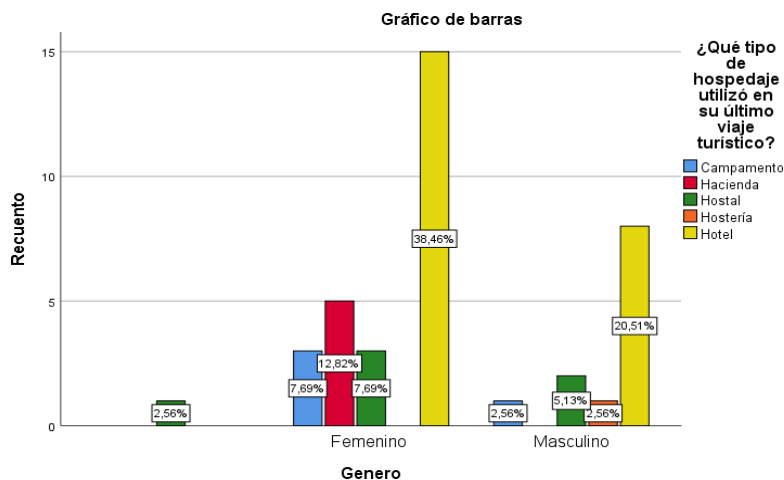


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Mayor parte de la población encuestada opta por hospedarse en un hotel siendo el más conocido dentro de la oferta hotelera con un 58,97% sin embargo un porcentaje sumatorio entre hacienda y Hostería nos demuestra que un 15,38% opto por hospedarse en un establecimiento fuera de lo habitual.

### Figura 25

*Cruce de variable entre género y hospedaje*

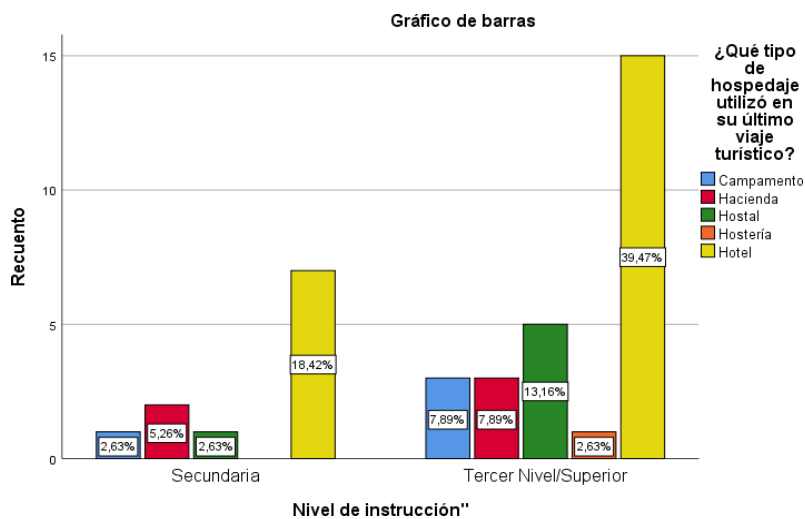


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

La población femenina con un gran porcentaje del 38,46% de la muestra planteada opto por hospedarse en una Hotel durante su último viaje turístico que realizado de igual manera la población masculina. Sin embargo existe un porcentaje 14% aproximado que optaron por un Hostal como establecimiento de hospedaje.

**Figura 26**

*Cruce de variables entre nivel de instrucción y hospedaje*

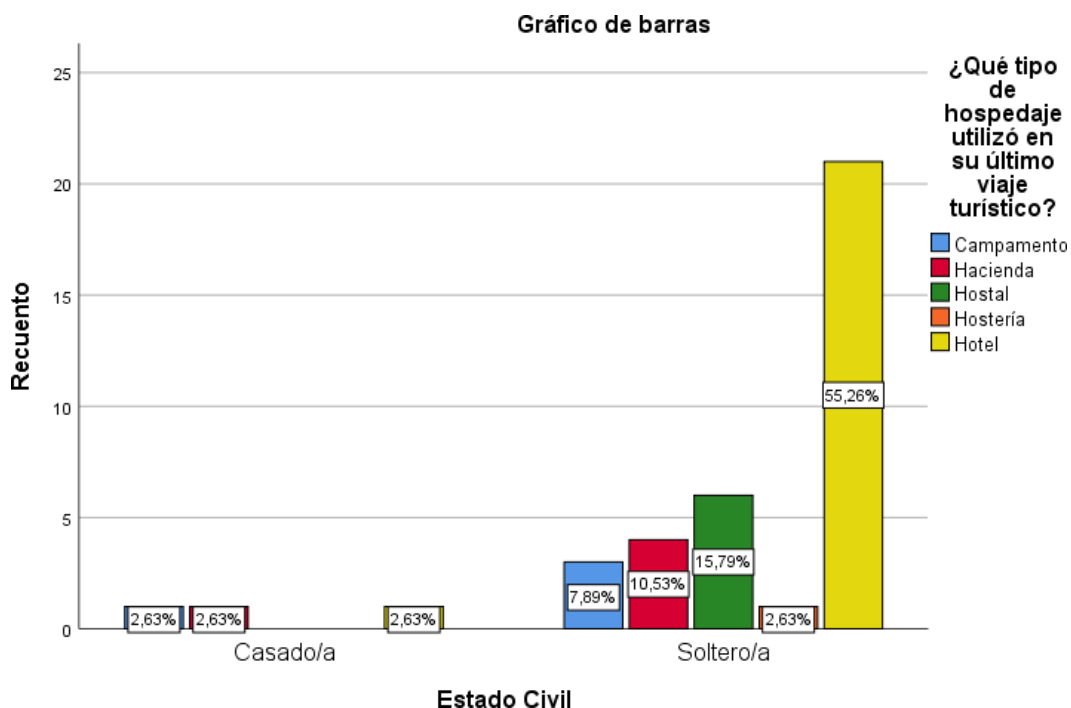


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

El nivel de instrucción por parte de la población encuestada es más del 50% de su total, estos pertenecen a una entidad pública o privada de igual forma algunos encuestados tiene su propio negocio, podemos observar que la población encuestada no prefiere hospedarse en una hostería en su tiempo de ocio.

**Figura 27**

*Cruce de variables del estado civil y hospedaje*

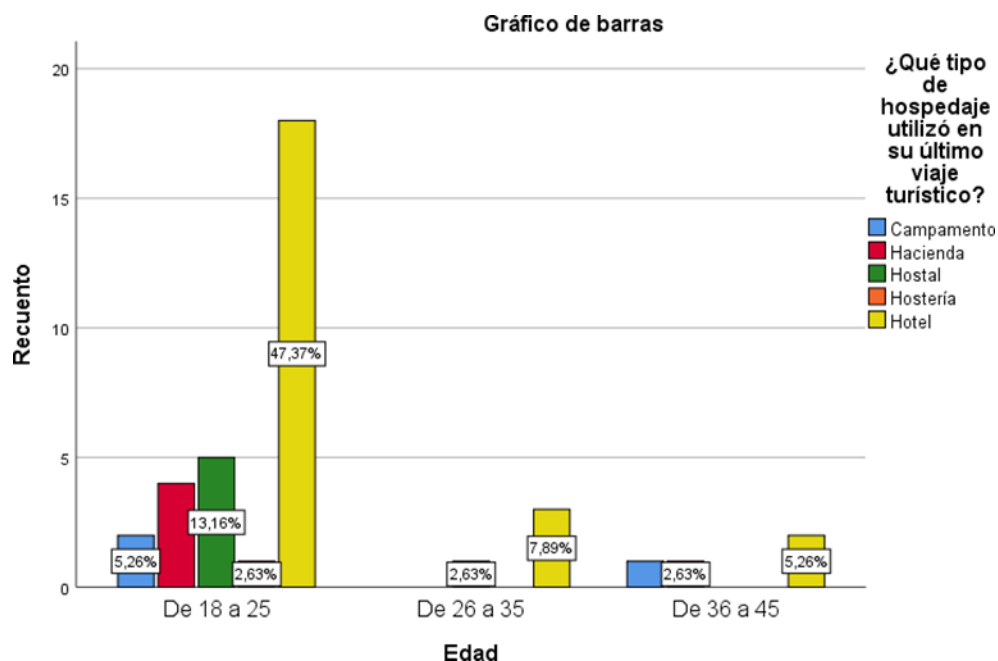


*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

La población con su estado civil soltera en sus viajes turísticos optan por hospedarse en un hotel como prima opción de igual forma optan un hostel como segunda opción, por otra parte la población casada o comprometida no optaría un hostel como establecimiento de alojamiento en sus vacaciones.

**Figura 28**

*Cruce de variables entre la edad y el hospedaje*



*Nota.* Fuente: elaborado por los autores en IBM SPSS Statistics

Dentro del rango de edad de 18 a 40 años siempre optaran como primera opción un hotel para poder hospedarse esto nos representa con un porcentaje del 70% sin embargo un porcentaje visible de un 10% de toda la población encuestada prefiere un campamento turístico como una nueva opción de alojamiento en sus viaje durante su tiempo de ocio.

## 2.2 Análisis de la demanda

Para realizar el análisis de la demanda de la Hacienda Turística se tomó el número de personas que se determinó como mercado meta en la etapa de segmentación de mercado, también se utilizó a la totalidad de personas encuestadas, quienes hacen referencia a la intención de compra del producto y el porcentaje de per cápita a nivel turístico representado con el 1,3%.

### Tabla 4

*Detalle de las preferencias del consumo*

Población	140.000
-----------	---------

Nro. de consumidores de la demanda potencial	69.888
--	--------

*Nota.* Fuente: Elaborado por autores.

En base a la tabla se puede determinar que la demanda potencial es de 69.888 personas, entorno a ello se determina que mensualmente el establecimiento debe cubrir las necesidades de 5.824 personas.

### 2.3 Análisis de la oferta

A continuación se presenta el análisis de oferta en el con los atractivos turísticos que tiene la parroquia de San Antonio de Pichincha.

**Tabla 5**

*Detalle del análisis de la demanda*

Nombre		Categoría	Tipo
Reserva	Geobotánica	II	Área Protegida
Pululahua			
Ciudad Mitad del Mundo		II	Cultural
Ruinas de Pucará		I	
Cerro Catequilla		I	Sitio Natural
Casa Hacienda		II	

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores basado en los registros MINTUR.

La tabla muestra una parte de los atractivos turísticos existentes en la parroquia de San Antonio de Pichincha esto indica que existe gran cantidad de atractivos turísticos lo cual beneficia

al proyecto de emprendimiento, ya que al existir diversidad de sitios a visita aumenta la posibilidad de que llegue un mayor número de visitantes.

Para realizar el análisis de la oferta se ha tomado como referencia los establecimientos registrados en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia que brinden similares servicios al del emprendimiento propuesto y son potencialmente competencia.

**Tabla 6**

*Análisis de la oferta de establecimientos de alojamiento*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Cantidad de habitaciones</b>	<b>Cantidad de turistas anuales</b>	<b>Categoría</b>
Chaupimundo lodge	Lodge	Mitad del Mundo	30	12000	
Sol y Luna	Hostal	Mitad del Mundo	15	3000	
			<b>TOTAL</b>	<b>15000</b>	

*Nota.* Fuente: Elaborado por autores

**Tabla 7**

*Análisis de la oferta de los establecimientos de alimentación*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Cantidad anual</b>
Las Tejas	Restaurante	Mitad del Mundo	180 pax	4800

El hornero	Restaurante	Mitad del	80 pax	2400
		Mundo		
			TOTAL	7200

*Nota.* Fuente: Elaborado por autores

Los establecimientos incluidos representan una competencia más directa. En la tabla presentada se puede observar que los dos establecimientos tanto como para el servicio de alojamiento y el servicio de alimentación mientras su capacidad sea mayor y el sector sea comercial tendrá una gran acogida por los turistas.

## 2.4 Demanda insatisfecha

**Tabla 8**

*Detalle de la demanda insatisfecha*

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año1	69.888	22200	46.688

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

## 2.5 Proyección de la demanda objetiva

**Tabla 9**

*Detalle de la demanda objetiva*

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	46.688	23.200

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

## 2.6 Matriz AOOD

Para realizar un estudio de factibilidad del proyecto Hacienda Turística Ñawi, se elaboró la matriz AOOD, en la que se detallan aspectos entorno a los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos a los que se va enfrentar la empresa.

**Tabla 10**

*Detalle de la matriz AOOD de la hacienda turística Ñawi*

<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
Proveedores fijos	Competidores
Personal calificado	Ubicación
Clientes fidelizados	Personal
Operadoras turísticas	
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
Innovación	Inestabilidad de costos
Expansión	Inestabilidad económica del país
Facilidades financieras	Expansión de la competencia
Infraestructura	Escases de la materia prima

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### 2.6.1 Aliados

Son eje fundamental dentro del proyecto debido a que son parte de las mejoras o el apoyo constante con un objetivo en común, crecer y establecerse dentro del mercado y contribuir con el desarrollo económico en la población.

Proveedores fijos

Personal calificado



Clientes fidelizados

Operadoras turísticas

### **2.6.2 Oponentes**

Son aquellos que entorpecen el desarrollo del proyecto, sin embargo, se debe enfrentarlos para que el proyecto sea factible y logre alcanzar cada uno de los objetivos planteados.

Competidores

Ubicación

Personal no calificado

### **2.6.3 Oportunidades**

Son partes favorables para el desarrollo de las actividades en el proyecto, cada una de las oportunidades presentes ayudara a la expansión y pronto crecimiento en el mercado actual. Para ello se debe tomar en cuenta las capacidades que posee la infraestructura de cubrir con cada una de las demandas que requiere el sector hotelero y turístico.

Innovación

Mercado en crecimiento

Infraestructura

Facilidades financieras

### **2.6.4 Riesgos**

Son ejes situacionales que pueden afectar al entorno de desarrollo del proyecto, es decir que estos aspectos pueden generar el decaimiento tanto a nivel interno como externo del proyecto.

Inestabilidad de costos

Inestabilidad económica del país

Expansión de la competencia

Escases de la materia prima

### **2.6.5 Cruces estratégicos de la matriz AOOD**

Para realizar un análisis más centrado y profundizar la matriz es necesario elaborar los cruces estratégicos y determinar el diagnóstico situacional del proyecto, donde se darán a conocer los aspectos tanto negativos como positivos y como mejorarlos para lograr aceptación en el mercado y a su vez generar interés.

#### **2.6.6 Aliados y Oportunidades (AO)**

Al contar con personal calificado ayudará al desarrollo en cuanto a innovación en los servicios y productos ofertados para la expansión del proyecto dentro del mercado actual.

#### **2.6.7 Oponentes y Oportunidades (OO)**

Al tener una adecuada infraestructura y atención hace que el proyecto se posicione en el mercado y sea más competente.

#### **2.6.8 Aliados y Riesgos (AR)**

La fidelización con los clientes ayudará a la expansión del proyecto frente a su competencia en el mercado.

#### **2.6.9 Oponentes y Riesgos (OR)**

Se debe realizar una comparación con los competidores con el fin de mejorar la calidad y los servicios ofertados y expandirse frente a los mismos.

## **2.7 Propuesta mercadológica**

### **2.7.1 Identidad Corporativa**

#### **Figura 29**

*Diseño de la imagen de la hacienda turística "Ñawi"*



*Nota.* Fuente: Elaborada por autores basada en plantillas de diseño en Canva.

### **2.7.2 Marca**

“Hacienda Turística Ñawi”, es el nombre del establecimiento turístico, se consideró debido a su ubicación ya que se encuentra cerca de un área de reserva natural y varios rasgos culturales que rodea a la comunidad aledaña al mismo.

“ÑAWI” se trata de un vocablo kichwa cuyo significado en español es vista.

### **2.7.3 Slogan**

“Descubre el encanto en la ciudad”

### **2.7.4 Colores**

Los colores que integran el logotipo mantienen una relación y armonía entre sí, generando interés y curiosidad en los consumidores; para ello se han tomado en cuenta colores como el negro que se asocia con la estabilidad, el poder y confianza, el naranja y amarillo que transmiten optimismo, el gris claro cuyo significado es lujo y elegancia, el blanco que representa limpieza, autenticidad y pureza, el verde lima estimula la toma de decisión a la hora de la compra y fomenta el equilibrio (Galiana, 2021).

### **2.7.5 Tipografía**

En el diseño de la marca se utilizó la tipografía Sans-Serif; el primer tipo de letra es denominado fredoka one, se trata de una fuente grande, redonda, en negrita haciéndose agradable, estético y generando mayor impacto para los consumidores (Catálogo tipográfico - Había una vez, 2021). Bukhari script que se caracteriza por ser cursiva, en negrita y de una sola línea, es perfecta para efectos letterign debido a que tiene mayor versatilidad de combinación y presenta efectos retro o vintage (Gráfica , 2016).

### **2.7.6 Material publicitario**

#### **Facebook**

Es una red social encargada de ofrecer servicios en línea, se puede interactuar con varias personas a nivel mundial, crear y compartir contenido multimedia de interés para las personas que se encuentren involucradas con este ámbito social (Pereira, 2022).

Esta red social que tiene gran importancia a la hora de ofertar un producto, en la misma página se puede colocar la descripción del producto que se desea expender, además, se puede integrar el link en este mismo espacio, añadir los números de contacto en el caso de que lo tenga y es una de las formas más fáciles de llegar a nuestros clientes.

#### **Instagram**

Esta aplicación móvil también funciona como una red social, se caracteriza por compartir contenido visual como imágenes o videos. Tiene varias opciones de personalización, es utilizado a nivel personal, empresarial o profesional con la finalidad de aumento de visibilidad en estos ámbitos (MundoCuentas , s.f).

Esta red social también nos permite llegar al cliente a través de diversas publicaciones interactivas, del mismo modo se puede mantener vinculada a nuestra página de Facebook y realizar publicaciones en conjunto. Actualmente es otra de las redes sociales como mayor uso dentro de la población ya que la edad a la que va dirigido nuestro mercado se encuentra inmiscuido dentro de este tipo de redes.

### **Página Web**

Se ha desarrollado una página web en una plataforma denominada WIX, dentro de esta plataforma de búsqueda se puede crear páginas o sitios webs sin complejidad, es una forma ideal para iniciar un negocio. Es una herramienta muy ideal ya que en ella se puede detallar más cosas acerca del producto, los envíos que se pueden realizar y los números de contacto, estará disponible el link de la página en nuestras redes sociales (Wix.com, s.f.).

### **WhatsApp Buissnes**

También trabajaremos con cada uno de nuestros contactos en WhatsApp, los mismos que se encontrará presente en cada una de las páginas que se ha creado para la promoción de las diversas actividades del establecimiento.

### **Tik tok**

Hace referencia a un red social muy evolucionada y posicionada en la actualidad, pues tiene diversas funciones las misma que ayudan a compartir contenido de todo tipo a nivel mundial (Brandemia , 2023).

Se utilizara esta red social con el fin de compartir contenido acerca del establecimiento, ofertar los productos y atraer más clientes, debido a que el mundo actual se encuentra pendiente a los contenidos ofertados por las diversas plataformas sociales.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO**

#### **3.1 Análisis del tamaño óptimo de la empresa**

En este capítulo se va a presentar un estudio técnico dentro de la hacienda turística, la estructura física con todos los requerimientos necesarios para la implementación de la misma, detallando así la macro localización, la micro localización, la identificación y diseño de los procesos que incluye a los productos que van a ser ofertados, la ingeniería del proyecto que incluye la infraestructura tanto física como interna y los equipamientos a utilizarse para los diversos procesos a desarrollar, las inversiones y el capital de trabajo.

Además, se va a describir la estructura organizativa del establecimiento turístico, la misión, visión, políticas, valores, marca e imagen corporativa, los organigramas, adicional a esto el proceso de constitución de la empresa y la propuesta comercial a presentarse.

##### ***3.1.1 Identificación de la demanda***

Una vez obtenido los resultados del estudio de mercado mediante los cálculos y tablas realizados en el capítulo anterior, se determina como demanda objetiva un total de 23.200

visitantes, a los cuales se les brindará el servicio de hospedaje en la provincia de Pichincha, parroquia San Antonio de Pichincha. Dentro de la demanda se considera a los establecimientos que son competencia del proyecto, por lo cual se analizó varias características en las cuales se mencionan a 4 de las posibles competencias potenciales de la hostería a proyectarse.

### ***3.1.2 Consumo aparente en base a los servicios demandados***

En base a los datos obtenidos, se determina que al establecimiento que más acuden los turistas son los hoteles sin embargo la opción de hospedarse en una hacienda turística es de interés debido a que adicional a la propuesta de valor incluida en el establecimiento se dará a conocer sobre la historia del lugar, las costumbres y tradiciones, entre otras actividades de interés turístico. Es por ello que, en la hacienda se oferta tanto la identidad cultural de la comunidad existente en la actualidad.

## **3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto**

### ***3.2.1 Macro localización***

#### **Ecuador**

La Republica del Ecuador es un pequeño país que se encuentra ubicado al noroeste de América del Sur, sus países limitantes son al sur y este Perú, al norte Colombia y al oeste se encuentra el océano Pacífico, cuenta con tres regiones Costa, Sierra y Amazonia, tiene 24 provincias cuya capital es la ciudad de Quito, sin embargo la más poblada es Guayaquil (Equipo editorial, Etecé, 2018).

Ecuador es el cuarto país más pequeño del continente latinoamericano, posee una extensión de 256.370 km<sup>2</sup>, además a los 1000 km de sus costas se encuentran ubicadas las islas Galápagos, en la actualidad cuenta con 17,519.643 millones de habitantes, siendo así el 51% de la población mujeres y el 49% hombres (Equipo editorial, Etecé, 2018).

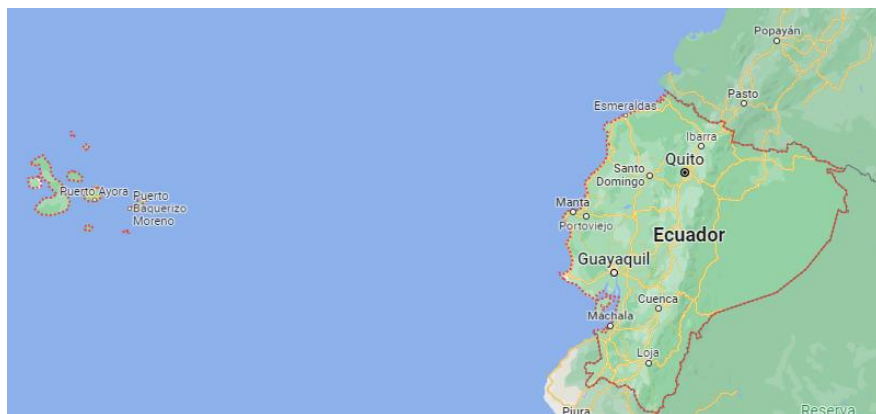
Su ubicación en la línea ecuatorial presenta tres características geográficas, el primero el golfo de Guayaquil que divide al país en una parte norte y en otra sur, la cordillera de los andes que comprende a la parte central del Ecuador y la llanura amazónica que se encuentra ubicada al lado del país (Equipo editorial, Etecé, 2018).

En base a su ubicación su clima es muy variada ya que en la zona costera norte y amazónica mantienen climas entre 20°C y 33°C, mientras que en la parte restante existen tanto climas como seco, tropical montaña, subtropical y más, cuyas temperaturas oscilan entre los 3°C y los 26°C (Equipo editorial, Etecé, 2018).

En cuanto a su flora y fauna se dice que es una de las más ricas y diversas del planeta, pues abundan gran cantidad de especies en cada parte de la región, además su fauna se encuentra protegida por la Constitución Nacional del Ecuador ya que el 20% del país es una reserva ecológica (Equipo editorial, Etecé, 2018).

### **Figura 30**

*Detalle del mapa del Ecuador*



*Nota.* Fuente: Obtenido de google maps [https://www.google.com/maps/@2.5956182,-](https://www.google.com/maps/@2.5956182,-97.6963058,6z?entry=ttu)

[97.6963058,6z?entry=ttu](https://www.google.com/maps/@2.5956182,-97.6963058,6z?entry=ttu)



## Pichincha

Es una de las 24 provincias del Ecuador, es aquí donde se sitúa Quito la capital del país, esta provincia cuenta con una extensión de 9,612 km<sup>2</sup> y sus límites son al norte con Imbabura, al sur con Cotopaxi, al este con Sucumbíos y Napo y al oeste con Santo Domingo de los Tsáchilas (Enciclopedia del Ecuador, s.f.).

Presenta climas variados de acuerdo a la altura, existen zonas tropicales húmedas, secas, paramos y más que oscilan entre los 8°C y los 24°C respectivamente. Está integrada por 8 cantones respectivamente que presentan gran diversidad de flora y fauna con diversos atractivos turísticos (Prefectura de Pichincha, 2017).

### Figura 31

*Mapa de la provincia de Pichincha*



*Nota.* Fuente: Obtenido de google maps <https://www.google.com/maps/place/Pichincha/@-0.1920637,80.9763695,8z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x91d5708325efe437:0x94cead1b5e2aa19e!8m2!3d-0.1464847!4d-78.4751945!16zL20vMDM2Nmly?entry=ttu>

## **Distrito Metropolitano de Quito**

El Distrito Metropolitano de Quito es la capital ecuatoriana, declarada “Patrimonio Cultural de la Humanidad” por la UNESCO en el año de 1978. Posee una superficie de 4,183 km<sup>2</sup> y se encuentra ubicada al centro norte de la provincia y limita al norte con la provincia de Imbabura, al sur con los cantones Mejía y Rumiñahui, al este con los cantones de Cayambe, Pedro Moncayo y la provincia de Napo, al oeste con los cantones de Pedro Vicente Maldonado y la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas (Prefectura de Pichincha, 2017).

Además se encuentra dividida en zonas de acuerdo a sus matices arquitectónicos y particularidad cultural, centro, norte y sur respectivamente (Prefectura de Pichincha, 2017).

### **Figura 32**

*Mapa del Distrito Metropolitano de Quito*



*Nota.* Fuente: Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Quito/@-0.1913903,-78.7469202,10z/data=!4m6!3m5!1s0x91d59a4002427c9f:0x44b991e158ef5572!8m2!3d-0.1806532!4d-78.4678382!16zL20vMDFkdHEx?entry=ttu>

### 3.2.2 Micro localización

#### San Antonio de Pichincha

La parroquia San Antonio de Pichincha se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Quito, aquí se encuentra la Mitad del Mundo con su latitud 0°0'0'' y sobre la línea ecuatorial. Posee un clima variado entre 24°C y 12°C respectivamente (Conagopare Pichincha 2023, 2023)

En esta parroquia se encuentran varios atractivos turísticos como el Monumento Equinoccial, el molino central, la Reserva Geobotánica de Pululahua que hacen a este lugar como uno de los destinos turísticos más visitados por nacionales y extranjeros (Prefectura de Pichincha, 2017).

#### Figura 33

##### Mapa de la parroquia San Antonio de Pichincha



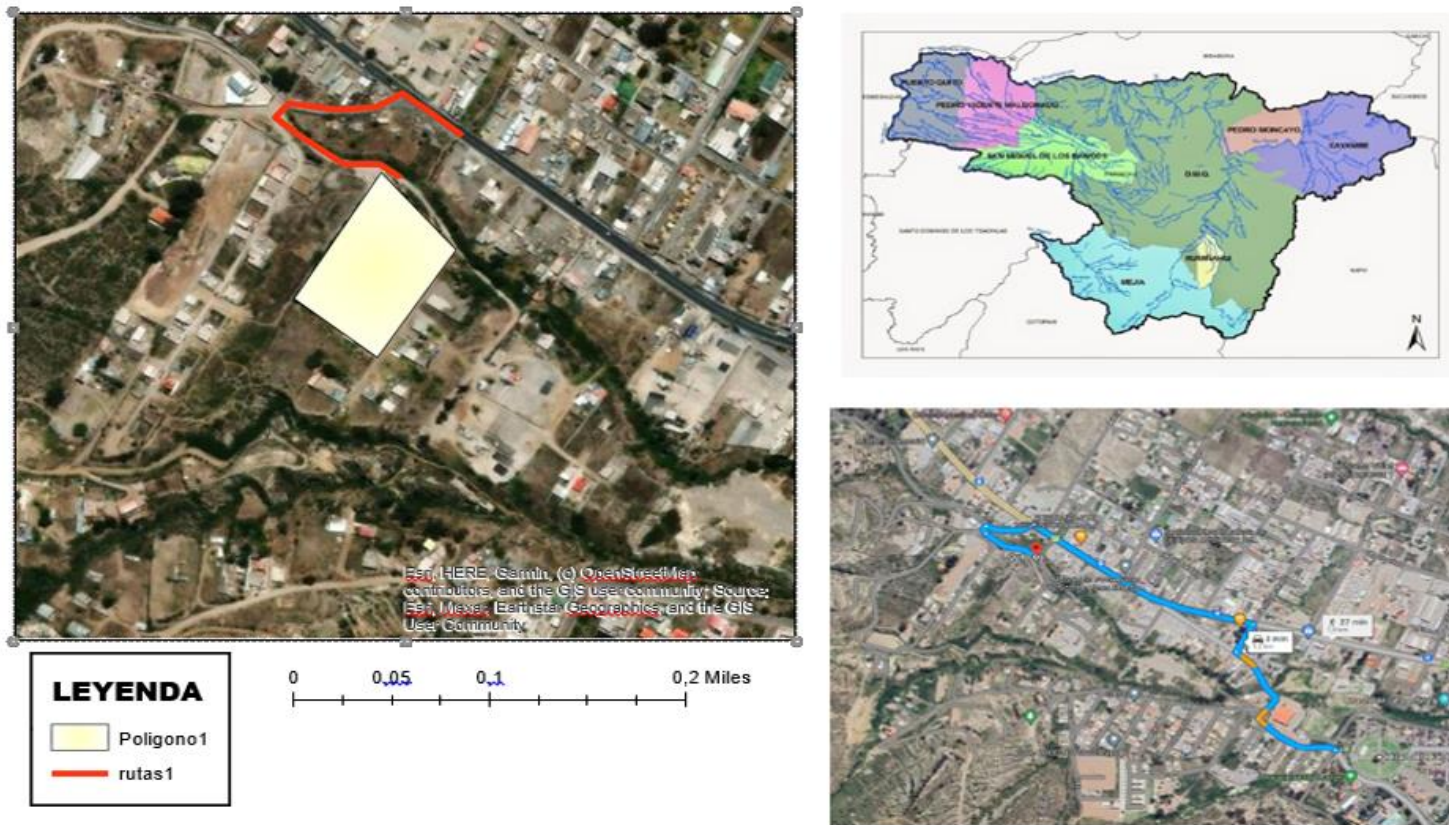
Nota. Fuente: Obtenido de google maps

<https://www.google.com/maps/place/San+Antonio+De+Pichincha,+Quito/@-0.2925089,-78.5700475,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x91d5a1fe3b6d6a6d:0x69f7aa1cb1f718eb!8m2!3d-0.2919067!4d-78.5667949!16s%2Fg%2F1tgcb16m?entry=ttu>

## Micro localización de la Hacienda Turística Ñawi

Figura 34

Detalle de la ubicación exacta del proyecto hacienda turística Ñawi



Nota. Fuente: Elaborado por Vinicio Tiban

### **3.3 Identificación y caracterización del producto**

#### ***3.3.1 Hacienda turística***

La hacienda turística es un establecimiento de alojamiento que ofrece diferentes servicios y actividades. El principal producto por ofertar son sus 15 habitaciones, cada una con su propio número de plazas. Los precios y la capacidad se han determinado a partir de los resultados obtenidos en encuestas realizadas previamente, además del espacio físico disponible para la construcción del lugar.

La hacienda también cuenta con otros servicios como restaurante, bar, piscina y áreas verdes para deportes, así como venta de productos locales. Esta variedad permite satisfacer todas las necesidades turísticas posibles que tengan los visitantes durante su estancia en el lugar; desde disfrutar del entorno natural hasta degustar platos típicamente locales o relajarse junto a la piscina después de haber hecho algún deporte extremo practicado en el área verde destinada exclusivamente para este fin.

#### ***3.3.2 Alojamiento turístico***

La hacienda propuesta ofrece un servicio de alojamiento cómodo y bien equipado para parejas, familias y amigos. La característica principal es que hay habitaciones con diferentes capacidades, como simple, dobles, triples. Esta variedad permite a los huéspedes elegir el ambiente adecuado para su estancia en la Hacienda

##### **Habitaciones simples**

Una de las mejores opciones para aquellos que buscan alojamiento cómodo y de lujo. Estará equipada con muebles, una cama (1/2 plaza) dos mesas de noche, un sillón doble, armario, espejos en la habitación y baño. Los servicios incluidos son ducha eléctrica para agua caliente, wifi gratuito e inalámbrico, TV cable con pantalla plasma. Precio: 90 dólares por noche.



**Figura 35**

*Imagen referencial de la habitación simple*



*Nota.* Fuente: obtenida de <https://www.hosteriaandaluza.com/>

**Habitaciones dobles**

Opción para aquellos que quieren disfrutar de la comodidad y el lujo. Estará equipada con muebles modernos, incluyendo dos camas (dos plazas), cuatro mesas de noche, dos sillones individuales, una mesa de centro y dos closets. El baño privado equipado con ducha eléctrica para agua caliente, así como también contará con espejos en la habitación principal y en el baño. Los servicios incluidos son wifi gratuito e inalámbrico, televisión por cable e instalaciones modernizadas que permiten a los huéspedes disfrutar al máximo su estancia sin preocuparse por las necesidades básicas de descanso o entretenimiento. Además del comfortable mobiliario, se

ofrecen otros beneficios adicionales tales como equipamiento especialmente diseñado para ayudar a los huéspedes a relajarse completamente durante su estancia. Precio: 120 dólares por noche.

### **Figura 36**

*Imagen referencial de las habitaciones dobles*



*Nota.* Fuente: obtenida de <https://www.hosteriaandaluza.com/>

### **Habitaciones triples**

La habitación triple será una excelente opción para aquellos que buscan alojamiento de lujo y comodidad. Está se encontrará equipada con todas las necesidades básicas, desde muebles hasta servicios adicionales. Los dos baños privados ofrecen la oportunidad de tener el espacio necesario para relajarse sin interrupciones, mientras que los muebles incluyen una cama (tres plazas), dos camas (dos plazas), seis mesillas de noche, dos sillones individuales y uno doble, así como una mesa central y tres closets. Además del espejo completo en la pared del cuarto hay también un espejo circular en el baño principal. Precio: 200 dólares por noche (4personas).

**Figura 37**

*Imagen referencial de las habitaciones triples*



*Nota.* Fuente: obtenida de <https://www.hosteriaandaluza.com/>

### **3.3.3 Alimentación**

El servicio de alimentación es imprescindible en todo momento, se contará con una infraestructura adecuada que incluirá un restaurante dentro del establecimiento turístico con su cocina y su área de comedor que estará orientada tanto para huéspedes como para el público en general y de este modo garantizará una estadía de calidad.

Dentro del establecimiento se ofrecerán distintos tipos de menús basados en la cocina tradicional ecuatoriana con el fin de elevar o resaltar a la gastronomía cotidiana del Ecuador, y a su vez incentivar a los viajeros al turismo gastronómico dentro del país. En estos menús se encuentra el desayuno que estará disponible de 8:00 a.m. hasta las 11:00 a.m., y se incluirá dentro del paquete turístico de hospedaje, además se ofrecerán platos a la carta, menú vegetariano y menú para niños, los mismos que estarán disponibles a partir de las 11:00 a.m. hasta las 20:00 p.m.



### **3.3.4 Zonas húmedas**

La Hacienda Turística “Ñawi” contará con una zona húmeda para recibir a los turistas que llegan de diferentes puntos de destino. Se encontrará con todos los elementos necesarios para garantizar un ambiente cómodo y relajado. La piscina será el centro de atracción, rodeado de sillas en donde se podrán descansar y disfrutar del paisaje natural; además mesas con parasoles para protegerse del sol intenso durante el día. Las toallas son provistas por la Hacienda, así como otros artículos como juguetes acuáticos o flotadores, idealmente pensados para brindar diversión a grandes y pequeños visitantes. De igual forma dentro del área húmeda contendrá sauna, turco y baños a cajón.

### **3.3.5 Espacios de recreación**

Este espacio permitirá a los usuarios puedan realizar actividades recreativas como deportes, juegos infantiles o simplemente relajarse en un entorno natural. Para satisfacer estas necesidades se planea implementar una cancha múltiple con 300 metros cuadrados para practicar fútbol, básquetbol y voleibol; así mismo, se dispondrá de 200 metros cuadrados con juegos infantiles que serán ideales para pasar tiempo libre al aire libre. Paralelamente habrá 30 metros cuadrados dedicados al área verde donde podrás encontrar hamacas colocadas entre los árboles; lo cual resulta ideal si desea disfrutar del ambiente natural sin salir del lugar.

## **3.4 Descripción del proceso productivo o prestación de servicio**

### **3.4.1 Estado inicial de la hacienda turística**

Para la puesta en marcha del emprendimiento se realizará la adquisición de una (1) hectárea de terreno cuya totalidad es de 10,000 m<sup>2</sup> ubicado en la parroquia San Antonio de Pichincha, de los cuales una parte, es decir 2.077,6 m<sup>2</sup> estarán destinados a la construcción del establecimiento. Los espacios sobrantes estarán destinados para la creación de áreas deportivas y demás espacios

de recreación con el fin de complementar la hacienda turística y que haga de la estadía en el establecimiento una experiencia única y acogedora.

### ***3.4.2 Suministros***

La infraestructura del establecimiento estará basado en estilos rústicos y ladrillo vistoso, con tendencias modernas, para los cuales será necesario adquirir materiales en madera, piedras y cristales con el fin de ofrecer un ambiente adecuado en armonía con la naturaleza y de calidad para las personas visitantes o turistas tanto nacionales como extranjeros y de este modo generar experiencias inolvidables.

### ***3.4.3 Proceso productivo***

El proceso de transformación cuya finalidad es la creación de la hacienda turística estará orientada por un arquitecto para que este sea desarrollado de la mejor manera posible y sea acorde a las necesidades de los turistas visitantes.

Otra parte fundamental en este espacio es la mano de obra a utilizar para la ejecución de la obra ya que el establecimiento debe contar con todos los servicios descritos con anterioridad para la comodidad de los visitantes. Este proyecto contara con una infraestructura de dos plantas, planta baja que integra la zona de restaurante, descanso y más, la planta alta que integra las habitaciones de acuerdo a las necesidades del consumidor.

### ***3.4.4 Hacienda turística Ñawi (producto final)***

Finalmente se obtendrá el establecimiento turístico equipado y con las instalaciones para brindar una estadía de calidad en armonía con la naturaleza, con espacios adecuados para el ocio y la recreación, motivando a las personas a permanecer y realizar actividades de turismo.

### 3.4.5 Menú de la hacienda turística Ñawi basado en cocina ecuatoriana con toques creativos

**Tabla 11**

*Detalle del menú de desayunos*

<b>Plato</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Desayuno costeño</b>	Bolón crocante con chicharrón y queso manaba, porción de huevos fritos, café lojano, jugo de la casa.	5,20
<b>Desayuno serrano</b>	Humitas doradas en mantequilla con queso mozzarella, café lojano o leche, jugo de la casa.	6,60
<b>Desayuno amazónico</b>	Empanadas de yuca con queso fresco, café lojano o leche, jugo de la casa.	5,90
<b>Desayuno niños</b>	Porción de pancitos de yuca, porción de frutas de temporada, omelets, jugo de la casa.	6,20

---

<b>Desayuno de la casa</b>	Pan de maíz, bowl de frutas de temporada, porción huevos revueltos, café lojano o leche, jugo de la casa.	6,20
----------------------------	---	------

---

*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura basado en el Gran Libro de la Cocina Ecuatoriana.

## **Tabla 12**

### *Detalle del menú de entradas*

<b>Plato</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Mote con chicarrón y ají de tomate de árbol</b>	Mote de maíz amarillo, con chicharrón crocante en salsa de ají de tomate con culantro	7,50
<b>Crocante de verde con camarón al grill en salsa verde</b>	Verde frito y crocante con camarones salpimentados, acompañado de salsa verde de perejil.	8,50
<b>Ceviche de palmito con tilapia ahumada</b>	Palmito en brunoise, cebolla paiteña, culantro y ají, con lonchas de tilapia fresca salpimentada.	11,05

---

---

<b>Picante de conchas con chifles</b>	Conchas asadas en mantequilla de hierbas finas con encurtido de cebolla, perejil, aceite de oliva, limón y toque picante, adicional chifles.	16
---------------------------------------	--	----

---

<b>Camotes en salsa de maní</b>	Camote dulce serrano cocido con salsa de maní con leche y orégano fresco.	5,85
---------------------------------	---	------

---

*Nota.* Fuente: Elaborado por Cobacango Laura basado en el Gran Libro de la Cocina Ecuatoriana.

### **Tabla 13**

*Detalle del menú de platos fuertes*

---

<b>Plato</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Llapingachos</b>	Porción de llapingachos con huevos fritos, chorizo cuencano, lechuga en juliana y encurtido de tomate y cebolla, con ají de maní.	12,15

---

---

<b>Carnes coloradas</b>	Carne de res frita en aceite de achiote, llapingachos, mote, tostado, encurtido de cebolla, tomate, culantro y limón, aguacate y ají de tomate de árbol.	8,90
<b>Crocante de cuy</b>	Presa de cuy horneado o asado, en papas cocidas u horneadas, salsa de pepas de zambo con toques picantes con lechuga y tostado.	12,55
<b>Caldo de gallina de campo</b>	Presa de gallina de campo en caldo saborizado con verduras, papas o yuca, picadillo de culantro y cebolla.	12,80
<b>Encebollado manaba</b>	Trozos de albacora cocida con yuca en fondo blanco,	7,55

---

---

	saborizada con verduras acompañado de cebolla culantro y chifles.
<b>Guatita</b>	Intestinos de res cocido en 9,99 fondo blanco con refrito de cebolla, culantro, pimiento, ajo y pasta de achiote, acompañado de huevo, lechuga, aguacate y arroz blanco.

---

*Nota.* Fuente: Elaborado por Cobacango Laura basado en el Gran Libro de la Cocina Ecuatoriana.

#### **Tabla 14**

*Detalle del menú de postres*

---

<b>Plato</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Coctel de frutas</b>	Frutas en zumo de naranja y limón, añejada en caña manabita con caramelo de hojas de hierbabuena	7,95

---

---

<b>Espuma de mango</b>	Con alfajor crocante de yuca en coulis de maracuyá.	8,70
<b>Sorbete de tamarindo</b>	En bizcochuelo dulce de canela, en sirope de azúcar morena, coco rallado y hojas de menta.	6,95
<b>Bizcochuelo de avena</b>	En culis de moras silvestres con crema pastelera de chocolate y crocante de coco	7,5
<b>Sorbete de naranja</b>	Acompañado de bizcochuelo de canela en culis de fresa, con hojas de menta.	6,55
<b>Dulce de higos</b>	En reducción de vino de mortiño, en miel de panela, con queso y tierra de galletas de vainilla, con hojas de menta.	6,70

---

*Nota.* Fuente: Elaborado por Cobacango Laura basado en el Gran Libro de la Cocina Ecuatoriana.



**Tabla 15***Detalle carta de vinos y bebidas alcohólicas*

Producto	Medida	Precio	oz Total	Precio			
				1 oz	1/2 oz	2 oz	Precio x copa
Tinto	750	\$ 15,66	25,0	\$ 0,63	\$ 0,31	\$ 1,25	\$ 3,13
Blanco	750	\$ 7,50	25,0	\$ 0,30	\$ 0,15	\$ 0,60	\$ 1,50
Rosado	750	\$ 12,83	25,0	\$ 0,51	\$ 0,26	\$ 1,03	\$ 2,57
Espumoso	750	\$ 15,30	25,0	\$ 0,61	\$ 0,31	\$ 1,22	\$ 3,06
Ron blanco	750	\$ 19,00	25,0	\$ 0,76	\$ 0,38	\$ 1,52	\$ 3,75
Whisky	1000	\$ 25,00	33	\$ 0,75	\$ 0,38	\$ 1,50	\$ 4,40
Tequila	750	\$ 22,00	25,0	\$ 0,88	\$ 0,44	\$ 1,76	\$ 6,00
Ron añejo	750	\$ 30,00	25,0	\$ 1,20	\$ 0,60	\$ 2,40	\$ 5,70
Ginebra	1000	\$ 38,00	33	\$ 1,14	\$ 0,57	\$ 2,28	\$ 5,70

*Nota.* Fuente: Elaborado por Cobacango Laura basado en la clase Coctelería y Enología

**Tabla 16***Detalle del menú bebidas*

Producto	Medida	Precio	oz Total	Precio x vaso 250ml
Coca Cola	1500	\$ 2,00	50,0	\$ 2,00
Jugo Naranja	250	\$ 1,80	8	\$ 1,80
Agua con gas	500	\$ 1,75	8	\$ 1,75
Limonada frutal	350	\$ 2,50	12	\$ 2,50
Limonada	350	\$ 2,00	12	\$ 2,00
Jugo de mora	250	\$ 2,00	8	\$ 2,00

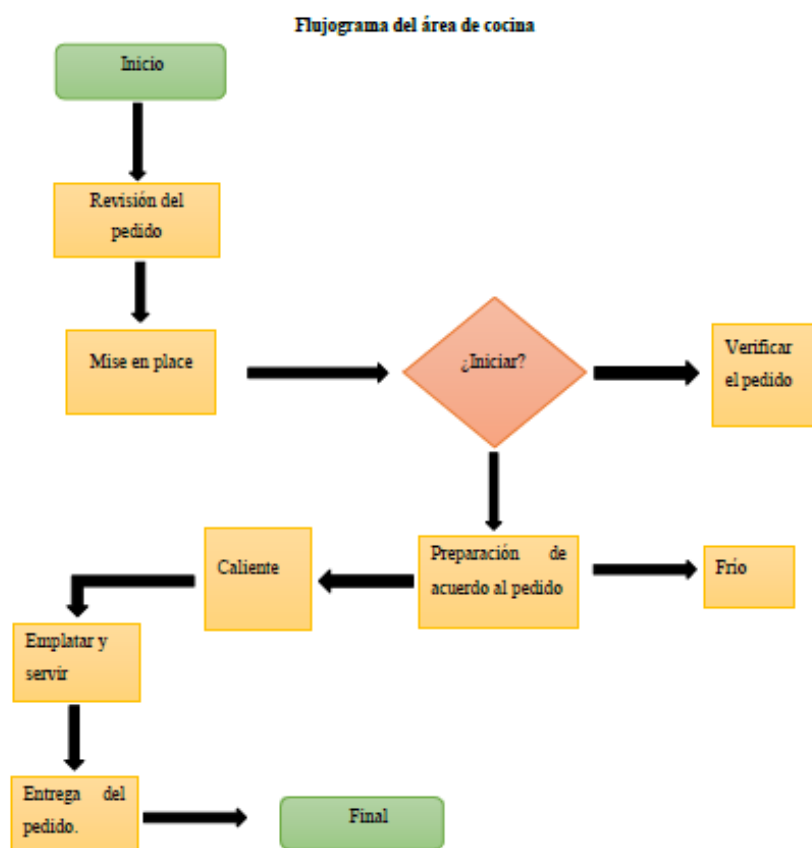
Jugo de fresa	250	\$	2,00	8	\$	2,00
Jugo de guanábana	250	\$	2,00	8	\$	2,00
Jugo de naranjilla	250	\$	2,00	8	\$	2,00
Café	250	\$	2,00	8	\$	2,00
Te	250	\$	1,50	8	\$	1,50
Leche	250	\$	2,00	8	\$	2,00
Batidos	350	\$	2,25	12	\$	2,25

*Nota.* Fuente: Elaborado por Cobacango Laura basado en la clase Coctelería y Enología

### 3.4.6 Flujoograma de proceso en el área de cocina

**Figura 38**

*Detalle del flujoograma de procesos en el área de cocina*



*Nota.* Fuente: Elaborado por Cobacango Laura

### 3.4.7 Diseño del menú

#### Figura 39

*Imagen referencial entrada*



*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura

#### Figura 40

*Imagen referencial plato fuerte*



*Nota.* Fuente: elaborado por (Revista Maxi, 2021).

**Figura 41**

*Imagen referencial postre*



*Nota.* Fuente: elaborado en la clase de Cocina Creativa

**Figura 42**

*Imagen referencial bebidas*



*Nota.* Fuente: elaborado en la clase de Cocina Creativa

**Figura 43**

*Diseño de la portada del menú*



# COCINA ECUATORIANA

0.00.0

*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura

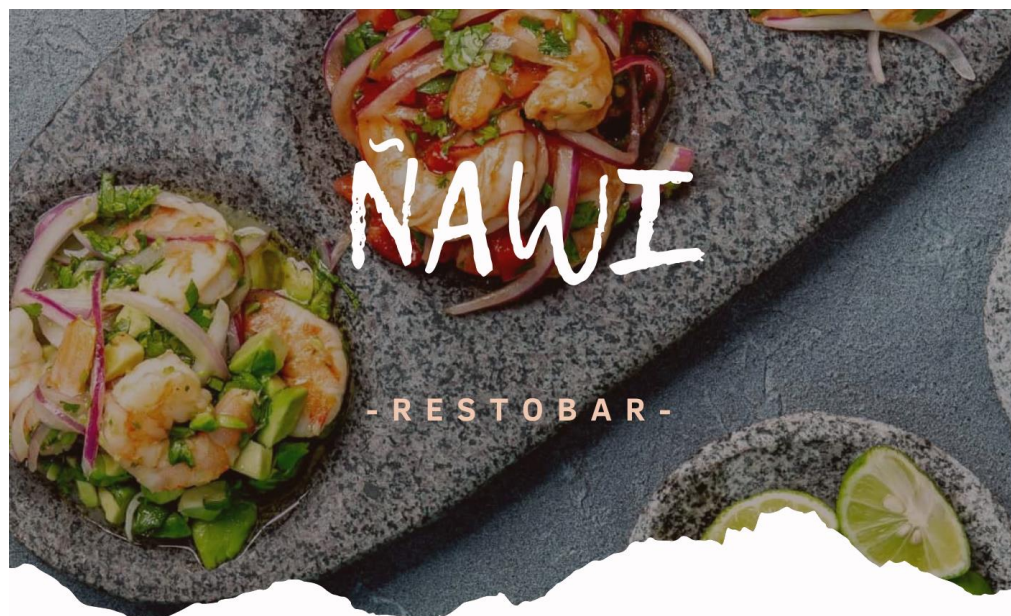
**Figura 44***Diseño del menú desayunos*

*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura



Figura 45

Diseño del menú de entradas



## ENTRADAS

### MOTE CON CHICHARRÓN

\$ 7,50

*100 g de mote de maíz amarillo, con chicharrón crocante en salsa de ají de tomate con culantro.*

### CROCANTE DE VERDE

\$ 8,50

*200 g de canastas de verde crocante con camarones salpimentados, acompañado de salsa verde de perejil.*

### CEVICHE DE PALMITO

\$ 11,05

*150 g de palmito en brunoise, cebolla paitaña, culantro y ají, con lonchas de tilapia fresca salpimentada.*

### PICANTE DE CONCHAS

\$ 16

*150 g de conchas asadas en mantequilla de hierbas finas con encurtido de cebolla, perejil, aceite de oliva, limón y toque picante, adicional chifles.*

*Nuestros productos son elaborados con ingredientes orgánicos.*

Nota. Fuente: elaborado por Cobacango Laura

**Figura 46**

*Diseño del menú de platos fuertes*



## PLATOS FUERTES

### LLAPINGACHOS

**\$ 12,15**

*Porción de llapingachos con huevos fritos, chorizo cuencano, lechuga en juliana y encurtido de tomate y cebolla, con ají de maní.*

### CARNES COLORADAS

**\$ 8,90**

*Carne de res frita en aceite de achiote, llapingachos, mote, tostado, encurtido de cebolla, tomate, culantro y limón, aguacate y ají de tomate de árbol.*

### CROCANTE DE CUY

**\$ 12,55**

*Presa de cuy horneado o asado, en papas cocidas u horneadas, salsa de pepas de zambo con toques picantes con lechuga y tostado.*

### CALDO DE GALLINA DE LA CASA

**\$ 12,80**

*Del campo a tu paladar, presa de gallina de campo en caldo saborizado con verduras, papas o yuca, picadillo de culantro y cebolla.*

### ENCEBOLLADO MANABA

**\$ 7,55**

*Del mar a la mesa, trozos de albacora cocida con yuca en fondo blanco, saborizada con verduras acompañado de cebolla culantro y chifles.*

### GUATITA

**\$ 9,99**

*Intestinos de res cocido en fondo blanco con refrito de cebolla, culantro, pimienta, ajo y pasta de achiote, acompañado de huevo, lechuga, aguacate y arroz blanco.*

*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura



Figura 47

Detalle del menú de postres



## POSTRES

### COCTEL DE FRUTAS

\$ 7,95

*Frutas en zumo de naranja y limón, añejada en caña manabita con caramelo de hojas de hierbabuena*

### ESPUMA DE MANGO

\$ 8,75

*Con alfajor crocante de yuca en coulis de maracuyá.*

### SORBETE DE TAMARINDO

\$ 6,95

*En bizcochuelo dulce de canela, en sirope de azúcar morena, coco rallado y hojas de menta.*

### BIZCOCHUELO DE AVENA

\$ 7,50

*En culis de moras silvestres con crema pastelera de chocolate y crocante de coco*

### SORBETE DE NARANJA

\$ 6,55

*Acompañado de bizcochuelo de canela en culis de fresa, con hojas de menta.*

### DULCE DE HIGOS

\$ 6,70

*En reducción de vino de mortiño, en miel de panela, con queso y tierra de galletas de vainilla, con hojas de menta.*

*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura

**Figura 48***Diseño del menú de ensaladas*

## ENSALADAS

### ENSALADA FRESCA

*Lechuga crespa, tomates cherrys, aceitunas, zanahoria baby, pepinillos, mix de pimientos, brotes de cebolla, vinagreta de la casa.*

**\$ 2,99**

### ENSALADA VEGETARIANA 1

*Espinaca baby, huevo de codorniz, tomate cherry, mix de pimientos, zanahoria baby, aceitunas, brotes de cebolla, ajonjolí, vinagreta de la casa.*

**\$ 3,99**

### ENSALADA VEGETARIANA 2

*Lechuga crespa, cubos de aguacate, mix de pimientos, tomate cherry, zanahoria baby, aceitunas, brotes de cebolla, nueces, vinagreta de la casa.*

**\$ 3,99**

*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura

**Figura 49***Diseño del menú de jugos naturales*

## JUGOS NATURALES

<b>MORA</b>	<b>\$ 2.00</b>
<i>FPulpa natural de mora silvestre.</i>	
<b>FRESA</b>	<b>\$ 2,00</b>
<i>Con pulpa natural de fresa orgánica.</i>	
<b>NARANJA</b>	<b>\$ 2,00</b>
<i>Zumo natural de naranja dulce.</i>	
<b>GUANÁBANA</b>	<b>\$ 2,00</b>
<i>De pulpa natural orgánica.</i>	
<b>NARANJILLA</b>	<b>\$ 2,00</b>
<i>De pulpa natural orgánica.</i>	
<b>LIMONADA</b>	<b>\$ 2,00</b>
<i>Zumo natural de limón costeño.</i>	

*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura

**Figura 50***Diseño del menú de bebidas**Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura

**Figura 51**

*Diseño del menú de vinos*



*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura



Figura 52

Diseño del menú especial



*Nota.* Fuente: elaborado por Cobacango Laura mediante la plantilla de Canvas

### **3.5 Ingeniería del proyecto**

#### ***3.5.1 Distribución de la planta***

##### **Planta alta**

El diseño en la planta alta estará basado en un estilo rustico, la mayor parte de su infraestructura será con ladrillo vistoso, en la planta alta se encontrar las habitaciones las cuales cada una tendrá una caracterización que las haga destacar una de la otra, respetando los diferentes parámetros establecidos para el servicio de alojamiento, de igual forma dentro de cada habitación tendrá su propio baño privado, sin embargo, la habitación triple tendrá implementado un jacuzzi como detalles adicionales en su estructura.

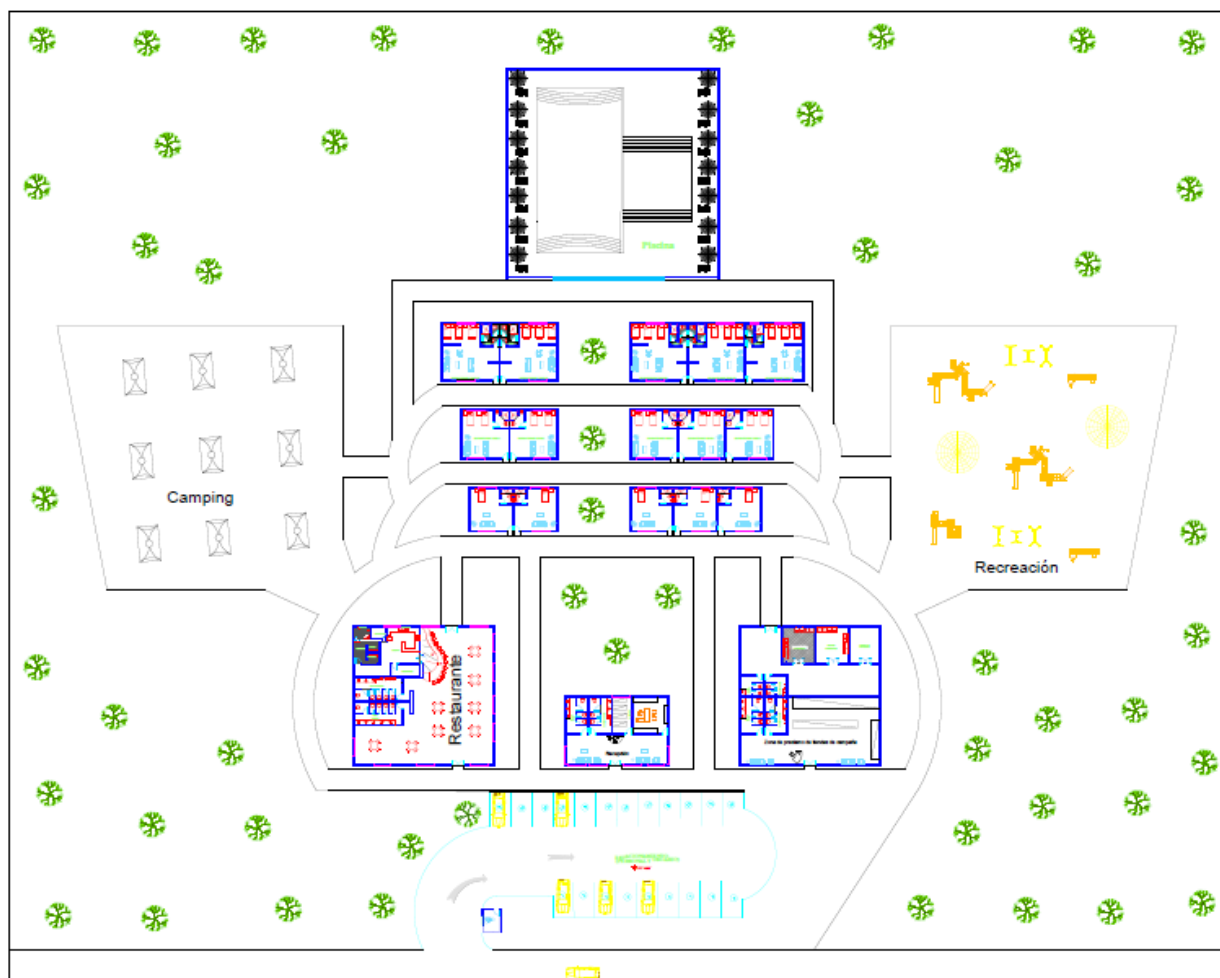
##### **Planta baja**

El diseño de la hacienda turística está basado en lo rustico con ladrillo vistoso, el mismo que en su planta inicial contará con una amplia y equipada cocina, un comedor con capacidad para 60 personas los mismos que se detallan en los planos elaborados. Además, contara con espacios de distracción para adultos como una cava enfocada en dar a conocer los diferentes tipos originados en el Ecuador o zonas de espera para que los comensales tengan una buena experiencia durante su estadía en el establecimiento.

#### ***3.5.2 Planos de las instalaciones***

##### **Figura 53**

*Diseño del plano de las instalaciones de la hacienda turística Ñawi*



*Nota.* Fuente: elaborado por un estudiante de Ingeniería Civil

### Distribución de la infraestructura

**Tabla 17**

*Detalle de la distribución general del establecimiento*

<b>Hacienda turística Ñawi total de construcción 2077,6 m<sup>2</sup></b>			
<b>Área</b>	<b>Descripción</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>Cantidad</b>
Habitaciones triples	Con decoraciones rusticas y amobladas.	352,8	5



Habitaciones dobles	Con decoraciones rusticas y amobladas.	245	5
Habitaciones simples	Con decoraciones rusticas y amobladas.	204,8	5
Restaurante	Con decoraciones rusticas, incluye área de cocina y área de barra.	200	1
Recepción	Con decoraciones rusticas, amobladas para recepción de clientes.	150	1
Almacén	Incluye zona de lavado y secado.	400	1
Piscina	Para niños y adultos, temperada, posee sus complementos.	525	2
Total		2077,6	

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### **3.5.3 Infraestructura**

**Tabla 18**

*Detalle materiales de construcción*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Roble	4050	\$8,00	\$32.400,00
Ladrillo cara vista	10000	\$0,58	\$5.800,00

Brochas	7	\$1,10	\$7,70
Cables de luz	100	\$20,00	\$2.000,00
Piedra natural	500	\$21,95	\$10.975,00
Tejas	5000	\$0,56	\$2.800,00
Pared cristal	8	\$150,00	\$1.200,00
Vigas	150	\$3,00	\$450,00
Pintura	4	\$45,00	\$180,00
Laca	5	\$2,49	\$12,45
Tubería pequeña	8	\$8,40	\$67,20
Tubería mediana	6	\$12,32	\$73,92
Tubería grande	4	\$15,70	\$62,80
Manguera	200	\$1,15	\$230,00
Medidores de luz	2	\$70,00	\$140,00
Medidor de agua	2	\$41,26	\$82,52
Cemento	75	\$7,63	\$572,25
Arena ( 12 m3)	2	\$95,00	\$190,00
Ripio (12m3)	2	\$90,00	\$180,00
Clavos ( 2 p)	2	\$48,00	\$96,00
Escalera	1	\$57,00	\$57,00
Sumideros	25	\$75,00	\$1.875,00
Varillas corrugadas	200	\$8,50	\$1.700,00
Piedra (12m·)	1	\$100,00	\$100,00
Boquilla colgante	25	\$0,28	\$7,00

<b>Total</b>	<b>\$61.258,84</b>
--------------	--------------------

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

**Tabla 19**

*Detalle de la mano de obra*

<b>Detalle</b>	<b>Valor diario</b>	<b>Días laborar</b>	<b>a</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
Albañil	\$26,00		200	4	\$20.800,00
Ayudantes albañilería	\$20,00		200	4	\$16.000,00
<b>Total</b>					\$36.800,00

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

**Tabla 20**

*Detalle de las adecuaciones de la hacienda*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Habitaciones			
Boquilla colgante	25	\$0,28	\$7,00
Tomacorrientes	25	\$1,00	\$25,00
Lámparas	15	\$3,00	\$45,00
Focos grandes	20	\$1,01	\$20,20
Focos led	10	\$3,02	\$30,20
Focos pequeños	15	\$1,46	\$21,90
Guirnalda luces	150	\$25,00	\$250,00
Inodoros	15	\$50,00	\$750,00
Lavamanos	20	\$150,00	\$3.000,00

Ducha	12	\$21,99	\$263,88
Jacuzzi	5	\$500,00	\$2.500,00
Espejos	15	\$9,14	\$137,10
Puertas	30	\$100,00	\$3.000,00
Ventanas	20	\$25,00	\$500,00
Porcelanato pisos	800	\$8,51	\$6.808,00
Puertas de las duchas	15	\$147,00	\$2.205,00

(Vidrio )

Subtotal Habitaciones		\$19.563,28	
-----------------------	--	-------------	--

## Restaurante

Lavaplatos	3	\$25,00	\$75,00
Piso antideslizante	200	\$8,54	\$1.708,00
Puertas	4	\$100,00	\$400,00
Granito para mesón	2	\$120,50	\$241,00
Inodoros	4	\$50,00	\$200,00
Lavamanos	2	\$150,00	\$300,00
Puertas	1	\$100,00	\$100,00
Muebles de A y B	50	\$149,99	\$7.499,50
Subtotal Restaurante		\$10.523,50	

## Almacén

Porcelanato pisos	400	\$6,75	\$2.700,00
Puertas	1	\$100,00	\$100,00
Lavandería	1	\$100,00	\$100,00

Subtotal Almacén		\$2.900,00	
<b>Piscina</b>			
Llaves de agua	4	\$25,00	\$100,00
Baldosas piscina	525	\$7,50	\$3.937,50
Puertas	4	\$100,00	\$400,00
Piedra decorativa	200	\$14,97	\$2.994,00
Pileta jardín	2	\$150,00	\$300,00
Enredaderas	25	\$16,50	\$412,50
artificiales			
Cascada artificial	1	\$400,00	\$400,00
	Subtotal Piscina	\$8.444,00	
	<b>Total</b>	<b>\$41.430,78</b>	

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### **Tabla 21**

*Detalle de las instalaciones de la hacienda turística*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Instalación servicio eléctrico	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Instalación de agua	1	\$700,00	\$700,00
Instalación internet y teléfono	1	150	150
	<b>Total</b>		<b>\$2.350,00</b>

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### 3.5.3 Presupuesto inicial de la obra

**Tabla 22**

*Detalle del presupuesto inicial de la obra*

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Adquisición del terreno	<b>\$80.000,00</b>
Diseño y elaboración del plano	\$7.271,60
Infraestructura	\$61.258,84
Mano de obra	\$36.800,00
Instalaciones	\$2.350,00
Adecuaciones	\$39.225,38
Maquinaria y equipo restaurante	\$3.392,00
Maquinaria y equipo general	\$8.636,96
Insumos alojamiento y piscinas	\$12.483,72
Insumos restaurante	\$16.487,06
Insumos de limpieza	\$1.262,23
<b>Total</b>	<b>\$189.167,79</b>

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### 3.5.4 Requerimiento por áreas

#### **Maquinarias y equipo**

La maquinaria y equipo es una parte fundamental a la hora de iniciar un nuevo proyecto de emprendimiento ya que en base a ello se logrará el resultado de un producto final totalmente satisfactorio para la clientela, además es fácil de identificarla para seguir con los demás procesos involucrados.

**Tabla 23***Detalle de maquinaria y equipo en general*

<b>Articulo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Counter	1	\$300,00	\$300,00
Silla ejecutiva	1	\$59,00	\$59,00
Sillas de esperas	4	\$140,00	\$560,00
Computadora	2	\$469,00	\$938,00
Impresora térmica	3	\$469,00	\$1.407,00
Impresora	1	\$214,00	\$214,00
Televisor 32"	7	\$348,00	\$2.436,00
Teléfono inalámbrico	3	\$31,99	\$95,97
Celular	1	\$160,00	\$160,00
Secadora	2	\$350,00	\$700,00
Datafast	1	\$90,00	\$90,00
Software ventas	1	\$350,00	\$350,00
Lavadora	2	\$540,00	\$1.080,00
Bocina anker	1	\$149,99	\$149,99
Botiquín	1	\$27,00	\$27,00
Plancha de ropa	2	\$35,00	\$70,00
		<b>Total</b>	<b>\$8.636,96</b>

*Nota.* Fuente: elaborada por autores**Tabla 24***Detalle de maquinaria y equipos para el restaurante*

<b>Articulo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Cocina industrial	2	\$250,00	\$500,00
Refrigeradora	2	\$450,00	\$900,00
Licuada	2	\$50,00	\$100,00

Cafetera	1	\$48,00	\$48,00
Congelador	2	\$290,00	\$580,00
Horno	1	\$180,00	\$180,00
Plancha	1	\$265,00	\$265,00
Parilla	1	\$350,00	\$350,00
Freidora	1	\$230,00	\$230,00
Microondas	1	\$90,00	\$90,00
Extractor de olores	1	\$149,00	\$149,00
<b>Total</b>			<b>\$3.392,00</b>

*Nota.* Fuente: elaboración basado en la guía de titulación para turismo

### **3.5.5 Insumos para la hacienda turística Ñawi**

**Tabla 25**

*Materiales de insumo para el alojamiento en general*

<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Cama de 2plazas	12	\$95,00	\$1.140,00
Cama de 3 plazas	3	\$185,00	\$555,00
Literas de 1 plaza	8	\$85,00	\$680,00
Colchón 2 plzas	12	\$50,00	\$600,00
Colchón 3 plazas	3	\$140,00	\$420,00
Colchón 1 plaza	16	\$64,99	\$1.039,84
Armario de 4 compartimientos	15	\$120,00	\$1.800,00



Mesa con tres sillas	12	\$50,00	\$ 600, 00
Velador	12	\$25,00	\$300,00
Cortinas	12	\$22,00	\$48,00
Espejo de baño	12	\$5,00	\$60,00
Florero	12	\$4,00	\$48,00
Protector de colchón impermeable de 2 plazas	12	\$23,00	\$276,00
Protector de colchón impermeable de 3 plaza	3	\$35,00	\$105,00
Protector de sábanas	16	\$15,00	\$240,00
Juegos de sábanas 3 plazas	3	\$35,00	\$105,00
Juego de sábanas de 2 plazas	12	\$14,99	\$179,88
Juego de sábanas de 1 plazas	16	\$12,00	\$192,00
Cobertores con almohadas	31	\$30,00	\$930,00
Cortinas	12	\$22,00	\$264,00
Juegos de toallas de algodón	31	\$25,00	\$775,00
Estera	12	\$8,00	\$96,00
Tapiz artesanal	12	\$5,00	\$60,00
Secadoras de cabello	15	\$25,00	\$375,00
Almohadas	50	\$10,00	\$500,00
Cobijas	23	\$30,00	\$690,00
Basureros	30	\$10,00	\$300,00

Cómoda	15	\$27,00	\$405,00
Lámparas	15	\$20,00	\$300,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$12.483,72</b>
<b>Insumos piscinas</b>			
Sillas reclinables	5	\$55,00	\$275,00
Mesas	5	\$25,00	\$125,00
Parasoles	5	\$60,00	\$300,00
Alfombras de piso y baños	1	\$50,00	\$50,00
de las piscinas ( por metro)			
Canastillas	15	\$10,00	\$150,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$900,00</b>
		<b>Total</b>	<b>\$13.383,72</b>

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

**Tabla 26***Insumos generales para el área de cocina y restauración*

<b>Artículo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Azucareras	Con diseños rústicos	10	Comercial San Jose	\$ 2,50	\$ 25,00
Set de saleros y pimenteros	Con diseños rústicos, por docena	3	Comercial San José	\$ 15,00	\$ 45,00
Ajiceros	Con diseños rústicos	10	Comercial San José	\$ 11,00	\$ 99,00
Ollas grandes	UMCO de 75 litros	5	Comercial San José	\$ 75,00	\$ 375,00
Ollas medianas	UMCO de 20 litros	10	Comercial San José	\$ 50,00	\$ 500,00

Ollas pequeñas	UMCO de 5 a 10 litros	10	Comercial	\$ 35,00	\$	350,00
			San José			
Ollas pequeñas	UMCO de 3 a 6 litros	5	Comercial	\$ 12,00	\$	60,00
			San José			
Juego de Sartenes	Diferentes tamaños, UMCO	2	Comercial	\$	\$	138,20
			San José	69,10		
Ollas de presión	De 15 litros, UMCO	4	Comercial	\$ 45,00	\$	180,00
			San José			
Ollas tamaleras	De 10 litros, UMCO	2	Comercial	\$ 35,00	\$	70,00
			San José			
Cucharones	Set de cucharones 8 unidades variadas	2	Comercial	\$ 16,50	\$	33,00
			San José			
Cuchillos	Set de cuchillos tramontina de cinco unidades	2	Comercial	\$ 15,00	\$	30,00
			San José			

Mesa	Acero inoxidable	2	Mercado libre	\$ 150,00	\$	300,00
Tanques de gas	GLP	2	Mercado libre	\$ 45,00	\$	90,00
Basurero	Grandes, separar desechos.	2	Pycca	\$ 7,00	\$	14,00
Platos de piedra	Set de diferentes modelos 6 unidades	2	Mercado libre	\$ 55,00	\$	110,00
Set de Bowls	10 unidades de distintos tamaños, UMCO	2	Pycca	\$ 35,00	\$	70,00
Batidora	UMCO, de 8 velocidades	2	Mercado libre	\$ 50,00	\$	100,00
Escurreidor	Metálico, UMCO	4	Pycca	\$ 2,00	\$	8,00
Tabla de picar	De madera	4	Pycca	\$ 4,50	\$	18,00
Papel cocina	Para uso en cocina	2	Supermaxi	\$ 1,00	\$	2,00

Set de Bowls	set de 12 unidades de distintos tamaños	3	Mercado libre	\$ 42,00	\$ 126,00
Escurreidor	Metálico, UMCO.	4	Pycca	\$ 2,00	\$ 8,00
Tabla de picar	Plástico colores varios	5	Pycca	\$ 7,50	\$ 37,50
Vajilla completa	Porcelana fina, marca Studio California.	10	Pycca	\$ 43,00	\$ 430,00
Plato base	Porcelana fina, marca Studio California.	50	Pycca	\$ 3,50	\$ 175,00
Tazas	Porcelana fina, marca Studio California., set de 10 tazas	6	Pycca	\$ 12,80	\$ 76,80
Vasos	Set de 8 vasos para jugo	10	Pycca	\$ 4,62	\$ 46,20
Vasos	Vasos para agua	10	Pycca	\$ 5,94	\$ 59,40

Copa margarita	Juego de 4 unidades utilizar para postre	10	Pycca	\$ 8,50	\$ 85,00
Vasos	Set 6 para batidos	10	Pycca	\$ 18,00	\$ 180,00
Copa Vino blanco	Juego de 4 copas Riedel	15	Pycca	\$ 45,00	\$ 675,00
Copa Vino tinto	Juego de 4 copas Riedel	15	Pycca	\$ 50,00	\$ 750,00
Pocillos de postre	Juego de 6 unidades diferentes modelos	10	Pycca	\$ 14,00	\$ 140,00
Pozuelos para ensalada de frutas	Juego de 8 piezas, porcelana fina marca Studio California.	10	Pycca	\$ 27,00	\$ 270,00
Juego de cubiertos	Marca Studio California plateado, set de 21 cubiertos.	10	Pycca	\$ 13,00	\$ 104,00
Juego de comedor		15	Pycca	\$245,00	\$ 4.125,00

Comedores de madera rústica de seis sillas					
Basurero	Grande	2	Pycca	\$ 7,00	\$ 14,00
Botellón de agua	Azul de plástico	1	Mercado libre	\$ 8,00	\$ 8,00
Individuales	Cuadrados de diseños rústicos	50	Pycca	\$ 2,00	\$ 100,00
Servilletas de tela	Blanca y llana	50	Pycca	\$ 1,25	\$ 62,50
Limpiones	Toallas de fibra para limpieza	10	Pycca	\$ 1,85	\$ 18,50
Manteles de mesa	Mantel blanco	15	Pycca	\$ 12,00	\$ 180,00
Florero artificial	Mini florero variado	20	Todo x 0,50.	\$ 5,50	\$ 110,00
<b>Total</b>					<b>\$ 10.450,10</b>

*Nota.* Fuente: elaborada por autores



**Tabla 27***Detalle de los insumos de limpieza en general*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Basureros	15	\$6,30	\$94,50
Dispensador de papel	2	\$12,00	\$20,00
Dispensador de jabón	4	\$8,00	\$32,00
Dispensador gel y alcohol	4	\$12,00	\$48,00
Recarga de jabón 500ml	4	\$3,50	\$14,00
Papel higiénico 12 u	8	\$3,00	\$24,00
Papel industrial (rollo)	10	\$2,25	\$22,50
Servilletas paquete	15	\$0,50	\$7,50
Palillos caja	10	\$1,00	\$10,00
Lavavajilla balde	3	\$10,50	\$31,50
Desengrasante	4	\$5,14	\$20,56
Estropajo verde	20	\$0,25	\$5,00
Estropajo	15	\$0,45	\$6,75
Estropajo fino	20	\$0,30	\$6,00
Cloro liquido caneca	2	\$14,00	\$28,00
Escoba	5	\$3,00	\$15,00

Trapeador	4	\$10,00	\$40,00
Guantes lavaplatos	15	\$1,50	\$22,50
Recogedor de basura	5	\$2,99	\$14,95
Desinfectante liquido	3	\$5,00	\$15,00
Limpiones de cocina	12	\$2,00	\$24,00
Cesto de ropa	9	\$ 3.89	\$35,01
Detergente de ropa (galón)	1	\$20,00	\$20,00
Quitamanchas (galón)	1	\$25,00	\$25,00
Suavizante (galón)	2	\$12,90	\$25,80
Jabón en barra	40	\$0,65	\$26,00
Aromatizante (caneca)	1	\$22,00	\$22,00
Pinzas (40 unidades)	10	\$1,20	\$12,00
Cepillo de ropa	4	\$1,24	\$4,96
Destapador de baño	6	\$2,00	\$12,00
Desinfectante	8	\$2,00	\$16,00
Detergente	8	\$1,00	\$8,00
Ambientador	10	\$1,00	\$10,00
Balde	4	\$1,00	\$4,00
Limpia vidrio (galón)	3	\$6,00	\$18,00
Lustra muebles	4	\$2,18	\$8,72

Cepillo para inodoro	6	\$1,50	\$9,00
Franelas	10	\$1,00	\$10,00
Aceites	10	\$18,00	\$180,00
Esencias	12	\$2,50	\$30,00
Cremas	6	\$13,00	\$78,00
Productos de belleza kit	2	\$35,00	\$70,00
Piedras volcánicas	2	\$40,00	\$80,00
Jabón y shampoo	100	\$0,80	\$24,00
Gel antibacterial (galon)	2	\$7,00	\$14,00
Alcohol (galón)	2	\$8,99	\$17,98
<b>Total</b>			<b>\$1.262,23</b>

*Nota:* Fuente: elaborado por autores

### **3.5.6 Capital de trabajo**

De acuerdo a la Federación Hotelera del Ecuador se establecen los permisos, tasas, contribuciones y otras obligaciones que debe cumplir la hacienda turística para su funcionamiento (AHOTEC, 2023).

**Tabla 28**

*Detalle de los costos operacionales*

<b>Entidad</b>	<b>Nombre del permiso</b>	<b>Valor a pagar</b>
Ministerio de Turismo	Registro de alojamiento turístico	\$100,00

Municipio	Permiso de construcción	\$1.052,00
Municipio	Patente	\$14,70
Municipio	Permiso sanitaria vigilancia	\$14,49
Municipio	Licencia ambiental	\$50,00
Municipio	LUAE	\$144,00
Ministerio de turismo	Registro A&B	\$100
Instituto Ecuatoriano	Registro de Marca	\$16,00
de la propiedad intelectual (IEPI)		
<b>Total</b>		<b>\$1.475,19</b>

*Nota.* Fuente: elaborado por autores

### **Tabla 29**

#### *Pago de servicios básicos*

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo (6 meses)</b>
Agua	\$150,00	\$900,00
Luz	\$250,00	\$1.500,00
Internet	\$45,00	\$270,00
Teléfono	\$25,00	\$150,00
TV Cable	\$14,92	\$89,52
<b>Total</b>	<b>\$260,00</b>	<b>\$2.909,52</b>

*Nota.* Elaborada por autores

**Tabla 30***Pago de sueldos y salarios de acuerdo a los rangos periodo 2023*

<b>Cargo</b>	<b>Sueldos</b>	<b>Aporte</b>
Administrador Certificado	\$458,45	\$57,08
Sous chef	\$457,56	\$56,97
Cocinero polivalente	\$912,42	\$113,60
Supervisor general hab.	\$456,21	\$56,80
Salonero/Mesero	\$909,72	\$113,26
Ayudante de lavandería	\$226,98	\$28,26
Camarero	\$909,72	\$113,26
Barman	\$226,98	\$28,26
Recepcionista Polivalente certificado	\$454,86	\$56,63
Community Manager	\$450,00	\$56,03
Piscinero	\$454,86	\$56,63
Contador externo	\$450,00	\$56,03
<b>Total</b>	<b>\$6.367,76</b>	<b>\$792,79</b>
<b>Total (6 meses)</b>	<b>\$38.206,56</b>	<b>\$4.756,72</b>

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores**Tabla 31***Detalle de costos y actividades de marketing y publicidad*

OBJETIVOS	INDICADOR	IMPULSOR	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
				ANUAL
Ser reconocidos como un establecimiento a nivel local y nacional que ofrece hospedaje y servicio de restaurante en un ambiente natural y atractivo.	Reacciones Engagement Interacción Número de visitas provenientes de FB,Instagram	Content Marketing	Storytelling, Reels, Lives, Post, Imágenes 360°, Historias	\$1.500
	Followers Interacciones Participantes.	Calendario promocional	Promociones y Concursos con fechas establecidas.	\$1000
	Visitas Ranking de posiciones Paginas por sesión	Página Web	Página web con meta tags.	\$1.000

	Mayor flujo de personas en la página web y de forma física	Geoposicionamiento	Difusión de noticias del negocio en Google My Business.	
	Followers		Coreano	
	Conversiones		Mochilero se	
	Visitas al perfil	Marketing de	considerará como	
	Clics al sitio web	influencers	vocero de la marca, él	\$1.000
	Alcance		ayudará a dar a conocer Hacienda Turística Ñawi en sus historias y canal de YouTube.	
Incrementar las ventas dentro del mercado que se está manejando y llegar a nuevos segmentos.	Estadísticas de			\$2.120
	redes sociales	Pre compra		\$1.000
	Chats		Campañas	
	redireccionados por		ADS	\$150
	CTA			
	Posicionamiento		Campaña	
			Google Ads	

---

			\$800
		Uniformes	
Interacción en la			\$2.000
página web	Compra		
Etiquetas en			
redes sociales		Video	
Retención		instructivo.	
Numero de			
menciones en		Adaptación de	
FB,Instagram		un espacio para	\$ 700
	Post compra	creación de	
Feedback		contenido.	
			\$ 1.000
		Encuestas	
Recompra		post-venta a los	
Tasa de apertura		clientes dentro de la	
Porcentaje de		página web.	
clics			

---



---

Envío de  
email marketing para  
recordarle descuentos  
en su compra.

---

**TOTAL**

**\$12.770**

---

*Nota.* Fuente: adaptado al emprendimiento, elaborado por Sheila Cachiguango

### 3.5.7 Presupuesto del capital de trabajo inicial

**Tabla 32**

*Capital de trabajo inicial de la hacienda durante 6 meses*

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Gastos de permisos	\$1.475,19
Materia prima para restaurante	\$3.197,58
Materiales e insumos	\$24.233,01
Maquinarias y equipos	\$12.028,96
Servicios básicos	\$2.909,52
Sueldos y salarios	\$4.756,72
Marketing y publicidad	\$6.384,96
<b>Total</b>	<b>\$54.985,94</b>

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

### 3.5.8 Presupuesto para la inversión total

**Tabla 33**

*Detalle de la inversión total de la hacienda turística*

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Terreno	\$80.000,00
Total de la construcción	\$183.167,79
Total del requerimiento por área	\$40.288,75
Total del capital de trabajo	\$54.985,94
<b>Total</b>	<b>\$328.150,60</b>

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

### **3.5.9 Plan de financiación de recursos financieros**

La idea de negocio tiene como base una inversión inicial de \$328.350,60 dólares, los mismos que serán financiados en un 54% por los socios en partes iguales y la parte restante se solicitará un crédito en una entidad financiera, donde, la adquisición de la hectárea de terreno para el proyecto asciende a \$80.000 dólares, una inversión individual por socio que corresponde a \$ 89.175,30 dólares. De este modo la inversión por parte de cada uno de los socios representa un total de \$178.350,60 dólares, los mismos que representan a un total del 54% de la inversión y la parte financiada mediante un crédito serán los \$150.000 dólares que corresponde al otro 46% del total de la inversión, cumpliendo así el total de los \$328.350,60 dólares que sería el 100% del emprendimiento.

**Tabla 34**

*Detalle del plan de financiación hacienda turística Ñawi*

<b>Detalle</b>	<b>Capital</b>	<b>Monto</b>
Socio A	Propio 27%	\$ 89.175,30
Socio B	Propio 27%	\$ 89.175,30
Bancos	Crédito financiero 46%	\$ 150.000
<b>Total</b>		<b>\$ 328.350,60</b>

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

## **3.6 Estructura administrativa**

### ***3.6.1 Misión***

En Hacienda Turística Ñawi, somos una empresa que busca crear nuevas experiencias en servicios de alojamiento y gastronómico para nuestros clientes en San Antonio de Pichincha-Mitad del Mundo, ofreciendo un excelente servicio en conjunto con nuestro equipo de trabajo y generando un ambiente familiar de calidad para satisfacer sus necesidades dentro de nuestras instalaciones y así poder destacar y grabarnos dentro de la mente de nuestros clientes.

### ***3.6.2 Visión***

En el 2028 seremos líderes en la industria hotelera siendo el mejor establecimiento de alojamiento y gastronómico de la ciudad de Quito, brindando siempre los más altos estándares de servicio, ingredientes y experiencia; constantemente manteniendo nuestros valores y políticas que nos caracterizan, proporcionando bienestar para nuestros clientes, proveedores y nuestro equipo de trabajo, además, sostendremos el crecimiento y la mejora continua actuando responsablemente con nuestra sociedad.

### ***3.6.3 Valores***

Honradez: para de este modo generar confianza en nuestros clientes a través de nuestros productos.

Compromiso: Para alcanzar cada uno de los objetivos trabajar de forma ética y responsable

Responsabilidad: Para cumplir con las expectativas de cada uno de nuestros clientes y generar nuevas experiencias

Respeto: trabajando en conjunto, respetando cada una de las ideologías para poder brindar un servicio de calidad.

Disciplina: Para mantener el orden y generar un ambiente de calidad orientado al servicio de la sociedad

### ***3.6.4 Políticas de reservación y cancelación***

Capacidad de la hacienda turística 30 personas (habitaciones simples (1pax), dobles (2pax), triples (3pax)), restaurante capacidad para 60 personas (abierto al público). Capacidad total entre habitaciones y restaurante 90 personas.

Hacienda turística Ñawi solicita a su clientela que la reservación deseada se realice con al menos 24 horas de anticipación mediante su número de celular o a través de su página web. De este modo garantizaremos su estadía y comodidad en el uso de las instalaciones.

Se aceptarán pagos por transferencia depósitos o efectivo.

La tarifa incluye desayuno de acuerdo a la carta y el uso de todos los servicios descritos en la hacienda turística.

Los niños de 5 años a 13 años, pagan tarifa de recargo del 25% de acuerdo al tipo de habitación.

Mayores a los 14 años en adelante pagan el total de la tarifa de alojamiento.

La cancelación se aplica para todas las reservas, esta se realizará hasta los 8 días antes de su llegada, en este caso no abra costo adicional. A partir de esa noche se cobrará la tarifa del 50% de acuerdo a la habitación reservada.

Para cambios o modificaciones en la reserva se receptaran solicitudes con mínimo 24 horas de anticipación antes de su llegada.

Se puede realizar cambios de tipo de habitación, número de huéspedes, no se podrá anular el número de habitaciones reservadas.

Para grupos de más de 10 personas se aplicara las políticas de acuerdo a las negociaciones con previa solicitud y mutuo acuerdo.

Pet friendly, en caso de tener mascota informar al momento de la reserva.

Todos los valores incluyen el 12% de IVA y el 10% de servicio.

- Check in: 13:00
- Check out: 12:00

En caso de requerir ingreso antes de la hora indicada, se deberá comunicar con anticipación.

La atención del restaurante y room services será de acuerdo al siguiente horario.

Desayuno: 8:00 horas – 11:30 horas.

Almuerzo: 12:00 horas – 15:30 horas

Bar: 17:00 horas -21:00 horas

En caso de requerir el servicio de cena se deberá informar al momento de su reservación, posteriormente se enviará el menú con los costos y especificaciones.

En caso de tener algún tipo de alergia y/o enfermedad que le impida comer cualquier ingrediente de los platos ofertados se deberá comunicar inmediatamente para modificar la elaboración y garantizar el bienestar de los clientes.

Los horarios estarán detallados en cada habitación, no se aceptan solicitudes de ningún tipo de alimento fuera de su horario.

Los usuarios deben a mantener el cuidado y el orden de las instalaciones.

El daño o perjuicio de cualquier índole en el establecimiento tendrá un costo adicional del 25% de la tarifa por habitación.

En caso de tener alguna falencia o requerimiento en las habitaciones, avisar inmediatamente en recepción.

### 3.6.5 Imagen Corporativa

#### Figura 54

*Logo de la hacienda turística*



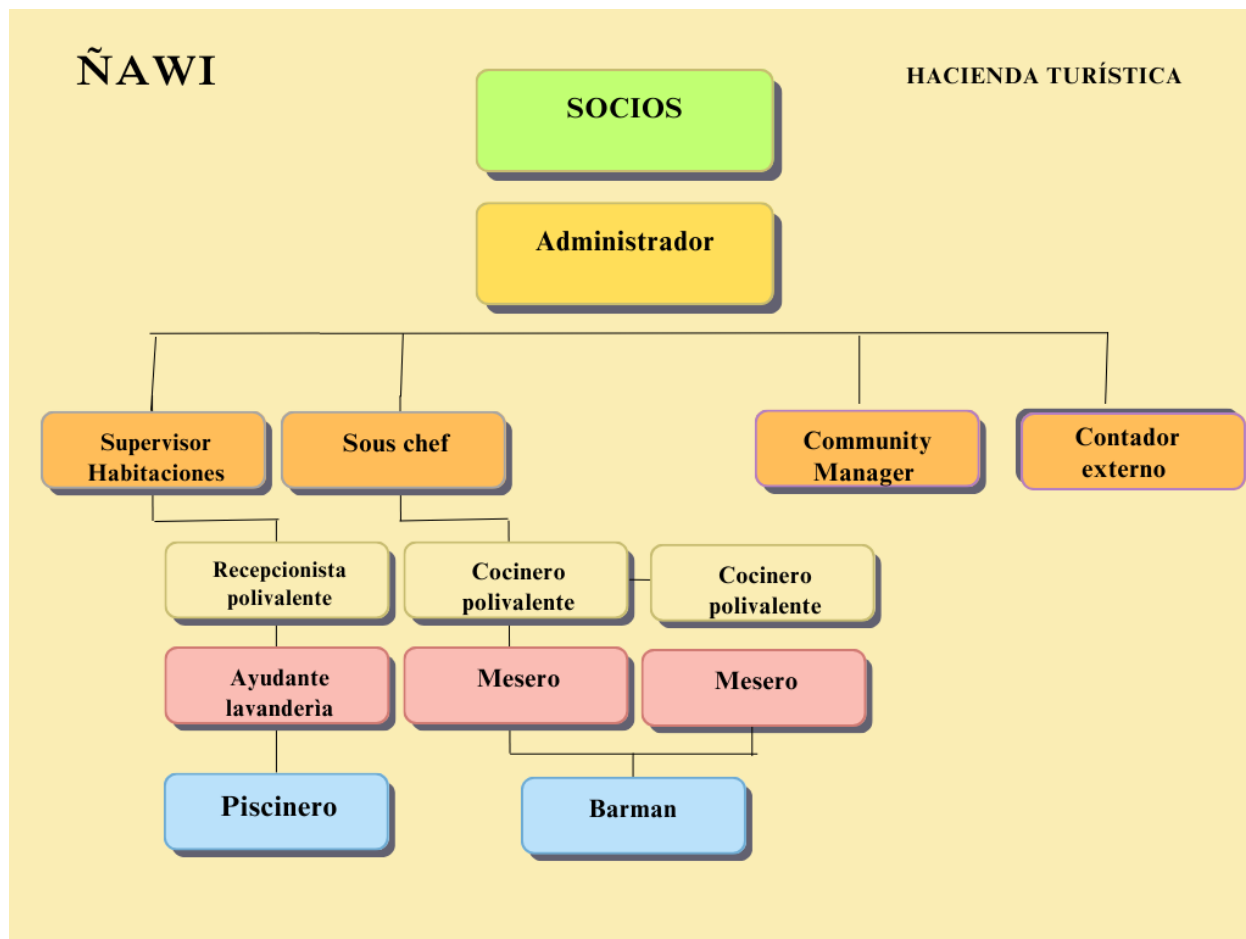
*Nota.* Fuente: Elaborada por autores basada en plantillas de diseño en Canva.

### 3.6.7 Organigrama

#### 3.6.7.1 Organigrama estructural

#### Figura 55

*Detalle del organigrama de la hacienda turística*



Nota. Fuente: Elaborada por autores

([https://www.canva.com/design/DAFoYo1Hus8/ohq4IVqSUF6A0hi4-T603Q/edit?utm\\_content=DAFoYo1Hus8&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFoYo1Hus8/ohq4IVqSUF6A0hi4-T603Q/edit?utm_content=DAFoYo1Hus8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton) )

La hacienda turística Ñawi, trabajara con personal capacitado para las diferentes áreas del establecimiento, algunos de ellos serán polivalentes con la finalidad de cubrir todas las áreas en el servicio tanto de alimentación como de alojamiento. Sin embargo, a medida que el emprendimiento se vaya posicionando en el mercado, y en caso de ser necesario se contratara personal acorde a las necesidades del alojamiento turístico.



### 3.6.7.2 Funciones de los trabajadores

**Tabla 35**

*Detalle del cargo y las funciones de los trabajadores del establecimiento*

<b>Cargo</b>	<b>Descripción</b>
Administrador certificado	Será el encargado de administración el establecimiento, permitir o restringir procesos en las diversas áreas del establecimiento.
Sous Chef	Será el chef encargado de toda el área de cocina, deberá coordinar las funciones de requisición, sugerencias o pedidos con el administrador.
Cocinero polivalente	Los cocineros polivalentes estarán encargados de brindar un servicio de excelencia en el área del restaurante, deberán cubrir con las necesidades en cuanto a los procesos dentro de la cocina.
Supervisor habitaciones	Estará encargado de revisar las necesidades, resguardar la seguridad, comodidad y tranquilidad en cada una de las habitaciones.
Camarero	El camarero se encargara de coordinar con los meseros para que todo el proceso dentro de los servicios sea realizado de la mejor manera, además deberá cobrar las comandas.

---

Mesero	Serán los encargados del área de salón que es parte del restaurante, toma de pedidos, información sobre los menús, deben mantener el orden y la limpieza del área.
Barman	Es el encargado del área de barra, su función es realizar bebidas requeridas por el cliente y acomodándose a sus necesidades.
Ayudante de lavandería	Estará encargado de recoger, lavar y secar las, toallas, sabanas, edredones, alfombras, mantelería, etc. Su función principal es mantener la limpieza de las habitaciones y en ciertos casos del restaurante.
Piscinero	Será el encargado del área de piscina, recibir al cliente, explicar los servicios, mantener el orden y limpieza del área.
Recepcionista polivalente	Estará encargada de recibir a los clientes, coordinar reservas, brindar información, su enfoque es centralizado en atención al cliente que visita o se comunica con el establecimiento
Community manager	Estará encargado de todo el material de marketing y publicidad del establecimiento adaptándose a las necesidades del mismo.

---

Contador externo	<p> Junto con el administrador será el encargado de contabilizar el cumplimiento de todos los procesos en las diversas áreas, manejar fondos, aceptar y realizar pedidos que requiera el establecimiento para su correcto funcionamiento.</p>
------------------	---

*Nota:* Fuente: elaborado por autores

### 3.6.7.3 Ejemplo del detalle del perfil de puesto

**Tabla 36**

*Detalle del perfil de puesto para la contratación del personal.*

Edad: 25-30 años	Sexo: Masculino/femenino	Estado civil:	Necesidad de viajar:			
		No es imprescindible	Sí		Ocasionalmente	
			No		Frecuentemente	
Escolaridad: Tercer nivel			Área o especialidad: Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Licenciado/a en Gestión de Ciencias Económicas o Empresariales.			
Experiencia laboral: 1 año en cargos similares o afines.						

Idioma: Español Ingles Francés(Opcional)		
<b>COMENTARIOS:</b>		
La persona que aspire al puesto deberá cumplir a cabalidad con los reglamentos internos impuestos en la empresa, además deberá ser competitivo y estar predispuesto a las jornadas laborales vigentes en nuestra empresa.		
Disponibilidad : Completa	Horario: Rotativo	Salario: \$ 458,45

*Nota:* Fuente: (Youshimatz, 2010).

### ***3.7 Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual***

#### **3.7.1 Tipo de empresa a constituir**

##### **Compañía de responsabilidad limitada Cía. Ltda.**

La compañía de responsabilidad limitada se trata de una sociedad mercantil en la que la responsabilidad de los socios se encuentra determinado por el capital que cada uno de ellos haya aportado para su constitución, ya que esta se limita de acuerdo a sus participantes. Cada socio dentro de esta compañía no es participe de una dirección, salvo que se le hayan atribuido los debidos poderes para serlo. (Galán, 2021).

En este tipo de compañías las participaciones se encuentran como personales y estos títulos no pueden ser negociables dentro de una bolsa de valores. Las aportaciones de cada socio en esta compañía son de carácter social indivisible y acumulativo (Galán, 2021).

En ésta especie de compañías hacen el comercio bajo su razón social o el nombre de la empresa acompañado siempre de las siglas (*Cía. Ltda.*) para distinguirse de otros tipos de compañías existentes. Su finalidad es la realización de cualquier tipo de actos de comercio o mercantiles con ciertas excepciones en determinadas operaciones tanto bancarias, capitalizaciones y ahorrativas (Ecuador, 2021).

### **Persona Natural**

Se denominan personas naturales a todas aquellas que realicen cualquier tipo de actividad económica, las mismas que están obligadas a tener un RUC, entregar o emitir comprobantes de venta de acuerdo a la normativa del Servicio de Rentas Internas (SRI). En este grupo se encuentran las que están obligadas a llevar la contabilidad y las que no llevan contabilidad, sin embargo de acuerdo al reglamento establecido las personas que no lleven contabilidad deben mantener un registro de sus ingresos y egresos (E., 2015)

La idea de negocio incluye varios procesos e integra diversos componentes para su desarrollo, la finalidad del emprendimiento es adentrarse y establecerse en el mercado, por ende formaría parte de personas naturales obligadas a llevar contabilidad ya que se está formando parte de una actividad económica dentro del país.

#### **3.7.2 Registro de la patente**

Según ( Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, 2023) los requisitos obligatorios para la obtención de la patente son:

1. Formulario de solicitud para registro de patente
2. Certificado de no adeudar al Municipio
3. Copia de cédula y certificado de votación

4. Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano completo (RISE)
5. Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
6. Impuesto predial del año en vigencia del terreno donde está funcionando o va a funcionar el negocio
7. En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas no obligadas a llevar contabilidad (form. 102) Si son artesanos, copia de calificación artesanal vigente.

### **3.7.3 Registro en el MINTUR**

Según (Ministerio de Turismo, 2023) el trámite en línea se debe realizar de acuerdo al siguiente proceso:

- Formulario de solicitud (acceder a la opción “ir al trámite en línea”), en el cual debe declarar el cumplimiento de los siguientes requisitos que deberán ser presentados al momento de la inspección, misma que se realizará 60 días término posteriores al envío del trámite:
- Solicitud de registro dirigida a la Autoridad Nacional de Turismo en el que se indicará las actividades turísticas a prestar.
- Presentación del certificado actualizado del registro de la propiedad en el que se determine la titularidad del predio a favor de la comunidad u organización comunitaria en el que se desarrollará la actividad como Centro de Turismo Comunitario, con el señalamiento de linderos y límites.
- Presentación del informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la organización que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Gestión y Desarrollo de Pueblos y Nacionalidades, o la entidad que ejerza dichas atribuciones;

- Presentación del nombramiento vigente que acredite la representación legal del peticionario;
- Presentación de la copia certificada del Estatuto de la comunidad, en la que debe indicar que sí podrán realizar la actividad de turismo comunitario;
- Registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como una de sus actividades la prestación de servicios turísticos; y,
- Cumplimiento de requisitos de los anexos de las actividades y servicios a realizar

### **3.8 Propuesta comercial**

#### ***3.8.1 Canales de venta***

##### **Facebook**

Es una red social encargada de ofrecer servicios en línea, se puede interactuar con varias personas a nivel mundial, crear y compartir contenido multimedia de interés para las personas que se encuentren involucradas con este ámbito social (Pereira, 2022).

Esta red social que tiene gran importancia a la hora de ofertar un producto, en la misma página se puede colocar la descripción del producto que se desea expender, además, se puede integrar el link en este mismo espacio, añadir los números de contacto en el caso de que lo tenga y es una de las formas más fáciles de llegar a nuestros clientes.

##### **Figura 56**

*Detalle del contenido a publicarse en facebook*

Detalle del contenido en redes			
Fecha	Contenido	Pieza gráfica	Copy
1-agosto-2023	<p>Pieza gráfica: Fotografía de la parte norte de la hacienda.</p> <p>Redes sociales: Instagram y Facebook</p> <p>Hora de publicación: 14:00</p>		<p><b>Instagram</b> Disfruta de la tranquilidad y esplendor en medio de exuberantes paisajes y vistas maravillosas.</p> <p>¡Síguenos para descubrir más sobre nuestra hacienda! 📷👁️</p> <p>#NaturalezaYLujo #HaciendaTurísticaÑawi</p> <p><b>Facebook</b> Disfruta de la tranquilidad y esplendor en medio de exuberantes paisajes y vistas maravillosas.</p> <p>¡Síguenos para descubrir más sobre nuestra hacienda! 📷👁️</p> <p>Visita nuestra página web: <a href="http://www.haciendaturisticañawi.com">www.haciendaturisticañawi.com</a></p> <p>Contáctanos 📞 <a href="https://walink.co/497dc0">https://walink.co/497dc0</a></p>

*Nota:* Fuente: elaborado por autores

### Instagram

Esta aplicación móvil también funciona como una red social, se caracteriza por compartir contenido visual como imágenes o videos. Tiene varias opciones de personalización, es utilizado a nivel personal, empresarial o profesional con la finalidad de aumento de visibilidad en estos ámbitos (MundoCuentas , s.f ).

Esta red social también nos permite llegar al cliente a través de diversas publicaciones interactivas, del mismo modo se puede mantener vinculada a nuestra página de Facebook y realizar publicaciones en conjunto. Actualmente es otra de las redes sociales como mayor uso dentro de la población ya que la edad a la que va dirigido nuestro mercado se encuentra inmiscuido dentro de este tipo de redes.

### Figura 57

*Detalle de las publicaciones en Instagram*




**3-agosto-2023**

Pieza gráfica:  
Fotografía de  
la habitación  
15.

Redes  
sociales:  
Instagram y  
Facebook

Hora de  
publicación:  
18:00



**Instagram**  
Nuestras habitaciones te brindarán confort y descanso. Sumérgete en nuestra atmosfera acogedora. 📷 📱

¡Te sentirás cómodo como en casa!

#ExperienciasInolvidables  
#HospedajeExclusivo  
#AmoLaNaturaleza  
#TravelEcuador

**Facebook**  
Nuestras habitaciones te brindarán confort y descanso. Sumérgete en nuestra atmosfera acogedora. 📷 📱

¡Te sentirás cómodo como en casa!

Descubre la habitación que más te identifica en:  
[www.haciendaturisticañawi.com](http://www.haciendaturisticañawi.com)

Contáctanos:  
<https://walink.co/497dc0>

*Nota:* Fuente: elaborado por autores

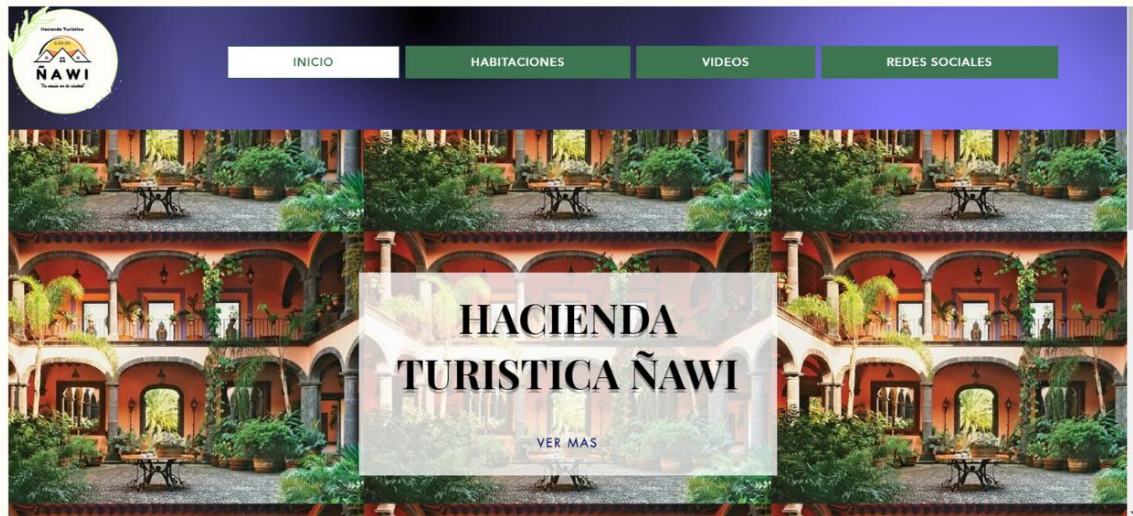
### **Página Web**

Se ha desarrollado una página web en una plataforma denominada WIX, dentro de esta plataforma de búsqueda se puede crear páginas o sitios webs sin complejidad, es una forma ideal para iniciar un negocio. Es una herramienta muy ideal ya que en ella se puede detallar más cosas acerca del producto, los envíos que se pueden realizar y los números de contacto, estará disponible el link de la página en nuestras redes sociales (Wix.com, s.f.).

### **Figura 58**

*Detalle de la página web y su contenido*

Página web <https://vrtibanc.wixsite.com/my-site-1>



*Nota:* Fuente: elaborado por autores

### **WhatsApp Buissnes**

También trabajaremos con cada uno de nuestros contactos en WhatsApp, los mismos que se encontrará presente en cada una de las páginas que se ha creado para la promoción de las diversas actividades del establecimiento.

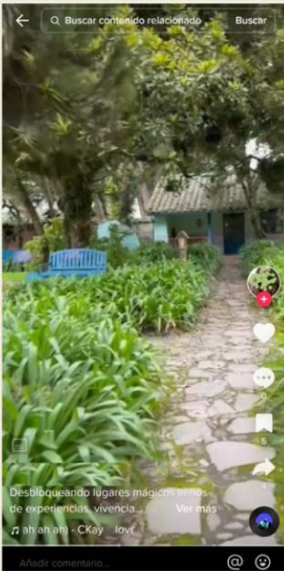


### **Tik tok**

Hace referencia a un red social muy evolucionada y posicionada en la actualidad, pues tiene diversas funciones las misma que ayudan a compartir contenido de todo tipo a nivel mundial (Brandemia , 2023).

Se utilizara esta red social con el fin de compartir contenido acerca del establecimiento, ofertar los productos y atraer más clientes, debido a que el mundo actual se encuentra pendiente a los contenidos ofertados por las diversas plataformas sociales.

## Figura 59

*Detalle del contenido en tik tok*

13-agosto-2023	Pieza gráfica: Video de tour de la Hacienda		<b>Tik Tok</b> “Descubre el encanto en la ciudad”
	Redes sociales: Tik Tok e Instagram		Lugar lleno de experiencias 
	Hora de publicación: 15:00		<a href="#">#MitadDelMundo</a> <a href="#">#TravelEcuador</a> <a href="#">#HaciendaTuristicaÑawi</a>
			<b>Instagram</b> “Descubre el encanto en la ciudad”
			Lugar lleno de experiencia 
			<a href="#">#MitadDelMundo</a> <a href="#">#TravelEcuador</a> <a href="#">#HaciendaTuristicaÑawi</a>

*Nota:* Fuente: elaborado por autores

## CAPITULO IV

### 4. ESTUDIO AMBIENTAL

En el cuarto capítulo se describen las diversas acciones o actividades que involucran al entorno natural, social y cultural del proyecto de emprendimiento, se dará a conocer los posibles impactos ambientales que se genera durante las distintas etapas de ejecución del proyecto, las mismas que estarán detalladas a través de tablas bien estructuradas.

Además, se detallará la metodología utilizada para su desarrollo, identificarán, evaluarán y jerarquizarán los posibles impactos que tenga el proyecto y se generará las diversas medidas de mitigación con el fin de evitar y contrarrestar los daños.

#### 4.1 Descripciones de las acciones/ actividades del proyecto de emprendimiento

En esta sección se realizará el estudio de impacto ambiental con la finalidad de identificar, valorar y evaluar los posibles impactos ambientales que se generará por la implementación de la hacienda turística “Ñawi”, durante la etapa de construcción y operación, ubicado en la parroquia San Antonio de Pichincha y posterior a ello, se elaborará un plan de manejo ambiental que contendrá alternativas de mitigación.

A continuación, se presenta la descripción de las acciones/actividades que conlleva la implementación de la Hacienda turística “Ñawi”, durante la etapa de construcción y operación.

**Tabla 37**

*Impacto ambiental durante la etapa de construcción inicial*

Etapas de construcción			
Impacto			
Actividades	Positivo	Negativo	Descripción

<b>Contratación del personal</b>	de fuentes de empleo	de	Generación		de	Contratación del trabajo (maestro y albañiles), para la ejecución de la infraestructura de la hacienda turística
<b>Nivelación del suelo</b>	Generación de empleo	de	Contaminación del agua	Perdida de la cobertura vegetal	Alteración del hábitat	Perdida del ecosistema
				Generación de ruido y emisiones gaseosas		
	Generación de empleo	de	Contaminación del agua	Perdida de la cobertura vegetal	Alteración del hábitat	
	Optimización de recursos	de				Uso de la maquinaria pesada en esta etapa se requiere al momento de transportar los materiales para su construcción, de igual forma el transporte del trabajar
	Eficiencia en el periodo de tiempo a trabajar					

		Perdida del material obtenido en el ecosistema desbanque.		
		Generación de ruido y emisiones gaseosas		
<b>Cimentación</b>		Contaminación del agua	Se realiza la	cimentación estructural de la hacienda turística Ñawi
		Perdida de flora y fauna del lugar		
		Generación de ruido		
		Modificación del paisaje con infraestructura		
<b>Construcción de la infraestructura</b>	Generación de fuentes de empleo (temporal)	Contaminación del agua	Se procede a implementar cada área	establecida en la construcción desde el área de alojamiento hasta el área húmeda que contara la hacienda
	Alteración del paisaje	Perdida de flora y fauna del lugar		
		Generación de ruido		
		Modificación del paisaje con infraestructura		

<b>Limpieza del área</b>	Generación de empleo	de	Generación de ruido	de	Limpieza en cuanto a los materiales de construcción sobrantes y escombros producidos, para así poder dar continuidad a las próximas etapas y actividades en operación.
	Alteración del paisaje	del	Esparcimiento de partículas de polvo	de	
<b>Ornamentación</b>	Alteración del paisaje	del	Perturbación de la fauna existente en la zona	de	Las áreas verdes se decoraran con especies aptas para las condiciones climáticas de la zona las cuales tendrá el fin de mejorar el entorno paisajista de la hacienda.
	Generación de empleo	de	Perdida de la flora en el área	de	
	Modificación del entorno	del			

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

### **Tabla 38**

*Impacto ambiental durante la etapa de operación del proyecto*

<b>Etapas de Operación</b>			
<b>Impacto</b>			
<b>Actividades</b>	<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>	<b>Descripción</b>

Servicio de alojamiento	de Generación de empleo	de Vinculación con la población local	de Generación de residuos sólidos	de Generación de aguas residuales	de Generación de desechos sólidos	de Generación de ruido	de aguas	La hacienda turística Ñawi ofrece un servicio de alojamiento con habitaciones de calidad brindando una gran experiencia en sus servicios
Servicio de alimentación	de Generación de empleo	de Utilización de productos locales	de Desarrollo económico del sector	de sólidos (orgánicos e inorgánicos)	de residuos	de desechos orgánicos	de aguas	El servicio de restauración ofertara gastronomía típica a base de productos orgánicos de igual manera gastronomía internacional.
	de Generación de empleo			de Contaminación del agua	de Perdida de la cobertura vegetal	de Alteración del hábitat		Uso exclusivo para clientes y empleados del establecimiento.
					de Perdida del ecosistema	de Generación de ruido y emisiones gaseosas		



Servicio de Generación de Residuos.	Recepción y fuentes de empleo	Administración	En esta área se recibirá a los huéspedes, donde realizarán el checking correspondiente para su respectiva asignación de habitaciones.
Servicio de Generación de Residuos	esparcimiento o fuentes de empleo	recreación	En este espacio los huéspedes podrán realizar diferentes actividades como picnic, parrilladas, entre otras actividades recreativas.
Servicio de área húmeda	Generación de empleo	Desarrollo económico del sector	de Contaminación del agua Modificación del paisaje Generación de residuos En esta área se encontrará un saunaturco actividades los cuales el huésped podrá utilizar en su estancia en las instalaciones de la hacienda turística “Ñawi”
Manejo de residuos sólidos			Perturbación de la flora y fauna existente en la zona Se cumplirá con la ordenanza del GAD para su respectiva recolección

---

			Generación de gases contaminantes para el medio ambiente		
Mantenimiento de la infraestructura	Generación de empleo	de	Generación de residuos	Se	realizara
	Modificación del paisaje existente	del	Generación de pérdida de flora y fauna en la zona	actividades de	forma
				periódica en las diferentes áreas de la hacienda turística para evitar deterioros futuros en el establecimiento.	

---

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

#### 4.2 Determinación de la metodología

En el proyecto de emprendimiento el método a utilizar para evaluar los diferentes impactos ambientales será el de Luna Leopold.

Según (Coll, 2021) define a la matriz de Leopold como “un método de reporte, el cual contiene información esencial para evaluar el impacto ambiental de un proyecto.”

Mediante este método se evalúan ciertas acciones que se realizan para la ejecución de determinados proyectos, asegurando su valoración desde una perspectiva ambiental (Coll, 2021).

Se trata de una matriz estructurada por filas (acciones) y columnas (factores ambientales), que se interrelacionan para la evaluación de los efectos. Además, para medir la importancia se deben incluir dos valores, estos están determinados por la *magnitud* representados mediante números del 1-10 donde el mayor es la máxima alteración y menos la mínima alteración, acompañados de signos + o – que demuestran los efectos tanto positivos como negativos

respectivamente, también se incluye la *importancia o ponderación* que indica el peso que tiene cada factor ambiental dentro del proyecto (Cruz, 2021).

**Tabla 39**

*Valoración de los impactos ambientales*

<b>Magnitud</b>	
Total	+/- 3
Parcial	+/- 2
Puntual	+/- 1

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

**Tabla 40**

*Valoración del nivel de importancia*

<b>Valor(Ponderación)</b>	
Bajo	1
Medio	2
Alto	3

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### 4.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales

**Tabla 41**

*Factores de estudio de impactos ambientales para el funcionamiento de la hacienda turística*

*Ñawi*

<b>Biofísico</b>	<b>Suelo</b>
	Atmosfera

	Agua
<b>Biótico</b>	Flora
	Fauna
	Paisaje
<b>Cultura</b>	Hacienda Turística
	Restauración
	Áreas de recreación y esparcimiento

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### **Figura 60**

*Evaluación de la etapa de construcción*

Etapa de construcción												
Actividades	Factor Ambiental	Impacto Ambiental	Contratación del Personal	Niveación del Suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura	Construcción de la área húmeda	Limpieza del área	Ornamentación	(-)	(+)
BIOFÍSICO	Agua	Contaminación del agua.		X	X	X	X	X	X		-6	0
		Generación de aguas residuales							-	-	0	0
	Suelo	Vibraciones		X	X	X	X	X			-5	0
		Perdida de fertilidad		X	X	X					-3	0
	Atmósfera	Generación de gases residuales		X	X	X	X	X			-5	0
		Esparcimiento de partículas de polvo		X	X	X	X	X	X	X	-7	0
BIÓTICO	Flora	Perdida de flora		X	X	X				X	-4	0
	Fauna	Dstrucción del hábitat		X							-1	0
		Perturbación en el ecosistema de las especies		X	X	X	X	X	X	X	-7	0
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura				X	X	X	X	X	-3	2
CULTURAL	Hacienda	Generación de empleo	X	X	X	X	X	X	X	X	0	8
		Generación de residuos									0	0
	Restauración	Utilización de productos locales									0	0
		Desarrollo económico del sector					X	X			0	2
	Área de recreación	Generación de ruido		X	X	X	X	X	X		-6	0
		<b>Total de interacciones</b>									-47	12

Nota. Fuente: elaborado por autores

Figura 61

## Evaluación de la etapa operativa

Etapa Operativa													
Actividades	Factor Ambiental	Impacto Ambiental	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de Parqueadero	Servicio de Recepcion y administración	servicio de área de esparcimiento	Servicio de área húmeda	Manejo de Residuos	Mantenimiento de la infraestructura	(-)	(+)	
BIOFÍSICO	Agua	Contaminación del agua	x	x				x			-3	0	
		Generación de aguas r	x	x							-2	0	
	Suelo	Vibraciones			x						-1	0	
		Perdida de fertilidad			x		x				-2	0	
	Atmósfera	Generación de gases residuales			x					x	-2	0	
		Esparcimiento de partículas de polvo	x		x					x	-3	0	
BIÓTICO	Flora	Perdida de flora			x		x				-2	0	
		Destrucción del hábitat									0	0	
	Fauna	Perturbación en el ecosistema de las especies	x	x	x			x		x	-5	0	
		Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura								x	0	1
CULTURAL	Hacienda	Generación de empleo	x	x	x	x	x	x		x	0	7	
		Generación de residuo	x	x					x		x	-4	0
	Restauración	Utilización de productos locales		x								0	1
		Desarrollo económico del sector	x	x	x	x			x		x	0	6
	Área de recreación	Generación de ruido			x			x				0	2
		<b>Total de interacciones</b>									-24	12	

Nota. Fuente: elaborado por autores

**Figura 62**

*Evaluación de la etapa de construcción*

Etapa de construcción																							
Actividades	Factor Ambiental	Impacto Ambiental	Contratación del Personal	Niveación del Suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura	Construcción de la área húmeda	Limpieza del área	Ornamentación	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de Parqueadero	Servicio de Recepción y administración	Servicio de área de esparcimiento	Servicio de área húmeda	Manejo de Residuos	Mantenimiento de la infraestructura	(-)	(+)			
BIOFÍSICO	Agua	Contaminación del agua.		(-)/1	1	(-)/1	1	(-)/1	1	(-)/2	2	(-)/2	2			(-)/2	3		-6	0			
		Generación de aguas residuales									(-)/3	3	(-)/3	3					0	0			
	Suelo	Vibraciones		(-)/2	3	(-)/2	3	(-)/1	3	(-)/1	3				(-)/1	2			-5	0			
		Pérdida de fertilidad		(-)/2	3	(-)/2	3	(-)/2	3						(-)/1	2	(-)/2	2		-3	0		
	Atmósfera	Generación de gases residuales		(-)/2	2	(-)/3	3	(-)/2	2	(-)/2	2				(-)/1	2			(-)/2	2	-5	0	
		Esparcimiento de partículas de polvo		(-)/2	3	(-)/3	3	(-)/2	3	(-)/2	3	(-)/2	3	(-)/2	3	(-)/2	2			(-)/2	2	-7	0
BIÓTICO	Flora	Pérdida de flora		(-)/2	3	(-)/2	3			(-)/2	1			(-)/2	2	(-)/2	1			-4	0		
		Destrucción del hábitat		(-)/1	2															-1	0		
	Fauna	Destrucción del hábitat		(-)/1	2																		
		Perturbación en el ecosistema de las especies		(-)/2	3	(-)/2	3	(-)/1	3	(-)/1	3	(-)/1	3	(-)/2	1	(-)/1	2	(-)/1	2	(-)/1	3	(-)/2	2
Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura					(-)/1	3	(-)/1	3	(-)/1	3	1	2	1	2			1	2	-3	2		
CULTURAL	Hacienda	Generación de empleo	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	3	0	8
		Generación de residuos						1	3	1	3	1	3	(-)/1	1	(-)/1	1			(-)/1	2	0	0
	Restauración	Utilización de productos locales											1	3							0	0	
		Desarrollo económico del sector					3	2	3	2		3	2	3	2	3	2		3	2	3	2	0
	Área de recreación	Generación de ruido		(-)/2	2	(-)/2	3	(-)/2	2	(-)/2	2	(-)/2	2	(-)/2	2	(-)/2	2					-6	0
	Total de interacciones																				-47	12	

Nota. Fuente: elaborado por autores

**Figura 63**

*Detalle de la Jerarquización*

Etapa de construcción																									
Actividades	Factor Ambiental	Impacto Ambiental	Contratación del Personal	Niveación del Suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura	Construcción de la área húmeda	Limpieza del área	Ornamentación	Suma (+)	Suma (-)	Suma total	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de Parquadero	Servicio de Recepcion y administración	servicio de esparcimiento	Servicio de área húmeda	Manejo de Residuos	Mantenimiento de la infraestructura	Suma (+)	Suma (-)	Suma total	
BIOFÍSICO	Agua	Contaminación del agua.		-1	-1	-1	-4	-4	-4		0	-15	-15	-6	-6				-6			0	-18	-18	
		Generación de aguas residuales										0	0	0	-9	-9							0	-18	-18
	Suelo	Vibraciones		-6	-6	-3	-3	-3				0	-21	-21			-2						0	-2	-2
		Pérdida de fertilidad		-6	-6	-6						0	-18	-18			-2		-4				0	-6	-6
	Atmósfera	Generación de gases residuales		-4	-9	-4	-4	-4				0	-25	-25			-4				-4		0	-8	-8
Esparcimiento de partículas de polvo			-6	-9	-6	-6	-6	-6	-4		0	-43	-43	-2		-4						-4	0	-10	-10
BIÓTICO	Flora	Pérdida de flora		-6	-6	-6				-2	0	-20	-20			-4		-2				0	-6	-6	
	Fauna	Destrucción del hábitat		-4							0	-4	-4									0	0	0	
		Perturbación en el ecosistema de las especies		-6	-6	-3	-3	-3	-3	-2		0	-26	-26	-2	-2	-3		-4			-4	0	-15	-15
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura				-3	-3	-3	2	2	4	-9	-5									2	2	0	2
CULTURAL	Hacienda	Generación de empleo	3	3	3	3	3	3	3	3	24	0	24	3	3	3	3		3			3	18	0	18
		Generación de residuos					-3	-3	-3			0	-9	-9	-1	-1		-1				-2	0	-5	-5
	Restauración	Utilización de productos locales										0	0	0		3							3	0	0
		Desarrollo económico del sector					6	6				12	0	12	6	6	6	6		6			6	36	0
	Área de recreación	Generación de ruido		-4	-6	-4	-4	-4	-4		0	-26	-26			-4		-4				0	-8	-8	

Nota. Fuente: elaborado por autores



**Tabla 42***Detalle de la escala de jerarquización*

Severidad del impacto	Escala	Descripción
Leve	0 – 5	No se necesita medidas mitigadoras.
Moderado	6 – 15	La recuperación requiere un tiempo determinado y se requiere de medidas mitigadoras simples.
Severo	16 – 39	La recuperación exige un periodo extenso y se requieren medidas mitigadoras.
Critico	40 – 100	La magnitud del impacto es superior, provoca perdida de la calidad ambiental, e incluso con las medidas protectoras y correctoras
Representativo (impacto beneficioso)	0 – 100	Impactos positivos que aportan beneficios

ambientales, sociales,  
económicos y técnicos.

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

**Tabla 43**

*Resultados del impacto ambiental en la hacienda turística Ñawi*

<b>Factores ambientales</b>	<b>Impactos ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
<b>Positivo</b>		
Hacienda	Generación de empleo	24 IA
Restauración	Desarrollo económico del sector	12 IA
<b>Negativo</b>		
Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-43 IA
Fauna	Perturbación de especies	-26 IA
Área de recreación	Generación de ruido	-26 IA
Atmósfera	Generación de gases contaminantes	-25 IA
Suelo	Vibraciones	-21 IA
Flora	Perdida de la cobertura vegetal	-20 IA

Suelo	Perdida de la fertilidad	-18 IA
Agua	Contaminación del agua	-15 IA
Hacienda	Generación de residuos	-9 IA
Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura rústica	-5 IA

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

#### **Tabla 44**

*Resultados del impacto ambiental en la hacienda turística Ñawi*

<b>Factores ambientales</b>	<b>Impactos ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
<b>Positivos</b>		
Restauración	Desarrollo económico del sector	42 IA
Hacienda	Generación de empleo	24 IA
Restauración	Utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales.	3 IA
Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura rústica	2 IA
<b>Negativos</b>		

Agua	Contaminación del agua	-24 IA
Fauna	Perturbación de especies.	-19 IA
Agua	Generación de aguas residuales	-18 IA
Área de recreación	Generación de ruido	-16 IA
Atmosfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-14 IA
Suelo	Perdida de fertilidad	-10 IA
Atmósfera	Generación de gases contaminantes	-8 IA
Fauna	Perdida de la cobertura vegetal	-8 IA
Hacienda	Generación de residuos	-7 IA
Suelo	Vibraciones	-2 IA

*Nota.* Fuente: elaborado por autores

#### **4.4 Matriz de la jerarquización del impacto ambiental (Plan de mitigación)**

**Tabla 45***Detalle de la matriz de jerarquización del impacto ambiental*

Impacto ambiental	Medidas de mitigación	Presupuesto	Responsable	Tiempo	Observación
Contaminación del agua	Evitar lavar vehículos y maquinarias con exceso Evitar el desperdicio innecesario del agua.	\$70,00	Contratista  Gerente general	Durante la etapa de construcción.	El agua será almacenada en tanques para evitar el desperdicio innecesario al momento de usarlo.

<b>BIOFÍSICO</b>	Agua	Generación de aguas residuales	El tratamiento adecuado de aguas hervidas mediante la compra de una mini planta de tratamiento.	\$6000	Contratista	Segunda semana de la etapa de operación	La compra de la mini planta nos será de ayuda para no generar un mayor impacto ambiental
		Vibraciones	Elegir maquinarias que cuente con suspensión de neumáticos y niveles mínimos de vibración		Arquitecto	2 a 3 semanas antes de la etapa de construcción.	A través de las maquinas evitaremos una fragilidad en el suelo.
	Suelo		Crear rutas para el desplazamiento				Generar un menor impacto en el suelo

	de las		Durante la etapa de	para así poder
	maquinarias y		construcción.	reutilizarlo en la
	evitar una gran	Contratista		ornamentación del
	erosión en el			área.
	suelo			
Perdida de la	Crear un			
fertilidad	cronograma para			
	el trabajo con			
	maquinaria			
	pesada			
Atmosfera	Generación de			
	gases			
	contaminantes en			
	el aire			

*Nota.* Fuente: elaborado por autores

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

En el quinto y último capítulo del proyecto de emprendimiento se realizara el estudio financiero de la hacienda turística Ñawi en la parroquia San Antonio de Pichincha, con la finalidad de determinar la factibilidad de la idea de negocio.

Este estudio describe los recursos económicos necesarios a partir de las inversiones y el capital de trabajo que incluye el contrato de trabajadores, salarios, materia prima, insumos, servicios básicos y otros, continuando con las fuentes de financiamiento y costos de capital, los estados financieros proyectados, el balance inicial, la tabla de amortización, flujo de caja en el primer año, análisis, evaluación del VAN y el TIR, se finalizara con el punto de equilibrio para el emprendimiento.

#### 5.1 Inversiones y capital de trabajo

##### 5.1.1 Capital de trabajo

**Tabla 46**

*Detalle del capital de trabajo*

Detalle	Valor total
Gastos de permisos	\$1.475,19
Materia prima para restaurante	\$3.197,58
Materiales e insumos	\$24.233,01
Maquinarias y equipos	\$12.028,96
Servicios básicos	\$2.909,52
Sueldos y salarios	\$4.756,72
Marketing y publicidad	\$6.384,96



<b>Total</b>	<b>\$54.985,94</b>
--------------	--------------------

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

### 5.1.2 Inversión total

**Tabla 47**

*Detalle de la inversión total del establecimiento*

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Terreno	\$80.000,00
Total de la construcción	\$183.167,79
Total del requerimiento por área	\$40.288,75
Total del capital de trabajo	\$54.985,94
<b>Total</b>	<b>\$328.150,60</b>

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

### 5.1.3 Fuentes de financiamiento y costo de capital

La idea de negocio tiene como base una inversión inicial de \$328.150,60 dólares, los mismos que serán financiados en un 54% por los socios en partes iguales y la parte restante se solicitará un crédito en una entidad financiera, donde, la adquisición de la hectárea de terreno para el proyecto asciende a \$80.000 dólares, una inversión individual por socio que corresponde a \$ 89.175,30 dólares. De este modo la inversión por parte de cada uno de los socios representa un total de \$178.150,60 dólares, los mismos que representan a un total del 54% de la inversión y la parte financiada mediante un crédito serán los \$150.000 dólares que corresponde al otro 46 % del total de la inversión, cumpliendo así el total de los \$328.150,60 dólares que sería el 100% del emprendimiento.

**Tabla 48***Detalle del plan de financiamiento*

<b>Detalle</b>	<b>Capital</b>	<b>Monto</b>
Socio A	Propio 27%	\$ 89.075,30
Socio B	Propio 27%	\$ 89.075,30
Bancos	Crédito financiero 46%	\$ 150.000
<b>Total</b>		<b>\$ 328.150,60</b>

*Nota.* Fuente: Elaborada por autores

## **5.2 Estados financieros proyectos: de situación inicial y de resultados**

### **5.2.1 Balance de situación inicial**

En el estado de situación inicial y los resultados obtenidos se va detallar el total de los activos, pasivos y patrimonios que integran al establecimiento turístico con la finalidad de iniciar su operación.

A continuación se detallan aspectos claves para la interpretación del balance de situación inicial.

#### **Activos**

El activo es aquello que integra los bienes y derechos de una empresa, estas pueden estar direccionadas a corto plazo que es alrededor de 1 años y largo plazo que sería más de 1 año, los mismos que al ser detallados y calculados dan al total del pasivo. Esta manejado de acuerdo a su liquidez de menor a mayor. (Martínez, 2010).

**Pasivos**

Los pasivos son obligaciones que la empresa tiene frente a sus financiadores, proveedores u otros, estos se manejan de acuerdo a la exigibilidad de menor a mayor (Martínez, 2010).

**Patrimonio**

El patrimonio está constituido por los bienes que sea tangibles o intangibles, estos son utilizados en los procesos productivos dentro de la empresa, también se compone de derechos y obligaciones que mantenga la empresa (Martínez, 2010).


**Aporte capital**

El aporte capital se basa en los bienes y derechos que los socios hayan otorgado para la actividad comercial, incluye los activos, pasivos, ingresos y egresos. (Fierro, 2015).

La hacienda turística Ñawi presenta en su balance de situación inicial un activo fijo valorado en \$263.169,90 dólares, en el activo circulante presenta un valor de \$64.953,66 dólares, cuya totalidad en activos son \$328.150,60 dólares. Así mismo presenta un pasivo a largo plazo de \$150.000 dólares, el mismo que será financiado mediante un crédito en una entidad financiera (BanEcuador), dentro del patrimonio que integran los bienes muebles, inmuebles y el aporte en efectivo está valorado en \$178.150,60 dólares, esta parte de inversión será financiada en su totalidad por parte de los socios del establecimiento.

**Figura 64**

*Detalle del balance inicial de la hacienda turística Ñawi*

			HACIENDA TURÍSTICA ÑAWI		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2023					
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
<u>Activo Circulante</u>			<u>Pasivo Circulante</u>		
Caja			Proveedores		
BANCOS		\$64.954	Prestamo al BanEcuador		
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$64.953,66</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>
<u>Activo Fijo</u>			<u>Pasivo a Largo Plazo</u>		
Terrenos		\$80.000	Prestamo al BanEcuador		\$150.000,0
Edificios/construcciones		\$61.259			
Mobiliario		\$98.131	<u>Documentos por pagar a largo plazo</u>		
Maquinaria y Equipos		\$21.219	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>
Equipos de cómputo		\$2.559,00			
Gastos de instalación		\$0			
Papelaría y útiles		\$29			
Propaganda o publicidad		\$0,00			
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$263.196,9</b>			
<u>Otros activos</u>			<b>SUMA DEL PASIVO</b>		
Rentas pagadas por anticipado		\$0		<b>\$150.000</b>	45,7%
Derechos de marca de empresa		\$0			
<b>Total Otros Activos</b>		<b>\$0</b>			
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$328.150,6</b>			
			<b>PATRIMONIO</b>		
			BIENES INMUEBLES		\$80.000,0
			BIENES MUEBLES		\$0,0
			APORTE EN EFECTIVO		\$98.150,6
			<b>Total Capital contable</b>		<b>\$178.151</b>
					54,3%
			<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$178.150,6</b>
			<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$328.150,6</b>
					100%
<b>ACTIVOS = PASIVOS + PATRIMONIO</b>					

*Nota.* Fuente: elaborado por autores basado en la plantilla de trabajo para alojamientos turísticos en Turismo

### 5.2.2 Tabla de amortización

En la tabla de amortización se muestra el capital financiado por BanEcuador, cuyo monto es de \$150.000 dólares al 12% de la tasa anual, el plazo de pago para el establecimiento es de 120 meses (10 años) cuya tasa mensual es del 1% y su pago mensual es de \$2.156,02 dólares.

### Figura 65

*Detalle de amortización de los primeros 60 meses*

		Plazo (Meses)	Saldo insoluto	Pago mensual tota	Capital	Intereses		
Plazo	120	1	\$149.347,94	\$2.152,06	\$652,06	1.500,00	0,00	\$2.152,06
Monto	150.000	2	\$148.689,35	\$2.152,06	\$658,58	1.493,48	0,00	
Tasa anual	12,00%	3	\$148.024,18	\$2.152,06	\$665,17	1.486,89	0,00	
		4	\$147.352,36	\$2.152,06	\$671,82	1.480,24	0,00	
		5	\$146.673,82	\$2.152,06	\$678,54	1.473,52	0,00	
Tasa mensual	1,00%	6	\$145.988,49	\$2.152,06	\$685,33	1.466,74	0,00	
Pago mensual	\$2.152,06	7	\$145.296,31	\$2.152,06	\$692,18	1.459,88	0,00	
		8	\$144.597,21	\$2.152,06	\$699,10	1.452,96	0,00	
		9	\$143.891,12	\$2.152,06	\$706,09	1.445,97	0,00	
		10	\$143.177,97	\$2.152,06	\$713,15	1.438,91	0,00	
		11	\$142.457,68	\$2.152,06	\$720,28	1.431,78	0,00	
		12	\$141.730,19	\$2.152,06	\$727,49	1.424,58	0,00	
		13	\$140.995,43	\$2.152,06	\$734,76	1.417,30	0,00	
		14	\$140.253,32	\$2.152,06	\$742,11	1.409,95	0,00	
		15	\$139.503,79	\$2.152,06	\$749,53	1.402,53	0,00	
		16	\$138.746,76	\$2.152,06	\$757,03	1.395,04	0,00	
		17	\$137.982,17	\$2.152,06	\$764,60	1.387,47	0,00	
		18	\$137.209,92	\$2.152,06	\$772,24	1.379,82	0,00	
		19	\$136.429,96	\$2.152,06	\$779,96	1.372,10	0,00	
		20	\$135.642,20	\$2.152,06	\$787,76	1.364,30	0,00	
		21	\$134.846,55	\$2.152,06	\$795,64	1.356,42	0,00	
		22	\$134.042,95	\$2.152,06	\$803,60	1.348,47	0,00	
		23	\$133.231,32	\$2.152,06	\$811,63	1.340,43	0,00	
		24	\$132.411,57	\$2.152,06	\$819,75	1.332,31	0,00	
		25	\$131.583,62	\$2.152,06	\$827,95	1.324,12	0,00	
		26	\$130.747,39	\$2.152,06	\$836,23	1.315,84	0,00	
		27	\$129.902,80	\$2.152,06	\$844,59	1.307,47	0,00	
		28	\$129.049,77	\$2.152,06	\$853,04	1.299,03	0,00	
		29	\$128.188,20	\$2.152,06	\$861,57	1.290,50	0,00	
		30	\$127.318,02	\$2.152,06	\$870,18	1.281,88	0,00	
		31	\$126.439,13	\$2.152,06	\$878,88	1.273,18	0,00	
		32	\$125.551,46	\$2.152,06	\$887,67	1.264,39	0,00	
		33	\$124.654,91	\$2.152,06	\$896,55	1.255,51	0,00	
		34	\$123.749,39	\$2.152,06	\$905,52	1.246,55	0,00	
		35	\$122.834,82	\$2.152,06	\$914,57	1.237,49	0,00	
		36	\$121.911,11	\$2.152,06	\$923,72	1.228,35	0,00	
		37	\$120.978,16	\$2.152,06	\$932,95	1.219,11	0,00	
		38	\$120.035,87	\$2.152,06	\$942,28	1.209,78	0,00	
		39	\$119.084,17	\$2.152,06	\$951,71	1.200,36	0,00	
		40	\$118.122,94	\$2.152,06	\$961,22	1.190,84	0,00	
		41	\$117.152,11	\$2.152,06	\$970,83	1.181,23	0,00	
		42	\$116.171,57	\$2.152,06	\$980,54	1.171,52	0,00	
		43	\$115.181,22	\$2.152,06	\$990,35	1.161,72	0,00	
		44	\$114.180,97	\$2.152,06	\$1.000,25	1.151,81	0,00	
		45	\$113.170,71	\$2.152,06	\$1.010,25	1.141,81	0,00	
		46	\$112.150,35	\$2.152,06	\$1.020,36	1.131,71	0,00	
		47	\$111.119,79	\$2.152,06	\$1.030,56	1.121,50	0,00	
		48	\$110.078,93	\$2.152,06	\$1.040,87	1.111,20	0,00	
		49	\$109.027,65	\$2.152,06	\$1.051,27	1.100,79	0,00	
		50	\$107.965,87	\$2.152,06	\$1.061,79	1.090,28	0,00	
		51	\$106.893,46	\$2.152,06	\$1.072,41	1.079,66	0,00	
		52	\$105.810,33	\$2.152,06	\$1.083,13	1.068,93	0,00	
		53	\$104.716,37	\$2.152,06	\$1.093,96	1.058,10	0,00	
		54	\$103.611,47	\$2.152,06	\$1.104,90	1.047,16	0,00	
		55	\$102.495,52	\$2.152,06	\$1.115,95	1.036,11	0,00	
		56	\$101.368,41	\$2.152,06	\$1.127,11	1.024,96	0,00	
		57	\$100.230,03	\$2.152,06	\$1.138,38	1.013,68	0,00	
		58	\$99.080,27	\$2.152,06	\$1.149,76	1.002,30	0,00	
		59	\$97.919,00	\$2.152,06	\$1.161,26	990,80	0,00	
		60	\$96.746,13	\$2.152,06	\$1.172,87	979,19	0,00	

*Nota.* Fuente: elaborado por autores basado en la plantilla de trabajo para alojamientos turísticos en Turismo

**Figura 66***Detalle de la tabla de amortización de los 60 meses siguientes*

61	\$95.561,53	\$2.152,06	\$1.184,60	967,46	0,00
62	\$94.365,08	\$2.152,06	\$1.196,45	955,62	0,00
63	\$93.156,66	\$2.152,06	\$1.208,41	943,65	0,00
64	\$91.936,17	\$2.152,06	\$1.220,50	931,57	0,00
65	\$90.703,46	\$2.152,06	\$1.232,70	919,36	0,00
66	\$89.458,43	\$2.152,06	\$1.245,03	907,03	0,00
67	\$88.200,96	\$2.152,06	\$1.257,48	894,58	0,00
68	\$86.930,90	\$2.152,06	\$1.270,05	882,01	0,00
69	\$85.648,15	\$2.152,06	\$1.282,76	869,31	0,00
70	\$84.352,56	\$2.152,06	\$1.295,58	856,48	0,00
71	\$83.044,02	\$2.152,06	\$1.308,54	843,53	0,00
72	\$81.722,40	\$2.152,06	\$1.321,62	830,44	0,00
73	\$80.387,56	\$2.152,06	\$1.334,84	817,22	0,00
74	\$79.039,37	\$2.152,06	\$1.348,19	803,88	0,00
75	\$77.677,70	\$2.152,06	\$1.361,67	790,39	0,00
76	\$76.302,41	\$2.152,06	\$1.375,29	776,78	0,00
77	\$74.913,37	\$2.152,06	\$1.389,04	763,02	0,00
78	\$73.510,44	\$2.152,06	\$1.402,93	749,13	0,00
79	\$72.093,48	\$2.152,06	\$1.416,96	735,10	0,00
80	\$70.662,35	\$2.152,06	\$1.431,13	720,93	0,00
81	\$69.216,91	\$2.152,06	\$1.445,44	706,62	0,00
82	\$67.757,02	\$2.152,06	\$1.459,90	692,17	0,00
83	\$66.282,52	\$2.152,06	\$1.474,49	677,57	0,00
84	\$64.793,28	\$2.152,06	\$1.489,24	662,83	0,00
85	\$63.289,15	\$2.152,06	\$1.504,13	647,93	0,00
86	\$61.769,98	\$2.152,06	\$1.519,17	632,89	0,00
87	\$60.235,62	\$2.152,06	\$1.534,36	617,70	0,00
88	\$58.685,91	\$2.152,06	\$1.549,71	602,36	0,00
89	\$57.120,70	\$2.152,06	\$1.565,21	586,86	0,00
90	\$55.539,85	\$2.152,06	\$1.580,86	571,21	0,00
91	\$53.943,18	\$2.152,06	\$1.596,67	555,40	0,00
92	\$52.330,55	\$2.152,06	\$1.612,63	539,43	0,00
93	\$50.701,79	\$2.152,06	\$1.628,76	523,31	0,00
94	\$49.056,74	\$2.152,06	\$1.645,05	507,02	0,00
95	\$47.395,25	\$2.152,06	\$1.661,50	490,57	0,00
96	\$45.717,13	\$2.152,06	\$1.678,11	473,95	0,00
97	\$44.022,24	\$2.152,06	\$1.694,89	457,17	0,00
98	\$42.310,40	\$2.152,06	\$1.711,84	440,22	0,00
99	\$40.581,44	\$2.152,06	\$1.728,96	423,10	0,00
100	\$38.835,19	\$2.152,06	\$1.746,25	405,81	0,00
101	\$37.071,48	\$2.152,06	\$1.763,71	388,35	0,00
102	\$35.290,13	\$2.152,06	\$1.781,35	370,71	0,00
103	\$33.490,96	\$2.152,06	\$1.799,16	352,90	0,00
104	\$31.673,81	\$2.152,06	\$1.817,15	334,91	0,00
105	\$29.838,48	\$2.152,06	\$1.835,33	316,74	0,00
106	\$27.984,80	\$2.152,06	\$1.853,68	298,38	0,00
107	\$26.112,59	\$2.152,06	\$1.872,22	279,85	0,00
108	\$24.221,65	\$2.152,06	\$1.890,94	261,13	0,00
109	\$22.311,80	\$2.152,06	\$1.909,85	242,22	0,00
110	\$20.382,86	\$2.152,06	\$1.928,95	223,12	0,00
111	\$18.434,62	\$2.152,06	\$1.948,24	203,83	0,00
112	\$16.466,90	\$2.152,06	\$1.967,72	184,35	0,00
113	\$14.479,51	\$2.152,06	\$1.987,40	164,67	0,00
114	\$12.472,24	\$2.152,06	\$2.007,27	144,80	0,00
115	\$10.444,90	\$2.152,06	\$2.027,34	124,72	0,00
116	\$8.397,28	\$2.152,06	\$2.047,62	104,45	0,00
117	\$6.329,19	\$2.152,06	\$2.068,09	83,97	0,00
118	\$4.240,42	\$2.152,06	\$2.088,77	63,29	0,00
119	\$2.130,76	\$2.152,06	\$2.109,66	42,40	0,00
120	\$0,00	\$2.152,06	\$2.130,76	21,31	0,00

*Nota.* Fuente: elaborado por autores basado en la plantilla de trabajo para alojamientos turísticos en Turismo

### 5.2.3 Costo de capital

En la siguiente tabla se detalla el costo capital donde la tasa pasiva referencial en el 2023 se registró el 8,00% para el capital propio, mientras que para el capital financiado registro el 12%, donde el costo del capital de inversión representa el 9,82%.

El capital de inversión es de \$328.150,6 siendo así la participación del 100%, el capital propio está valorado en \$178.150,60 dólares, representa el 54% del total de la inversión y el capital financiado cubre los \$ 150.000 dólares correspondientes a los 46% de participación.

#### Figura 67

##### Detalle del costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	
INVERSIÓN	\$ 328.150,60	100%		9,83%	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN  <b>9,828%</b>
IMPUESTO A LA RENTA				<b>0%</b>	
CAPITAL PROPIO	\$178.150,60	54%	8,00%	4,34%	
FINANCIAMIENTO	\$150.000,00	46%	12,00%	5,49%	
TASA DE PAGO					

*Nota.* Fuente: elaborado por autores basado en la plantilla de trabajo para alojamientos turísticos en Turismo

### 5.2.4 Flujo de caja en el primero año.

En el flujo de caja del año inicial se detallan los ingresos y egresos mensuales del establecimiento considerando el 20% de incremento para las habitaciones y 65% para el restaurante, donde el total del ingreso anual asciendo a los \$3802.788,25 dólares, siendo 31.233 el total de unidades vendidas, mientras que el egreso anual considerando los costos fijos y variables está valorado en los \$284.590,76 dólares, por lo tanto en el primer año el establecimiento presenta un flujo de caja de \$ 103.504,35 dólares y un flujo acumulado de \$98.189,49 dólares.

**Figura 68**

*Detalle del flujo de caja en el primer año*

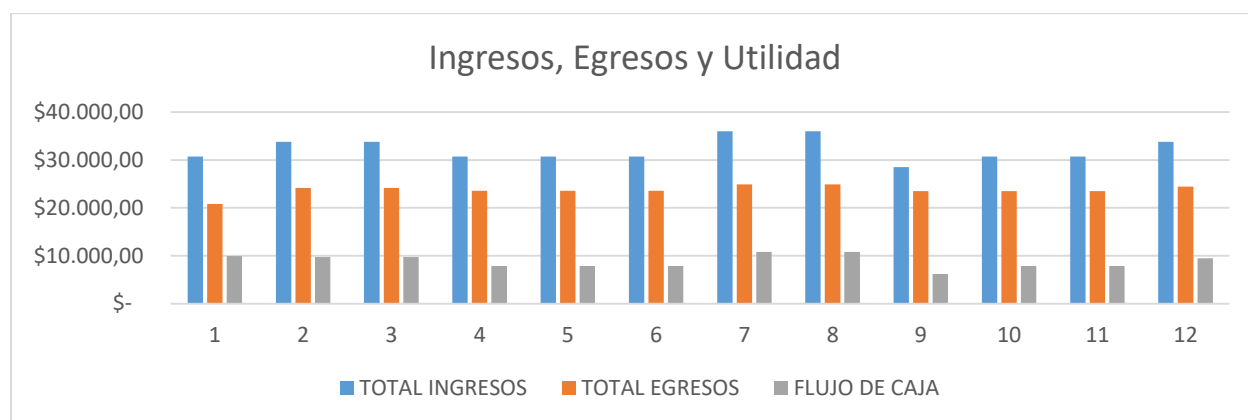
CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1																			
VENTA SEMANAL		4																	
INGRESOS	Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL	Unidades V.			
			20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%					
Habitación simple (5)	\$ 90,00	150	\$ 2.700,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 3.375,00	\$ 35.775,00	398			
Habitación doble (5)	\$ 120,00	150	\$ 3.600,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 4.500,00	\$ 47.700,00	398			
Habitación triple (5)	\$ 200,00	150	\$ 6.000,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 7.500,00	\$ 79.500,00	398			
Desayunos	\$ 11,37	750	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 4.263,75	\$ 4.263,75	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 3.837,38	\$ 46.901,25	4125			
Entradas	\$ 8,08	750	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 3.030,00	\$ 3.030,00	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 2.727,00	\$ 33.330,00	4125			
Platos fuertes	\$ 10,65	900	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 4.792,50	\$ 4.792,50	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 4.313,25	\$ 52.717,50	4950			
Postres	\$ 6,02	750	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 2.257,50	\$ 2.257,50	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 2.031,75	\$ 24.832,50	4125			
Jugos	\$ 1,98	900	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 891,00	\$ 891,00	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 801,90	\$ 9.801,00	4950			
Bebidas	\$ 3,98	900	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 1.611,90	\$ 19.701,00	4950			
Entradas piscinas y otros	\$ 10,00	250	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 28.750,00	2875			
Alquiler de canchas	\$ 15,00	25	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 4.500,00	300			
alquiler de zona camping	\$ 10,00	24	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00				
		TOTAL INGRE	\$ 30.738,18	\$ 33.813,18	\$ 33.813,18	\$ 30.738,18	\$ 30.738,18	\$ 30.738,18	\$ 36.015,75	\$ 36.015,75	\$ 28.488,18	\$ 30.738,18	\$ 30.738,18	\$ 33.813,18	\$ 386.388,25				
<b>EGRESOS</b>																	costos fijos	costos variables	
Costo hab simple			\$ 540,00	\$ 675,00	\$ 675,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 675,00	\$ 675,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 675,00	\$ 7.155,00	V		7155	
Costo hab doble			\$ 720,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 900,00	\$ 9.540,00	V		9540	
Costo hab triple			\$ 1.200,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.500,00	\$ 15.900,00	V		15900	
Costo Desayunos			\$ 1.151,21	\$ 1.918,69	\$ 1.918,69	\$ 1.918,69	\$ 1.918,69	\$ 1.918,69	\$ 2.131,88	\$ 2.131,88	\$ 1.918,69	\$ 1.918,69	\$ 1.918,69	\$ 1.918,69	\$ 22.683,15	V		22683,15	
Costo Entradas			\$ 818,10	\$ 1.363,50	\$ 1.363,50	\$ 1.363,50	\$ 1.363,50	\$ 1.363,50	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.363,50	\$ 1.363,50	\$ 1.363,50	\$ 1.363,50	\$ 16.119,60	V		16119,6	
Costo Fuertes			\$ 1.293,98	\$ 2.156,63	\$ 2.156,63	\$ 2.156,63	\$ 2.156,63	\$ 2.156,63	\$ 2.396,25	\$ 2.396,25	\$ 2.156,63	\$ 2.156,63	\$ 2.156,63	\$ 2.156,63	\$ 25.496,10	V		25496,1	
Costo postres			\$ 609,53	\$ 1.015,88	\$ 1.015,88	\$ 1.015,88	\$ 1.015,88	\$ 1.015,88	\$ 1.128,75	\$ 1.128,75	\$ 1.015,88	\$ 1.015,88	\$ 1.015,88	\$ 1.015,88	\$ 12.009,90	v		12009,9	
Costo jugos			\$ 240,57	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 445,50	\$ 445,50	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 400,95	\$ 4.740,12	v		4740,12	
Manejo			\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00	f		1800	
Sueldos y salarios			\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 8.105,95	\$ 97.271,40	F		97271,4	
Permisos														\$ 308,49	\$ 308,49	F		308,49	
Publicidad			\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 1.064,00	\$ 12.768,00	F		12768	
Servicios Básicos			\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 3.120,00	F		3120	
Intereses del préstamo			\$ 1.500,00	\$ 1.493,48	\$ 1.486,89	\$ 1.480,24	\$ 1.473,52	\$ 1.466,74	\$ 1.459,88	\$ 1.452,96	\$ 1.445,97	\$ 1.438,91	\$ 1.431,78	\$ 1.424,58	\$ 17.554,96				
Depreciaciones			\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 38.132,04				
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>TOTAL EGRES</b>	\$ 20.831,00	\$ 24.181,74	\$ 24.175,15	\$ 23.553,50	\$ 23.546,78	\$ 23.540,00	\$ 24.909,88	\$ 24.902,96	\$ 23.519,23	\$ 23.512,17	\$ 23.505,04	\$ 24.421,32	\$ 284.598,76		115267,89	113643,87	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>			\$ 9.907,17	\$ 9.631,44	\$ 9.638,02	\$ 7.184,68	\$ 7.191,39	\$ 7.198,18	\$ 11.105,87	\$ 11.112,79	\$ 4.968,95	\$ 7.226,01	\$ 7.233,14	\$ 9.391,85	\$ 101.789,49				
<b>Impuestos</b>			\$ 2.476,79	\$ 2.407,86	\$ 2.409,51	\$ 1.796,17	\$ 1.797,85	\$ 1.799,54	\$ 2.776,47	\$ 2.778,20	\$ 1.242,24	\$ 1.806,50	\$ 1.808,28	\$ 2.347,96	\$ 25.447,37				
<b>Utilidad después de impuestos</b>			\$ 7.430,38	\$ 7.223,58	\$ 7.228,52	\$ 5.388,51	\$ 5.393,55	\$ 5.398,63	\$ 8.329,40	\$ 8.334,59	\$ 3.726,71	\$ 5.419,50	\$ 5.424,85	\$ 7.043,89	\$ 76.342,11				
Ajuste depreciación			\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 3.177,67	\$ 38.132,04				
pago capital del préstamo			\$ 652,06	\$ 658,58	\$ 665,17	\$ 671,82	\$ 678,54	\$ 685,33	\$ 692,18	\$ 699,10	\$ 706,09	\$ 713,15	\$ 720,28	\$ 727,49	\$ 8.269,81				
<b>FLUJO DE CAJA</b>		<b>FLUJO DE CA</b>	\$ 9.955,99	\$ 9.742,66	\$ 9.741,02	\$ 7.894,35	\$ 7.892,67	\$ 7.890,98	\$ 10.814,89	\$ 10.813,16	\$ 6.198,29	\$ 7.884,02	\$ 7.882,24	\$ 9.494,07	\$ 106.204,35				
				-2%	0%	-19%	0%	0%	37%	0%	-43%	27%	0%	20%					
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			\$ 9.955,99	\$ 19.698,65	\$ 29.439,67	\$ 37.334,02	\$ 45.226,70	\$ 53.117,67	\$ 63.932,57	\$ 74.745,73	\$ 80.944,02	\$ 88.828,04	\$ 96.710,28	\$ 106.204,35	\$ 101.789,49				

*Nota.* Fuente: elaborado por autores basado en la plantilla de trabajo para alojamientos turisticos en Turismo



**Figura 69**

*Grafica de los ingresos, egresos y flujo de caja mensual durante el primer año*



*Nota.* Fuente: elaborado por autores basado en la plantilla de trabajo para alojamientos turísticos en Turismo

#### **5.2.4 Flujo de caja proyección a 5 años.**

La proyección para los 5 años está basado en los datos de acuerdo al año 1, tomando en cuenta factores relevantes como la tasa de inflación anual y el costo de capital.

Esta proyección muestra que la tasa interna de retorno con referencia al porcentaje del costo capital alcanza el 19,48%, determinando así la factibilidad del proyecto de emprendimiento.

Dentro del detalle del flujo de caja proyectado para los 5 años se encuentran los ingresos con un total de \$483.626,17 dólares, los egresos con un total de \$ 359.570,63 dólares, constituyendo el flujo de caja un valor total de \$124.055,55 dolores respectivamente.

**Figura 70**

*Detalle del flujo de caja proyección a 5 años*

	Incrmento anual	6,02%
	Costo de capital	9,83%
	Inversión	\$ 328.150,60
	VAN	\$ 167.755,36
	TIR	26,53%

	Año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	\$ 386.388,25	\$ 409.648,82	\$ 434.309,68	\$ 460.455,12	\$ 488.174,52
		6%	6%	6%	6%
Egresos	\$ 284.598,76	\$ 292.752,55	\$ 301.953,75	\$ 311.626,09	\$ 321.794,61
		3%	3%	3%	3%
Flujo de caja	\$ 101.789,49	\$ 116.896,27	\$ 132.355,93	\$ 148.829,03	\$ 166.379,92

DATOS PARA LA TI-\$	328.150,60	\$ 101.789,49	\$ 116.896,27	\$ 132.355,93	\$ 148.829,03	\$ 166.379,92
		\$ 101.789,49	\$ 218.685,76	\$ 351.041,69	\$ 499.870,72	\$ 666.250,64

*Nota.* Fuente: elaborado por autores basado en la plantilla de trabajo para alojamientos turísticos en Turismo

## 5.2.7 Análisis y evaluación financiera VAN y TIR

### 5.2.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto ayuda a determinar la factibilidad económica de un proyecto, este valor es igual al desembolso de la inversión inicial más el valor de los flujos proyectados. Para determinar la rentabilidad del proyecto se debe tomar en cuenta que el VAN sea un valor positivo o mayor a cero, sin embargo, si el VAN es igual a cero el proyecto no genera ni pérdidas, ni ganancias, si el VAN es un valor es negativo el proyecto no es factible y deberían reducirse los montos de inversión inicial (Brun, 2023).

### Figura 71

*Detalle de la fórmula del VAN, VNA, VPN.*

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

*Nota.* Fuente: (Velayos, 2020).

Según (Velayos, 2020) el VAN está compuesto de la siguiente manera.

**Ft** son los flujos de dinero en cada periodo t

**I 0** es la inversión realiza en el momento inicial ( t = 0 )

**n** es el número de periodos de tiempo

**k** es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

#### **Tabla 49**

*Detalle del VAN de la hacienda turística Ñawi*

<b>Incremento anual</b>	<b>6,02%</b>
<b>Costo de capital</b>	9,83%
<b>Inversión</b>	\$ 328.150,60
<b>VAN</b>	\$ 167.755,36
<b>TIR</b>	26,53%

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

En base a los datos generados en los cálculos de valor actual neto para la hacienda turística Ñawi se refleja una cantidad mayor a cero que representa los \$ 167.755,36 dólares con un incremento anual del 6,02% respectivamente. De este modo se puede determinar que el proyecto de emprendimiento es rentable y factible.

#### **5.2.7.2 Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno consiste en determinar la factibilidad del proyecto de inversión. En este punto muestra el porcentaje de beneficio o pérdida que genera la empresa mediante su inversión (Sevilla, 2020).

Según (Sevilla, 2020) el tir se interpreta de la siguiente manera.

Si  $TIR > k$ , el proyecto de inversión será aceptado. En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.

Si  $TIR = k$ , estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero. En esta situación, la inversión podrá llevarse a cabo si mejora la posición competitiva de la empresa y no hay alternativas más favorables.

Si  $TIR < k$ , el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión.

**Tabla 50**

*Detalle del cálculo del TIR*

<b>Incremento anual</b>	<b>6,02%</b>
<b>Costo de capital</b>	9,83%
<b>Inversión</b>	\$ 328.150,60
<b>VAN</b>	\$ 167.755,36
<b>TIR</b>	26,53%

*Nota.* Fuente: elaborada por autores

La tasa interna de retorno de la hacienda turística Ñawi refleja el 26,53% superando al porcentaje del costo de capital, de este modo se puede determinar la viabilidad para el proyecto de emprendimiento.

### **5.2.8 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se define como la rentabilidad de la empresa, es decir, en este punto la empresa tiene ingresos y gastos similares, puede cubrir el costo de venta de los productos ofertados.

En la hacienda turística Ñawi el punto de equilibrio estimado es en el segundo año, como se detalla en los siguientes cálculos.



## CONCLUSIONES

- ✓ La hacienda turística Ñawi será un establecimiento con enfoque rústico ubicado en la parroquia San Antonio de Pichincha, Quito, Ecuador y su finalidad será brindar servicios de alojamiento, alimentación basada en cocina ecuatoriana y los complementos necesarios para que la estadía en el lugar sea satisfactoria. Además, se tomó en cuenta varias características idóneas para la potencialización del turismo en la zona que incluyen servicios básicos, atractivos naturales y potenciales paisajísticos para la implementación de este tipo de alojamiento.
- ✓ Dentro del estudio de mercado se logró identificar los potenciales consumidores cuyos intereses son de viajar por turismo, por gastronomía, diversión o descanso ya sea en familia o amigos, además tienen preferencias de visita a sitios naturales o turísticos, los mismos que en su mayoría provienen de la ciudad de Quito, que comprenden las edades entre los 30-59 años, cuyos ingresos están sobre los \$450 dólares mensuales. Además, se detalló la propuesta mercadológica, el diseño de la marca, slogan, los colores y el material publicitario como las páginas de Facebook, Instagram, Tik tok, WhatsApp Buisnes y la página web respectivamente.
- ✓ Mediante el estudio técnico-administrativo se detalló el diseño planímetro cuya área de construcción es de 2077,6 metros cuadrados, con capacidad para 90 personas ya que cuenta con 15 habitaciones de diferentes plazas y un amplio restaurante abierto a todo público. También, se realizó el diseño los productos a ofertar como el tipo de alimentación con su respectiva carta, las zonas húmedas y los espacios de recreación dentro del establecimiento. Además, se detalló la misión, visión, valores, políticas del establecimiento y su respectivo organigrama. El

establecimiento será constituido como una compañía de responsabilidad limitada, de acuerdo a la ley de compañías.

- ✓ A partir del estudio ambiental se identificó diversos factores que causan un gran impacto al medio ambiente, dentro de los aspectos positivos más sobresalientes están la generación de empleo en la parroquia, el incremento de la vida comercial y aumento de nivel del atractivo turístico existente en la zona, mientras que como efectos negativos más dañinos se identificó la alteración del paisaje natural, generación del ruido durante la construcción y generación de gases residuales. Para ello se elaboró un plan de mitigación donde las medidas a optar serán el manejo adecuado de las aguas hervidas, creación de rutas para el desplazamiento de las maquinarias y elección de las maquinas con niveles mínimos de vibración.
- ✓ Para el desarrollo del proyecto se requiere una inversión total de \$328.150,60 dólares, los mismos que serán cubiertos en un 54% por parte de los socios con un valor de \$89.075,30 dólares cada socio y el 46% por parte de un crédito financiero con un valor de \$150.000 dólares. El costo de capital para el proyecto es de 9,82%. La proyección está determinada para los 5 años, donde el año de equilibrio estimado es el segundo, debido a que en este año se supera el valor de la inversión mediante las ventas. Los datos para el VAN es de \$167.755,36 valor positivo y para la TIR es del 26,53% aspecto positivo que demuestran la rentabilidad del proyecto. Estos valores ayudarán a establecerse en el mercado durante y después del inicio de su funcionamiento.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Para establecer una idea de negocio es importante tener conocimiento de la problemática actual del lugar, determinar la zona donde va a implementarse este plan, conocer o verificar todas las potencialidades turísticas que se encuentran establecidas en el lugar y de esta manera poder realizar un emprendimiento que genere recursos económicos mediante la actividad turística.
- ✓ Para elaborar un estudio de mercado es necesario realizar un diseño de investigación tomando en cuenta factores necesarios como la segmentación geográfica, demográfica y más, las mismas que son útiles para el desarrollo de la idea de negocio, de esta manera se podrá obtener la información adecuada para la oferta de productos y servicios que vayan acorde a las necesidades del mercado investigado con la finalidad de satisfacerlos.
- ✓ Es importante realizar un estudio técnico-administrativo antes de implementar el negocio, de este modo se podrá visualizar las características necesarias para el desarrollo adecuado del emprendimiento, además ayudara a detallar los espacios y recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- ✓ Es imprescindible realizar un estudio ambiental, el mismo que ayudara a disminuir los impactos dañinos durante y después de la ejecución del proyecto, puesto que cualquier idea de negocio debe incentivar al cuidado y protección de los recursos naturales. Para ello también es importante incluir un plan de mitigación con la finalidad de contrarrestar los daños a ocasionar.
- ✓ Para realizar un estudio financiero es recomendable manejar valores y datos reales vigentes o disponibles actualmente, los mismos que deben ir de la mano con el



estudio técnico; de este modo se podrán tomar decisiones a corto plazo entorno a las inversiones y finanzas, minimizando los riesgos, evitando falencias en la logística, maximizando potencialidades y garantizando el adecuado funcionamiento del establecimiento turístico.

## BIBLIOGRAFÍA

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. (2023). *Gob. ec ( Portal único de trámites ciudadanos)*. Obtenido de Gob. ec ( Portal único de trámites ciudadanos): <https://www.gob.ec/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>
- Admin. (2022). *Instrumentos de Investigación – Características, Tipos y Ejemplos*. Obtenido de <https://tiposinvestigacion.com/instrumentos-investigacion/>
- AHOTEC. (11 de Julio de 2023). Obtenido de <http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=54&idiom=1>
- Barg, E. (2018). *Modelo de Negocios*. Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria.
- Brandemia . (18 de 05 de 2023). *Brandemia*. Obtenido de Brandemia: <https://brandemia.org/logo-tik-tok#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20significa%20Tik%20Tok%20en,en%20compartir%20peque%C3%B1os%20clips%20musicales>.
- Brun, J. (2023). *Diccionario de Economía* . Obtenido de Diccionario de Economía : <https://www.economista.es/diccionario-de-economia/riesgo-del-van>
- Coll, F. (01 de 08 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-leopold.html#:~:text=La%20matriz%20de%20Leopold%20es,se%20llevar%C3%A1%20a%20la%20pr%C3%A1ctica>
- Conagopare Pichincha 2023. (2023). *Conagopare Pichincha* . Obtenido de Conagopare Pichincha : <https://www.conagoparepichincha.gob.ec/cantones/quito/san-antonio-de-pichincha>

- Cruz, D. I. (30 de 06 de 2021). *Nueva ISO 14001*. Obtenido de Nueva ISO 14001:  
<https://www.nueva-iso-14001.com/2021/07/matriz-leopold-de-causa-y-efecto-para-la-deteccion-de-aspectos-e-impactos-ambientales/>
- E. (23 de 03 de 2015). *EcuadorLegalOnline*. Obtenido de EcuadorLegalOnline:  
<http://www.ecuadorlegalonline.com/sri/persona-natural/>
- Ecuador, E. L. (18 de 06 de 2021). *Biz Latin Hub*. Obtenido de Biz Latin Hub:  
<https://www.bizlatinhub.com/es/principales-tipos-de-companias-en-ecuador-2/>
- El Universo. (s.f.). *El Universo*. Obtenido de El Universo:  
<https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/quito-mitad-del-mundo-centro-historico-turismo-pospandemia-nota/>
- El Universo. (s.f.). *EL UNIVERSO. El mayor diario nacional*. Obtenido de EL UNIVERSO. El mayor diario nacional: <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/quito-mitad-del-mundo-centro-historico-turismo-pospandemia-nota/>
- Enciclopedia del Ecuador. (s.f.). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de Enciclopedia del Ecuador: <https://www.encyclopediadelecuador.com/provincia-del-pichincha/>
- Equipo editorial, Etecé. (2018). *Enciclopedia Humanidades* . Obtenido de Enciclopedia Humanidades : <https://humanidades.com/ecuador/>
- Fierro, Á. (2015). *Contabilidad General con enfoque NIIF para las pymes( 5ta. ed)*. Bogotá : Ecoe Ediciones.
- Galán, J. S. (02 de 03 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/sociedad-de-responsabilidad-limitada.html>
- Galiana, P. (14 de 05 de 2021). *IEBS*. Obtenido de IEBS:  
<https://www.iebschool.com/blog/significado-colores-inbound->

marketing/#:~:text=entusiasmo%20y%20creatividad.-

,Psicolog%C3%ADa%20del%20color%20negro,se%20usa%20con%20demasiada%20frecuencia.

Gráfica . (16 de 06 de 2016). *gráfica*. Obtenido de gráfica: [https://graffica.info/bukhari-script-la-amable-tipografia-monolinea-y-](https://graffica.info/bukhari-script-la-amable-tipografia-monolinea-y-gratuita/#:~:text=La%20Bukhari%20Script%2C%20una%20tipograf%C3%ADa,por%20un%20rat%C3%B3n%20de%20ordenador.)

gratuita/#:~:text=La%20Bukhari%20Script%2C%20una%20tipograf%C3%ADa,por%20un%20rat%C3%B3n%20de%20ordenador.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (Primera Edición ed.). MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.

MARKETINGSCHOOL, E. B. (2018). EMPRENDIMIENTO DIGITAL. *Esic*. Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/modelo-lean-startup-que-es-y-para-que-sirve>

Martínez, R. (2010). *Manual de contabilidad para empresas turísticas: adaptado al plan general de contabilidad 2008 para PYMES*. Madrid: Editorial Tébar Flores.

Ministerio de Turismo. (22 de 05 de 2015). *Gobierno de la República del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/san-antonio-de-pichincha-un-singular-destino-turistico-en-el-centro-del-planeta/#>

Ministerio de Turismo. (2023). *Gob. ec (Portal único de trámites ciudadanos)*. Obtenido de Gob. ec (Portal único de trámites ciudadanos): <https://www.gob.ec/mintur>

MundoCuentas . (s.f ). *MundoCuentas* . Obtenido de <https://www.mundocuentas.com/c/redes-sociales/instagram/>

- Ñaupas, H., Valdivia, M. R., & Jesús Josefa Palacios Vilela, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5a. Edición ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation*. Barcelona, España: Centro Libros PAPP, S. L. U.
- Pereira, C. (19 de 09 de 2022). *mundocuentas*. Obtenido de mundocuentas: <https://www.mundocuentas.com/facebook/>
- Prefectura de Pichincha. (30 de 08 de 2017). *Prefectura de Pichincha*. Obtenido de Prefectura de Pichincha: <https://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/95-informacion-general>
- Prefectura de Pichincha. (29 de 08 de 2017). *Prefectura de Pichincha*. Obtenido de Prefectura de Pichincha: <https://www.pichincha.gob.ec/la-institucion/filosofia-institucional/107-districto-metropolitano-de-quito?layout=edit>
- Revista Maxi. (2021). *REVISTA LA VIDA AL MÁXIMO MAXI ONLINE*. Obtenido de REVISTA LA VIDA AL MÁXIMO MAXI ONLINE: <https://www.maxionline.ec/recetas/llapingachos-con-chorizo/>
- Sevilla, A. (1 de 03 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Uribe, V. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Bogotá: Editorial Uniagustiniana.
- Vásquez, D. (2019). *MUESTREO PROBABILÍSTICO Y NO PROBABILÍSTICO*. Universidad del ITSMO.

Velayos, V. (01 de 03 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

vez, C. t.-H. (17 de 06 de 2021). *Issuu*. Obtenido de Issuu:  
[https://issuu.com/alisonortiz0810/docs/cat\\_logo\\_tipogr\\_fico\\_-\\_cuentos\\_infantiles\\_issu#:~:text=Fredoka%20One%20es%20una%20fuente,cualquier%20t%C3%ADtulo%20o%20texto%20grande.&text=Caracter%C3%ADsticas%20Su%20naturaleza%20redonda%20hacen%20que%20Fredoka%20s](https://issuu.com/alisonortiz0810/docs/cat_logo_tipogr_fico_-_cuentos_infantiles_issu#:~:text=Fredoka%20One%20es%20una%20fuente,cualquier%20t%C3%ADtulo%20o%20texto%20grande.&text=Caracter%C3%ADsticas%20Su%20naturaleza%20redonda%20hacen%20que%20Fredoka%20s)

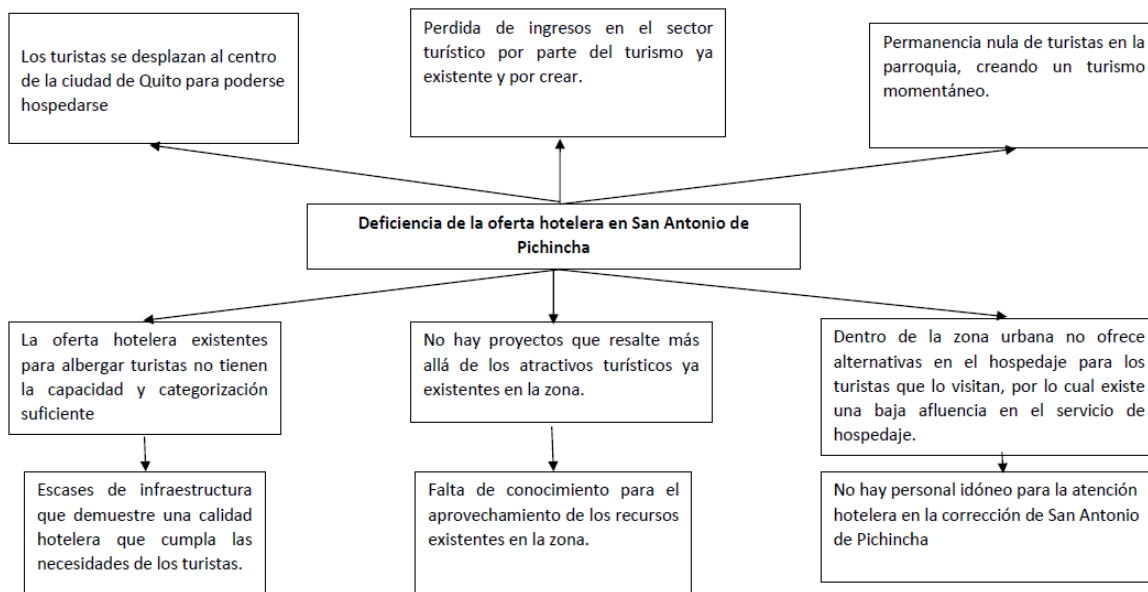
Wix.com. (s.f.). *Página web gratis* . Obtenido de *Página web gratis* : <https://es.wix.com/>

Youshimatz, A. (2010). *Objetivos del Contralor de alimento y bebidas, funciones diarias semanales y mensuales*. (1 - 2da ed.). Mexico: Trillas.

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### *El árbol de problemas*



*Nota.* Fuente: elaborada por autores

### ANEXO 2

#### *Preguntas de la encuesta aplicada mediante google forms*

#### **1. Genero**

Femenino

Masculino

Otro

#### **2. Edad**

18-25 ños

26-35 años

36-45 años

46-59 años

60 en adelante

## **2. Lugar de Residencia**

Imbabura

Pichincha

Cotopaxi

Santo Domingo

Otros

## **3. Estado Civil**

Soltero/a

Casado/a

Divorciado/a

Unión libre

## **4. Nivel de instrucción**

Primaria

Secundaria

Tercer nivel

Cuarto nivel

## **5. Nivel de ingresos**

Menos de \$400

De \$401 a \$600

De \$601 a \$1000



De \$1001 a \$1500

Más de \$1500

**6. Ocupación**

Estudiante

Empleado público

Empleado privado

Otro

**7. ¿Cuántas veces realizo turismo durante el año 2022?**

Menos de dos veces

De 3 a 5 veces

Más de 5 veces

Ninguna

**8. ¿Cuánto tiempo duró su último viaje?**

Menos de un día

Dos días y una noche

Tres días y dos noches

Cuatro días y 3 noches

**9. ¿Su último viaje, con qué persona/as viajo?**

Solo

- Pareja
- Familia
- Amigos

**10. En su último viaje ¿Cuál fue el promedio de gasto destinado para alojamiento por persona?**

- De \$10 a \$20
- De \$30 a \$40
- De \$50 a \$60
- De \$70 en adelante

**11. ¿Cuál fue el factor más importante que tomó en cuenta para elegir el establecimiento de alojamiento en el que se hospedó la última vez?**

- Decoración y ambientación
- Cercanía a diferentes lugares turísticos
- Precio accesible

**12. ¿Cuál aspecto es el más importante al momento de escoger un establecimiento de alojamiento?**

- Ubicación estratégica
- Infraestructura moderna
- Variedad de servicio
- Precios accesibles

- Cercanía a los atractivos de la zona
- Accesibilidad para personas con discapacidad

**13. ¿Qué tipo de hospedaje utilizó en su último viaje turístico?**

- Hotel
- Hacienda
- Campamento
- Hostal
- Hostería
- Lodge
- Resort (hotel todo incluido)

**14. ¿En qué época del año fue su viaje turístico?**

- Días feriados
- Temporada de vacaciones
- Cualquier época del año
- Fines de Semana
- Entre semana

**15. ¿Cuál es el medio por el que usted se informa normalmente del servicio de alojamiento?**

- Redes sociales
- Anuncios televisivos

- Recomendaciones

**16. ¿Qué servicio considera indispensable al momento de elegir un hospedaje?**

- Mini bar
- Servicio de alimentación en el hospedaje
- Internet
- Restaurante

**17. En cuanto a la alimentación ¿En sus viajes turísticos que tipo de comida prefiere?**

- Nacional Local
- Internacional
- Nacional local e Internacional
- Otros

**19. ¿Usted realiza viajes con fines gastronómicos?**

- Sí
- No

**20. ¿Cuál es el monto aproximado que paga usted por el servicio de alimentación?**

- \$5-\$10 dólares
- \$10-\$20 dólares
- Más de \$20 dólares
- Otras cantidades

**21. ¿Le gustaría hospedarse en una hacienda en sus siguientes vacaciones?**

- Si
- No
- Tal vez

### ANEXO 3

#### Receta estándar del desayuno costeño

		Nombre del plato	Desayuno costeño		Código	Des-01	
		Fecha:			# pax Yiel	8	
					Clasificación	Principal	
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total		
100,0%	Verde	g	250,00	0,00	\$ 1,00		
30,0%	Mantequilla	g	75,00	0,02	\$ 1,35		
10,0%	Sal	g	25,00	0,04	\$ 0,90		
40,0%	Chicharron	g	100,00	0,02	\$ 1,50		
40,0%	Queso Manaba	g	100,00	0,03	\$ 2,50		
40,0%	Huevos	g	100,00	0,00	\$ 0,40		
400,0%	Aceite	ml	1000,00	0,00	\$ 2,30		
80,0%	Café	ml	200,00	0,010	\$ 2,00		
100,0%	Jugo	ml	250,00	0,01	\$ 2,00		
					\$ -		
			Costo total alimentos			\$ 13,95	
			Costo por pax			\$ 1,74	
			% Respaldo			\$ 0,09	
			Costo por porción			\$ 1,83	
			Beneficio bruto		60		
			PVP porción sin iva		\$ 4,58		
			Iva		\$ 0,55		
			PVP teórico		\$ 5,13		
			Factor multiplicador		2,50	\$ 4,58	
			Margen bruto de ganancia		2,75		
			Food cost		40		

### ANEXO 4

#### Receta estándar del desayuno amazónico

	Nombre del plato	Desayuno amazonico		Código	Des-02
	Fecha:			# pax Yiel	8
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Harina de yuca	g	250,00	0,020	\$ 5,00
14,0%	Mantequilla	g	35,00	0,051	\$ 1,80
6,0%	Sal	g	15,00	0,060	\$ 0,90
20,0%	Queso fresco	g	50,00	0,040	\$ 2,00
30,0%	Pollo	g	75,00	0,020	\$ 1,50
40,0%	Huevos	g	100,00	0,004	\$ 0,40
400,0%	Aceite	ml	1000,00	0,002	\$ 2,30
80,0%	Café	ml	200,00	0,010	\$ 2,00
1	Jugo	ml	250,00	0,008	\$ 2,00
					\$ -
		Costo total alimentos			\$ 17,90
		Costo por pax			\$ 2,24
		% Respaldo			\$ 0,11
		Costo por porción			\$ 2,35
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 5,87
		Iva			\$ 0,70
		PVP teórico			\$ 6,58
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			3,52
		Food cost			40

## ANEXO 5

### Receta estándar desayuno serrano

	Nombre del plato	Desayuno Serrano		Código	Des-04
	Fecha:			# pax Yiel	6
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Choclo	g	250,00	0,004	\$ 1,00
40,0%	Queso Mozzarella	g	100,00	0,025	\$ 2,50
4,8%	Polvo hornear	g	12,00	0,150	\$ 1,80
6,0%	Sal	g	15,00	0,060	\$ 0,90
40,0%	Huevos	g	100,00	0,004	\$ 0,40
30,0%	Mantequilla	g	75,00	0,018	\$ 1,35
80,0%	Café	ml	200,00	0,010	\$ 2,00
100,0%	Jugo	ml	250,00	0,01	\$ 2,00
					\$ -
					\$ -
		Costo total alimentos			\$ 11,95
		Costo por pax			\$ 1,99
		% Respaldo			\$ 0,10
		Costo por porción			\$ 2,09
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 5,23
		Iva			\$ 0,63
		PVP teórico			\$ 5,86
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			3,14
		Food cost			40

## ANEXO 6

## Receta estándar desayuno wawa

	Nombre del plato	Desayuno WAWA		Código	Des-05
	Fecha:			# pax Yiel	8
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Pncitos de yuca	g	100,00	0,033	\$ 3,27
150,0%	Piña	g	150,00	0,005	\$ 0,75
100,0%	Durazno	g	100,00	0,030	\$ 2,99
100,0%	Melón	g	100,00	0,018	\$ 1,76
100,0%	Sandia	g	100,00	0,026	\$ 2,58
75,0%	Plátano	g	75,00	0,013	\$ 1,00
35,0%	Manzana	g	35,00	0,029	\$ 1,00
25,0%	Arandanos	g	25,00	0,040	\$ 1,00
100,0%	Omelet	g	100,00	0,004	\$ 0,40
250,0%	Jugo	ml	250,00	0,008	\$ 2,00
		Costo total alimentos			\$ 16,75
		Costo por pax			\$ 2,09
		% Respaldo			\$ 0,10
		Costo por porción			\$ 2,20
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 5,50
		Iva			0,66
		PVP teórico			\$ 6,16
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			3,30
		Food cost			40

## ANEXO 7

## Receta estándar desayuno de la casa

	Nombre del plato	Desayuno de la casa		Código	Des-05
	Fecha:			# pax Yiel	8
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Cafè	g	250,00	0,008	\$ 2,00
60,0%	Piña	g	150,00	0,005	\$ 0,75
48,0%	Pan de maíz	g	120,00	0,004	\$ 0,48
40,0%	Durazno	g	100,00	0,030	\$ 2,99
40,0%	Sandia	g	100,00	0,026	\$ 2,58
30,0%	Plátano	g	75,00	0,013	\$ 1,00
10,0%	Arandanos	g	25,00	0,040	\$ 1,00
40,0%	Porción huevos	g	100,00	0,04	\$ 4,00
100,0%	Jugo	ml	250,00	0,01	\$ 2,00
		Costo total alimentos			\$ 16,80
		Costo por pax			\$ 2,10
		% Respaldo			\$ 0,11
		Costo por porción			\$ 2,21
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 5,51
		Iva			0,66
		PVP teórico			\$ 6,17
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			3,31
		Food cost			40

## ANEXO 8

## Receta estándar de la entrada mote con chicharrón

Nombre del plato		Mote con chicharrón		Código	Ent-01
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Carne de cerdo	g	250,00	0,007	\$ 1,80
100,0%	Grasa de cerdo	g	250,00	0,008	\$ 2,00
10,0%	Sal	g	25,00	0,036	\$ 0,90
100,0%	Mote	g	250,00	0,003	\$ 0,85
20,0%	Tomate	g	50,00	0,026	\$ 1,30
10,0%	Cebolla	g	25,00	0,048	\$ 1,20
6,0%	Culantro	g	15,00	0,043	\$ 0,65
6,0%	Ají	g	15,00	0,033	\$ 0,50
30,0%	Maiz	g	75,00	0,013	\$ 1,00
					\$ -
					\$ 10,20
					\$ 2,55
					\$ 0,13
					\$ 2,68
				60	
					\$ 6,69
				0,80	\$ 7,50
					\$ 7,50
				2,50	\$ 6,69
				4,02	
				40	

## ANEXO 9

## Receta estándar de la entrada crocante de verde con camarón

Nombre del plato		Crocante de verde con camarón		Código	Ent-02
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Verde	g	250,00	0,006	\$ 1,50
120,0%	Camarones	g	300,00	0,013	\$ 3,75
10,0%	Sal	g	25,00	0,036	\$ 0,90
200,0%	Aceite	g	500,00	0,005	\$ 2,30
20,0%	Perejil	g	50,00	0,006	\$ 0,28
10,0%	Pimiento	g	25,00	0,040	\$ 1,00
6,0%	Culantro	g	15,00	0,037	\$ 0,55
20,0%	Tomate	g	50,00	0,026	\$ 1,30
					\$ -
					\$ -
					\$ 11,58
					\$ 2,89
					\$ 0,14
					\$ 3,04
				60	
					\$ 7,60
				0,91	\$ 8,51
					\$ 8,51
				2,50	\$ 7,60
				4,56	
				40	



## ANEXO 10

*Receta estándar de la entrada ceviche de palmito*

Nombre del plato		Ceviche de palmito		Código	Ent-03
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Palmito	g	150,00	0,019	\$ 2,80
83,3%	Tilapia	g	125,00	0,028	\$ 3,50
6,7%	Sal	g	10,00	0,090	\$ 0,90
66,7%	Pimienta	g	100,00	0,010	\$ 1,00
16,7%	Tomate	g	25,00	0,052	\$ 1,30
16,7%	Cebolla	g	25,00	0,048	\$ 1,20
10,0%	Culantro	g	15,00	0,037	\$ 0,55
3,3%	Platano verde	g	5,00	0,300	\$ 1,50
166,7%	Aceite	ml	250,00	0,01	\$ 2,30
					\$ -
Costo total alimentos					\$ 15,05
Costo por pax					\$ 3,76
% Respaldo					\$ 0,19
Costo por porción					\$ 3,95
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 9,88
Iva				1,19	\$ 11,06
PVP teórico					\$ 11,06
Factor multiplicador				2,50	\$ 9,88
Margen bruto de ganancia				5,93	
Food cost				40	

## ANEXO 11

*Receta estándar de la entrada picante de conchas*

Nombre del plato		Picante de conchas		Código	Ent-04
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Conchas	g	150,00	0,083	\$ 12,50
66,7%	Mantequilla	g	100,00	0,018	\$ 1,80
16,7%	Sal	g	25,00	0,036	\$ 0,90
66,7%	Aceite de oliva	ml	100,00	0,024	\$ 2,35
66,7%	Limon	g	100,00	0,010	\$ 1,00
66,7%	Cebolla	g	100,00	0,013	\$ 1,30
66,7%	Perejil	g	100,00	0,006	\$ 0,55
66,7%	Ají	g	100,00	0,005	\$ 0,50
66,7%	Pimienta		100,00	0,010	\$ 1,00
					\$ -
Costo total alimentos					\$ 21,90
Costo por pax					\$ 5,48
% Respaldo					\$ 0,27
Costo por porción					\$ 5,75
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 14,37
Iva				1,72	\$ 16,10
PVP teórico					\$ 16,10
Factor multiplicador				2,50	\$ 14,37
Margen bruto de ganancia				8,62	
Food cost				40	

## ANEXO 12

*Receta estándar de la entrada camote en salsa de maní*

Nombre del plato		Camote en salsa de maní		Código	Ent-05
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Camotes dulces	g	100,00	0,010	\$ 1,00
100,0%	Maní	g	100,00	0,015	\$ 1,50
10,0%	Sal	g	10,00	0,090	\$ 0,90
100,0%	Leche	g	100,00	0,010	\$ 1,00
5,0%	Orégano	g	5,00	0,100	\$ 0,50
10,0%	Chilangua	g	10,00	0,025	\$ 0,25
15,0%	Maiz dulce	g	15,00	0,187	\$ 2,80
					\$ -
					\$ -
Costo total alimentos					\$ 7,95
Costo por pax					\$ 1,99
% Respaldo					\$ 0,10
Costo por porción					\$ 2,09
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 5,22
Iva				0,63	\$ 5,84
PVP teórico					\$ 5,84
Factor multiplicador				2,50	\$ 5,22
Margen bruto de ganancia				3,13	
Food cost				40	

## ANEXO 13

*Receta estándar del plato fuerte llapingachos*

Nombre del plato		Llapingachos		Código	Fuer-01
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Papas	g	100,00	0,004	\$ 0,35
100,0%	Aguacate	g	100,00	0,020	\$ 1,96
20,0%	Tomate	g	20,00	0,065	\$ 1,30
15,0%	Cebolla	g	15,00	0,080	\$ 1,20
5,0%	Cilantro	g	5,00	0,110	\$ 0,55
10,0%	Limón	g	10,00	0,100	\$ 1,00
10,0%	Sal	g	10,00	0,090	\$ 0,90
1,0%	Pimienta	g	1,00	1,000	\$ 1,00
150,0%	Aceite	ml	150,00	0,015	\$ 2,30
150,0%	Huevos	g	150,00	0,023	\$ 3,45
150,0%	Chorizo	g	150,00	0,017	\$ 2,52
Costo total alimentos					\$ 16,53
Costo por pax					\$ 4,13
% Respaldo					\$ 0,21
Costo por porción					\$ 4,34
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 10,85
Iva				1,30	\$ 12,15
PVP teórico					\$ 12,15
Factor multiplicador				2,50	\$ 10,85
Margen bruto de ganancia				6,51	
Food cost				40	

## ANEXO 14

*Receta estándar del plato fuerte cuy asado*

Nombre del plato		Cuy asado		Código	Fuer-02
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Cuy	g	1500,00	0,005	\$ 6,75
13,3%	Papas	g	200,00	0,002	\$ 0,35
5,0%	Lechuga	g	75,00	0,007	\$ 0,50
6,7%	Pepas de zambo	g	100,00	0,050	\$ 5,00
1,7%	Leche	g	25,00	0,040	\$ 1,00
1,7%	Orégano	g	25,00	0,020	\$ 0,50
1,0%	Culantro	g	15,00	0,037	\$ 0,55
1,7%	AjÍ	g	25,00	0,020	\$ 0,50
3,3%	Maíz	g	50,00	0,020	\$ 1,00
1,7%	Sal	g	25,00	0,036	\$ 0,90
		Costo total alimentos			\$ 17,05
		Costo por pax			\$ 4,26
		% Respaldo			\$ 0,21
		Costo por porción			\$ 4,48
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 11,19
		Iva			1,34
		PVP teórico			\$ 12,53
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			6,71
		Food cost			40

## ANEXO 15

*Receta estándar del plato fuerte carnes coloradas*

Nombre del plato		Carnes coloradas		Código	Fuer-03
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Carne de res	g	250,00	0,017	\$ 4,30
40,0%	Papas	g	100,00	0,004	\$ 0,35
4,0%	Sal	g	10,00	0,090	\$ 0,90
40,0%	AjÍ	g	100,00	0,005	\$ 0,50
20,0%	Maíz	g	50,00	0,020	\$ 1,00
20,0%	Aguacate	g	50,00	0,035	\$ 1,76
6,0%	Culantro	g	15,00	0,037	\$ 0,55
10,0%	AjÍ	g	25,00	0,100	\$ 2,50
40,0%	Tomate de árbol	g	100,00	0,016	\$ 1,55
					\$ -
		Costo total alimentos			\$ 13,41
		Costo por pax			\$ 3,35
		% Respaldo			\$ 0,17
		Costo por porción			\$ 3,52
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 8,80
		Iva			1,06
		PVP teórico			\$ 9,86
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			5,28
		Food cost			40

## ANEXO 16

*Receta estándar del plato fuerte caldo de gallina*

Nombre del plato		Caldo de gallina		Código	Fuer-04
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Gallina	g	100,00	0,100	\$ 10,00
100,0%	Papas	g	100,00	0,004	\$ 0,35
10,0%	Fondo blanco	g	10,00	0,185	\$ 1,85
100,0%	Arverjas	g	100,00	0,010	\$ 1,00
5,0%	Sal	g	5,00	0,180	\$ 0,90
35,0%	Cebolla blanca	g	35,00	0,021	\$ 0,75
15,0%	Culantro	g	15,00	0,037	\$ 0,55
10,0%	Ají	g	10,00	0,050	\$ 0,50
25,0%	Zanahoria	g	25,00	0,020	\$ 0,50
25,0%	Pimiento	g	25,00	0,040	\$ 1,00
Costo total alimentos					\$ 17,40
Costo por pax					\$ 4,35
% Respaldo					\$ 0,22
Costo por porción					\$ 4,57
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 11,42
Iva				1,37	\$ 12,79
PVP teórico					\$ 12,79
Factor multiplicador				2,50	\$ 11,42
Margen bruto de ganancia				6,85	
Food cost				40	

## ANEXO 17

*Receta estándar del plato fuerte encebollado*

Nombre del plato		Encebollado		Código	Fuer-05
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Albacora	g	250,00	0,014	\$ 3,50
60,0%	Yuca	g	150,00	0,002	\$ 0,30
4,0%	Sal	g	10,00	0,090	\$ 0,90
40,0%	Pimiento	g	100,00	0,010	\$ 1,00
10,0%	Tomate	g	25,00	0,052	\$ 1,30
20,0%	Cebolla	g	50,00	0,024	\$ 1,20
10,0%	Culantro	g	25,00	0,022	\$ 0,55
6,0%	Ají peruano	g	15,00	0,100	\$ 1,50
					\$ -
					\$ -
Costo total alimentos					\$ 10,25
Costo por pax					\$ 2,56
% Respaldo					\$ 0,13
Costo por porción					\$ 2,69
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 6,73
Iva				0,81	\$ 7,53
PVP teórico					\$ 7,53
Factor multiplicador				2,50	\$ 6,73
Margen bruto de ganancia				4,04	
Food cost				40	

## ANEXO 18

*Receta estándar del plato fuerte guatita*

Nombre del plato		Guatita		Código	Fuer-06
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Panza de res	g	500,00	0,011	\$ 5,35
20,0%	Papas	g	100,00	0,004	\$ 0,35
2,0%	Sal	g	10,00	0,090	\$ 0,90
20,0%	Huevo	g	100,00	0,004	\$ 0,40
30,0%	Manì	g	150,00	0,010	\$ 1,50
2,0%	Cebolla blanca	g	10,00	0,075	\$ 0,75
3,0%	Culantro	g	15,00	0,037	\$ 0,55
10,0%	Aguacate	g	50,00	0,035	\$ 1,76
5,0%	Achiote molido		25,00	0,040	\$ 1,00
5,0%	Ajo		25,00	0,040	\$ 1,00
Costo total alimentos					\$ 13,56
Costo por pax					\$ 3,39
% Respaldo					\$ 0,17
Costo por porción					\$ 3,56
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 8,90
Iva				1,07	\$ 9,97
PVP teórico					\$ 9,97
Factor multiplicador				2,50	\$ 8,90
Margen bruto de ganancia				5,34	
Food cost				40	

## ANEXO 19

*Receta estándar del postre coctel de frutas*

Nombre del plato		Coctel de frutas		Código	Post-01
Fecha:				# pax Yiel	6
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Piña	g	150,00	0,005	\$ 0,75
66,7%	Durazno	g	100,00	0,030	\$ 2,99
66,7%	Melón	g	100,00	0,018	\$ 1,76
66,7%	Sandía	g	100,00	0,026	\$ 2,58
50,0%	Plátano	g	75,00	0,013	\$ 1,00
133,3%	Zumo de naranja	ml	200,00	0,005	\$ 1,02
133,3%	Zumo de limon	ml	200,00	0,004	\$ 0,89
33,3%	Azucar	g	50,00	0,020	\$ 0,98
83,3%	Caña manabita	ml	125,00	0,030	\$ 3,75
16,7%	Hojas de hierbabuena	g	25,00	0,020	\$ 0,50
Costo total alimentos					\$ 16,22
Costo por pax					\$ 2,70
% Respaldo					\$ 0,14
Costo por porción					\$ 2,84
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 7,10
Iva				0,85	\$ 7,95
PVP teórico					\$ 7,95
Factor multiplicador				2,50	\$ 7,10
Margen bruto de ganancia				4,26	
Food cost				40	

## ANEXO 20

*Receta estándar del postre espuma de mango*

Nombre del plato		Espuma de mango		Código	Post-02
Fecha:				# pax Yiel	6
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Pulpa de mango	ml	100,00	0,037	\$ 3,72
100,0%	Crema de leche	ml	100,00	0,015	\$ 1,49
25,0%	Azúcar	g	25,00	0,036	\$ 0,89
250,0%	Harina de yuca	g	250,00	0,020	\$ 5,00
5,0%	Mantequilla	g	5,00	0,598	\$ 2,99
10,0%	Sal	g	10,00	0,090	\$ 0,90
50,0%	Huevo	g	50,00	0,004	\$ 0,20
150,0%	Maracuyá	ml	150,00	0,017	\$ 2,58
					\$ -
					\$ -
Costo total alimentos					\$ 17,77
Costo por pax					\$ 2,96
% Respaldo					\$ 0,15
Costo por porción					\$ 3,11
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 7,77
Iva				0,93	\$ 8,71
PVP teórico					\$ 8,71
Factor multiplicador				2,50	\$ 7,77
Margen bruto de ganancia				4,66	
Food cost				40	

## ANEXO 21

*Receta estándar del postre sorbete de tamarindo*

Nombre del plato		Sorbete de tamarindo		Código	Post-03
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Pulpa de tamarindo	ml	250,00	0,007	\$ 1,69
40,0%	Zumo de limón	ml	100,00	0,010	\$ 0,98
20,0%	Azúcar morena	g	50,00	0,024	\$ 1,19
60,0%	Coco	g	150,00	0,010	\$ 1,49
10,0%	Hojas de menta	g	25,00	0,030	\$ 0,75
50,0%	Harina	g	125,00	0,013	\$ 1,59
6,0%	Canela en polvo	g	15,00	0,090	\$ 1,35
40,0%	Huevos	g	100,00	0,004	\$ 0,40
					\$ -
					\$ -
Costo total alimentos					\$ 9,44
Costo por pax					\$ 2,36
% Respaldo					\$ 0,12
Costo por porción					\$ 2,48
Beneficio bruto				60	
PVP porción sin iva					\$ 6,20
Iva				0,74	\$ 6,94
PVP teórico					\$ 6,94
Factor multiplicador				2,50	\$ 6,20
Margen bruto de ganancia				3,72	
Food cost				40	

## ANEXO 22

*Receta estándar del postre bizcochuelo de avena*

Nombre del plato		Bizcochuelo de avena		Código	Post-04
Fecha:				# pax Yiel	5
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Harina de avena	g	125,00	0,030	\$ 3,79
80,0%	Huevo	g	100,00	0,004	\$ 0,40
40,0%	Azucar	g	50,00	0,020	\$ 0,98
80,0%	Moras	g	100,00	0,019	\$ 1,90
80,0%	Huevos	g	100,00	0,004	\$ 0,40
80,0%	Chocolate semiamargo	g	100,00	0,038	\$ 3,79
20,0%	Coco rallado	g	25,00	0,060	\$ 1,49
					\$ -
					\$ -
		Costo total alimentos			\$ 12,75
		Costo por pax			\$ 2,55
		% Respaldo			\$ 0,13
		Costo por porción			\$ 2,68
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 6,69
		Iva			0,80
		PVP teórico			\$ 7,50
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			4,02
		Food cost			40

## ANEXO 23

*Receta estándar del postre sorbete de naranja*

Nombre del plato		Sorbete de naranja		Código	Post-05
Fecha:				# pax Yiel	4
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Pulpa de naranja	ml	250,00	0,004	\$ 1,02
40,0%	Zumo de limón	ml	100,00	0,009	\$ 0,89
20,0%	Azucar	g	50,00	0,020	\$ 0,98
40,0%	Pulpa de fresa	ml	100,00	0,009	\$ 0,92
2,0%	Hojas de menta	g	5,00	0,100	\$ 0,50
50,0%	Harina	g	125,00	0,008	\$ 1,02
6,0%	Canela en polvo	g	15,00	0,090	\$ 1,35
40,0%	Huevos	g	100,00	0,004	\$ 0,40
40,0%	Mantequilla	g	100,00	0,02	\$ 1,80
					\$ -
		Costo total alimentos			\$ 8,88
		Costo por pax			\$ 2,22
		% Respaldo			\$ 0,11
		Costo por porción			\$ 2,33
		Beneficio bruto			60
		PVP porción sin iva			\$ 5,83
		Iva			0,70
		PVP teórico			\$ 6,53
		Factor multiplicador			2,50
		Margen bruto de ganancia			3,50
		Food cost			40

## ANEXO 24

## Receta estándar del postre dulce de higos

	Nombre del plato	Dulce de higos		Código	Post-06
	Fecha:			# pax Yiel	8
				Clasificación	Principal
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
100,0%	Higos	g	100,00	0,019	\$ 1,93
100,0%	Panela	g	100,00	0,014	\$ 1,36
50,0%	Zumo de limón	ml	50,00	0,039	\$ 1,93
100,0%	Vino de mortiños	g	100,00	0,075	\$ 7,50
5,0%	Hojas de menta	g	5,00	0,100	\$ 0,50
10,0%	Harina	g	10,00	0,102	\$ 1,02
15,0%	Ramas de vainilla	g	15,00	0,117	\$ 1,75
100,0%	Huevos	g	100,00	0,004	\$ 0,40
25,0%	Mantequilla		25,00	0,074	\$ 1,86
					\$ -
		Costo total alimentos			\$ 18,25
		Costo por pax			\$ 2,28
		% Respaldo			\$ 0,11
		Costo por porción			\$ 2,40
		Beneficio bruto		60	
		PVP porción sin iva			\$ 5,99
		Iva		0,72	\$ 6,71
		PVP teórico			\$ 6,71
		Factor multiplicador		2,50	\$ 5,99
		Margen bruto de ganancia		3,59	
		Food cost		40	

## ANEXO 25

## Formato de la receta estandar utilizado para el calculo de precios en bebidas

	Medida	Precio	oz Total	Precio			Precio x copa
				1 oz	1/2 oz	2 oz	
<b>Tinto</b>	750	\$ 15,66	25,0	\$ 0,63	\$ 0,31	\$ 1,25	\$ 3,13
<b>Blanco</b>	750	\$ 7,50	25,0	\$ 0,30	\$ 0,15	\$ 0,60	\$ 1,50
<b>Rosado</b>	750	\$ 12,83	25,0	\$ 0,51	\$ 0,26	\$ 1,03	\$ 2,57
<b>Espumoso</b>	750	\$ 15,30	25,0	\$ 0,61	\$ 0,31	\$ 1,22	\$ 3,06
<b>Ron blanco</b>	750	\$ 19,00	25,0	\$ 0,76	\$ 0,38	\$ 1,52	\$ 3,75
<b>Whisky</b>	1000	\$ 25,00	33	\$ 0,75	\$ 0,38	\$ 1,50	\$ 4,40
<b>Tequila</b>	750	\$ 22,00	25,0	\$ 0,88	\$ 0,44	\$ 1,76	\$ 6,00
<b>Ron añejo</b>	750	\$ 30,00	25,0	\$ 1,20	\$ 0,60	\$ 2,40	\$ 5,70
<b>Ginebra</b>	1000	\$ 38,00	33	\$ 1,14	\$ 0,57	\$ 2,28	\$ 5,70



**ANEXO 26**

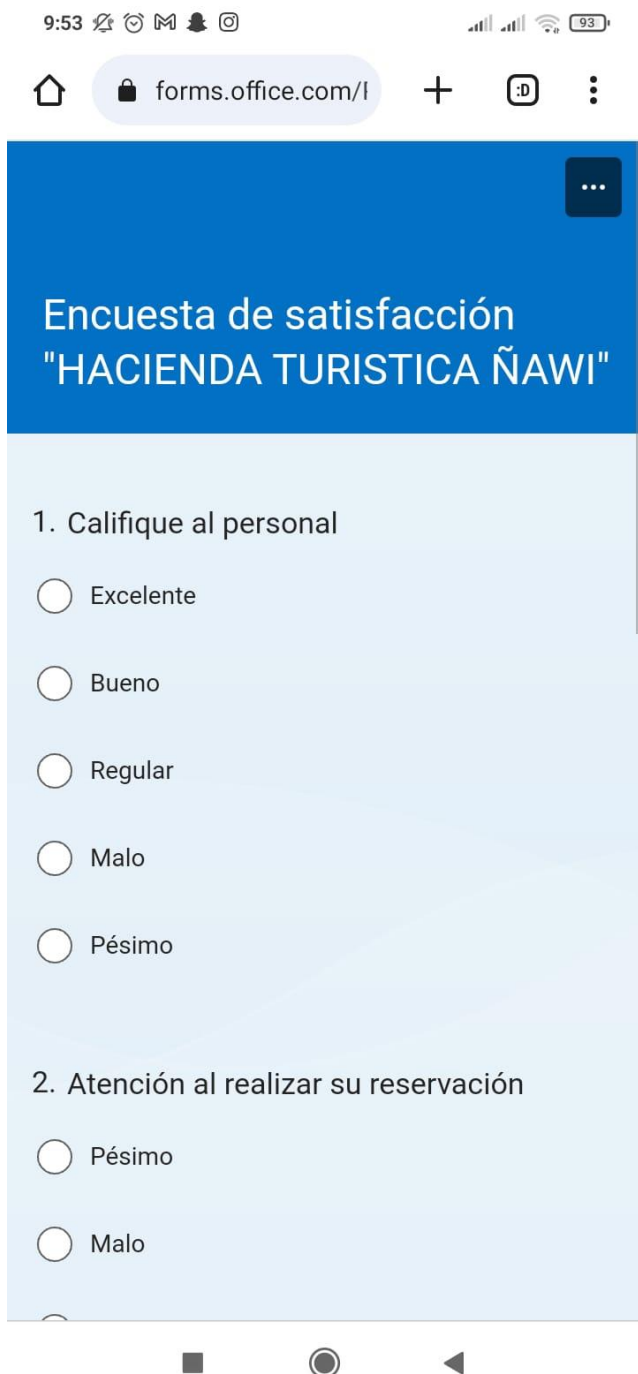
*Detalle de la proyección a 10 años*

Incrmento anual	6%
Costo de capital	9,83%
Inversión	\$ 328.150,60
VAN	\$ 465.996,37
TIR	34,06%

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos	\$ 386.388,25	\$ 409.571,55	\$ 434.145,84	\$ 460.194,59	\$ 487.806,26	\$ 517.074,64	\$ 548.099,12	\$ 580.985,06	\$ 615.844,17	\$ 652.794,82
Egresos	\$ 284.598,76	\$ 301.674,69	\$ 319.775,17	\$ 338.961,68	\$ 359.299,38	\$ 380.857,35	\$ 403.708,79	\$ 427.931,31	\$ 453.607,19	\$ 480.823,62
Flujo de caja	\$ 101.789,49	\$ 107.896,85	\$ 114.370,67	\$ 121.232,91	\$ 128.506,88	\$ 136.217,29	\$ 144.390,33	\$ 153.053,75	\$ 162.236,98	\$ 171.971,19

DATOS PARA LA TIR -\$ 328.150,60 \$ 101.789,49 \$ 107.896,85 \$ 114.370,67 \$ 121.232,91 \$ 128.506,88 \$ 136.217,29 \$ 144.390,33 \$ 153.053,75 \$ 162.236,98 \$ 171.971,19 \$ 1.341.666,34

FLUJO ACUMULADO \$ 101.789,49 \$ 209.686,34 \$ 324.057,01 \$ 445.289,91 \$ 573.796,79 \$ 710.014,09 \$ 854.404,42 \$ 1.007.458,17 \$ 1.169.695,15 \$ 1.341.666,34

**ANEXO 27***Formato de la encuesta de satisfacción*

9:53 93%

forms.office.com/l

## Encuesta de satisfacción "HACIENDA TURISTICA ÑAWI"

1. Califique al personal

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

2. Atención al realizar su reservación

- Pésimo
- Malo

## ANEXO 28

*Revisión del abstract*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
 Acreditada Resolución Nro. 173-SE-33-CACES-2020  
 EMPRESA PÚBLICA "LA UEMEPRENDE E.P."



## ABSTRACT

San Antonio de Pichincha Parish has several attractions that encourage tourism activity in the area; however, the scarce supply of lodging services was a point of reference for the case studies. The objective of the project was to create a tourist hacienda to promote tourism in San Antonio de Pichincha Parish, Ecuador. The main theoretical references include Osterwalder and Pigneur, 2011, with their business model and Canvas canvas, (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), (Humberto Ñaupas et al., 2018) each with their various approaches around the research methodology. The methodology was based on descriptive and qualitative research; in order to collect data and relevant information for the implementation of such project, the technique used was the survey, conducted via online with a questionnaire based on dichotomous questions oriented to the consumer. From the analysis, it was possible to demonstrate the necessary means for the realization of the business idea, which was detailed through a technical-financial study simultaneously with the marketing strategies. At the same time, through an environmental study, mitigation measures are established for the possible environmental impacts in the execution of this project. Finally, through the research, the feasibility of the project was determined due to the fact that the project covers a greater number of activities that the neighboring establishments do not have. In addition, it has a very wide catering service with emphasis on Ecuadorian cuisine.


**Keywords:** hacienda, tourism, lodging, project, traditional cuisine.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Luis Paspuezán Soto".

Reviewed by:  
 MSc. Luis Paspuezán Soto  
 CAPACITADOR-CAI  
 Agosto 9, 2023

## ANEXO 29

*Reporte anti plagio plataforma turnitin*

 <span style="float: right;">Identificación de reporte de similitud: oid:21463:260892330</span>	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
<b>Trabajo de Titulación Final.docx</b>	<b>Laura Cobacango</b>
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
<b>24457 Words</b>	<b>133638 Characters</b>
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
<b>209 Pages</b>	<b>23.9MB</b>
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
<b>Sep 5, 2023 11:21 AM GMT-5</b>	<b>Sep 5, 2023 11:24 AM GMT-5</b>
<p>● <b>6% de similitud general</b>            El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5% Base de datos de Internet</li> <li>• Base de datos de Crossref</li> <li>• 5% Base de datos de trabajos entregados</li> <li>• 1% Base de datos de publicaciones</li> <li>• Base de datos de contenido publicado de Crossref</li> </ul>	
<p>● <b>Excluir del Reporte de Similitud</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material bibliográfico</li> <li>• Material citado</li> <li>• Fuentes excluidas manualmente</li> <li>• Material citado</li> <li>• Coincidencia baja (menos de 8 palabras)</li> <li>• Bloques de texto excluidos manualmente</li> </ul>	