



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE
COTOPAXI, CANTÓN PUJILÍ, PARROQUIA LA VICTORIA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

EVELYN TATIANA ALBÁN SANTAMARÍA

DIRECTOR:

ING. MARCELO VALLEJO

IBARRA, FEBRERO 2015

RESUMEN EJECUTIVO

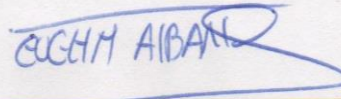
Realizada la investigación del tema de trabajo “Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería Turística en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Pujilí, Parroquia La Victoria”, los hallazgos favorecen a la creación de la misma sustentado en los capítulos: con el diagnóstico situacional se manifiesta que existen aspectos favorables para el proyecto, a pesar de la falta de conocimiento la comunidad tiene varias actividades que beneficia al sector turístico. Del estudio de mercado se desprende que la oferta que existe en el lugar de la creación del proyecto es escasa estos no prestan todos los servicios que brindará la Hostería determinando una demanda insatisfecha que tiene un crecimiento exponencial cada año debido a que la provincia de Cotopaxi es turística existiendo suficiente demanda para que la Hostería puede ingresar al mercado sin ningún tipo de problemas utilizando estrategias para persuadir a los turistas. En el análisis técnico se describe la ubicación estratégica del proyecto donde reúne las condiciones técnicas para la operatividad eficiente del proyecto tales como la capacidad instalada está en función de la infraestructura y el talento humano que elaborará en el mismo. La inversión del proyecto se justifica, así lo demuestran los estudios financieros realizados donde, se logró determinar que el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad durante el periodo horizonte que tiene el proyecto. El análisis organizacional permitió determinar todos los aspectos jurídicos y la estructura organizacional de la empresa, donde se detalla las funciones de cada área administrativa que forma parte de la empresa. Sin embargo, al realizar el análisis de impactos, se estableció que el impacto ambiental no es tan satisfactorio de tal manera que se debe buscar soluciones que permitan reducir al mínimo los efectos negativos. Los resultados posteriores serán de mucho beneficio para la comunidad tanto económico, social y ambiental en la generación de otras fuentes de trabajo que no tengan efectos en la comunidad. Se finaliza con las debidas conclusiones y recomendaciones que merecen el desarrollo del proyecto planteado.

SUMMARY

Conducted research on the topic of work "Feasibility study for the creation of a Tourist Lodge in the Province of Cotopaxi, Canton Pujilí, Parish La Victoria", the findings favor the creation of it sustained in the chapters: the situational analysis, it is stated that there are favorable aspects of the project, despite the lack of knowledge the community has several activities that benefit the tourism sector. Market research shows that the supply that exists in the place of creation of the project is scarce these do not provide all the services that provide the Lodge determining unmet demand has an exponential yearly growth because the province of Cotopaxi is tourist sufficient demand exists for the lodge can enter the market without any problems using strategies to persuade tourists. Technical analysis of the project's strategic location which meets the technical requirements for the efficient operation of the project such as installed capacity is a function of the infrastructure and develop human talent described therein. The project investment is justified; as demonstrated financial studies where it was determined that the project has strong foundations to ensure its profitability during the period that has the horizon project. The organizational analysis revealed all legal and organizational structure of the company, where the functions of each administrative area are part of the company is detailed. However, when performing impact analysis established that the environmental impact is not as satisfying, so we must seek solutions to minimize the negative effects. Subsequent results will be of great benefit for economic, social and environmental community in generating other jobs that do not have effects on the community. It ends with the appropriate conclusions and recommendations that deserve the development of the proposed project.

AUTORÍA

Yo, Evelyn Tatiana Albán Santamaría, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el mismo.



Evelyn Tatiana Albán S.

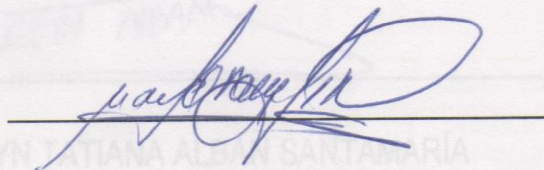
171962700-0

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la Srta. **Evelyn Tatiana Albán Santamaría**, para optar por el Título de **Ingeniería Comercial**, cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN PUJILÍ, PARROQUIA LA VICTORIA".

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Jurado Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de Febrero del 2015.



Ing. Marcelo Vallejo

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Evelyn Tatiana Albán Santamaría**, con cédula de ciudadanía Nro. **171962700-0** manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN PUJILÍ, PARROQUIA LA VICTORIA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): _____

EVELYN ALBÁN

Nombre: **EVELYN TATIANA ALBÁN SANTAMARÍA**

Cedula: **171962700-0**

Ibarra, Febrero del 2015.

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. Identificación de la Obra

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad Técnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO		
Cédula de Identidad	171962700-0	
Apellidos y nombres	Evelyn Tatiana Albán Santamaría	
Dirección	Conocoto, Calle Marquesa de Solanda, Urb. Los Arupos Casa #45	
E-mail	evelyn_alban@hotmail.com	
Teléfono Fijo	022075273	
DATOS DE LA OBRA		
Título	"Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería Turística en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Pujilí, Parroquia La Victoria".	
Autor	Evelyn Tatiana Albán Santamaría	
Fecha	2015/02/01	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que opta	Ingeniero Comercial	
Asesor / Director	Ing. Marcelo Vallejo	

2. Autorización de uso a favor de la Universidad Técnica del Norte

Yo Evelyn Tatiana Albán Santamaría, con cédula de ciudadanía No 171962700-0, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

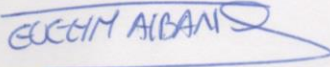
3. Constancias

Evelyn T. Albán S

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es el autor de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, Febrero del 2015

AUTOR:

Firma: 

Evelyn T. Albán S.

C.C.: 171962700-0

DEDICATORIA

A mis padres Marcelo y Tatiana por su incansable trabajo, ser mi fuerza, por su amor y apoyo incondicional, y sobre todo por enseñarme que nada es imposible.

A mis hermano Estalin, por ser mi ejemplo, mi amigo incondicional y por incentivarme a ser mejor cada día.

A mi tía Nancy, por sus sabios consejos y forjar en mi esa persona que soy hoy.

Evelyn T. Albán S.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por brindarme la oportunidad de culminar hoy una meta más en mi vida, por la constancia y sabiduría, para tomar cada una de mis decisiones.

A mis padres quienes son el fundamento y apoyo constante, quienes están siempre a mi lado en todo momento, a mi hermano que lo amo por ser ese amigo incondicional.

A mi familia en general que de una u otra forma han compartido momentos agradables en mi trayectoria estudiantil, también les agradezco a mis amigos, quienes siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí.

Evelyn T. Albán S.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto ha sido elaborado para determinar la factibilidad de la “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN PUJILÍ, PARROQUIA LA VICTORIA”, el mismo que consta de siete capítulos expuestos de la siguiente manera:

Para el desarrollo del proyecto se realizará un análisis externo, el cual nos permita determinar un perfil macro ambiente de las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas. A la vez un estudio microambiente, que nos dará una idea más real de la situación interna del sector a investigar. Se ejecutará una matriz de relación diagnóstica, matriz AOR e identificación de la población para así identificar el problema y la oportunidad de inversión.

Se explicará toda la fundamentación teórica que se requiere para la investigación planteada. Identificando el planteamiento de problema, los objetivos de la investigación y la identificación de los servicios, sus características, servicios sustitutos y normativas necesarias para el desarrollo. Se realizará estudios que nos permitan conocer el posible consumidor de nuestros servicios, la estructura del mercado y por medio de técnicas empleadas determinar una segmentación, metodología de la investigación, tamaño de la muestra y realizar una prueba piloto para así conocer la oferta y demanda del proyecto.

Se plasmarán procesos que accedan a proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para ejecutar los servicios que se requieren, lo cual consentirá a verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis permitirá identificar los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

En el estudio financiero se realizará presupuestos que estén integrados por elementos informativos y cuantitativos que certifiquen la viabilidad de la ejecución del proyecto, en ellos se integrará el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa evolucione, visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. Es importante determinar las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, considerando el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos pre-operativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son: El Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo

Se detallará toda la información del proyecto, el nombre, tipo de empresa, base filosófica, la organización y las estrategias empresariales, que nos permitirá tener una idea más clara del proyecto y los servicios que este ofrecerá.

Se especificarán todos los impactos positivos y negativos que el proyecto produzca al momento de su creación.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Determinar la factibilidad técnica y económica para la creación de una hostería turística en la parroquia La Victoria, cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional para identificar las oportunidades de mejoramiento y las necesidades de fortalecimiento para facilitar el desarrollo de la estrategia general del proyecto.
- Elaborar un marco teórico para situar a nuestro problema dentro de un conjunto de conocimientos, que permita orientar nuestra búsqueda y nos ofrezca una conceptualización adecuada de los términos que utilizaremos.
- Diseñar un estudio de mercado para conocer las características cualitativas y cuantitativas de nuestro mercado en específico, es decir nuestros posibles clientes y así determinar lo factible que resulta el desarrollo del proyecto.
- Planificar un estudio técnico para estudiar la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.
- Determinar un estudio financiero para verificar la viabilidad financiera comprobando si la implementación de la hostería es rentable o no.
- Plantear una propuesta administrativa para establecer una estructura adecuada del proyecto
- Identificar los impactos para tomar medidas necesarias y evitar posibles problemas que pueda causar la implementación de la hostería.

JUSTIFICACIÓN

Dadas estas circunstancias se ha visto necesario la creación de un centro turístico como alternativa laboral que motive a sus habitantes a disminuir la contaminación que existe en esta área. Esto permitirá crear nuevas fuentes de trabajo y el uso de técnicas más avanzadas para desarrollar su trabajo artesanal (disminuir la quema del barro mediante el uso del plomo causante principal de la contaminación excesiva) que por años se ha realizado en esta parroquia

Es urgente la concienciación a los artesanos de no utilizar el plomo de las baterías para dar brillo a las artesanías y esto lo lograremos a través del turismo en este sector ya que es la alternativa más acertada de parar el problema de contaminación, permitiendo que la gente concientice del daño que está realizando y así lograr la visualización de nuevos proyectos micro empresariales, las personas determinaran al turismo como principal fuente de ingresos económicos y se dará apertura a que turistas visiten este lugar que posee muchos atractivos a sus alrededores.

El objetivo es lograr el realce de sus atractivos y sus alrededores, alcanzar la ubicación de este sector en el mapa turístico nacional, la comunidad se beneficiara directa e indirectamente, se dará la apertura de fuentes de trabajo, mejoraran sus ingresos económicos, parte fundamental del proyecto es el rescate ecológico, costumbres culturales y ancestrales.

Podemos decir que el desarrollo para esta solución se enfoca directamente en las mismas manos de los pobladores de este sector. Se emplearán fuentes económicas en donde los habitantes estarán a cargo de una actividad como realización de rutas turísticas, gastronomía del lugar, paseos a caballo y principalmente microempresas como es la realización de sus artesanías evitando la quema con plomo. La capacitación de la gente será un factor de gran importancia. Se enfocará mucho en el auto-aprendizaje, las personas del sector serán las encargadas de monitorear cada actividad y mediante la capacitación dependerá el desarrollo

económico de la comunidad. Queremos llegar a la gente a visualizar el proyecto como una solución y cambio de vida.

Además de los recursos turísticos los habitantes del sector tendrán la oportunidad de comercializar con los productos de la zona como son leche, huevos, carnes, aves, animales domésticos y corral, hortalizas, frutas, etc. Esto abriría un portal grande al comercio el mismo que orientaría a más personas a ser entes creativos.

Con esta iniciativa sectores apartados en los que forastero alguno jamás ha visitado hoy se acercarán, y con la administración inteligente del ecosistema se lograría un apego extraordinario con la naturaleza logrando que el turismo llegue a todos y por ende todos sus pobladores obtengan un mejor estilo de vida.

Se lograra que las familias que se dedican a esta actividad artesanal no utilicen el plomo como su materia prima, el medio alternativo será en sistemas de horneado. El proyecto turístico evitara la migración y la contaminación excesiva que existe. Se logrará motivar a la gente a procesos, logros y metas nuevas, se conseguirá la vinculación de las personas a la familia, las personas estarán motivadas a la creación de nuevas fuentes de trabajo e ingresos.

El proyecto turístico permitirá la recuperación del entorno natural, el rescate del patrimonio físico (parques, iglesias, casas antiguas, etc.) mejora de las vías de acceso, inversiones familiares como respuesta al ambiente turístico, niños, jóvenes y adultos felices. Se logrará la mejora de la infraestructura escolar, la inmersión al sector en el mapa turístico de paso obligado y la creación de microempresas que permitan el desarrollo de la comunidad. La autoestima de la gente mejorará y el empeño hacia el proyecto logrará como éxito alcanzado la visita de turistas nacionales y extranjeros.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	
RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
Identificación de la Obra	VII
Autorización de uso a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	VIII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XIII
Objetivo General.....	XIII
Objetivos Específicos	XIII
JUSTIFICACIÓN.....	XIV
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXIII
CAPÍTULO I.....	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes.....	25
Descripción de la empresa	27
Objetivos Diagnósticos	29
General	29
Específicos	29
Variables Diagnósticas - Indicadores	30
Matriz de Relación Diagnóstica.....	31
Análisis Externo	32
Evaluación de la información	55
Determinar la oportunidad de la inversión.....	57
CAPÍTULO II.....	59

MARCO TEÓRICO	59
LA EMPRESA.....	59
CONCEPTO DE MICROEMPRESA	60
CONCEPTO DE TURISMO	60
ESTUDIO DE MERCADO.....	67
TÉCNICO	69
ESTUDIO FINANCIERO.....	73
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	78
CAPÍTULO III.....	82
ESTUDIO DE MERCADO.....	82
Planteamiento del problema de investigación	82
Identificación del producto o servicio	84
Características.....	84
Productos sustitutos	86
Consumidor del producto.....	86
Estructura del mercado.....	88
Población o universo	89
Segmentación.....	90
Variables de macro segmentación.....	90
Variables de micro segmentación	91
Tamaño de la muestra	92
Investigación de campo	93
Prueba piloto	93
Levantamiento de la investigación	93
Tabulación y presentación de resultados.....	93
Perfil del visitante residente en la zona de influencia del proyecto.....	107
Análisis de la demanda.....	108
Factores que la afectan	109
Comportamiento histórico	111
Demanda actual	111
Proyección de la demanda	113
Análisis de la oferta	113
Factores que la afectan	114
Comportamiento Histórico	116
Oferta actual	117

Proyección de la oferta	119
Proyección de la Demanda Insatisfecha	120
Conclusiones	121
CAPÍTULO IV	123
ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO	123
Descripción del Producto	123
Descripción del Proceso	125
Tamaño del Proyecto.....	129
Localización del Proyecto	134
Distribución de Planta/Áreas.....	140
Análisis de la Inversión	146
CAPÍTULO V	159
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.	159
Presupuestos.....	159
Estados Financieros	170
Evaluación Financiera	175
CAPÍTULO VI	181
PROPUESTA ADMINISTRATIVA.....	181
La Empresa	181
Base Filosófica	182
Estructura Legal	185
Organización y Recursos Humanos.....	194
Plan Estratégico y de Marketing	214
IMPACTOS.....	224
Valoración cuantitativa y cualitativa	225
Impacto Social	226
Impacto Económico	228
Impacto Educativo	229
Impacto Ambiental.....	231
Resumen de resultados de Impactos.....	232
CONCLUSIONES	233
RECOMENDACIONES	235
BIBLIOGRAFÍA.....	237
LINKOGRAFÍA	239
ANEXOS	241

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Cuadro No. 1 - Variables e Indicadores	56
Cuadro No. 2 - Matriz de Relación Diagnóstica	57
Cuadro No. 3 - Análisis AOR	58

CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro No. 4 - Matriz de Segmentación	90
Cuadro No. 5 - Tipo de Cliente	91
Cuadro No. 6 - Macro Segmentación	93
Cuadro No. 7 - Micro Segmentación	93
Cuadro No. 8 – Pregunta #1 Nivel de Ingresos	98
Cuadro No. 9 - Pregunta #2 Procedencia	99
Cuadro No. 10 - Pregunta #3 Rango Edad	100
Cuadro No. 11 - Pregunta #4 Visita Turística	101
Cuadro No. 12 - Pregunta #5 Conocimiento de Servicios	102
Cuadro No. 13 – Pregunta #6 Tiempo de Permanencia	103
Cuadro No. 14 - Pregunta #7 Preferencia de Alojamiento	104
Cuadro No. 15 - Pregunta #8 Costos Alojamiento	105
Cuadro No. 16 - Pregunta #9 Servicios Adicionales	106
Cuadro No. 17 - Pregunta #10 Interés en Servicios Adicionales	107
Cuadro No. 18 - Pregunta #11 Aceptación del Proyecto	108
Cuadro No. 19 - Pregunta #12 Frecuencia de Visita	109
Cuadro No. 20 - Pregunta #13 Número de Huéspedes	110
Cuadro No. 21 - Características Turistas Datos Obtenidos	112
Cuadro No. 22 - Ingreso de Turistas por Nacionalidad	114
Cuadro No. 23 - Proyección de la Demanda	118
Cuadro No. 24 - Oferta de Servicios	119
Cuadro No. 25 - Establecimientos por Categorías	120
Cuadro No. 26 - Oferta Histórica	121
Cuadro No. 27 - Oferta Actual por Turistas	122
Cuadro No. 28 - Oferta Turística Actual	123

Cuadro No. 29 - Proyección de la Oferta	124
Cuadro No. 30 - Proyección de la Demanda Potencial	125

CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

Cuadro No. 31 - Capacidad Instalada	136
Cuadro No. 32 - Infraestructura Civil	150
Cuadro No. 33 - Construcciones e Instalaciones	151
Cuadro No. 34 - Maquinaria y Equipo	152
Cuadro No. 35 - Equipamiento Deportivo	153
Cuadro No. 36 - Equipo de Computación	153
Cuadro No. 37 - Muebles y Enceres	154
Cuadro No. 38 – Menaje	155
Cuadro No. 39 - Mantelería y Blancos	155
Cuadro No. 40 - Resumen de Activos Fijos	156
Cuadro No. 41 - Gastos de Constitución	156
Cuadro No. 42 - Presupuesto de Costos y Gastos	157
Cuadro No. 43 - Mano de Obra Directa	158
Cuadro No. 44 - Mano de Obra Indirecta	159
Cuadro No. 45 - Presupuesto Productos del Bar	159
Cuadro No. 46 - Presupuesto de Materiales de Aseo	161
Cuadro No. 47 - Presupuesto Gasto Publicidad	161
Cuadro No. 48 - Presupuesto de Servicios Básicos	162
Cuadro No. 49 - Presupuesto Capital de Trabajo	162

CAPÍTULO 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Cuadro No. 50 - Presupuesto de Inversión	165
Cuadro No. 51 - Gastos. Pre-Operativos	165
Cuadro No. 52 - Inversión Pre-Operacional	166
Cuadro No. 53 - Costo de Oportunidad	167
Cuadro No. 54 - Proyección de Ingresos	168
Cuadro No. 55 - Gasto de Sueldos y Salarios	169
Cuadro No. 56 - Sueldos Administrativos	169
Cuadro No. 57 - Servicios Básicos	170
Cuadro No. 58 - Gastos de Publicidad	170
Cuadro No. 59 - Gastos Financieros	170
Cuadro No. 60 - Resumen de los Costos y Gastos	171

Cuadro No. 61 - Tabla de Amortización	172
Cuadro No. 62 - Tabla de Amortización Anual	174
Cuadro No. 63 - Tabla Depreciación	174
Cuadro No. 64 – Amortización	175
Cuadro No. 65 - Estado de Resultados	176
Cuadro No. 66 - Balance General	177
Cuadro No. 67 - Flujo Neto de Fondos	178
Cuadro No. 68 - Punto de Equilibrio	179
Cuadro No. 69 - Cálculo del Valor Presente Neto	180
Cuadro No. 70 - Tasa Interna de Retorno	181
Cuadro No. 71 - Período de Recuperación de la Inversión	182
Cuadro No. 72 - Relación Costo Beneficio	183
Cuadro No. 73 – Análisis Sensibilidad	184

CAPÍTULO 6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

Cuadro No. 74 – Misión	187
Cuadro No. 75 – Visión	187

CAPÍTULO 7. IMPACTOS

Cuadro No. 76 - Impacto Social	230
Cuadro No. 77 - Impacto Económico	231
Cuadro No. 78 - Impacto Educativo	232
Cuadro No. 79 - Impacto Ambiental	234

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Tabla No. 1 - Estimaciones de Crecimiento para Ecuador	39
Tabla No. 2 - Llegada de Extranjeros al Ecuador	41
Tabla No. 3 - Entorno Político	46
Tabla No. 4 - Entorno Social	47
Tabla No. 5 - Distribución de Ingresos	50
Tabla No. 6 - Entorno Tecnológico	52

CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO

Tabla No. 7 - Visitantes Cantón Pujilí - Parroquia la Victoria	92
Tabla No. 8 - Demanda Histórica en No. de Turistas	116
Tabla No. 9 - Demanda Actual: Ecuador	117
Tabla No. 10 - Identificación de la Demanda Actual	117

CAPÍTULO 6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

Tabla No. 11 – Requerimiento Personal Junta General de Accionistas	200
Tabla No. 12 - Requerimiento del Personal para Gerencia General	202
Tabla No. 13 - Requerimiento del Personal para Guardianía	203
Tabla No. 14 - Requerimientos del Personal del Área de Mantenimiento	204
Tabla No. 15 - Requerimientos del Personal del Área de Aseo	205
Tabla No. 16 - Requerimiento de Personal para Chef	206
Tabla No. 17 - Requerimientos de Personal para Mesero	207
Tabla No. 18 - Requerimiento de Personal para Guía Turístico	208
Tabla No. 19 - Requerimiento del Personal de Contabilidad	209
Tabla No. 20 - Requerimiento del Personal para Cajero Recepcionista	210
Tabla No. 21 - Análisis de Precios	217
Tabla No. 22 - Inflación Anual Últimos 5 Años	218
Tabla No. 23 - Proyección de Precios	218

CAPÍTULO 7. IMPACTOS

Tabla No. 24 - Valoración Cualitativa y Cuantitativa de Impactos	228
--	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Gráfico No. 1 - Mapa Cotopaxi	28
Gráfico No. 2 - Límites Parroquia La Victoria	29
Gráfico No. 3 - Evolución del PIB	33
Gráfico No. 4 - PIB por Actividad Económica	33
Gráfico No. 5 - Nivel de Precios	35
Gráfico No. 6 - Sector Monetario	36
Gráfico No. 7 - Participación por Tendencia de Activos	37
Gráfico No. 8 - Participación por Nivel de Patrimonio	38
Gráfico No. 9 - Entrada de Extranjeros al Ecuador 2012 – 2013	41
Gráfico No. 10 - Pirámide Social del Ecuador	48

CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO

Gráfico No. 11 – Pregunta #1 Nivel de Ingresos	99
Gráfico No. 12 - Pregunta #2 Procedencia	100
Gráfico No. 13 - Pregunta #3 Rango de Edad	101
Gráfico No. 14 - Pregunta #4 Visita Turística	102
Gráfico No.15 - Pregunta #5 Conocimientos de Servicios	103
Gráfico No. 16 - Pregunta #6 Tiempo de Permanencia	104
Gráfico No. 17 - Pregunta #7 Preferencia de Alojamiento	105
Gráfico No. 18 - Pregunta #8 Costo de Alojamiento	106
Gráfico No. 19 - Pregunta #9 Servicios Adicionales	107
Gráfico No. 20 - Pregunta #10 Interés en Servicios Adicionales	108
Gráfico No. 21 - Pregunta #11 Aceptación del Proyecto	109
Gráfico No. 22 - Pregunta #12 Frecuencia de Visita	110
Gráfico No. 23 - Pregunta #13 Numero de Huéspedes	111

CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

Gráfico No. 24 - Tecnología Requerida	129
Gráfico No. 25 - Mapa del Ecuador	140
Gráfico No. 26 - Mapa Provincia de Cotopaxi	141
Gráfico No. 27 - Mapa Cantón Pujilí.....	142
Gráfico No. 28 - Localización Parroquia La Victoria	143
Gráfico No. 29 - Diseño de las Instalaciones	148

Gráfico No. 30 - Distribución de Espacios 149

CAPÍTULO 6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

Gráfico No. 31 - Logotipo de Hostería 220

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La parroquia La Victoria fue creada el 10 de junio de 1935, lleva su nombre en coincidencia con la victoria del Dr. José María Velasco Ibarra en las elecciones para presidente de la República del Ecuador. Está constituida por tres comunas, Tejar, Calvario y Collantes Chucutisi y, Por los siguientes barrios:

- Mulinlivi Mosquera
- Mulinlivi Oriente
- Mulinlivi Norte
- Santa Rosa de Ilinchisi
- El Paraíso
- San José
- Santo Domingo
- Santa Rosa de Chilcaloma
- Centro (cabecera parroquial)

La parroquia La Victoria conocida como la capital Alfarera de Cotopaxi (donde también se ubica al viejo Pujilí) se encuentra ubicada a 6 km. Desde Quizacumbe punto referencial en la carretera Latacunga-Pujilí, en la parte centro occidental de la provincia de Cotopaxi, su altura varía entre los 2900 a 3300 msnm políticamente pertenece al cantón Pujilí.

Limites:

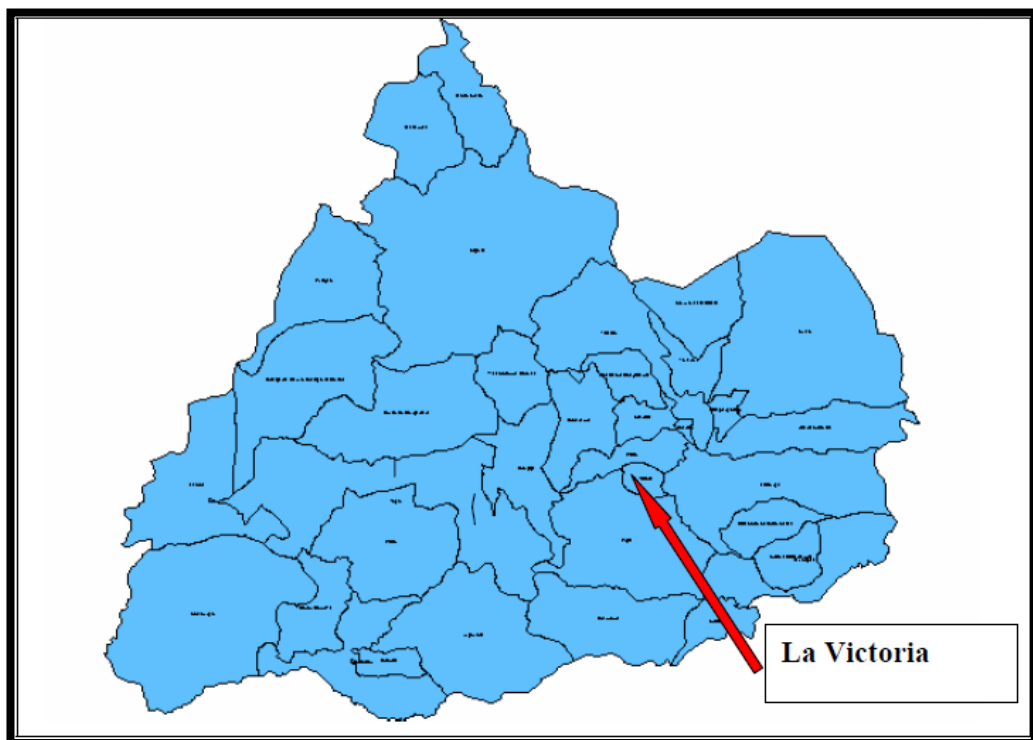
- Al Norte por la Parroquia Poaló del cantón Latacunga,
- Al Sur y Occidente por la parroquia Matriz del cantón Pujilí
- Al Oriente por la parroquia Once de noviembre del cantón Latacunga.

Cuenta con una superficie territorial de 21 ,6 km² que corresponde al 1.68% del área del cantón Pujilí, con un clima templado a temperaturas promedios de 7 a 15 C.

La Población de la Victoria, según información suministrada por la asamblea parroquial indica que su población actual alcanza un aproximado de 3500 habitantes, datos obtenidos del Subcentro de salud de la Victoria de los cuales un 9.3% es población indígena rural, el 60% se dedica a la artesanía en barro, el 25% a la agricultura y ganadería y el 15% han recibido educación superior. Recuperado de <http://www.lavictoria.gob.ec/cotopaxi/>

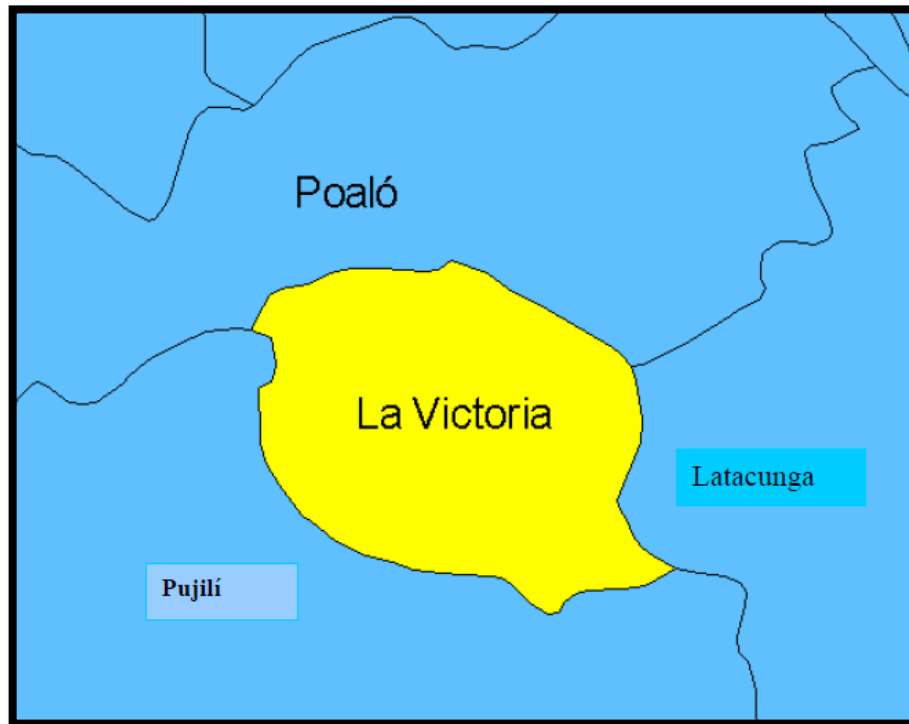
La Victoria es una parroquia artesanal y conocida a nivel nacional, carece de un turismo sostenible, solamente es eventual, no se ofrece paquetes turísticos alternativos y completos, la parroquia es visitada por los turistas para la adquisición de las artesanías, la estadía de los visitantes es rápida solamente hasta la adquisición de las artesanías, por lo que se evidencia la falta de proyección para la implementación de un proyecto turístico sustentable.

GRÁFICO NO. 1
MAPA COTOPAXI



MAPA DE COTOPAXI: DIVISION PARROQUIAL
FUENTE: SIISE VERSION 4.5

GRÁFICO NO. 2 LIMITES PARROQUIA LA VICTORIA



MAPA: LIMITES PARROQUIALES DE LA PARROQUIA LA VICTORIA
FUENTE SIISE (EXTRACTO)

1.2 Descripción de la empresa

Dadas estas circunstancias se ha visto necesario la creación de un centro turístico como alternativa laboral que motive a sus habitantes a disminuir la contaminación que existe en esta área. Esto permitirá crear nuevas fuentes de trabajo y el uso de técnicas más avanzadas para desarrollar su trabajo artesanal (disminuir la quema del barro mediante el uso del plomo causante principal de la contaminación excesiva) que por años se ha realizado en esta parroquia

Es urgente la concienciación a los artesanos de no utilizar el plomo de las baterías para dar brillo a las artesanías y esto lo lograremos a través del turismo en este sector ya que es la alternativa más acertada de parar el problema de contaminación, permitiendo que la gente concientice del daño que está realizando y así lograr la visualización de nuevos proyectos micro

empresariales, las personas determinarían al turismo como principal fuente de ingresos económicos y se daría apertura a que turistas visiten este lugar que posee muchos atractivos a sus alrededores.

El objetivo es lograr el realce de sus atractivos y sus alrededores, alcanzar la ubicación de este sector en el mapa turístico nacional, la comunidad se beneficiaría directa e indirectamente, se daría la apertura de fuentes de trabajo, mejorarían sus ingresos económicos, parte fundamental del proyecto es el rescate ecológico, costumbres culturales y ancestrales.

Podemos decir que el desarrollo para esta solución se enfoca directamente en las mismas manos de los pobladores de este sector. Se emplearán fuentes económicas en donde los habitantes estarán a cargo de una actividad como realización de rutas turísticas, gastronomía del lugar, paseos a caballo y principalmente microempresas como es la realización de sus artesanías evitando la quema con plomo. La capacitación de la gente será un factor de gran importancia. Se enfocará mucho en el auto-aprendizaje, las personas del sector serán las encargadas de monitorear cada actividad y mediante la capacitación dependerá el desarrollo económico de la comunidad. Queremos llegar a la gente a visualizar el proyecto como una solución y cambio de vida.

Además de los recursos turísticos los habitantes del sector tendrán la oportunidad de comercializar con los productos de la zona como son leche, huevos, carnes, aves, animales domésticos y corral, hortalizas, frutas, etc. Esto abriría un portal grande al comercio el mismo que orientaría a más personas a ser entes creativos.

Con esta iniciativa sectores apartados en los que forastero alguno jamás ha visitado hoy se acercarían, y con la administración inteligente del ecosistema se lograría un apego extraordinario con la naturaleza logrando que el turismo llegue a todos y por ende todos sus pobladores obtengan un mejor estilo de vida.

Se logrará que las familias que se dedican a esta actividad artesanal no utilicen el plomo como su materia prima, el medio alternativo será en sistemas de horneado. El proyecto turístico evitara la migración y la contaminación excesiva que existe. Se logrará motivar a la gente a procesos, logros y metas nuevas, se conseguirá la vinculación de las personas a la familia, las personas estarán motivadas a la creación de nuevas fuentes de trabajo e ingresos.

El proyecto turístico permitirá la recuperación del entorno natural, el rescate del patrimonio físico (parques, iglesias, casas antiguas, etc.) mejora de las vías de acceso, inversiones familiares como respuesta al ambiente turístico, niños, jóvenes y adultos felices. Se logrará la mejora de la infraestructura escolar, la inmersión al sector en el mapa turístico de paso obligado y la creación de microempresas que permitan el desarrollo de la comunidad. La autoestima de la gente mejorará y el empeño hacia el proyecto logrará como éxito alcanzado la visita de turistas nacionales y extranjeros.

1.3 Objetivos Diagnósticos

1.3.1 General

Determinar la factibilidad técnica y económica para la creación de una hostería turística en la parroquia La Victoria, cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi.

1.3.2 Específicos

- Analizar la situación socio-económica actual de la parroquia La Victoria
- Determinar las principales actividades productivas de la Parroquia La Victoria
- Conocer la población económicamente activa de la Parroquia “La Victoria”

- Identificar los mercados y competencias para determinar la posibilidad de introducción de nuestro servicio en el mercado turístico.
- Conocer el entorno turístico de la Parroquia La Victoria

1.4 Variables Diagnósticas - Indicadores

Una vez expuestos los objetivos del diagnóstico se ha logrado identificar las siguientes variables e indicadores que serán objeto de estudio y análisis.

CUADRO NO. 1
VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE	INDICADORES
SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA	Población Pobreza Educación Salud Vivienda
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	Tipo de Actividad Empresas Factores productivos
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	Tasa de empleo Tasas de desempleo
MERCADOS Y COMPETENCIAS	Oferta Demanda
ENTORNO TURISTICO	Climatología Ecosistema Biodiversidad Lugares Turísticos

ELABORADO POR: LA AUTORA

1.5 Matriz de Relación Diagnóstica

CUADRO NO. 2
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

NO.	OBJETIVOS DIAGNÓSTICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
1	Analizar la situación socio-económica actual de la parroquia La Victoria	Situación Socio-Económica	Población Nivel de pobreza Nivel de educación Salud Vivienda	Documental Investigación	Primaria
2	Determinar las principales actividades productivas de la Parroquia La Victoria	Actividades Productivas	Tipo de Actividad Empresas Factores productivos	Documental	Primaria Secundaria
3	Conocer la población económicamente activa de la Parroquia "La Victoria"	Población económicamente activa	Tasa de empleo Tasa de desempleo	Investigación	Primaria
4	Identificar los mercados y competencias para determinar la posibilidad de introducción de nuestro servicio en el mercado turístico.	Mercados y competencias	Oferta Demanda	Documental	Secundaria
5	Conocer el entorno turístico de la Parroquia La Victoria	Entorno Turístico	Climatología Ecosistema Biodiversidad Lugares turísticos	Investigación Documental	Primaria

ELABORADO POR: LA AUTORA

1.6 Análisis Externo

a) Macro ambiente

El macroambiente son todas las fuerzas que rodean la empresa, fuerzas que de una u otra forma pueden afectar significativamente el movimiento del negocio y que no pueden ser controlables; es decir, "son condicionantes para la empresa que se escapan a su control y son difícilmente modificables por cualquier elemento del mercado" (ARGUEDA, Esteban; Introducción al Marketing; Pág. 39). Estos elementos puede ser: físico o natural demográfico, tecnológico, cultura y social, político y legal. A continuación se detalla algunas de estas fuerzas:

- Entorno Económico

Después de varios años difíciles, en los que los bancos restringieron los créditos privilegiando la liquidez, las empresas estaban recelosas de pedir créditos, la situación del sistema financiero vuelve a ser positiva. El crédito privado creció muy lentamente, pero durante casi todo el 2011 hubo un crecimiento sostenido que se mantendrá este año, según las proyecciones de la banca. Por ello, se espera que el monto de los créditos llegue a los 18.000 millones de dólares. De hecho, durante casi toda la mitad del año pasado, se aprecia que el crecimiento de los créditos supera al de los depósitos, lo cual es un reflejo de que las empresas están retomando sus inversiones.

Recuperado de:

www.cosas.com.ec/1077el_panorama_economico_para_ecuador_2011

Por otra parte, cabe destacar que la caída del precio del petróleo, el ambiente político en que se desarrolla el país incide y afecta todas las actividades económicas del Ecuador; lo cual significa que si la economía no crece, afectara a todos los sectores económicos del país, por lo tanto si no se percibe un crecimiento positivo en la economía, la mayoría de las medianas empresas (como nosotros), nos veremos en la obligación de cerrar o reducir nuestras actividades, ya que en la actualidad tendríamos

que aumentar los salarios y por ende poner a nuestro servicio un precio más alto del que se puede pagar.

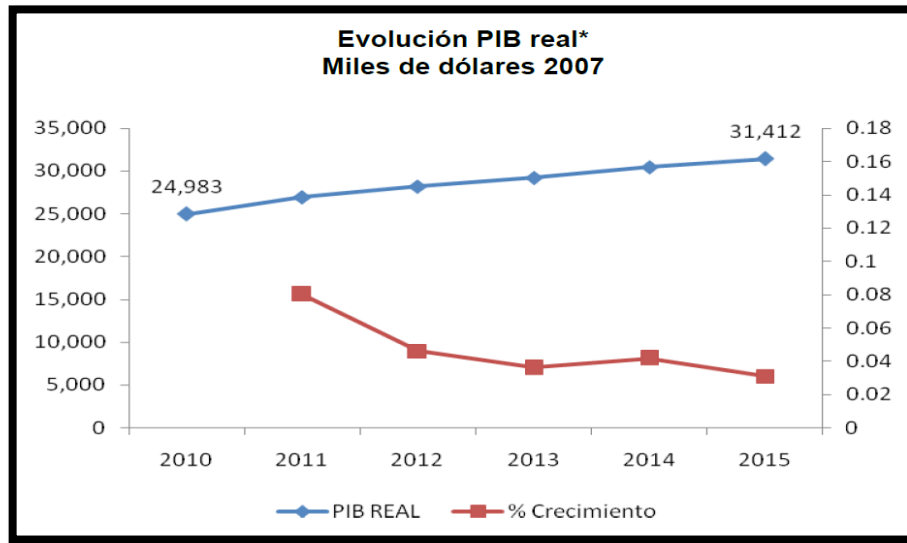
Sector Real

El crecimiento económico en el 2013 se ha mantenido estable con una tasa prevista del 4,1%. El sector petrolero continúa impulsando el crecimiento productivo nacional con el 2,6% con relación al año anterior. Las principales actividades económicas que aportan a este comportamiento han sido: Otros servicios 34%, Comercio 11%, Manufactura 11%, Petróleo y Minas 10%, Construcción 10%, Agropecuario 10%, debido a las obras de infraestructura realizadas según las previsiones del Banco Central.

- **Producto Interno Bruto PIB**

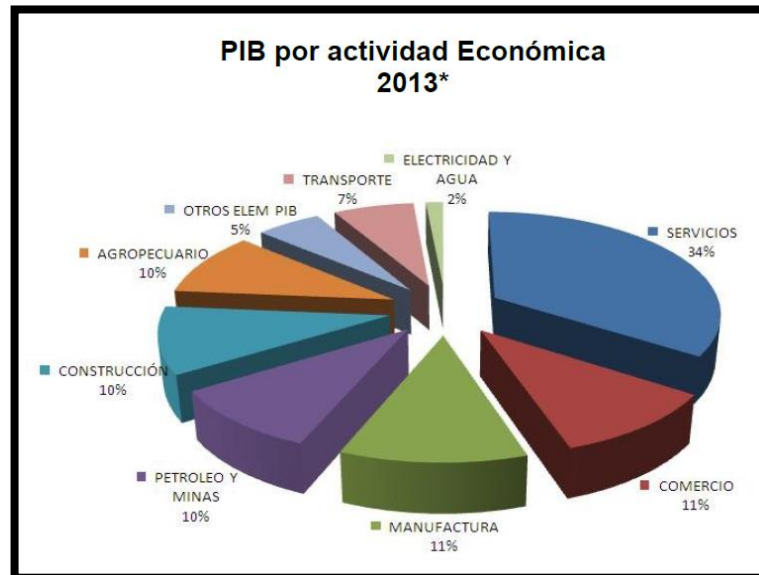
De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento anual de 4.5% en el año 2013 con respecto a 2012, ubicando al país como una de las economías con mejores resultados en la región. El resultado del crecimiento se explica mayoritariamente por el desempeño del sector no petrolero, que registró un crecimiento anual de 4.9%, llegando a representar el 85.4% del total del PIB 2013. De su parte, el valor agregado petrolero tuvo un crecimiento anual de 1.4%.

GRÁFICO NO. 3
EVOLUCION DEL PIB



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (PREVISIONES)
ELABORACIÓN: SUBGERENCIA NACIONAL DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS

GRÁFICO NO. 4
PIB POR ACTIVIDAD ECONOMICA

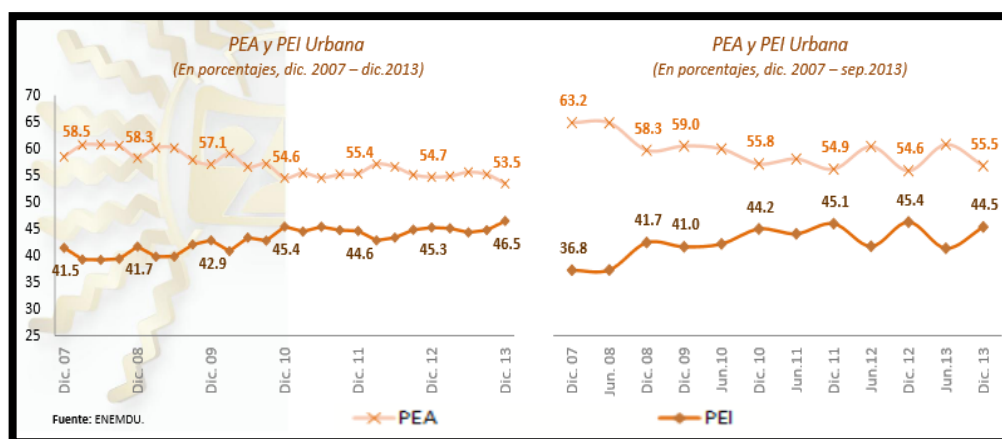


FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (PREVISIONES)
ELABORACIÓN: SUBGERENCIA NACIONAL DE PLANEACIÓN Y ESTUDIO

- **Población económicamente activa (PEA) y población económicamente inactiva (PEI)**

La PET está constituida por la PEA y la PEI; así, en diciembre 2013 en el área urbana del país, la participación de la PEA y PEI dentro de la PET fue del 53.5% y 46.5% respectivamente. Por su lado, en el área rural, la PEA y PEI constituyeron el 55.5% y 44.5% en su orden.

GRÁFICO NO. 5
POBLACION PEA – PEI



FUENTE: ENAMDU
ELABORACIÓN: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Sector Externo

En cuanto a la balanza comercial enero septiembre de 2013, registró un saldo negativa de USD -820,9 millones, este resultado representó una disminución del superávit comercial que se presentó en el mismo período del año 2012, que fue de USD 113,5 millones.

La Balanza Comercial Petrolera, al noveno mes del año 2013 presentó un saldo favorable de USD 6.187,2 millones, es decir, -9,5% menor que el superávit comercial obtenido en el período enero – septiembre de 2012 que fue de USD 6.833,1 millones.

Por otra parte el déficit de la Balanza Comercial no Petrolera, en el periodo de enero – septiembre de 2013, registró un aumento con respecto a lo

obtenido en el mismo período de 2012, al pasar de USD -6.719,5 millones a USD -7.008,1 millones; este comportamiento responde al crecimiento de las importaciones de bienes de Capital, de Consumo y Materias Primas.

Las exportaciones totales entre los meses de enero y septiembre de 2013, alcanzaron USD 18.630,5 millones, monto que representa un aumento de 2,6% con relación a las ventas externas registradas en los nueve primeros meses de 2012, que fueron USD 18.163,5 millones, por otro lado las exportaciones petroleras tuvieron un incremento en el valor de las exportaciones petroleras que pasó de USD 10.777,5 millones en 2012 a USD 10.708,3 millones debido a la caída en el valor unitario del barril de petróleo.

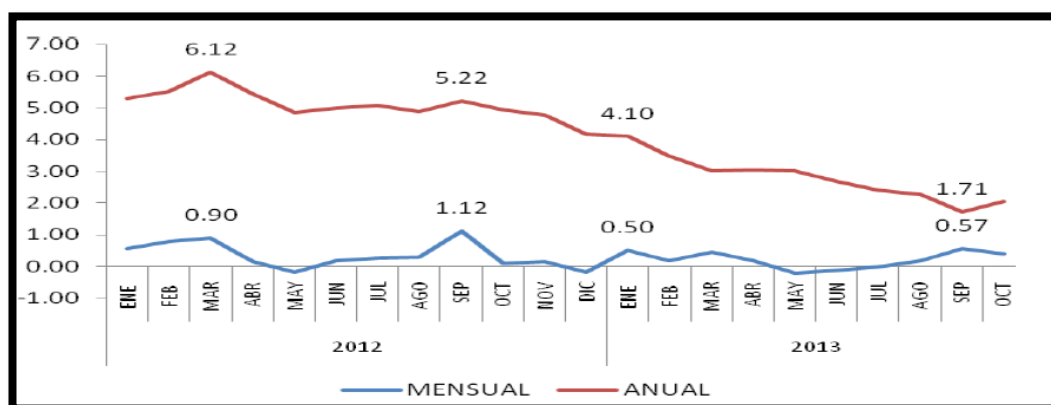
Durante el período enero agosto de 2012, las importaciones totales alcanzaron USD 19.418,5 millones, nivel superior en USD 1.373 millones a las compras externas realizadas entre enero y septiembre de 2012 (USD 18.045,5 millones), dicho monto representó un crecimiento en 7,6%.

Nivel de Precios

La inflación mensual de septiembre 2013 registró el 0,57% presentando un aumento en la inflación a comparación del mes pasado. El resultado general, estuvo determinado por la inflación en Educación y Recreación y Cultura; en tanto que, las Restaurantes, Hoteles y Comunicaciones, registraron deflación y atenuaron el resultado general.

El índice de salario real para el mes de septiembre 2013 se traduce en un mayor poder adquisitivo de la población, ubicándose en 1,71%.

**GRÁFICO NO. 6
NIVEL DE PRECIOS**



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORACIÓN: SUBGERENCIA NACIONAL DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS

Sector Laboral

Según datos del Banco Central, la tasa de desocupación total a septiembre 2013 fue 4,6%, 0,3 puntos porcentuales menos que la tasa registrada en septiembre del año pasado. La estructura del mercado laboral con respecto a la PEA en septiembre 2013, no ha sufrido mayores alteraciones, en donde la mayor parte de la PEA se ubicó en ocupación plena (50,4% del total); la tasa de subocupación sitúa en 42,9%. Estos resultados con respecto al mes de septiembre 2012, evidencian que los sub-ocupados y los desempleados disminuyeron en 2,8% y 0,9%, respectivamente, en tanto que los ocupados plenos aumentaron en 2,5%.

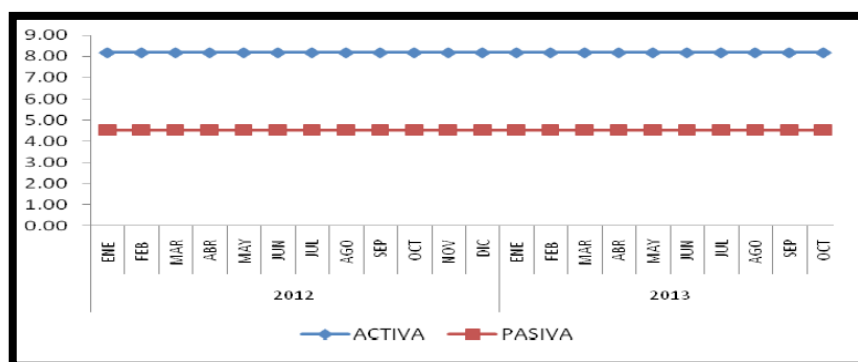
Sector Monetario

En el mes de septiembre de 2013, la Reserva Internacional de Libre Disponibilidad (RILD) registró una disminución con respecto al saldo del mes pasado registrando un saldo actual de USD 4.233,50 millones.

La reducción paulatina que el Banco Central ha mantenido a partir del 2008 en la tasa de interés no se ha visto mayormente ejecutado en el transcurso del año 2012 y 2013, debido a que podemos observar un valor constante tanto en la tasa activa como en la tasa pasiva, esta reducción paulatina

ejecutada por el Banco Central fue con la finalidad de reducir los costos de acceso a recursos, lo cual ha conducido a que en el mes de septiembre tengamos una tasa activa referencial de 8,17% y una tasa pasiva referencial de 4,53%

GRÁFICO NO. 7
SECTOR MONETARIO



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (* A OCTUBRE 2013)
ELABORACIÓN: SUBGERENCIA NACIONAL DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS

Sector Financiero y Banca Pública

Al mes de septiembre del 2013 el Sistema Financiero Nacional cuenta con 79 entidades. A inicios del año 2013 el Banco Territorial cierra sus actividades y los bancos Solidario y Unibanco se fusionaron formando un solo banco.

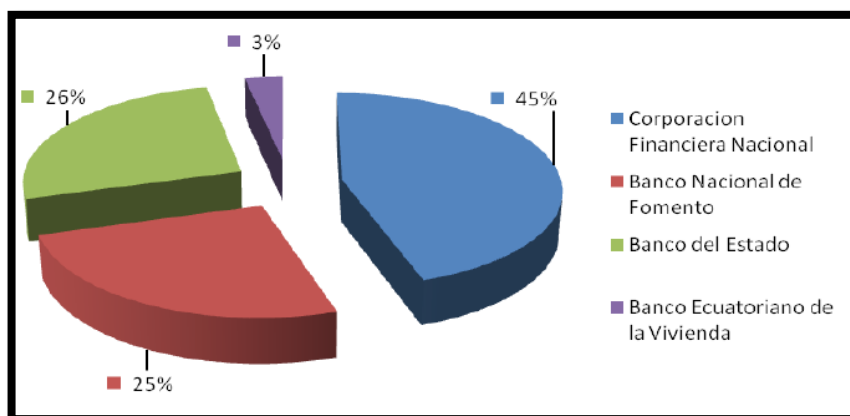
Entre bancos privados y públicos, mutualistas y otras entidades financieras, con un total de activos por USD 30.946,96 millones, manteniendo una constante tendencia de crecimiento desde la entrada del Ecuador en dolarización. No se ha incluido a las Cooperativas por no contar con información actualizada.

En cuanto a los bancos privados, éstos cuentan con un total de activos por USD 28.575,25 millones a septiembre del 2013.

En lo referente a Banca Pública, al mes de septiembre del 2013 el total de activos asciende a USD 6.701,98 millones, con una representación

significativa de la Corporación Financiera Nacional (44,94%), el Banco Nacional de Fomento (25,46%), el Banco del Estado (26,45%) y con una participación mínima del Banco ecuatoriano de la Vivienda (3,15%).

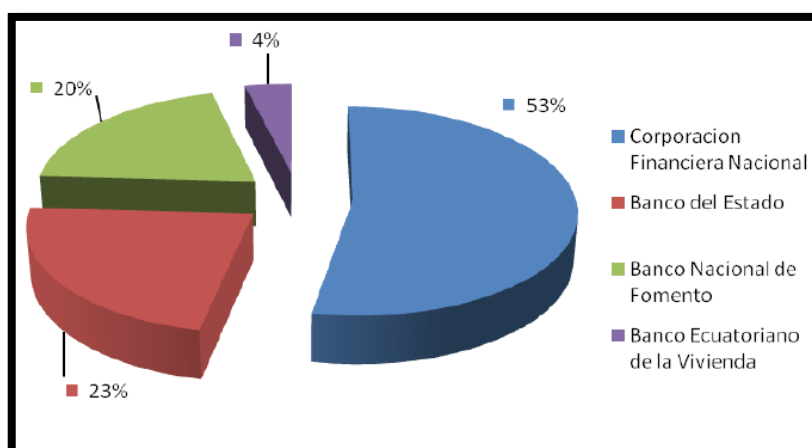
GRÁFICO NO. 8
PARTICIPACIÓN POR TENDENCIA DE ACTIVOS



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS
ELABORACIÓN: SUBGERENCIA NACIONAL DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS

En cuanto al patrimonio la banca pública al mes de octubre del 2012 alcanza los USD 1.953,33 millones, manteniendo una concentración similar que en total de activos, en la participación de la CFN del 53,08%.

GRÁFICO NO. 9
PARTICIPACIÓN POR NIVEL DE PATRIMONIO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS
ELABORADO POR: SUBGERENCIA NACIONAL DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS

Perspectivas 2014

Las tasas de crecimiento económico del Ecuador registradas en el 2013, respalda las perspectivas positivas al cerrar el presente año considerando factores tales como los precios de las materias primas, el precio del barril de petróleo que se espera se mantenga sobre los USD 80.

Para el 2014 nuestro país desaceleraría su crecimiento, como consecuencia de la débil recuperación económica de Estados Unidos y los problemas financieros de los gobiernos europeos que han provocado inestabilidad en los mercados.

Entre los factores que se verían potencialmente afectados se encuentran, los precios de los commodities (petróleo, cacao, banano), la disminución de las remesas que ingresan al país; dependiendo del escenario que presente la economía global dependerá los mecanismos que deberá adoptar el Gobierno.

A continuación se presentan las perspectivas definidas por varias instituciones con respecto al crecimiento de la economía ecuatoriana para el año 2013 y 2014.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) considera que la economía ecuatoriana crecerá en 4,1% para este año y 4,0% respectivamente, mientras que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) establece una tasa de crecimiento del 3,5% para el 2013 y de 3,8% para 2014, finalmente el Banco Central del Ecuador establece un crecimiento del 4,0% en el período actual y 4,5% para el 2014. Recuperado de: <http://www.cfn.fin.ec/>

TABLA NO. 1
ESTIMACIONES DE CRECIMIENTO PARA ECUADOR

Estimaciones de Crecimiento (Variación Anual %)			
AÑOS	BCE	FMI	CEPAL
2013	4,0	4,1	3,5
2014	4,5	4,0	3,5

FUENTE: BCE, FMI, CEPAL
ELABORADO POR: SUBGERENCIA NACIONAL DE PLANEACIÓN Y ESTUDIOS

Factor económico enfocado al Turismo

El ingreso de turistas le reportó a Ecuador 1.893,6 millones de dólares hasta el tercer trimestre de 2013, lo que ubica a ese rubro en el cuarto renglón económico por ingreso de divisas, informó el Ministerio de Turismo.

En 2012, el país sudamericano recibió 1.038,7 millones de dólares por concepto de turismo, un crecimiento del 22,2% en relación con 2011, año en el que ingresaron 849,7 millones de dólares.

En el tercer trimestre de 2012 los réditos ascendieron a 766,8 millones de dólares, precisó el Ministerio basado en un reporte del Banco Central. Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>

Importancia del Turismo en la Economía

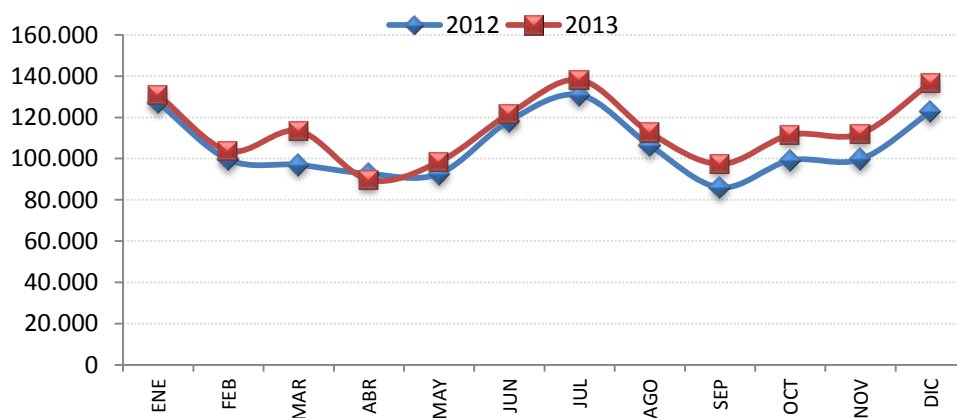
El actual gobierno ecuatoriano optó por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional dado que contribuye sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y, sobre todo, a generar nuevos empleos. Ha declarado al turismo como eje central de las políticas del Estado y propone la formulación de políticas integrales y intersectoriales y la movilización de recursos de varias

instancias estatales en coordinación con la empresa privada y otras organizaciones de la sociedad civil. Recuperado de: <http://www.eclac.org>

TABLA NO. 2
LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	86.544	96.109	105.548	127.116	130.842	2,93
FEB	72.742	89.924	86.421	99.521	103.768	4,27
MAR	72.226	82.452	87.495	96.948	113.361	16,93
ABR	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	-3,19
MAY	70.277	77.618	82.870	92.644	98.420	6,23
JUN	89.889	91.602	99.949	118.292	121.742	2,92
JUL	102.571	110.545	117.966	130.779	138.140	5,63
AGO	87.221	95.219	98.962	106.375	112.576	5,83
SEP	68.124	71.776	80.090	85.990	97.372	13,24
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145	111.519	12,48
NOV	76.965	81.253	92.573	99.674	112.061	12,43
DIC	91.070	96.359	113.299	122.790	136.799	11,41
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.366.269	7,42

GRÁFICO NO. 10
ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR 2012 - 2013



FUENTE : ANUARIOS DE MIGRACIÓN INTERNACIONAL - INEC
ELABORADO POR : DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN - MINISTERIO DE TURISMO

Inflación

En el caso de la inflación, la Industria del Turismo se ve afectada en más de un sentido. El más obvio fue la afectación hacia la Industria de los Alimentos, cuyos efectos en el turismo derivaron directamente en el alza del costo de los paquetes turísticos de pensión completa, es decir, aquellos que incluyen todas las comidas.

La tasa anual de inflación de Ecuador se desaceleró a 2,70% en el 2013 frente al 4,16% registrado el año previo, lo que en una economía equilibrada significaría una situación económica bastante estable para sus habitantes, más en el país la realidad es otra. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/07/nota/1997356/ecuador-registro-inflacion-270-2013>

Desde la dolarización el país ha perdido competitividad no solo en el sector turístico sino en todas las industrias. Los costos de producción superan por amplio margen a los de muchas economías en Latinoamérica. El país no se encuentra en posición para competir con los que antes eran sus mayores rivales, Perú y Colombia.

La industria del turismo en el mundo ha crecido alrededor en los últimos años y el Ecuador no ha podido gozar de este incremento debido a que muchos turistas se "fugan" porque existe destinos cercanos que ofrecen atractivos turísticos parecidos, servicios de alta calidad y todo a un costo mucho menor que en el país.

Esta pérdida de competitividad turística aunque nos ha marginado, puede y debe ser el empuje que requiere el país para mejorar en todo sentido, de manera que se pueda ofrecer al turista destinos nuevos, con servicios que lleguen a la excelencia y que el turismo actual requiere y que principalmente justifiquen los costos que el turista afronta al llegar al país.

El turismo como generador de empleo también puede tener costes económicos importantes. Aunque se reconoce la correlación entre la

generación de ingresos por el turismo y la creación de empleo, los puestos creados, que en su conjunto reducen la figura del desempleo, lo son a tiempo parcial o a tiempo completo pero inestables temporalmente. Hay autores que afirman que, a largo plazo, la baja productividad potencial del trabajo en la empresa turística puede tener un efecto depresivo sobre el crecimiento económico local. Recuperado de: <http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/>

Impuestos

Hablar de la Fiscalidad en el Turismo parecería que son temas totalmente opuestos, nada más alejado de la realidad ya que son ambos los que preocupan y ocupan a quienes ejercen la actividad privada ya sea como profesionales del turismo o como sus asesores, pero también al mismo fisco.

Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo.

El tratamiento que se le da al turismo actualmente en las cuentas nacionales no es el adecuado para poder conocer con exactitud el resultado operacional neto del intercambio turístico del país con el resto del mundo.

No es fácil llegar a determinar con exactitud el monto de ingresos y egresos ocasionados por el turismo. Contribuye a esta dificultad el hecho de que el turismo no pueda identificarse como un sector económico claramente diferenciado, puesto que de los bienes y servicios vendidos tanto a los visitantes como a los turistas nacionales se originan varias ramas de la producción y porque en muchos casos sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o usos internacionales.

Sobre los ingresos

El turismo, al igual que otras actividades económicas, genera una renta para el Estado, la cual tiene su origen en los impuestos directos e indirectos a los que está sujeto todo el complejo de empresas y personas involucradas en la actividad, incluso el propio turista.

Los impuestos que dan origen a esta renta son de naturaleza muy diversa, razón por la cual, y sólo a los efectos de brindar una idea al respecto, a continuación se mencionarán algunos de ellos:

- Impuestos municipales (servicios públicos)
- Impuestos a la renta
- IVA en los bienes y servicios consumidos por el turista.
- Impuesto a las importaciones de bienes y servicios para el consumo de los Turistas.
- Tasa de servicios por el uso de las facilidades públicas para el uso del viajero (aeropuertos, terminales de autobuses, etc.).

En la práctica, hasta el momento, ha sido muy difícil poder evaluar la contribución del turismo al presupuesto general de ingresos por estos conceptos debido fundamentalmente a que tampoco se dispone de los desagregados que faciliten esta labor, aunque su aporte al ingreso a través del sistema tributario es un hecho indiscutible. No existen métodos serios y estadísticos suficientes para realizar correctamente las estimaciones oportunas. Pero el hecho evidente no es otro que la omisión casi permanente de la relación entre Turismo y Renta

Se concluye que el turismo es una fuente de divisas tributarias para el país, por lo tanto se debe manejar una política tributaria especial para este sector de manera que active la industria, ya que uno de los factores que puede desalentar la decisión de viajar, es la incidencia elevada de impuestos sobre los diferentes elementos que componen el paquete turístico.

El viajero internacional llega a una ciudad, utiliza el servicio de un hotel, alquila un auto y consume comidas. El precio, cantidad y tipo de bienes comprados permanecen fijos entre los diferentes períodos. Así al mantener constantes precios y cantidades lo único que se observará fluctuar son los impuestos que en turismo son extremadamente diversos y sujetos a cambios frecuentes.

En estas condiciones el papel del estado consiste en implementar políticas económicas que influyan directa e indirectamente sobre los costos de las prestaciones turísticas, en particular la política salarial, la política de los precios y la de los créditos. Paralelamente, las políticas fiscales selectivas con frecuencia tienen un objetivo preciso que se relaciona en forma directa y específica con el sector turístico.

- Entorno Político

TABLA NO. 3
ENTORNO POLITICO

FACTOR	ANÁLISIS EXTERNO		IMPACTO		
	Oportunidad	Amenaza	Bajo	Medio	Alto
Gobernabilidad		X		X	
Corrupción		X			X
Poder Legislativo	X			X	

ELABORADO POR: LA AUTORA

El Ecuador vive hoy una crisis política debido a las diferentes ideologías de los diversos partidos que existen, olvidándose de lo que es realmente importante, la igualdad de derechos para todas y todos los ecuatorianos.

El buró político está integrado por la mayoría de militantes del partido de gobierno, que no aceptan opiniones de otros partidos, y que mantienen al pueblo en zozobra y esta es una de las principales razones que obligan a las empresas nacionales y extranjeras a no invertir, por la inseguridad y porque no tienen garantías.

Lo que afecta directamente en el campo turístico es como el Presidente vende la imagen de nuestro país ya que él no permite que le lleven la contraria y busca por cualquier medio que las personas hagan lo que él ordena, de esta manera los posibles turistas evitaran venir a un país que no tiene ningún tipo de libertad.

El turismo en el Ecuador se ha convertido en una fuente importante de riqueza, actividad económica que crece año a año, por lo cual es importante elaborar proyectos no tradicionales que sean atractivos al inversionista.

El proyecto de creación de una empresa de servicios turísticos en la Parroquia La Victoria, contribuirá al desarrollo socio-económico del sector, fomentando nuevas fuentes de empleo, incrementando el nivel de ocupación y dando mayor movimiento a la economía de la comunidad.

- Entorno Social

TABLA NO. 4
ENTORNO SOCIAL

FACTOR	ANALISIS EXTERNO		IMPACTO		
	Oportunidad	Amenaza	Alto	Medio	Bajo
Alto nivel de desempleo		X		X	
Incremento de la migración		X	X		
Crecimiento Poblacional	X			X	
Ingreso de Turistas al Ecuador	X		X		
Distribución de Ingresos	X		X		

ELABORADO POR: LA AUTORA

El factor demográfico nos permite conocer según el crecimiento poblacional de los ecuatorianos el porcentaje de participación que las comunidades pueden llegar a tener en las diferentes actividades turísticas, así como también el porcentaje de los ingresos de los ecuatorianos que se destina para actividades de recreación como el turismo, lo cual permite diseñar

productos turísticos asequibles, que vayan acordes a sus necesidades y expectativas. Recuperado de: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/>

El Ecuador se distingue por ser uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas de Latinoamérica. Existen diferencias importantes del ingreso donde el 20% de la población más rica posee el 54.3% de la riqueza y el 91% de las tierras productivas. Por otro lado, el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4.2% de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0.1% de la tierra. Existe cierta estabilidad económica pero con bases débiles y de forma forzosa.

La organización señaló además que el desempleo urbano bajó en el 2008 a un 7.4%, desde un 8.1% del año previo, en un contexto de crecimiento del 4.6% en la tasa del PIB regional.

La competitividad no mejorará en el país porque la tendencia desde los años 2001, 2002 y 2003 en la relación del tipo de cambio real con países como Colombia es cada vez más negativa para el Ecuador. Precisamente con Colombia hemos perdido la capacidad competitiva en el orden del 26%. Recuperado de <http://www.slideshare.net/RaulinoR/aspecto-social-economico-politico-y-cultural-del-ecuador>

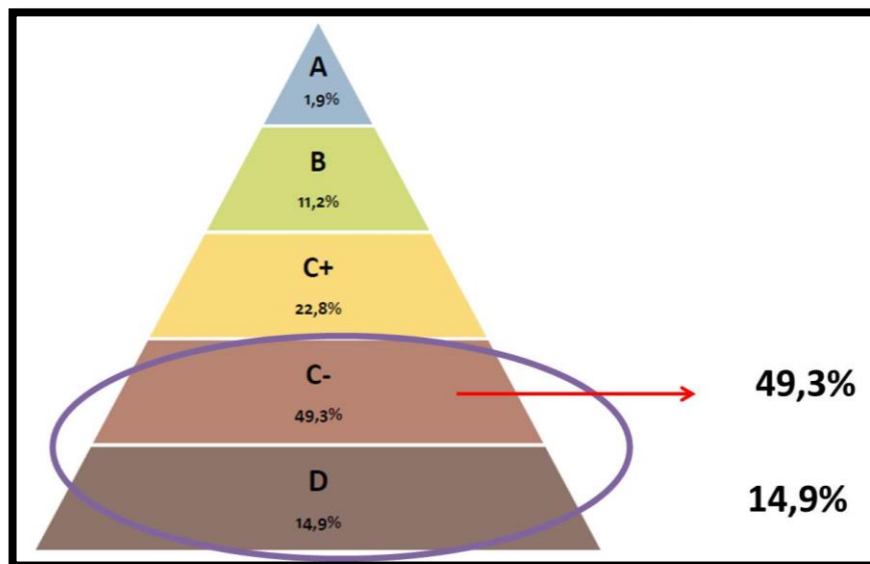
Las principales variables demográficas son:

Nivel Social

Datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), nos enseñan que los hogares ecuatorianos se dividen en 5 estratos. Dentro del estrato socioeconómico A esta apenas el 1,9% de la población, del B el 11.2%, del C+ el 22.8%, del C- el 49.3% y del D el 14.9%. (INEC). Los factores que definen las características de las personas en estos estratos son el estilo de vida, el nivel de educación, el tamaño familiar y los hábitos de consumo.

Para el negocio donde nos estamos desarrollando, estos datos son muy positivos ya que nuestro enfoque es la venta e productos para el cuidado equino, la empresa se enfocara en el los estratos A y B que conforman un 13.1% de la población. El poder adquisitivo de estas personas como el estilo de vida que los define son de suma importancia porque nos dice que si hay un potencial grande en el mercado donde nuestra empresa puede desarrollarse. Recuperado de: www.inec.gov.ec

GRÁFICO NO. 11
PIRÁMIDE SOCIAL DEL ECUADOR



FUENTE: INEC

Tamaño de Familias

Según datos del INEC, las personas en los niveles socio económicos A y B, son las menos propensas a tener una familia grande, en general ellos tiene 1 a 2 hijos; ya que nuestro producto se enfoca al deporte ecuestre, una familia numerosa donde la mayor parte de 21 personas que practican este deporte son niños, el saber que nuestro segmento de mercado no crece en la tasa que quisiéramos es una amenaza. Para nuestra empresa una mayor cantidad de niños significa que va a ver un mayor porcentaje de ellos que quiera practicar este deporte por ende incrementando nuestras posibilidades de crecer en el mercado.

Crecimiento poblacional:

La población ecuatoriana tiene un crecimiento anual aproximado del 2.8% de acuerdo al último censo de población y vivienda realizado por el INEC.

Distribución de ingresos:

Los ecuatorianos en general asignan un 8.2% de sus ingresos para la compra de bienes y servicios dentro del cual se encuentra la categoría de productos para el cuidado personal, esto de acuerdo al estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

TABLA NO. 5
DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS

GRUPOS DE GASTOS	ESTRUCTURA DE GASTO (%)
GASTOS DE CONSUMO	100
01- Alimentación y bebidas no alcohólicas	19,4
02- Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	0,5
03 -Prendas de vestir y calzado	8,6
04- Alojamiento, agua electricidad , gas	19
05- Muebles y Enceres	5,9
06- Salud	4,9
07- Transporte	10
08- Comunicaciones	2,8
09- Recreación y Cultura	5,7
10- Educación	4,4
11- Hoteles y Restaurantes	10,6
12- Bines y Servicios diversos	8,2

FUENTE: INEC.

Cobertura de la salud

Ecuador tiene uno de los mejores sistemas de salud en el mundo, se determinó que la eficiencia del sistema sanitario de Ecuador se sitúa en el puesto 20 a nivel mundial, superado en Suramérica solamente por Chile que se ubica en el puesto 13.

Los cambios que se han dado en el desarrollo social del Ecuador en el periodo 2007–2012 fueron potentes. En el año 2006 la inversión social era de 1.934 millones de dólares, mientras que la proyección en 2013 es de alrededor de 7.000 millones de dólares, destinados especialmente al sector de salud.

Datos del Ministerio de Salud Pública (MSP) informan que en 2006 se registraron 16 millones de atenciones médicas, mientras que en 2012 llegaron a 38 millones y la mortalidad de menores de un año por enfermedades diarreicas bajó del 27,5 % en 2007 al 8% el 2011.

Asimismo, en la rendición de cuentas del sector social los datos expuestos destacaron que actualmente existen aproximadamente 140 hospitales de la Red Pública de Salud, se construyen 22 nuevos hospitales. Recuperado de: www.andes.info.ec/es/sociedad/

- Entorno Tecnológico:

TABLA NO. 6
ENTORNO TECNOLÓGICO

FACTOR	ANÁLISIS INTERNO		IMPACTO		
	Oportunidad	Amenaza	Bajo	Medio	Alto
Falta de inversión en nueva tecnología		X			X
Disminución de costos por servicio	X				X
Falta de nuevos equipos y medios de conectividad		X			X

ELABORADO POR: LA AUTORA

Dentro de nuestro país el aspecto tecnológico aun no es considerado como uno de los más destacados, ni es uno al que se le dé suficiente importancia, ya que en el Ecuador aún se considera que invertir en tecnología es un gasto mas no una inversión, por esta razón podemos encontrar que la mayoría de negocios turísticos no cuenta con un departamento de sistemas sofisticado ni de investigación tecnológica que les permita desarrollar y

promover adecuadamente sus servicios al exterior. Incluso ciertas investigaciones han determinado que el acceso que posee la mayoría de la población Ecuatoriana a internet es muy limitado, al igual que la rapidez de la banda ancha que es considerada como una de las más lentas dentro de América Latina. Actualmente, el gobierno invierte alrededor del 0,49% del PIB, para adquirir nuevas tecnologías que mejoren nuestras redes de comunicación, aunque este es un valor aun pequeño e insignificante ya que debería ser alrededor del 1% para mantenernos dentro de los estándares mundiales. Adicionalmente, es necesario destacar que el manejo interno de las redes se encuentra limitado en tres monopolios que no permiten que los servicios de telecomunicaciones finales a los clientes mejoren, ni que disminuyan costos de servicio como ocurre en países Europeos, al mismo tiempo no existe suficiente inversión extranjera o nacional privada que nos permita tener una comunicación competitiva, ni siquiera similar al de países de nuestra misma región.

Dentro de nuestro proyecto, consideramos que nuestros huéspedes deben tener a total disposición medios de comunicación que les permita sentirse conectados constantemente con lo que sucede en el mundo siendo estos: telefonía fija, abierta a todos los destinos internacionales, internet y redes Wi-Fi en habitaciones y espacios de esparcimiento. Consideramos que la falta de conectividad que ofertan los proveedores nacionalmente podría afectarnos directamente, ya que nuestra hostería se encuentra ubicada en un lugar alejado, que carece de ciertos beneficios básicos, por lo tanto esto complica la efectividad de las conexiones, por lo que hemos adoptado trabajar con varios proveedores de equipos, redes y comunicación, para poder ofrecer a nuestros visitantes las mejores opciones que hayan disponibles en el mercado.

b) Microambiente

Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter

Es un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1979, en que se describen las Cinco Fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste.

Recuperado de http://www.rhodium.com.ar/web_doc/fuerzas_de_porter

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Una amenaza directa son complejos turísticos u hosterías, ya que estos por su tamaño, potencial económico y alto nivel de demandantes del servicio, abarcarían todo el mercado de hospedaje en la zona. Empresas medianas y pequeñas presentarían inestabilidad económica. Es por esta razón que constituye una amenaza de medio impacto.

- **La rivalidad entre los competidores**

La rivalidad es buena y saludable, para que se presenten servicios turísticos de calidad, pero lo desleal es que siempre el precio es el condicionante principal y por lo general los clientes buscan lo más económico para su bolsillo, olvidándose muchas veces de la calidad. Sólo ciertos estratos buscan calidad antes del precio, es por ello que se considera una amenaza de medio impacto para nuestro proyecto turístico. En la actualidad la parroquia no cuenta con una hostería similares a nuestro proyectos, sin embargo, existen hosterías aledañas al sector que pueden generar mucha competencia.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Se considera como una oportunidad de medio impacto para la nuestro proyecto ya que los proveedores no tienen fuertes recursos y facilidad de

imponer condiciones de precio, tamaño y entrega de pedido. Se puede realizar cotizaciones y negociaciones, es decir que la empresa no es dependiente de los proveedores actuales y existe facilidad de realizar nuevos cambios en caso de que sea necesario.

- **Poder de negociación de los compradores**

El servicio que brindara nuestro proyecto la hostería es de calidad y desarrollada en base a las necesidades de sus clientes, no tiene posibles servicios o paquetes sustitutos a más de su única competencia directa, considerando una oportunidad de alto impacto. La demanda turística del sector de facilita imponer los precios por alojamiento, restaurante y recreación.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Los productos sustitutos son “aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar y por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del bien del proyecto, si esté subiera de precio”. Para nuestro proyecto representa una amenaza de medio impacto debido a que existen ciertos servicios sustitos. Sin embargo el sector todavía no demanda grandes cantidades de turistas nacionales o extranjeros, lo cual mantiene nula una posible guerra de precios, que conllevarían a reducción de costos

1.7 Evaluación de la información

CUADRO NO. 3
ANÁLISIS AOR

ALIADOS	OPONENTES
a) Gobierno Parroquial de La Victoria	a) Competencia
b) Turistas nacionales y extranjeros	b) La falta de disponibilidad de recursos financieros
c) La comunidad	c) Baja de afluencia de turismo
d) Ministerio de Turismo	d) Afectación en la economía del país
e) Ubicación de la parroquia y su comercialización de artesanías y productos.	e) Falta de capacitación
OPORTUNIDADES	RIESGOS
a) La preferencia de los turistas nacionales y extranjeros	a) El posicionamiento de las hosterías
b) El apoyo de las autoridades	b) El mercado turístico
c) Excelentes vías de acceso.	c) Falta de interés de la comunidad en el proyecto.
d) Conocimiento de la comunidad en diferentes áreas	d) Incremento o cambio de impuestos
e) Explotar los lugares turísticos del sector.	e) Uso inadecuado de recursos naturales

ELABORADO POR: LA AUTORA

ALIADOS:

- El principal aliado sería el Gobierno Parroquial de La Victoria, como fuente de información y promoción de turismo en vista de que no existe una empresa para tal efecto.

- La afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Parroquia La Victoria según las estadísticas son la tercera fuente del Cantón.
- La comunidad ya que la población desempleada podrían optar por los nuevos puestos de trabajo lo que influye directamente en la disminución de los niveles de desempleo, subempleo, pobreza y migración del cantón
- La situación geográfica de la Parroquia La Victoria es muy favorable debido a que se encuentra atravesada por la panamericana sur teniendo así sus principales de vías de acceso en las mejores condiciones; logrando también implementar el proyecto en cualquier lugar dentro de la parroquia.
- Se considera que el comercio dentro de la Parroquia es muy alto por lo que se podría aprovechar y brindar un valor agregado al centro turístico por parte de los comerciantes.

OPONENTES

- Existen hosterías a nivel local y provincial que son reconocidas y tienen su posicionamiento en el mercado dedicadas al turismo y recreación, La competencia a nivel provincial debido a que se tiene competidores directos con más influencia que están posicionados dentro del mercado turístico.
- Falta de disponibilidad económica para financiar el proyecto
- Falta de difusión turística por parte de los gobiernos seccionales.
- Cambios y expectativas por nuevas políticas socio económicas del gobierno actual.
- Desconocimiento y Carencia de mano de obra calificada en la Parroquia para la aplicación de técnicas y manejo de un centro turístico.

OPORTUNIDADES

- La preferencia de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia por su clima y atractivos naturales.
- El apoyo crediticio que otorga las organizaciones para la implementación de nuevos proyectos que contribuya al mejoramiento y desarrollo de la economía de la población.
- La parroquia cuenta con excelentes vías de acceso.
- La comunidad tiene conocimiento en diferentes áreas que se desarrollarán en el proyecto.
- Ecosistema rico en recursos que brindan un buen ambiente con un clima cálido apto para la creación del presente proyecto.

RIESGOS

- El posicionamiento de las hosterías de la competencia por su antigüedad.
- Falta de interés de la comunidad para generar cambios en su actividad laboral ya que si la comunidad no colabora con la ejecución del proyecto este tendrá varios problemas para obtener los resultados esperados.
- Ausencia e inexperiencia en la práctica del servicio prestado con una asistencia técnica para la actividad turística.
- Falta de ética profesional para el manejo de los recursos dentro del centro turístico.
- Depredación de los recursos naturales con los que cuenta el cantón.

1.8 Determinar la oportunidad de la inversión

En la actualidad las personas desean encontrar lugares donde puedan admirar y recrearse con la naturaleza y disfrutar con estos elementos naturales como con la cultura humana propia del lugar, es por eso que la

Hostería “Casa La Victoria” ofrece una mejor calidad de vida para las personas en relación al medio ambiente. El turismo a nivel mundial es una corriente que desarrolla una actividad conservacionista del patrimonio de los pueblos, es decir, que el enfoque de nuestra hostería será la convivencia directa con las personas de la comunidad lo cual nos permitirá ofrecer un servicio diferenciado.

Destacamos que la hostería es una oportunidad de negocio diferente ya que aparte de preocuparnos por el medio ambiente y la conservación del entorno será un modelo atractivo en el campo productivo, moderno y auto sostenible con una identidad saludable, en donde aprovechamos los recursos naturales como culturales a través de proyectos turísticos que generan beneficios económicos.

Con todas estas referencias, podemos definir que el turismo es una actividad muy rentable en nuestro país y podría ser una gran alternativa de negocio si se realiza un Proyecto de Inversión en la construcción de un Hostería Turística con participación de la comunidad en la Provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí, Parroquia La Victoria, ya que los recursos existentes en esta zona son diversos y abundantes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. LA EMPRESA

ZAPATA, Pedro (2007) Pág. 26, Expresa “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta. La empresa requiere la contabilidad si desea progresar, y la contabilidad no tendría objeto si no existiera la empresa”.

De lo expresado del concepto de la empresa afirma, que una empresa es una entidad de grupos humanos destinados a la producción y comercialización de un producto con el objetivo de brindar servicio a la colectividad.

Para mayor comprensión, una empresa, es un negocio o actividad económica que la gran mayoría busca en beneficio o utilidad que se adquiere mediante la prestación de servicios o entrega de productos de calidad para satisfacer las necesidades de los demandantes y con esto contribuir al desarrollo económico ya sea familiar y/o social.

✓ Estudio de Factibilidad

http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad

Es el análisis financieros, económicos y sociales de una inversión. En la fase de pre inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

2.2. CONCEPTO DE MICROEMPRESA

MONTEROS Edgar (2005) Pág. 15: Afirma “Es la asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obtención un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.

Lo que expresa este autor sobre la microempresa es un negocio personal o familiar que genera una actividad económica cualquiera permitiéndoles a los miembros de estas organizaciones desarrollar sus metas con ideas innovadoras.

Realizando un análisis de la microempresa es un negocio donde le permite a perfeccionar una actividad económica de donde se empieza de lo pequeño a lo grande con el objetivo de llegar a la metas.

Clasificación de la Microempresa

- **Servicio:** Servicios personales, hoteles, bares, restaurantes, reparación de vehículos, construcción, transporte.
- **Producción:** Textiles y ropa, productos de madera, papel metal, alimentación, químicos y construcción.
- **Comercio:** Venta de alimentos, bebidas y otros artículos, vestuario, productos para su uso personal y limpieza, etc.

2.3. CONCEPTO DE TURISMO

GURRIA, Manuel (2007) Pág.14 Afirma: “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada,

generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.

El turismo está basado en el ámbito de los grupos humanos donde busca la satisfacción de hospedaje de descanso y una mayor comodidad del justo de cada persona.

Lo que afirma el segundo autor del turismo expresa que es muy importante para aquellos individuos que buscan un lugar seguro de vida, para satisfacer sus necesidades. El turismo tiene hoy gran importancia debido a sus posibilidades económicas y sus características como generador de empleo, esto lo ha convertido en una de las actividades más competitivas del mundo.

✓ **Hostería**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Hosteler%C3%ADa>

Es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo.

Los establecimientos comerciales dedicados a estas actividades (a ambas conjuntamente o a una de ellas por separado) reciben distintos nombres, según su categoría o finalidad, aunque las denominaciones oficiales suelen depender de la reglamentación local, que los clasifica con criterios urbanísticos, sanitarios, impositivos o de seguridad.

Tipos de alojamiento:

Hotel: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios, según su categoría y modalidad; siendo su tarifa de alojamiento diaria por tipo de habitación y número de ocupantes.

Hotel Residencia: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en apartamentos o cabañas, ofreciendo al huésped un mínimo de servicios básicos y complementarios según su categoría y modalidad; siendo sus tarifas de alojamiento diarias y especiales para estancias prolongadas, no inferiores a un mes, por tipo de apartamento o cabaña y número de ocupantes.

Motel: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios según su categoría y modalidad. Ubicados generalmente en las proximidades de las vías automotoras, fuera de las zonas urbanas, con estacionamiento contiguo o próximo a las unidades habitacionales y cuya disposición de planta física permita a los huéspedes el acceso individual, principal y directo a sus habitaciones, desde el área de estacionamiento; Siendo sus tarifas de alojamiento diario por tipo de habitación y número de ocupantes.

Pensión: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones, con servicio sanitario compartido, común o colectivo. Por requerimiento del huésped se ofrece servicio de alimentación bajo el régimen completo o medio; siendo su tarifa de alojamiento periódica - diaria, semanal, quincenal o mensual e incluirá en cada caso, el valor por el régimen de comidas convenido con el huésped.

Hospedaje: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones privadas y/o comunes o colectivas con servicio sanitario privado y/o común o colectivo. No ofrece servicio de alimentación, pero si un mínimo de servicios básicos, siendo su tarifa de alojamiento periódica - diaria, semanal, quincenal o mensual por tipo de habitación o por cama.

Establecimiento Especial: Aquel establecimiento que preste en forma periódica o permanente el servicio de alojamiento cuyas características y

condiciones de las instalaciones son diferentes a las anteriormente mencionadas.

✓ **Evolución del Turismo**

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Gancito/26637236.html>

El turismo es tan antiguo como el hombre y nace con él mismo. Su desarrollo a lo largo de la historia ha sido lento y espontáneo. Hay muchas causas que hacen que el turismo haya tomado mundialmente importancia, pero podemos decir, que la aparición del ferrocarril, en el siglo XIX como medio de transporte, marca la verdadera aparición del turismo masivo, sobre todo en Europa y USA. Factores como, la mejora salarial de la población, el crecimiento del nivel cultural de las masas, el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno, las facilidades de financiación de los viajes, el crecimiento urbano que obliga a sus habitantes a buscar descanso y sosiego en otros lugares, han influido en el desarrollo del turismo, favoreciendo su desarrollo a través de la historia, hasta llegar a ser hoy un factor de primer orden como vía alterna de desarrollo económico.

En nuestra palabra se puede explicar de la manera más comprensible, el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a mayor número de personas y estratos sociales, en definitiva, ha pasado de ser un privilegio elitista a ser un disfrute para los más necesitados.

✓ **Tipos de Turismo**

<http://tiposdeturismo.blogspot.com/>

- Turismo de Descanso: El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.
- Turismo Científico: El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

- Ecoturismo: El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que Jones, 1992, define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.
- Turismo de Aventura: El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.
- Turismo Cultural: Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.
- Turismo Histórico: Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.
- Turismo Religioso: a diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje -como Jerusalén, La Meca o Roma- siguen siendo importantes puntos de referencia del sector.
- Turismo Gastronómico: Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

✓ **Importancia socio económica y cultural**
<http://www.monografias.com/trabajos93/inversion-y-sostenibilidad/inversion-y-sostenibilidad.shtml>

El turismo como fenómeno social tiene un gran impacto en el desarrollo social y cultural de un pueblo, tanto aquel que exporta turismo, como el que lo recibe. Cuando una persona viaja va haciendo sus propias fronteras, cambiando su forma de ver al mundo y a las gentes. Una nueva forma de

vida, ajena y diferente a la suya propia, hace más grande su visión y su personalidad se enriquece al conocerlas.

Es de considerarse la enorme cantidad de dinero que se destina a la promoción turística, su impacto social y cultural propicia la paz entre los pueblos, así como la amistad. También es un factor importante en las balanzas comerciales el ingreso económico del turismo.

- ✓ **Importancia del turismo en el desarrollo social y cultural.**
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/nava_f_e/capitulo2.pdf

Desde hace muchos años la relación entre el turismo, la cultura y el desarrollo -claramente evidente- ha sido tratada en artículos, libros y publicaciones desde muchas perspectivas, la mayoría, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica. También se engloba una versión revolucionaria de la cultura, entendida como expresión de las relaciones entre grupos humanos, en la que lo fundamental no es el proceso de creación de objetos y símbolos sino su apropiación y los conflictos entre clases que esto puede generar.

El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos.

- ✓ **Papel e Importancia del turismo en la Economía.**
repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10129/1/37966_1

Existen cuatro consideraciones que fundamentan la decisión de promover las acciones turísticas.

La primera, y más frecuente, hace alusión a que el turismo brinda a los pueblos menos afortunados en su economía oportunidades singulares para invertir recursos.

La segunda indica que si bien varios países han aprovechado los diversos mercados turístico, es de desearse una intervención más decidida de su parte, pues algunos han llegado al declive en el gusto de los solicitantes,

acentuándose irremisiblemente las presiones en su balanza de pagos y obligándolos a dirigir su atención a otras esferas originadoras de divisas dentro de los planes de crecimiento en conjunto.

La tercera consideración alude a la presencia de oportunidades concretas para que las naciones no muy industrializadas recuperen su lugar como abastecedoras del mercado internacional de turismo.

La cuarta y último punto señala que, si además de los fines exclusivamente turísticos, son atendidos los objetivos de incremento económico y social o colectivo, se consigue una visión mucho más amplia para la selección entre las diferentes opciones.

✓ **Turismo interno**

repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10129/1/37966_1

Son viajes internos realizados dentro del territorio nacional, por sus habitantes.- El turismo interno se produce generalmente por visitas a sitios de interés turísticos con infraestructuras organizadas para atender y recibir turistas y en los cuales el actor consiga un marcado cambio de ambiente en relación al que existe en el lugar de su habitual residencia.

✓ **Turismo rural**

wikipedia.org/wiki/ (2010) “El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios”

Lo que manifiesta del turismo rural, es el conjunto de actividades turísticas que se desarrolla en contacto con la naturaleza, la vida en el campo, en pequeñas poblaciones rurales.

El turismo, es el eje central de nuestra economía, desde los comienzos de la humanidad está vinculado con los procesos culturales. El turismo provoca un efecto cultural tanto para el visitante como para sus propietarios.

✓ **Los componentes de la oferta en el turismo**

<http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8407/1/37293>

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. Por ello la oferta básica comprende de:

- Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.
- Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos.
- Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista.

2.4. ESTUDIO DE MERCADO

✓ **Producto**

Según CORDOBA, Marcial (2006) Pág. 157. Manifiesta: “Es la idea de que los consumidores prefieren los productos que ofrecen la mejor calidad, desempeño y características, y por lo tanto la organización debe dedicar su energía a mejorar continuamente sus productos.

Un producto es aquel bien o servicio que puede satisfacer su necesidad al ser humano brindándole mayor estilo de comodidad para el consumo satisfactorio. También se puede analizar que un producto es algo que se

puede ver y tocar un objeto para el consumo masivo de ese objeto, ya que este producto es de buena calidad y servicio de todos. En otras palabras se puede mencionar que un producto es donde el consumidor adquiere para satisfacer su necesidad, o también puede ser una cosa u objeto de que podemos adquirir cualquier persona índole de escasos recursos económicos.

✓ **Oferta**

BACA, Gabriel (2006) Pág. 48 Afirma: “La Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinada.”

La oferta es la cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual y que pueden pagar a un precio específico.

En un proyecto específico debe tener un bien o un servicio para ofrecer al mercado con lo cual, puedo competir en el mercado nacional dándole un valor agregado a mi producto y de buena calidad.

✓ **Demanda**

ARBOLEDA, Germán (2001) Pág. 35 Manifiesta: “La Demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objetivo de satisfacer sus necesidades buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.

Tomando referencia a este autor se expresa de la manera más precisa sobre la demanda, es la relación de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo. Se analiza que todo ser individuo se necesita de un bien o servicio para la satisfacción de su necesidad, ya que especifica un producto de primera necesidad de consumo.

✓ **Precio**

Para BACA GABRIEL. (2006) Pág.53 .En su obra evaluación de proyectos Expresa: Es la expresión monetaria de los productores que están dispuestos vender, y por ende los consumidores compran los bienes y servicios.

Para este autor se analiza el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar un producto o servicio.

Un análisis muy simple su puede decir que el precio es el valor adquisitivo de un bien o un servicio para poder adquirir un producto.

✓ **Comercialización**

BACA, Gabriel (2006) pag.57, afirma: “es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”

La comercialización es el conjunto de procesos que se requieren para hacer llegar los bienes o servicios que ofrece el productor, hacia el consumidor. En esta actividad se dedicada a conocer, con el mayor rigor posible, las características concretas de un mercado. Ella es indispensable para las empresas que producen bienes y servicios de consumo masivo, pues el conocimiento del mercado les permite aproximarse lo más posible a los deseos de los consumidores y, por lo tanto, aumentar sus ventas.

2.5. ESTUDIO TÉCNICO

ARBOLEDA, Germán (2001) pág. 175, sostiene: “Estudio técnico se refiere, a aquella parte del estudio del proyecto que se relaciona con la ingeniería; es decir; con la participación de los ingenieros que describen las actividades de estudio de instalación, equipamiento y de requerimientos de recursos materiales para la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto”

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos instalación y equipamiento que son indispensables para la ejecución de un proyecto.

✓ **Tamaño del Proyecto**

CORDOBA, Marcial (2006) Pág. 211 Dice: “Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento”.

Lo que expresa al tamaño del proyecto es la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se puede producir en un mes o año esto, puede ser dependiendo del proyecto que este formulado, por otra parte se determina cual será la capacidad instalada que tendrá mi proyecto.

✓ **Localización del Proyecto**

www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos (2010) “La localización es otro tema del estudio técnico de proyecto. El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas rotacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”.

Se analiza que la localización del proyecto está basado en analizar las variables e indicadores donde lo cual, me permite establecer resultados eficientes. También se puede ver las razones geográficas y físicas sobre la factibilidad del proyecto para determinar la base esencial del estudio.

✓ **Ingeniería del Proyecto**

CORDOBA, Marcial (2006) Pág. 240. Menciona: “Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la urticación racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”.

Para este autor consiste en la realización de una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles.

En la Ingeniería de proyectó permitirá establecer las bases técnicas de la infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

✓ **Procesos**

wikipedia.org/wiki/ (2010) “Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) con un fin determinado”

Los procesos son los pasos a seguir una actividad específica durante un periodo determinado.

➤ **Procesos Productivos**

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto. o la prestación del servicio.

Para mayor comprensión se clara el proceso productivo se puede realizar mediante el diagrama y flujos de procesos lo cual, me permite realizar de manera ordenada cada uno de las operaciones que se ejecute en el proyecto.

✓ **Tecnología**

<http://es.scribd.com/doc/117808325/Ingenieria-de-proyectos>

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, bordadoras, etc.

✓ **Inversión**

<http://www.monografias.com/trabajos82/evaluacion-proyectos-estados-financieros/evaluacion-proyectos-estados-financieros2.shtml>

Se puede analizar que la inversión es una operación que se debe determinar al principio de una operación con el propósito de realizar una ejecución de la manera correcta las operaciones específicas del proyecto.

✓ **Talento Humano**

<http://talentohumanosena.galeon.com/>

Consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

La disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado. Como fácilmente puede apreciarse, el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización.

2.6. ESTUDIO FINANCIERO

CORDOVA, Marcial (2006) pág.311. Dice: “El estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la manera como se financiará.”

El estudio financiero es el análisis que se realiza con el fin de determinar la inversión final del proyecto y calcular la utilidad o pérdida que tendrá la implementación del mismo.

✓ **Ingreso**

ZAPATA, Pedro (2008). Pág. 25. “Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa.

Los ingresos son simplemente los que obtienen por la venta de un bien o servicio y se lo calcula multiplicando la cantidad de producto o servicio vendidos por su precio

✓ **Egreso**

www.definicion.org/egreso(2010) “Son Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias”.

En otras palabras de entender a los egresos es que es la salida de recursos monetarios con su propósito de liquidar algún bien o un servicio.

Pues en todo empresa tiene sus tratamientos contables, pues sin este recursos no puede estas marchando.

✓ **Costo de Producción**

<http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>

Estos costos de producción constituyen aquellos bienes de materiales para la transformación de un producto terminado.

- ✓ **Materia Prima**
ZAPATA, Pedro (2008) Pág. 10. Menciona “Constituye todos los bienes, ya sea que se encuentre es estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requerida para la producción de un bien”.

De lo expresado de este autor se puede recalcar que es el que constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma con el propósito de obtener un producto terminado.

- ✓ **Mano de Obra Directa**
RALPHS, Polimeni (2003) Pág. 84. Afirma “La Mano de Obra es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos”.

Lo que expresa la mano de obra es un elemento del costo, es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados.

- ✓ **Costos Indirectos de Fabricación.**
ZAPATA, Pedro (2007) Pág. 10. Menciona “Constituyen aquellos ingredientes materiales e inmateriales complementarios que son dispensables para generar un bien o un servicio”

Todas estas conceptualizaciones son parte importante, porque todos estos elementos son parte de los procesos productivos en todo tipo de actividad económica.

- ✓ **Gastos Administrativos**
BACA, Gabriel. (2006) Pág. 172. Afirma: “Son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa”

Son todos los gastos que se realizan en el área administrativa de la empresa por ejemplo el pago de remuneraciones, utilización de servicios básicos, suministros, honorarios, viáticos, subsistencias, entre otros.

- ✓ **Gastos de ventas**
CHILQUINGA, Manuel (2007) Afirma “Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de las ventas”.

Los gastos de venta esta relacionados directamente con la venta y la entrega de mercancías, ejemplos: los gastos de publicidad, gastos de entrega como salarios, depreciación del equipo de reparto, gastos del edificio destinado a ventas, sueldos a los gerentes de ventas, gastos de la oficina de ventas, sueldos a vendedores, gastos de embarques, transportación.

- ✓ **Gastos financieros**
BACA, Gabriel. (2006) Pág. 172. Dice: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Se puede analizar que son gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos propios. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses.

- ✓ **Depreciaciones**
BACA, Gabriel (2006) Pág. 174. “El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización pero el primero solo se aplica al activo fijo , ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir se deprecian ; en cambio la

amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles”.

Se refiere a que todo activo fijo se deprecia dependiendo de la vida útil que determine la ley, por ello un bien tangible se disminuye su valor de uso.

- ✓ **Estado de Pérdida y Ganancias**
<http://www.monografias.com/trabajos94/estado-ganancias-y-perdidas/estado-ganancias-y-perdidas.shtml>

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad perdida del ejercicio.

En ello se puede observar que en cualquier ejercicio contable se determina la utilidad o la pérdida de ejercicio económico dentro de un periodo establecido mediante este estado la empresa podrá saber, como se encuentra en su situación económica .o en su debido tiempo puede dar casos que la empresa está en buen camino.

- ✓ **Flujo de Caja**
SAPAG, Nassir (2007) Pág. 214. Recalca “Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto “.

Se puede analizar de la mejor manera que un flujo de caja es el comportamiento de dinero que se establece dentro de un proyecto, para determinar la rentabilidad o pérdida en un plazo establecido.

Mediante este flujo de caja se puede analizar los beneficios que se puede incurrir una empresa en un periodo establecido.

- ✓ **Criterios de Evaluación VAN (Valor Actual Neto)**
SAPAG, Nassir, (2007) Pág. 253. Afirma: “El (VAN) es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyecto, mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión”.

Lo que expresa este autor es lo que representa de rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite observar si es o no permitiente la inversión.

- ✓ **TIR (Tasa Interna de Retorno)**
Según FONTAINE R. Ernesto, (2008) en su libro Evaluación Social de Proyectos manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”.

La Tasa Interna de Retorno es un método muy conocido y aplicado en la evaluación financiera de los proyectos, este método se refiere a la tasa de interés de producida por un proyecto de inversión, que incurre en periodos regulares. También se define como la tasa (TIR), en donde el valor presente es cero, ósea aquella tasa donde el valor presente de los flujos de caja esperada sean igual con la inversivo inicial.

Su fórmula es:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VANTs}$$

- ✓ **Beneficio /Costo**
Según CORDOBA, Marcial, (2006) Pág. 369 en su obra Formulación y Evaluación de Proyectos. Expresa: “Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad”.

$$Beneficio - Costo = \frac{Ingresos actualizados}{Gastos Actualizados}$$

El beneficio-costo tiene la finalidad de obtener resultados positivos con el menor esfuerzo realizado, tiene el principio de que se debe conseguir las metas sin agregar más de lo acordado en su presupuesto.

- ✓ **Periodo de Recuperación**
Según, FLORES U. Juan A. (2007) Pág. 119 en su libro de Proyecto de Inversión para las PYMES Creación de Empresas expresa: Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.

El periodo de recuperación está encaminado a determinar en qué tiempo se recupera la inversión del proyecto, lo importante es contribuir para que el proyecto recupere lo invertido en el menor tiempo posible para considerarlo factible y seguir trabajando sin ningún riesgo.

- ✓ **Punto de Equilibrio**
<http://www.monografias.com/trabajos57/estados-financieros-cuba/estados-financieros-cuba2.shtml>

El punto de equilibrio permite realizar el análisis de las ventas que están realizando para conocer en qué condiciones esta para cubrir los gastos realizados, además está pendiente de las utilidades que la empresa está logrando dependiendo de las ventas que ha tenido en el periodo, lo que significa que demuestra la situación económica-financiera de la entidad.

Es importante su aplicación ayuda a conocer el equilibrio en el que se encuentra en ese momento la empresa, puede ser que este en un punto donde no existe ni pérdidas ni ganancia, lo que quiere decir que hay que tomar nuevas decisiones de trabajo.

Para su cálculo se considera la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - CV}$$

V

2.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

REYES PONCE, Agustín 1993 Pág. 212 Dice: “La organización se refiere a estructurar, corresponde a la mecánica

administrativa, se refiere a cómo deben ser las funciones, jerárquicas y actividades, a niveles o actividades.”

Una estructura organizacional es asignar a autoridades en su función de desempeño de la manera ordenada para que no exista el incumplimiento de las tareas a desempeñarse.

Mediante esta estructura se puede conocer las funciones que cumplen cada uno de los empleados para la correcta ejecución de las actividades.

✓ **Misión**

Según WHEELER, Thomas L. HUNTER, David J. (2007) Pág. 12 dice: “La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”.

La misión de la empresa es dar a conocer y dibujar desde un inicio una buena imagen en el mercado sobre el producto o servicio que está ofreciendo, además es buscar los mecanismos necesarios para mantener su imagen y logra en poco tiempo conquistar parte del mercado, esperando que por la calidad y el servicio prestado sea reconocido y se mantenga de manera indefinida en el mercado.

✓ **Visión**

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) Pág. 21 en su obra Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia expresa: “la visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro”.

La visión es la expresión formal de cómo la empresa ve su realidad futura en el más alto nivel”. Responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?

- ✓ **Valores**
VÁSQUEZ, Hugo (2002) Pág. 108. Afirma: “Son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización, constituyen la filosofía empresarial y el soporte de la cultura organizacional”.

Dentro de una organización siempre deben existir los valores ya que es muy fundamental para el éxito de una empresa, y con ello cada ser sabe cómo comportarse dentro de una organización.

- ✓ **Organigrama Estructural**
VÁSQUEZ, Hugo (2002) Pág. 219. Menciona: “Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas”.

El organigrama estructural es donde una empresa o institución están ubicadas de manera jerárquica de acuerdo a las funciones que se desempeñan.

También este organigrama permite dar a conocer las áreas de cada departamento o los cargos que se desempeñe. Ejemplo El Gerente.

- ✓ **Organigrama Funcional**
VÁSQUEZ, Hugo (2002)Pág. 220. Recalca “Parte del organigrama estructural y a nivel de cada unidad administrativa se detalla las funciones principales básicas, al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia.- en este tipo de organigrama se determina que es lo que se hace, pero no como se hace”.

Divide la organización por funciones típicas: personal, finanzas, producción o manufactura, ingeniería, etc. donde cada trabajador responde o no a un

solo jefe, como en la organización militar, sino a varios de ellos, según la especialidad o función de que se trate.

Dentro de una empresa lleva un rol de cumplir en sus áreas o departamentos con el propósito de que la empresa este en buenas condiciones de trabajo, pues el recurso humano es muy importante dentro de una empresa para llegar a los objetivos deseados.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Planteamiento del problema de investigación

En la actualidad la parroquia La Victoria, ubicada en el cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi, cuenta con 3500 habitantes, de los cuales la mayor parte se dedica a la artesanía, los artesanos no tienen el apoyo de instituciones de crédito, por lo que deben buscar opciones para poder financiar su producción. Algunos han recurrido, por ejemplo, a los programas de apoyo que ofrece el gobierno local; pero la gran mayoría trabaja con financiamiento propio.

El crecimiento de la demanda de artesanías depende de factores muy concretos como el uso cotidiano de las comunidades productoras, el turismo, el comercio de artesanías o el coleccionismo de arte popular, por citar los más relevantes. Por otro lado, las artesanías no son productos de consumo masivo, por lo tanto no es considerado como una fuente de empleo sustentable para la comunidad de este sector. La población que se dedican a esta labor (artesanías) son alrededor de 50 familias que tienen como única actividad laboral y económica la artesanía. Al ser este el único medio de ingreso familiar para satisfacer sus mínimas necesidades, las mismas cubren principalmente alimentación, reinversión en materia prima "PLOMO" el ingreso no alcanza a satisfacer otras necesidades primordiales como salud, educación, vestido y vivienda.

No obstante, el problema es más complejo que esto y tiene diversos puntos. Una de ellas está asociada a las formas de producción y al hecho de no otorgar de inicio un valor económico al trabajo realizado para su

elaboración. Los artesanos fabrican sus productos utilizando el plomo de baterías usadas, esto ha generado grandes problemas de salud en la comunidad teniendo un índice elevado de personas discapacitadas, deficiencia física y retraso mental de aproximadamente 100 personas que padecen las mencionadas enfermedades. El impacto ambiental está afectando directamente a la comunidad del sector en relación al número de personas discapacitadas a nivel cantonal a la parroquia por motivos del plomo le corresponde el 5.78% de la población total.

Es impresionante ver que en una población tan pequeña como existe en la Parroquia La Victoria existen tantos niños y jóvenes que nacen con discapacidades por motivos del plomo, los cuales viven expuestos a la contaminación e intoxicación por plomo sea en forma directa: niños que trabajan junto a sus padres en el vidriado de la cerámica o en forma indirecta: niños que no trabajan pero que están expuestos porque respiran el aire que se encuentra contaminado con este metal. Según estudios realizados el nivel del plomo encontrado en la sangre de los habitantes de La Victoria es extrema. La falta de fuentes de trabajo no permite que la comunidad se dedique a otras actividades que les genere ingresos y puedan sustentar sus necesidades básicas.

Uno de los problemas que afronta la parroquia es la erosión de los suelos en las zona alta, claramente se observa que está tendiendo a la desertificación, se deben realizar correctivos inmediatamente para atenuar esta situación, otra forma de deterioro del suelo se ha constituido el uso indiscriminado de uso de pesticidas en la actividad agrícola.

El problema de la contaminación no solamente está causando problemas medio ambientales también está directamente afectando problemas sociales de la comunidad, la falta de fuentes de trabajo en la localidad, es un factor determinante para que los jóvenes salgan y migren a otras ciudades, lo que conlleva a perder los valores culturales.

3.2 Identificación del producto o servicio

El proyecto pretende inicialmente demostrar la viabilidad de construir un centro de recreación y esparcimiento denominado hostería. El estudio de mercado determinará qué tipo de hostería es más conveniente construir. No obstante, se define de manera general al producto.

El servicio de turismo hoy en día se postula como una alternativa económica en crecimiento constante, integrando de manera armoniosa y coherente tres aspectos fundamentales: a) la conservación del paisaje y los recursos naturales, b) la participación ciudadana y, c) el fortalecimiento de la identidad cultural.

La recreación y el esparcimiento en la actualidad son considerados como una de las necesidades básicas para el ser humano. Por lo tanto, la creación de la hostería aprovechará y optimizará los recursos naturales existentes en el área de influencia del proyecto; de igual forma, la combinación de rubros como la práctica deportiva, la coexistencia en familia y la gastronomía harán del proyecto un espacio que beneficie el convivir entre semejantes.

3.2.1 Características

Desde este punto de vista, la hostería ofrecerá los siguientes productos y servicios.

➤ Servicio de alojamiento

La hostería prestará el servicio de alojamiento, haciendo que el cliente se sienta en un ambiente relajado y de comodidad, contará con habitaciones lo suficientemente cómodas, amplias y bien adecentadas con muebles confortables, baño privado, TV cable y DVD; rodeada de un ambiente natural en donde el cliente se encuentre satisfecho con el servicio brindado.

➤ Servicio de restaurante

La hostería contará con servicio de restaurante, con una gran variedad de menús de comidas y platos nacionales e internacionales, elaborados con ingredientes de calidad y valores nutricionales que contengan una dieta balanceada.

➤ Servicio de piscina, sauna, turco, hidromasaje y gimnasio

La piscina, tendrá el acondicionamiento necesario para que sirva de relajación y la práctica de la natación, considerado a este como uno de los deportes más completos, se la cubrirá con techo, para que se la pueda disfrutar en cualquier tipo de clima, siendo además un lugar muy atractivo para niños y personas adultas de todo género. Se complementará con sauna, turco, yacusi, gimnasio y un espacio con un área para la instalación de equipos y máquinas para la práctica de deportes complementarios.

➤ Servicio de canchas deportivas

Como complemento, la hostería contará con canchas deportivas de primer nivel para la práctica de deportes como el fútbol, básquet y vóley.

➤ Área infantil

No se puede descuidar este tipo de servicios, considerando que los principales beneficiarios serán los niños, para lo cual se contará con todos los atractivos de un parque infantil adecuado de acuerdo al medio que nos rodea.

➤ Servicio de lavandería e Internet

Este tipo de servicios es muy importante para nuestros clientes, ya que podrán tener sus pertenencias personales, en especial en lo referente a su vestido tener totalmente limpio y confortable todo el tiempo de estadía en la hostería. De otra parte con el servicio de internet, éstos lograrán estar comunicados con sus familiares, amigos de conocidos en el momento que ellos así lo requieran.

➤ Información y guías turísticos

En las oficinas ubicadas en la hostería se dará información permanente a las personas interesadas en los distintos servicios que presta la empresa, además se facilitarán folletos de los lugares a los cuales puede visitar el turista con la ayuda de nuestros guías turísticos.

➤ **Esparcimiento.**

Se dispondrá de bicicletas montañeras y caballos para efectuar expediciones a los diversos lugares que estarán dentro de la planificación del proyecto, además se contará con canchas de fútbol, básquet, tenis, sala de juegos, mesas de billar, tenis de mesa, sala de espera, implementada con televisión, equipo de sonido, y biblioteca que permitirá al turista profundizar sobre la cultura y raíces de nuestros pueblos.

➤ **Alquiler de implementos de andinismo y excursión.**

Contará con equipos completos de andinismo, trajes especiales para el frío, guantes, botas, cascos, gafas, cobertores, sleeping bags, carpas, etc. que permitirán al turista desarrollar sus actividades con total normalidad.

➤ **Venta de Artesanías y artículos propios de la zona.**

Dentro de la planificación del proyecto se incluye cuatro locales comerciales en los cuales se exhibirán artesanías, pinturas, esculturas, objetos de cerámica, instrumentos andinos y demás artículos de la zona.

3.2.2 Productos sustitutos

Entre las principales empresas que prestan servicios similares en la capital de Latacunga de la Provincia de Cotopaxi, y con las cuales tendrá que competir el proyecto, se encuentran:

- Hostería La Ciénega,
- Hostería Rumipamba de las Rosas,
- Hostería San Mateo,
- Hostería La Posada del Rey.
- Hostería San Agustín del Callo
- Hostería Cuello de Luna
- Hatería Hito Verde
- Hostería Yanahurco

3.2.3 Consumidor del producto

El mercado potencial para la implementación del nuevo centro de recreación turística en un principio serán los turistas y los habitantes de las

poblaciones cercanas a la Parroquia ya que se pretende introducir servicios del sector turístico que se prestan en todas las partes del país. Teniendo además una visión a futuro de lograr la aceptación de provincias aledañas. Lo que se pretende es cubrir una parte de las necesidades de recreación y esparcimiento de las personas que se acogen a realizar actividades de turismo en sus diferentes dimensiones, tomando en cuenta que la parroquia ha tenido un crecimiento del 10% en turismo en comparación con el resto de provincias. (Fuente: Cámara de Turismo del Pujilí al 2011).

Para el presente estudio de mercado, el perfil del segmento seleccionado, se considera el siguiente:

- a.** Adolescentes y mayores de edad tanto hombres como mujeres, nacionales y extranjeros.
- b.** Edades comprendidas entre 18 y 65 años.
- c.** Que tenga gusto o preferencias por efectuar actividades turísticas al menos una vez al año.
- d.** Que tengan preferencias por actividades relacionadas al turismo que consideren entre los lugares nacionales al realizar turismo, los correspondientes al sur de la Provincia del Cotopaxi.
- e.** Los turistas extranjeros tienen una motivación y orientación hacia los productos enfocados a cultura 42%, naturaleza 34% y aventura 24%. En cuanto al primer segmento la motivación está bien definida y se relaciona con las culturas locales, museos, ciudades, la arqueología, la fotografía y la gastronomía local. La motivación de naturaleza y vida silvestre sigue siendo un excelente motivo de viajes, finalmente el turismo de aventura de bajo riesgo se ubica con un 24%.

El presente estudio de mercado establece la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta que no existe competencia y satisfaciendo las expectativas del cliente, además que se establecerán las estrategias más adecuadas para conseguir una diferenciación del servicio.

3.3 Estructura del mercado

Lo que se pretende es ubicar al centro turístico a nivel de turistas locales (del mismo sector), nacionales y extranjeros; de género masculino y femenino; de todo nivel de estrato social e ingresos. Este tipo de segmentación se plantea así:

CUADRO NO. 4
MATRIZ DE SEGMENTACIÓN

PRIMERA SEGMENTACION	SEGUNDA SEGMENTACION
1. Residentes Locales	Población del cantón Pujilí – Parroquia La Victoria, y barrios rurales y las parroquias
2. Turista Nacional	Turismo receptivo de la Sierra, Costa y Oriente.
3. Turista Internacional	Turismo receptivo de Norteamérica; y Latinoamérica.

ELABORADO POR: LA AUTORA

En lo que respecta al tipo de cliente, se toma en cuenta los aspectos geográficos y demográficos expresados en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 5
TIPO DE CLIENTE

TIPO DE CLIENTE	GEOGRÁFICO	DEMOGRÁFICO
Local	La parroquia La Victoria conocida como la capital Alfarera de Cotopaxi (donde también se ubica al viejo Pujilí) se encuentra ubicada a 6 km. Desde Quizacumbe punto referencial en la carretera Latacunga-Pujilí, en la parte centro occidental de la provincia de Cotopaxi, su altura varía entre los 2900 a 3300 msnm políticamente pertenece al cantón Pujilí	Edad desde los 10 años y más de 50 años, género masculino y femenino; el nivel de ingresos menos de \$400 USD, más de \$400 USD; el nivel de ocupación es agrícola, ganadero, artesanal, comercial, productivo, posee un nivel de educación primaria y secundaria; más del 90% son católicos; una población mestiza.
Nacional	En este grupo se encuentran los turistas provenientes de la región sierra (Pichincha, Imbabura, Ambato, etc); Costa (Esmeraldas, Guayas) y el Oriente (Sucumbíos, Napo, Orellana)	Son turistas cuyas edades están comprendidas entre los 10 a 60 años; de género masculino y femenino; de nivel de instrucción primaria, secundaria y superior, católicos y otras religiones y de población mestiza, negra e indígena.
Extranjero	Comprende aquel turista Norteamericano (EE.UU); Sudamericano (Colombia, Perú, Venezuela).	Turistas de edades comprendidas entre los 20 a 70 años de edad, estudiantes, profesionales y jubilados de todas las razas de un nivel social medio, medio alto y alto.

ELABORADO POR: LA AUTORA

3.4 Población o universo

La población universo comprende el mercado objetivo, del cual el estudio determinará los posibles clientes que requieran los servicios de la empresa, por tanto para la determinación de la población objeto de estudio se

consideró el número receptivo de personas que visitaron el Cantón Pujilí - Parroquia La Victoria.

TABLA No. 7
VISITANTES QUE LLEGARON AL CANTÓN PUJILÍ - PARROQUIA LA VICTORIA

AÑO	NÚMERO DE VISITANTES		
	EXTRANJERO	NACIONAL	TOTAL
2013	45.559	65.560	111.119
%	41%	59%	100%

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.5 Segmentación

Al identificar las “n” variables y los “m” segmentos se determina exactamente a qué tipo de mercado se dirige el proyecto, por lo tanto es necesario identificar las características del mismo.

3.5.1 Variables de macro segmentación

En la variable de macro segmentación el tipo de variable que se escogió es Geográfica el cual se lo denominará “Visitantes al Cantón Pujilí – Parroquia La Victoria” y para realizar un análisis comparativo entre sectores con parecidas características para desarrollar esta actividad se escogió a Latacunga, Salcedo y Pujilí.

**CUADRO NO. 6
MACRO SEGMENTACIÓN**

TIPO DE SEGMENTACIÓN	TIPO DE VARIABLE	NOMBRE DE LA VARIABLE	SEGMENTOS
Macro segmentación	Geográfica	Turismo Receptor Por Cantón	Cantón Latacunga Cantón Salcedo Cantón Pujilí

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.5.2. Variables de micro segmentación

En las variables de micro segmentación se ha escogido la variable demográfica denominada “Tipo de Turismo” de donde nacen los segmentos: nacional y extranjero. Siendo esta la población que interesa al proyecto como nuestros futuros clientes.

**CUADRO NO. 7
MICRO SEGMENTACIÓN**

TIPO DE SEGMENTACIÓN	TIPO DE VARIABLE	NOMBRE DE LA VARIABLE	SEGMENTOS
Micro segmentación	Demográfica	Tipo de turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Nacional • Extranjero • Regional • Local • Corporativo

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

2.6 Tamaño de la muestra

En estadística y para investigación de mercado se utilizan dos tipos de fórmulas para determinar el tamaño mínimo de la muestra, una es cuando la población es menos a 100.000 y la otra cuando ésta es mayor a 100.000. En este caso se calculó el tamaño de la muestra, partiendo del tamaño del universo que es de 111.119 turistas al año, según datos obtenidos de la Cámara de Turismo de la Provincia de Cotopaxi.

A continuación se muestra la forma de aplicación. El porcentaje o límite aceptable de error que se admitió para este estudio es de 5%. La fórmula a emplear es la siguiente:

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

Dónde:

$N =$	Tamaño de la población
$Z =$	Nivel de confianza al cuadrado (95% = 1,96)
$E =$	Error muestral del 5%
$\delta^2 =$	Probabilidad de que ocurra o no el evento (0.25)
$n =$	Tamaño de la muestra

Cálculo de la Muestra:

$$n = \frac{111.119 \times (1,96)^2(0,25)}{(0,05)^2(111.119 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{106.718,69}{278.755}$$

$$n = 382,84$$

$$n = 383$$

Aplicando la fórmula, se obtiene como muestra 383 turistas a los que se deben levantar la información.

3.7 Investigación de campo

3.7.1 Prueba piloto

Para determinar que la encuesta nos permita conocer la factibilidad de creación del proyecto de hostería turística, se planteó 10 encuestas como prueba piloto, 5 a turistas extranjeros y 5 a turistas nacionales. La cual nos reflejó que la encuesta era factible emplearla y determinar los resultados e información requerida. Una vez realizada se realizó el levantamiento de la investigación al número de turistas que presento la muestra.

3.7.2 Levantamiento de la investigación

Las encuestas se aplicaron a turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Provincia de Cotopaxi. Se los ubicó en la agencias de viajes, se les explicó el motivo de la encuesta y se les entregó el documento.

El cuestionario aplicado a la investigación ha sido diseñado en base a preguntas dicotómicas, de identificación, de información, de intención y en conjunto. Consta a continuación y contiene 13 preguntas.

3.7.4 Tabulación y presentación de resultados

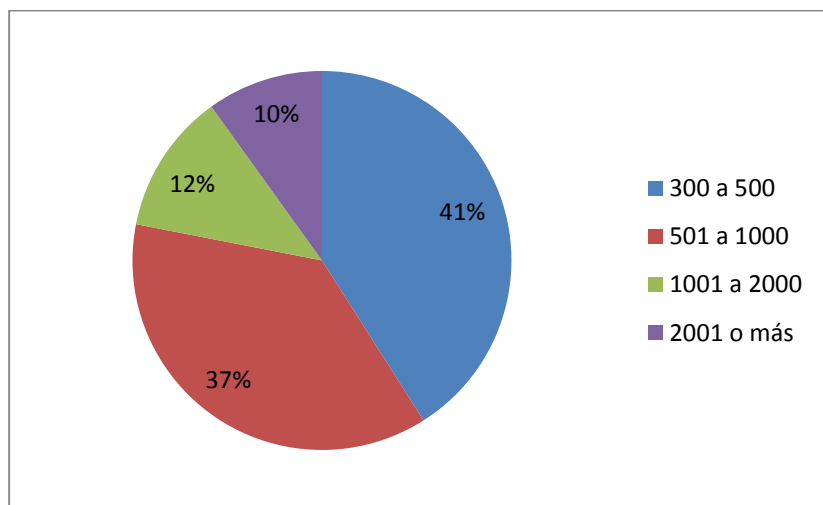
Los siguientes cuadros, gráficas e interpretaciones indican los resultados obtenidos de la tabulación de los datos de las encuestas a los turistas:

¿Cuál es su nivel de Ingresos mensual?

CUADRO No. 8
NIVEL DE INGRESOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
300 a 500	157	41%
501 a 1000	142	37%
1001 a 2000	46	12%
2001 o más	38	10%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 12
NIVEL DE INGRESOS



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

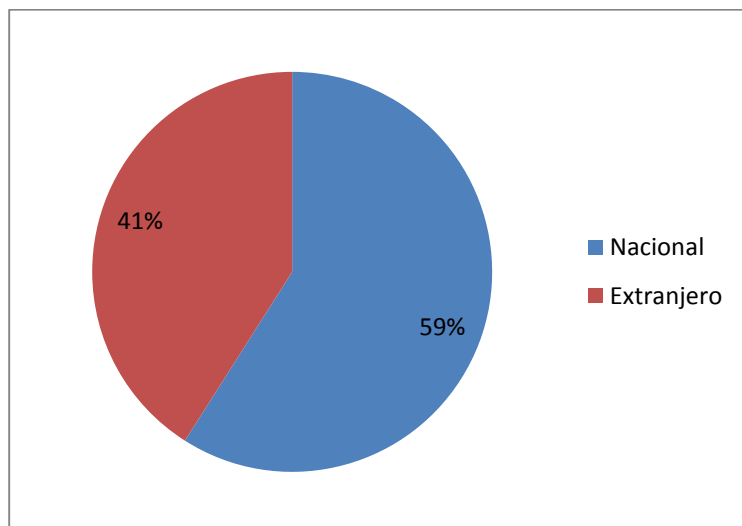
La mayoría de los turistas encuestados, tienen un nivel de ingresos entre los \$300 - \$500, seguidos por los turistas que perciben entre \$501 - \$1000 mensuales. Situación a considerar para el establecimiento del mercado meta del proyecto en mención para establecer los precios del proyecto.

¿Cuál es su Procedencia?

**CUADRO NO. 9
PROCEDENCIA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Nacional	226	59%
Extranjero	157	41%
TOTAL	383	100%

**GRÁFICO NO. 13
PROCEDENCIA**



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

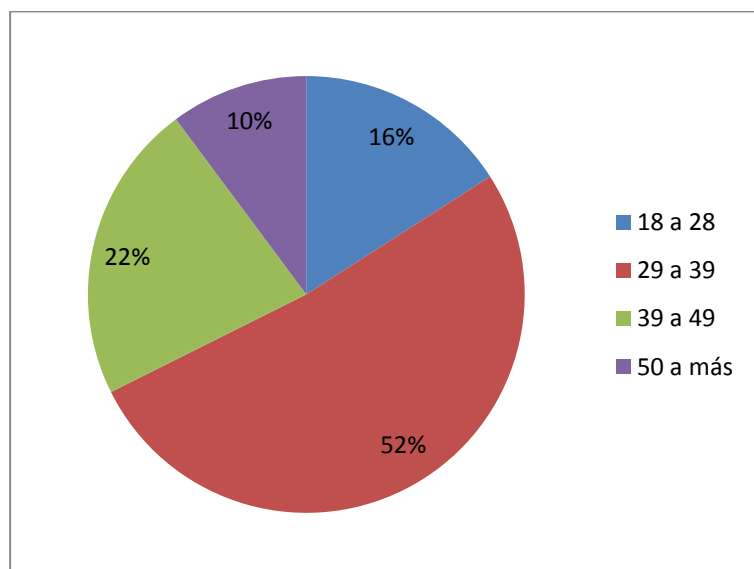
La mayoría de los turistas encuestados, son de procedencia nacional, seguido por los turistas extranjeros. Por lo que podemos identificar que la afluencia de turistas es variable y aceptada para el proyecto.

¿Entre que rango se encuentra en edad?

CUADRO NO. 10
RANGO EDAD

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
18 a 28	61	16%
29 a 39	198	52%
39 a 49	85	22%
50 a más	39	10%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 14
RANGO EDAD



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

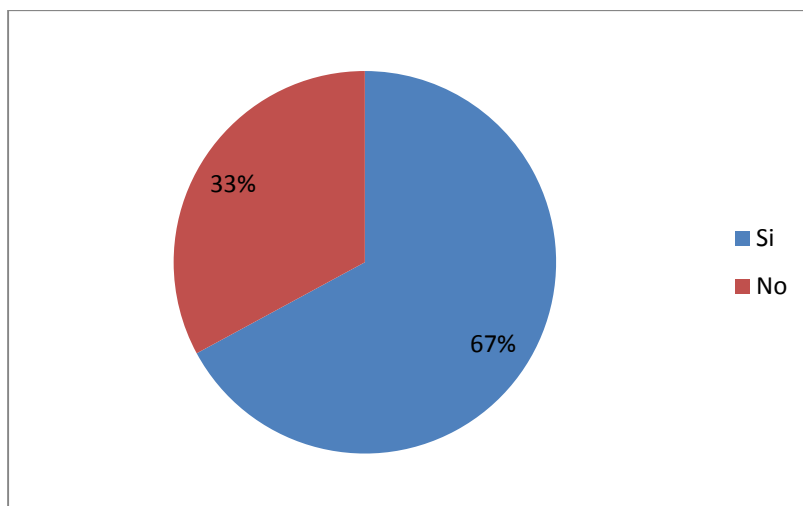
En los datos obtenidos, se puede observar que la mayoría de turistas encuestados están entre el rango de 29 – 39 años. De igual manera, podemos observar que no se destacan los turistas entre 50 a más años. Tal resultado es importante tomar en cuenta al momento de generar actividades o servicios para las diferentes edades.

1. ¿Usted ha realizado turismo, visitando lugares que existen en la Provincia de Cotopaxi?

CUADRO NO. 11
VISITA TURISTICA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	257	67%
No	126	33%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 15
VISITA TURISTICA



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

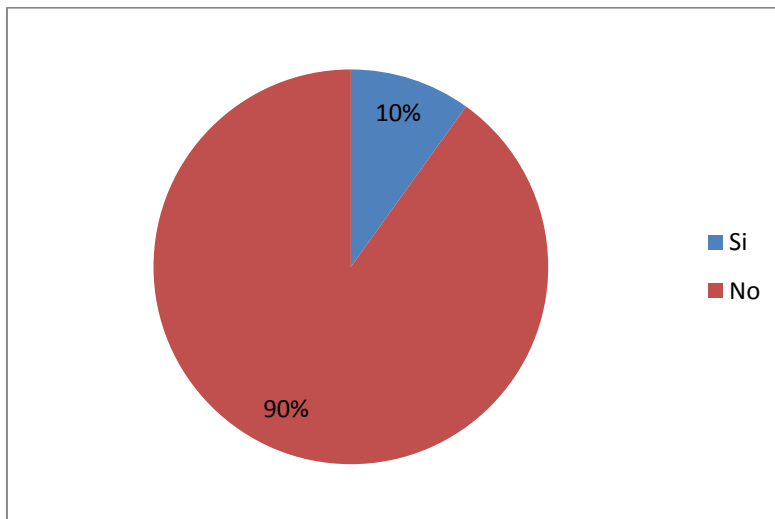
Con respecto a esta pregunta la mayoría de turistas manifiestan que si han realizado turismo visitando otros lugares que la Provincia de Cotopaxi, lo que ha permitido conocer los sectores turísticos locales y de manera indirecta han ayudado a promocionarlos, solo una minoría no ha visitado otros ambientes turísticos de la localidad. Lo que garantiza la existencia de una mayoría turística que si conoce la oferta turística existente en la provincia.

2. ¿Conoce usted una hostería a nivel local (Cantón Pujilí – Parroquia La Victoria) que presente servicios de alojamiento, restaurante, disco. bar, paseos por senderos, piscinas?

CUADRO No. 12
CONOCIMIENTO DE SERVICIOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	38	10%
No	345	90%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO.16
CONOCIMIENTO DE SERVICIOS



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

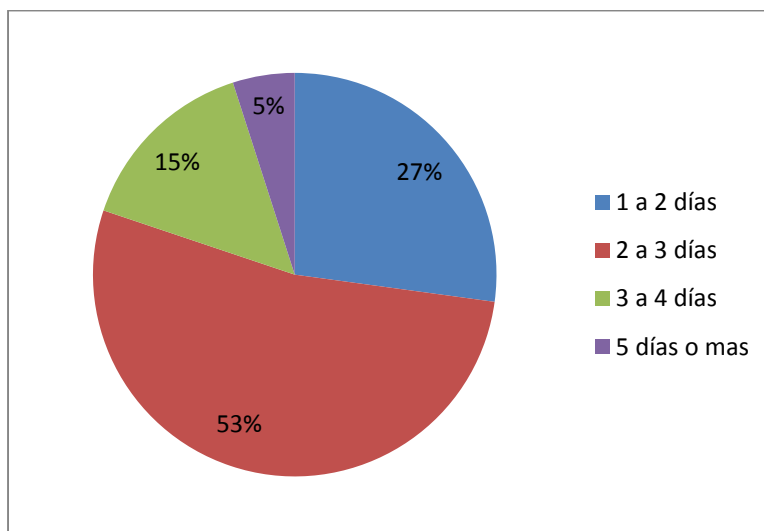
De acuerdo a los turistas encuestados, la mayoría comentan que todos los centros turísticos tienen diferentes servicios, pero ninguno de ellos contiene de manera completa los servicios descritos, la falta de diversificar los servicios existentes genera una demanda insatisfecha significativa a ser considerada en la presente propuesta, ya que sólo una minoría se encuentran satisfechos con los servicios que reciben actualmente.

3. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a visitar un atractivo turístico?

CUADRO No. 13
TIEMPO DE PERMANENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 a 2 días	104	27%
2 a 3 días	203	53%
3 a 4 días	57	15%
5 días o mas	19	5%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 17
TIEMPO DE PERMANENCIA



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

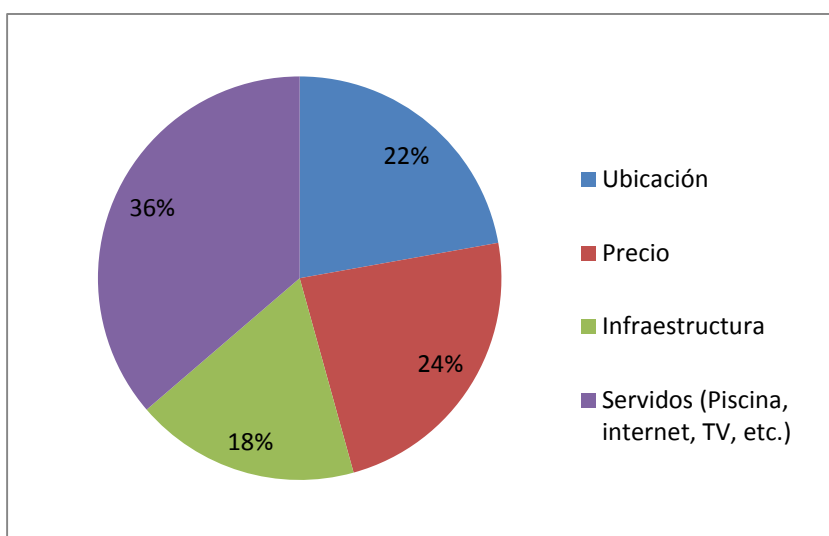
El tiempo más idóneo para visitar un atractivo turístico es de 2 a 3 días, seguido de 1 a 2 días y una minoría dice querer permanecer de 5 días en adelante, datos importantes para establecer la rotación de permanencia en la hostería y determinar el flujo de turistas, requerido para medir su capacidad de ocupación.

4. ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para hospedaje?

CUADRO No. 14
PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Ubicación	85	22%
Precio	90	24%
Infraestructura	69	18%
Servicios (Piscina, internet, TV, etc.)	139	36%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 18
PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

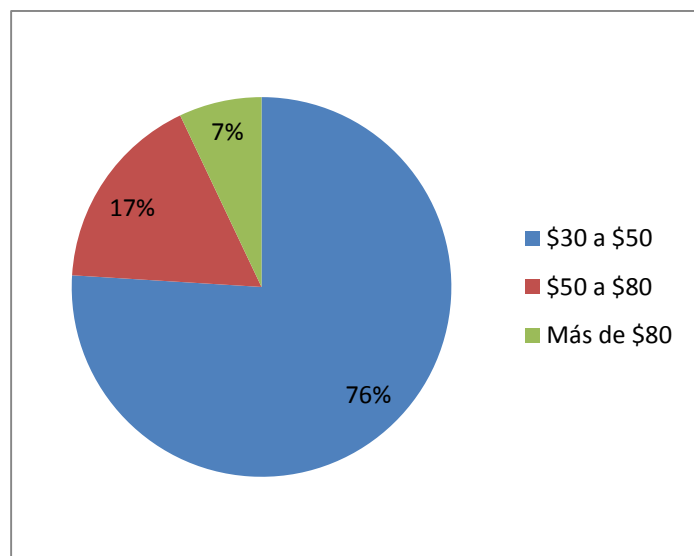
Los turistas consideran que al momento de elegir un lugar de hospedaje, en lo que consideran más importante son los servicios (piscina, internet, TV, etc.), seguido por el precio y la ubicación, algo a tomar en cuenta para la elaboración de paquetes turísticos y sobre todo para dirigir la inversión de la creación de la hostería, considerando los servicios que prefieren.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojarse en una hostería, por día/noche y por persona?

CUADRO No. 15
COSTOS ALOJAMIENTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
\$30 a \$50	291	76%
\$50 a \$80	65	17%
Más de \$80	27	7%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 19
COSTOS ALOJAMIENTO



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

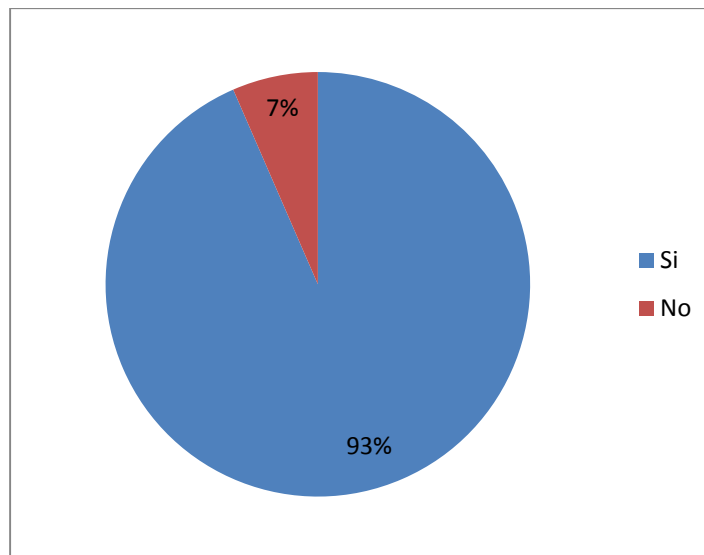
La mayoría de turistas están predispuestos a pagar por el alojamiento de \$30 a \$50 dólares, seguido de \$50 a \$80 y una minoría de más de \$80 dólares, información fundamental para el establecimiento de los precios de hospedaje en la hostería, considerando los costos de producción y la capacidad de pago del cliente.

6. ¿Le gustaría que su lugar de alojamiento cuente con servicios adicionales?

CUADRO No. 16
SERVICIOS ADICIONALES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	358	93%
No	25	7%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO No. 20
SERVICIOS ADICIONALES



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

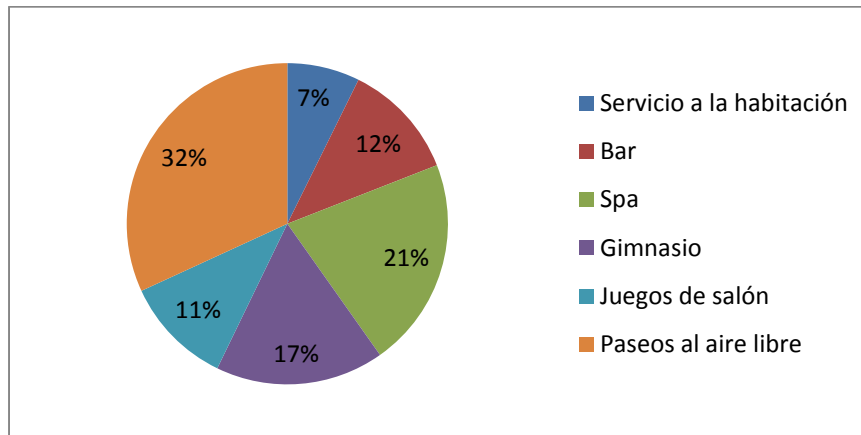
En los resultados obtenidos, se puede considerar que la mayoría de turistas considera importante y de agrado para los turistas al momento de alojarse que la hostería cuente con servicios adicionales que permita tener gran diversidad de servicios. Es importante tomar en cuenta esto ya que los turistas siempre están buscando lugares innovadores para dedicar su tiempo de descanso.

7. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera la hostería?

CUADRO NO. 17
INTERES EN SERVICIOS ADICIONALES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Servicio a la habitación	28	7%
Bar	45	12%
Spa	81	21%
Gimnasio	65	17%
Juegos de salón	42	11%
Paseos al aire libre	122	32%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 21
INTERES EN SERVICIOS ADICIONALES



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

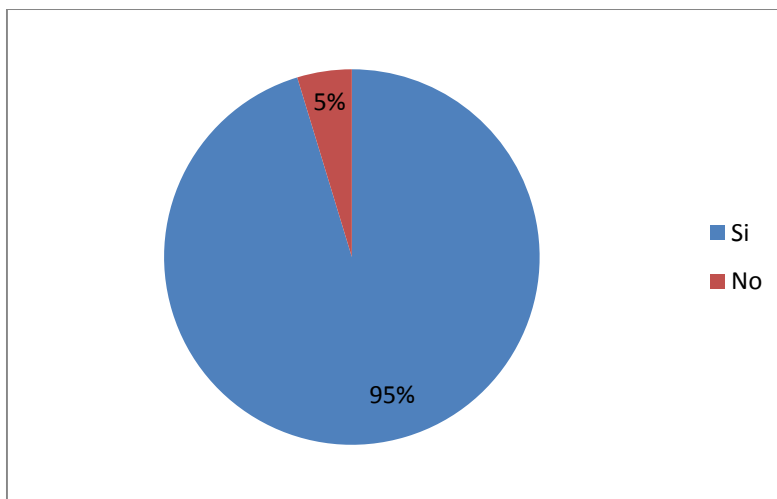
Según los datos obtenidos se puede determinar que al momento que los turistas escojan una actividad la mayoría de los turistas prefieren paseos al aire libre, seguidos por gimnasio y spa. Es importante tomar en cuenta esto ya que los turistas en la actualidad al momento de seleccionar un lugar de alojamiento también buscan diversas actividades que se ofrezca además del alojamiento. Se tomara muy en cuenta esto al momento del desarrollo de la infraestructura del proyecto.

8. Estaría dispuesto a ir a una hostería en donde tenga tranquilidad, alojamiento en área natural, diversas actividades recreativas, convivencia con la comunidad y rescate de las costumbres tradiciones del sector.

CUADRO NO. 18
ACEPTACIÓN DEL PROYECTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	365	95%
No	18	5%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 22
ACEPTACIÓN DEL PROYECTO



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

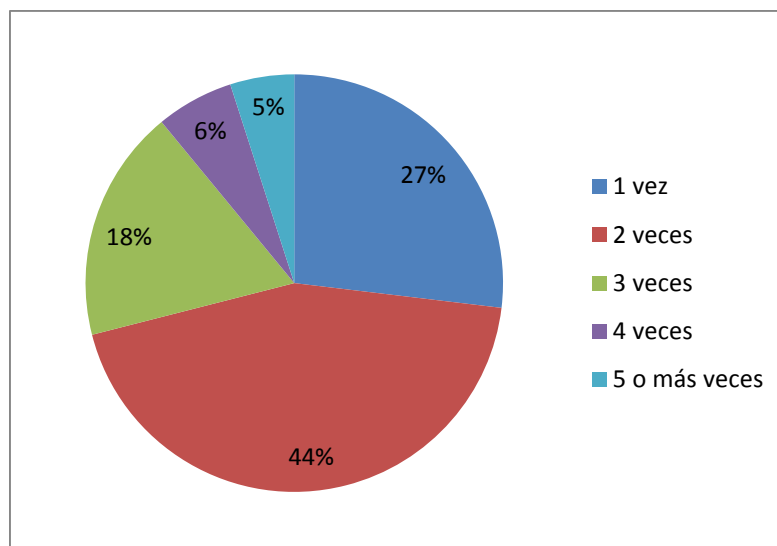
La mayoría de turistas están totalmente predispuestos a asistir en caso de llevarse a cabo la creación de la nueva hostería, ya que es el reflejo de la insatisfacción que sienten con los actuales servicios turísticos ofertados en la localidad, y mientras que una minoría manifiesta que no le atrae la nueva propuesta, situación a considerar para la implementación de estrategias de marketing.

9. ¿Cuántas veces al año visitaría esta hostería?

CUADRO NO. 19
FRECUENCIA DE VISITA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 vez	103	27%
2 veces	169	44%
3 veces	69	18%
4 veces	23	6%
5 o más veces	19	5%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 23
FRECUENCIA DE VISITA



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

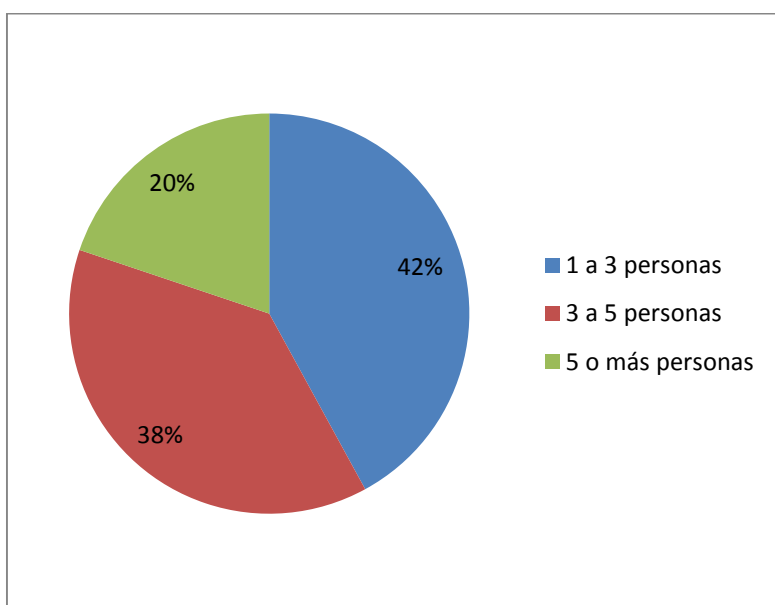
En esta pregunta los turistas coinciden que el tiempo de visita sería 2 veces al año, lo que permitirá establecer el flujo de visitas para organizar y planificar en cuanto al manejo de los recursos humanos y materiales para atenderlos de manera oportuna y eficiente.

10. ¿Con cuántas personas incluido usted visitaría esta hostería?

CUADRO NO. 20
NÚMERO DE HUÉSPEDES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 a 3 personas	161	42%
3 a 5 personas	146	38%
5 o más personas	76	20%
TOTAL	383	100%

GRÁFICO NO. 24
NÚMERO DE HUÉSPEDES



FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANÁLISIS:

La mayoría de los turistas coinciden en que la mejor opción para visitar el lugar es en compañía de la 1 a 3 persona incluido el turista, seguido de 3 a 5 personas. Lo que de alguna manera incrementará la llegada de turistas al sector, aspectos a considerar para establecer una oferta de servicios en función de la compañía con quien visiten la hostería.

3.7.5 Perfil del visitante residente en la zona de influencia del proyecto

De acuerdo a los datos obtenidos en el proceso de cuantificación respecto al flujo de turistas, se ha procedido a obtener información que nos permita aproximarnos a determinar el perfil del visitante de la zona. El método a usar es la extrapolación de un dato específico a una estadística general, es decir sobre un universo de ingresos de visitantes a la zona, que es de 111.119 turistas promedio al año, se tomó una muestra de 383 individuos, con un margen de error del 0,05, con un nivel de confianza de 0,95.

**CUADRO NO. 21
CARACTERÍSTICAS TURISTAS DATOS OBTENIDOS**

CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL VISITANTE DATOS GENERALES	
Lugar de Origen	El grupo mayoritario son turistas nacionales (59%), seguido de turistas extranjeros (41%).
Visita a la Provincia de Cotopaxi	El 67% visitado la Provincia de Cotopaxi, mientras que el 33% indica que no ha visitado nuestra provincia.
Conocimiento de una Hostería con todos los Servicios a Ofertar	En su gran mayoría no conocen de una hostería que brinde los servicios de manera total (90%) mientras que también existe un porcentaje mínimo dice que si existe (10%).
Aceptación de asistir a la Hostería	En su gran mayoría están dispuestos a visitar la hostería en mención (95%) y una minoría dice que NO (5%).
MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA	
Con cuantas personas visitaría la hostería	Un 54% lo haría con 1 a 3 personas, 38% con 3 a 5 personas y 20% con 5 o más personas.
Cada cuando visitaría la hostería	El 44% visitaría 2 veces al año, el 27% visitaría 1 vez al año y el 18% visitaría 3 veces al año.
PRESTACIÓN DEL SERVICIO	
Preferencia de Servicios	El 32% prefiere paseo al aire libre, seguido por el spa el 21%, gimnasio el 17% y 12% servicio de restaurante/bar.
Costos de los Servicios	El 76% está dispuesto a pagar de 30 a 50 dólares, el 17% de 50 a 80 dólares y el 7% más de 80 dólares por alojamiento.

ELABORADO POR: LA AUTORA

La demanda se encuentra cubierta por un mercado constituido por visitantes residentes y no residentes que visitan la provincia cada una definida con sus propias características respecto a: su frecuencia de visita, preferencia de servicios, capacidad de ingreso, razón de la visita, lugares de origen y lugares que más frecuentan, así como también el nivel de aceptación en cuanto a la presente propuesta.

3.8 Análisis de la demanda

La demanda turística constituye el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, cultura, etc, en su período vacacional. Esta puede valorarse como:

- Procedente del extranjero.
- Interior o nacional, dentro del país
- Regional
- Extra-regional
- Nacional que se dirige al exterior

Como se ha señalado, el turismo es un producto especial en el que los consumidores deben acudir físicamente al lugar de producción para adquirir el producto, y en el que el viaje es parte del propio producto. Con frecuencia, las condiciones económicas que predominan en el destino son bastante distintas de las de la zona emisora.

El mercado meta de este proyecto de inversión se lo identificó analizando el movimiento turístico del país y concretamente el de la zona de influencia.

De acuerdo a la información estadística obtenida en la Dirección Nacional de Migración, el número de turistas extranjeros que han ingresado al Ecuador durante los últimos años es de 136.799

aproximadamente, de los cuales el 95% tienen categoría de no inmigrantes, es decir que llegan al país con afán de hacer turismo y conocerlo, por trabajo y por estudios. Un 87% de este grupo tienen edades superiores a los 20 años, lo que significa que tienen capacidad económica y decisión para invertir en sus tours.

La orientación del proyecto tiene como objetivo primordial dirigirse al mercado nacional e internacional, y comercializar el servicio a los turistas nacionales y extranjeros ofreciendo un producto de calidad certificada.

Tomando en cuenta el segmento de mercado del turismo interno y, que proviene América del Norte, América Central, América el sur. África, Europa, Asia, y el Caribe, el siguiente cuadro se detalla la procedencia de los turistas que llegan a nuestro país.

CUADRO NO. 22
INGRESO DE TURISTAS POR NACIONALIDAD

ENERO -DICIEMBRE / 2012 – 2013			
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES	2012	2013	Var% 2013/2012
Colombia	349.455	344.363	-1,46
Estados Unidos	248.064	250.785	1,10
Perú	137.084	150.805	10,01
Venezuela	45.701	102.317	123,88
España	65.764	65.245	-0,79
Argentina	46.199	49.575	7,31
Chile	41.645	40.945	-1,68
Alemania	29.582	28.486	-3,70
Canadá	26.979	28.257	4,74
Gran Bretaña	21.142	23.479	11,05

FUENTE: DIRECCIÓN NACIONAL DE MIGRACIÓN
ELABORACIÓN: DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN – MINISTERIO DE TURISMO DIC-2013

3.8.1 Factores que la afectan

En el caso de la demanda los factores que la afectan son:

✓ Dimensiones del mercado:

Esto se refiere a la cantidad de población en un determinado lugar, menos población menos consumidores, pero también puede ser afectada en el aspecto en que más población hay más necesidad de consumir esto podría ser un aspecto negativo para los productores.

✓ La elevación de precios:

Así como dice la ley de la demanda, a precios más altos menos demandantes, en este caso en nuestro país se puede decir que los servicios de turismo van en alza y la población está buscando donde satisfacer sus necesidades de ocio a un precio más barato, lo cual también significa que algunos servicios perderán demandantes.

✓ Preferencias o gustos personales:

Esto se refiere a la decisión de cada persona, esto se debe a que la gente está en su derecho de elegir lo que quiere consumir, por este factor muchos servicios fallan en sus negocios por la falta de demandantes. Debido a que los servicios no son de buen gusto para el demandante.

✓ Factores externos:

Estos son como por ejemplo el clima, las temporadas en el año, la moda, etc. Estos factores en el país el año pasado se vieron muy afectados por la diversidad del clima, lo cual no favorece mucho en algunos sitios turísticos, lo cual provocó menos demandantes para los diferentes servicios.

✓ Los ingresos de los productores:

A menos ingresos menos productos para los demandantes.

3.8.2 Comportamiento histórico

Como se puede apreciar en el cuadro siguiente, el flujo turístico ha crecido constantemente en los últimos 5 años, excepto en el año 2012, de ahí que se pudo establecer la tendencia de crecimiento, que relacionada con el nivel de preferencia obtenida en el estudio de mercado se establecerá la demanda actual, como se indica a continuación.

TABLA NO. 8
DEMANDA HISTÓRICA EN NO. DE TURISTAS

AÑO	DEMANDA HISTÓRICA EN NO. TURISTAS	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2009	813.637	
2010	898.885	0,104
2011	1.022.451	0,137
2012	1.022.205	-0,0002
2013	1.155.562	0,13
TOTAL		$\Sigma i = 0,371$

FUENTE: DIRECCIÓN NACIONAL DE MIGRACIÓN (2012-2013)
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$\frac{\Sigma i}{n} = \frac{0,371}{4} = 0,0926$$

$$i = 9,27\%$$

La tasa de crecimiento del flujo turístico es 9,27%, según datos obtenidos de la demanda historia de número de turistas proporcionado por la Dirección Nacional de Migración.

3.8.3 Demanda actual

Para determinar la demanda actual se parte de la información proporcionada por la Dirección Nacional de Migración, la cual dio a conocer que el ingreso de extranjeros al Ecuador durante el 2013 fue de 615.493 visitantes. Para la Provincia de Cotopaxi se ha considerado una tasa del 7,40% que es la inclinación por visitar volcanes y montañas de acuerdo a la Sección de Administración de Áreas Naturales del Ministerio de Medio

Ambiente, dando un número de 45.558 turistas que formaría parte del turismo receptivo de la provincia de Cotopaxi.

Además el movimiento de turistas internos es de 540.069 por año según datos proporcionados por la Gerencia de Planificación del Ministerio de Turismo, a este valor se aplicará un 12,14% que es el porcentaje de residentes en el Ecuador que se desplazan por vacaciones, obteniendo un número de 65.561 turistas internos.

Así, se puede determinar que la demanda para el año 2013 es de 111.119 personas.

TABLA NO. 9
DEMANDA ACTUAL: ECUADOR

DEMANDA ACTUAL	NUMERO DE TURISTAS
Turismo Receptivo	45.558
Turismo Interno	65.561
Demanda Actual	111.119

FUENTE: DIVISIÓN DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA DEL MINISTERIO DE TURISMO
ELABORADO POR: LA AUTORA

La demanda actual son el número de turistas que visitaron la provincia.

TABLA NO. 10
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

AÑO	DEMANDA ACTUAL EN NO. TURISTAS
2013	111.119

FUENTE: DIRECCIÓN DE TURISMO DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE COTOPAXI
ELABORADO POR: LA AUTORA

Calculo:

Turistas visitan anualmente la Provincia de Cotopaxi	111.119
% Preferencia de proyecto turístico (95%) (Estudio de mercado pregunta No. 11)	105.563
TOTAL DEMANDA ACTUAL:	105.563

La demanda actual está establecida en función de nivel de preferencia por la propuesta de la Hostería Turística, obtenida en el estudio de mercado, es decir, se trata de una demanda en función del gusto y preferencia de los turistas que visitan esta zona de la provincia de Cotopaxi.

3.8.4 Proyección de la demanda

Con la tasa de crecimiento del turismo que es 9.27% obtenida de la información histórica se procede a establecer el flujo de turistas para los próximos cinco años, utilizando la fórmula del monto: $D_n = D_o(1 + i)^n$

Donde:

D_n= Demanda Futura

D_o= Demanda Histórica

I= Tasa de Crecimiento

N= Año Proyectado

**CUADRO NO. 23
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN NO. TURISTAS
2014	105.563
2015	115.338
2016	126.018
2017	137.688
2018	150.438

ELABORADO POR: LA AUTORA

Esta es la proyección de la demanda de turistas que visitan la Provincia de Cotopaxi y estarían dispuestos a utilizar los servicios que brinde el proyecto turístico.

3.9 Análisis de la oferta

La oferta turística en el Ecuador se ha ido desarrollando paulatinamente en la medida en que ha ido creciendo la cantidad de visitantes. Este crecimiento se ha dado tanto en infraestructura y facilidades como en productos turísticos y posibilidades de hacer actividades relacionadas con el turismo, especialmente de aventura y visitas a sitios naturales.

Los principales indicadores del crecimiento de la oferta de servicios son: la cantidad de establecimientos, habitaciones y camas hoteleras, las de agencias de viajes y tour operadores, así como los establecimientos de alimentación, distracción y recreación.

CUADRO NO. 24
OFERTA DE SERVICIOS

SERVICIOS	CANTIDAD
# Establecimientos de Alojamiento	2.888
# Habitaciones	55.920
# Plazas (capacidad de hospedaje)	125.883
Empleo directo	21.588
Promedio habitaciones por establecimiento	19,4
Promedio plazas por establecimiento	43,6
Relación plazas por habitación (lo adecuado es 1.7 ²⁸)	2,3
Relación plazas por empleo	5,8

FUENTE: INFORME FINAL PLANDETUR (PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR)
ELABORADO POR: LA AUTORA

3.9.1 Factores que la afectan

Los factores más representativos o que tienen mayor incidencia en el análisis y posterior incursión de inversionistas nuevos en el sector son, el número de Competidores, los Precios de los Servicios y el Monto de Inversión Futura.

✓ Monto de Inversión:

En este tipo de Sector, los montos a invertir sobre pasan los 150 000 dólares, por el hecho de la catalogación como primera categoría sus instalaciones y mobiliario representan la mayoría del Capital.

✓ Precios:

Otro factor importante en cualquier sector que se quiera incurrir es el precio al que se comercialicen los productos o servicios como es en este caso, el promedio por establecimiento de primera categoría.

CUADRO NO. 25
ESTABLECIMIENTOS POR CATEGORÍAS

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	PROMEDIO EN DÓLARES POR PERSONA
Albergue	Primera	\$ 8,00
Motel	Primera	\$ 15,00
Pensión	Primera	\$ 12,00
Hostería	Primera	\$ 53,00
Hotel	Primera	\$ 35,00
Hostal	Primera	\$ 12,00

FUENTE: REGISTRO CATASTRAL TURÍSTICO DEL ECUADOR, PROVINCIA DE COTOPAXI
ELABORADO POR: LA AUTORA

El precio como podemos apreciar es fundamental al escoger el tipo de servicio que queremos ofertar, si deseamos obtener mejores réditos debemos invertir mayores cantidades, es así que se señaló a los Hoteles y Hosterías como principales opciones.

✓ Competidores:

El análisis de competidores comprende su cantidad (ya sean Directos o Indirectos), su capacidad y la posibilidad del ingreso de nuevos inversionistas.

El ingreso de nuevos competidores está supeditado a:

- Monto y financiamiento del proyecto
- Políticas turísticas
- Disponibilidad de terrenos apropiados y su precio por m²

Para obtener una oferta acorde al número de turistas se debe encontrar un número promedio de habitaciones y plazas por habitación, entendiéndose por plazas las camas donde pernoctarán los huéspedes de cada establecimiento.

Todo tipo de establecimiento posee un mínimo de habitaciones determinadas por la Ley y de igual manera un porcentaje de plazas por habitación, este porcentaje da un promedio para cada tipo, por ejemplo los albergues no poseen habitaciones sencillas, los moteles no disponen de habitaciones triples o cuádruples.

3.9.2 Comportamiento Histórico

Debido a la categoría en la cual se enfoca este proyecto, los competidores directos son todos los establecimientos que se enmarcan dentro de primera categoría, para lo cual se aplica el mismo procedimiento, el número promedio de habitaciones por las plazas respectivas, tomando en cuenta que existen establecimientos de primera pero que cuentan únicamente con un número mínimo de habitaciones, para lo cual se calcula un promedio para todos los establecimientos de este tipo.

**CUADRO NO. 26
OFERTA HISTÓRICA**

AÑO	# ESTABLECIMIENTO HOTELEROS	# HABI.	# CAMAS	# CAMAS ANUALES	$I = \frac{Cn}{Co} - 1$
2006	2	49	202	19.796	
2007	2	53	208	22.048	0,11
2008	2	58	220	25.520	0,16
2009	3	61	232	42.456	0,66
2010	5	88	264	116.160	1,74
2011	5	96	286	137.280	0,18
TOTAL					$\Sigma i = 2,85$

FUENTE: CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$\frac{\Sigma i}{n} = \frac{2,85}{5} = 0,57\%$$

Con la siguiente tasa se procede a realizar el cálculo de las proyecciones.

3.9.3 Oferta actual

Actualmente en el sector existen establecimientos turísticos que brindan servicios casi similares a los propuestos por el proyecto, dato proporcionado por la Dirección de Turismo del Gobierno Provincial de Cotopaxi.

Para obtener la oferta anual en número de turistas, se procedió a determinar la capacidad de cada establecimiento, por el número de periodo anual (52 semanas), en la que se encuentran totalmente llenas.

CUADRO NO. 27
OFERTA ACTUAL POR TURISTAS

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD INSTALADA EN No. HABITACIONES	OFERTA ANUAL EN No. HABITACIONES
1	Albergue de Montaña Cuello de Luna	24 habitaciones	1.248
2	El Porvenir Tierra del Volcán	12 habitaciones	624
3	Hacienda Hato Verde	6 habitaciones	312
4	Hacienda San Agustín de Callo	11 habitaciones	572
5	Hacienda Yanahurco	12 habitaciones	624
6	Hostería La Ciénega	32 habitaciones	1.664
7	Hostería Rumipamba	32 habitaciones	1.664
TOTAL		6.708	

ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 28
OFERTA TURÍSTICA ACTUAL

HOSTERÍA	HABITACIONES	DESCRIPCIÓN	PRECIO
Albergue de Montaña Cuello de Luna	24 habitaciones	El Albergue Cuello de Luna, ubicado en las faldas del Volcán Cotopaxi. El Albergue se encuentra a 4km de distancia de la entrada del Parque Nacional Cotopaxi.	\$ 41,00
El Porvenir Tierra del Volcán	12 habitaciones	La Hacienda El Porvenir está situada en el Parque Nacional Cotopaxi. La estancia y el comedor sobresalen por su estilo rústico.	\$ 43,00
Hacienda Hato Verde	6 habitaciones	La Hacienda Hato Verde está localizada en la provincia de Cotopaxi, a cerca de 1h30 minutos al sur de Quito, viajando a través de la Panamericana Sur.	\$ 135,00
Hacienda San Agustín de Callo	11 habitaciones	La hermosa y pequeña casa de hacienda de San Agustín de Callo se ubica en las laderas del Volcán Cotopaxi.	\$ 178,00
Hacienda Yanahurco	12 habitaciones	Yanahurco está localizada a tan solo 100 kilómetros de Quito, detrás del Parque Nacional del Volcán Cotopaxi, en la cara sur oriental del mismo. Son aproximadamente 3h30 horas de viaje desde la ciudad de Quito.	\$ 225,00
Hostería La Ciénega	32 habitaciones	La Hostería La Ciénega, está localizada en el km 74 al sur de Quito, cerca al Volcán Cotopaxi y su Parque Nacional. Hostería La Ciénega ofrece al visitante la experiencia única de alojarse dentro de su construcción basada en muros de piedra volcánica de dos metros de grosor, mismos que son testigos silenciosos de la historia del pueblo.	\$ 64,00
Hostería Rumipamba	32 habitaciones	La Hostería Rumipamba de las Rosas, ubicada en la población de Salcedo a 30 minutos al sur de la ciudad de Latacunga. Su decoración tan particular, cada rincón de la hostería cuenta con su propia historia.	\$ 55,00

ELABORADO POR: LA AUTORA

3.9.4 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó un crecimiento paralelo a la demanda, tomando en cuenta el siguiente apartado, la situación de los precios y la preferencia de los consumidores en cuanto a la oferta de servicios turísticos que ofrece la Hostería, hace que este tipo de servicios sean considerados elásticos ya que no es un servicio de primera necesidad sino por el contrario es un tipo de servicio suntuario dirigido a una clase media alta, y por otra parte la inversión como la que se pretende hacer, requiere que por lo menos la oferta crezca en la misma magnitud que crece la demanda, caso contrario la inversión no justificaría la realización del proyecto, por lo que se aplicó la tasa del 0,57% anual, utilizando la fórmula del monto.

$$O_n = O_o(1 + i)^1$$

Donde:

O_n= Oferta Futura

O_o= Oferta Histórica

I= Tasa de Crecimiento

N= Año Proyectado

CUADRO NO. 29
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN NO. TURISTAS
2014	6.708
2015	6.746
2016	6.785
2017	6.823
2018	6.862

ELABORADO POR: LA AUTORA

3.10 Proyección de la Demanda Insatisfecha

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se entregó, además es ahí donde se puede establecer las estrategias de marketing para lograr satisfacer este tipo de necesidad, la introducción de la empresa al mercado y poder entregar el servicio deseado al turista final. Una vez definido el promedio de ingreso de personas se calculara dicho número por horario promedio de atención que manejan actualmente estos establecimientos y así determinar si el proyecto estará en capacidad de atender y satisfacer respecto de la demanda considerada actual y futura.

Posterior a dichos resultados se ha realizado el cálculo de la capacidad diseñada del proyecto Turístico en donde se concluye que el presente proyecto estará en capacidad de cubrir un 60% de la demanda insatisfecha, cabe recalcar que la demanda insatisfecha calculada es solo de la población del Cantón Pujilí, Parroquia La Victoria y los complejos turísticos analizados que se encuentran en cada uno de los diferentes Cantones de la provincia. Tomando en cuenta la capacidad de los demás complejos que ofertan similares servicios se encuentra que son muy limitadas sus instalaciones. Los resultados correspondientes a oferta proyectada, demanda proyectada, demanda insatisfecha y capacidad del proyecto se muestran en el siguiente cuadro:

$$DP = D - O$$

CUADRO NO. 30
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL
DEMANDA – OFERTA

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA				
AÑOS	DEMANDA	OFERTA (Cap. Instalada)	Demanda potencia	Capacidad y D.I por cubrir (60%)
2014	105.563	6.708	98.855	59.313
2015	115.338	6.746	108.592	65.155
2016	126.018	6.785	119.233	71.540
2017	137.688	6.823	130.865	78.519
2018	150.438	6.862	143.576	86.145

ELABORADO POR: LA AUTORA

3.11 Conclusiones

Después de haber analizado las variables más importantes del estudio de mercado, se concluye:

Los resultados permiten deducir que existe un gran interés por parte de los turistas investigados para conocer el campo y vincularse con las actividades rurales, ya sean productivas o de distracción. Posiblemente es una respuesta a la necesidad de buscar sitios de descanso y esparcimiento que les permita el contacto directo con el medio ambiente a la vez que interrelacionarse con las costumbres tradicionales del campesino.

La vida agitada de las grandes ciudades provoca en el ser humano estrés y la actividad rutinaria le hace vivir en forma mecánica, si esta condición no se cambia en el corto plazo la posibilidad de adquirir enfermedades graves es bastante alta por lo tanto una alternativa de prevención y de medicina sana es relacionarse con actividades del campo y de la naturaleza para lograr una armonía entre su estabilidad emocional y las bellezas naturales es decir aprovechar adecuadamente el tiempo libre.

La mayoría de los encuestados manifestaron su interés por alojarse en un hotel ubicado en el sector rural y un porcentaje de los encuestados desearía

concurrir a un restaurante en una hacienda; porque se interesa en degustar los platillos nacionales, que llevan intrínseco el sabor criollo que identifica al sector rural del sector. Otro punto que se ha determinado es paseo a caballo y caminatas son estrategias de actividades de distracción para relajar la mente y el autoestima y respirar el aire puro y estar contacto con la naturaleza. También está interesado en realizar prácticas agrícolas y pecuarias que les permita generar nuevos conocimientos, aplicar técnicas mejoradas y compartir conocimientos lo que originara un intercambio de ideas creativas y despertara el gusto por vivir en el campo y realizar actividades ligadas a él.

Con respecto a la demanda, el flujo turismo del sector tiene una tendencia de crecimiento, así lo demuestra las estadísticas histórica, turistas que visitan los atractivos y lugares de sano esparcimiento, con la investigación de campo se pudo confirmar la aceptación que existe en la zona influenciada del proyecto

De la oferta turística en la relación al número establecimientos que brindan servicios casi similares a los del proyecto, es muy escasa, la capacidad instalada de estos lugares no abastece al flujo turístico identificado, ocasionando inconformidad del servicio hacia los turistas.

La demanda a captar por el proyecto está basada en la capacidad instalada de la propuesta, tanto en la parte administrativa y operativa, la perspectiva de crecimiento será alcanzada mediante la aplicación de estrategias en el servicio.

En lo referente a los precios de los servicios, estos no son estandarizados, debido a que depende de aspectos como: tipo de servicio, calidad del servicio, establecimiento ofertantes y tiempo del servicio.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Descripción del Producto

a) Características

El Proyecto tiene la finalidad de dar a conocer la Parroquia La Victoria, Provincia de Cotopaxi, lograr el verdadero realce de sus atractivos y sus alrededores, alcanzar la ubicación de este sector en el mapa turístico nacional, la comunidad se beneficiara directa e indirectamente, apertura de fuentes de trabajo, mejoraran sus ingresos económicos, parte fundamental del proyecto es la concientización ecológica y el rescate de sus costumbres culturales y ancestrales.

Esta hostería se caracterizara por su modelo ecológico, reduciendo los factores que afecten el ambiente. Su tendencia será lo natural y tradicional del sector.

La Hostería, pondrá a disposición de todos los turistas nacionales e internacionales servicio de alojamiento con amplias y cómodas habitaciones con todos los servicios básicos, además grandes espacios recreativos para un momento de relajación y sano esparcimiento familiar, también contará con sauna, turco e hidromasaje, ofrecerá el servicio de bar y cafetería en donde podrá disfrutar de excelentes y apetecibles platos.

El proyecto turístico, contará con un excelente personal especializado con la finalidad de brindar un servicio excelente y cumplir con todas las exigencias de los turistas.











b) Tecnología Requerida

La tecnología es un asunto que varía constantemente, por lo que se debe estar actualizando permanentemente los sistemas que se utilizan en las empresas, ésta incidencia influye en los costos de las nuevas adquisiciones, así como en la capacitación del personal para su buen uso

Tecnología dura que requiere la hostería para su implementación son:

GRÁFICO NO. 24

TECNOLOGIA REQUERIDA

EQUIPOS	SERVICIOS
<p>Proyector de video conferencias</p> 	<p>Acceso a computador / internet</p> 
<p>PC Completa</p> 	<p>Impresiones: blanco – negro</p> 
<p>Reproductor de audio</p> 	<p>Utiles de oficina</p> 
<p>Telvisor</p> 	<p>Sistema de calefaccion</p> 
<p>DVD</p> 	<p>Sistema de seguridad</p> 

ELABORADO POR: LA AUTORA

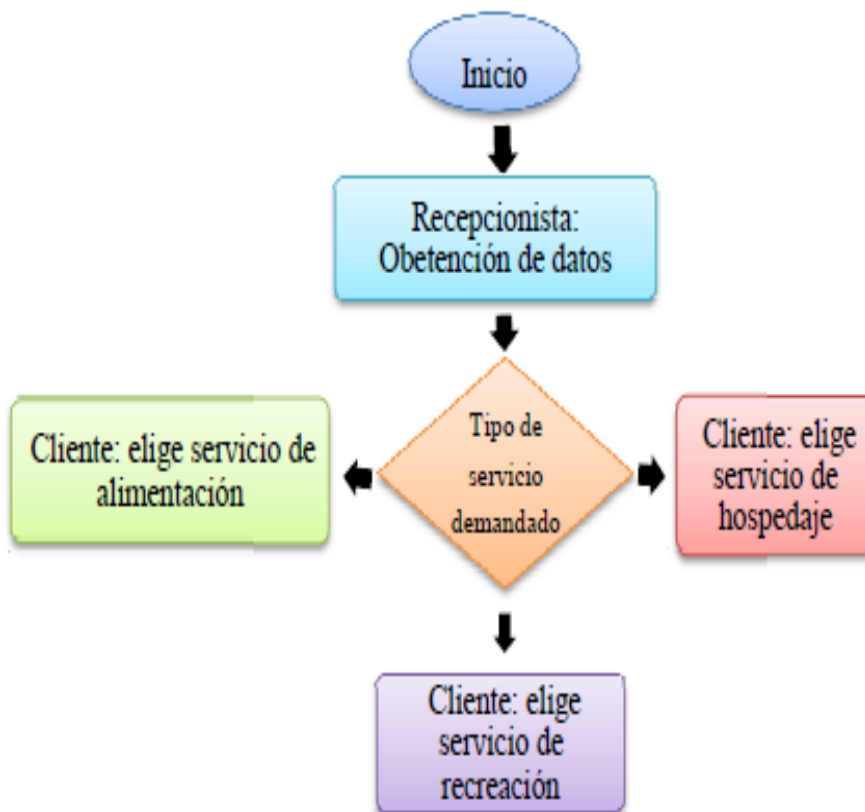
c) Insumos Requeridos

Para la ejecución del proyecto turístico se necesitara la adquisición de algunos insumos dependiendo el área de cada espacio de la hostería.

- Insumos de cocina
- Insumos de limpieza
- Insumos para el servicio de alojamiento
- Insumos para el servicio de restaurante
- Insumos para el servicio de recreación

4.2 Descripción del Proceso

a) Diagrama de Flujo de servicio



ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ **Proceso del servicio**

En esta parte se describe las actividades más importantes que con lleva la prestación del servicio que ofrece el proyecto.

✓ **Recepción de turistas**

Para receptar turistas se visitara agencias de viajes, hoteles de las ciudades como aledañas y otros lugares turísticos con el fin entregar informaros a través trípticos.

✓ **Información turística**

Una vez que el turista llegue a las instalaciones de la hostería se le informará acerca de los servicios y actividades que se puede realizar en el tour dentro y fuera de la hostería.

✓ **Descripción de los servicios**

Para que el turista conozca el tipo de servicio a recibir, se tendrá que describir cada uno de los servicios poniendo en énfasis acerca de los aspectos negativos que puedan darse.

✓ **Pago por el servicio**

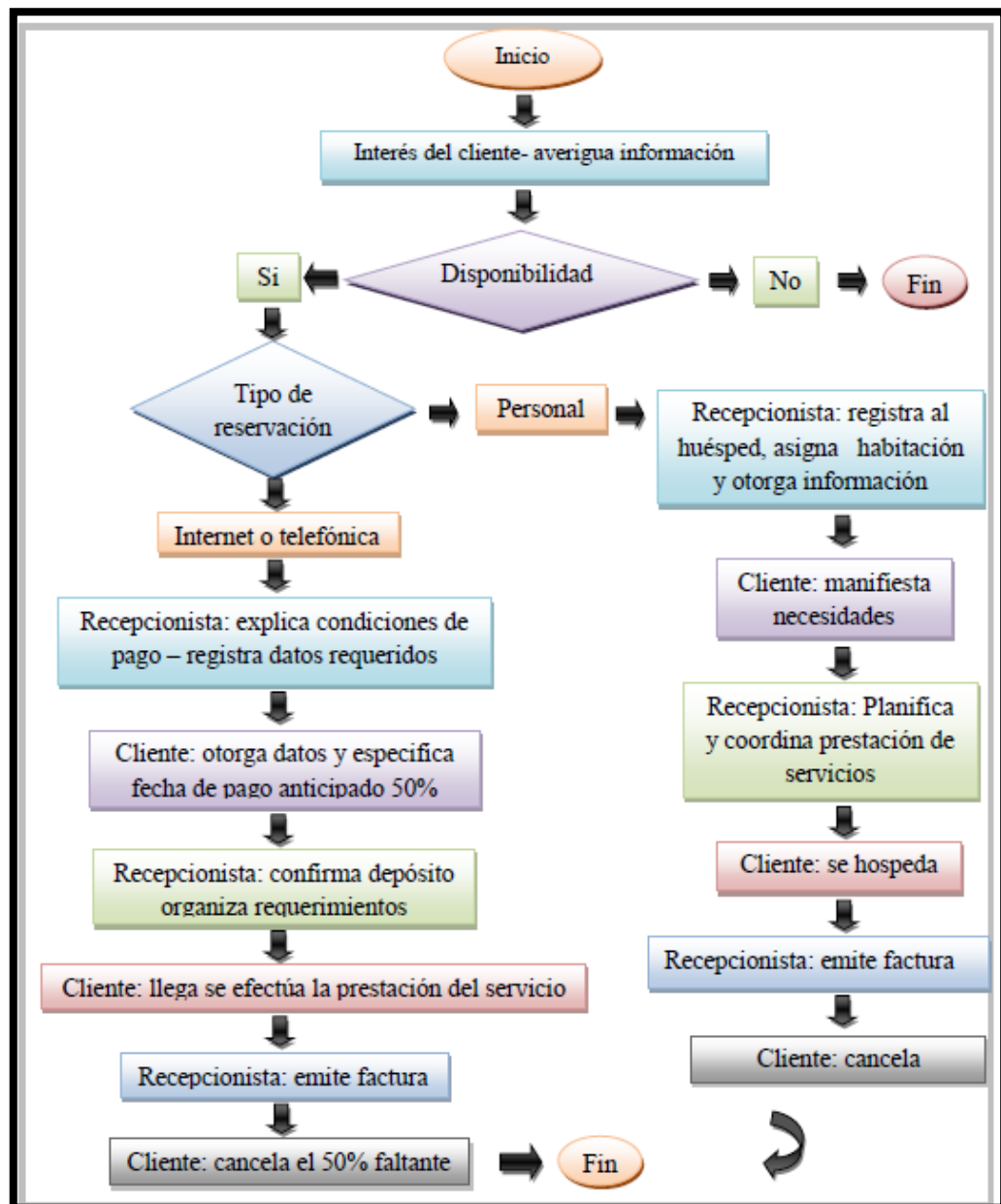
El cobro del servicio se lo efectuara a través de factura, su valor estará de acuerdo al servicio.

✓ **Entrega del servicio**

En esta etapa consiste en el desarrollo del servicio, dependiendo que tipo de servicio elija el turista, este tendrá la supervisión de un guía.

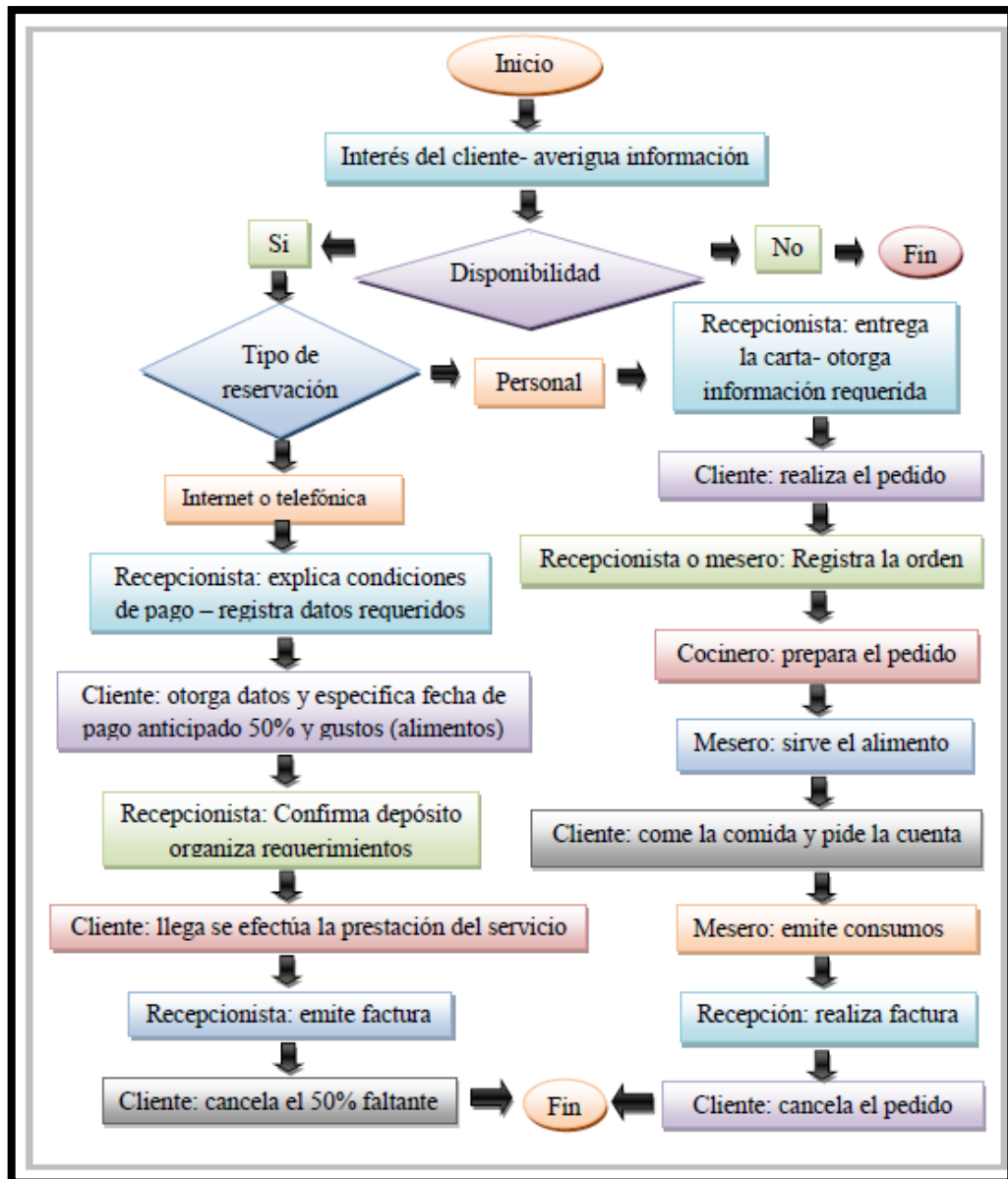
b) Descripción de Actividades

- ✓ Diagrama de servicios de alojamiento



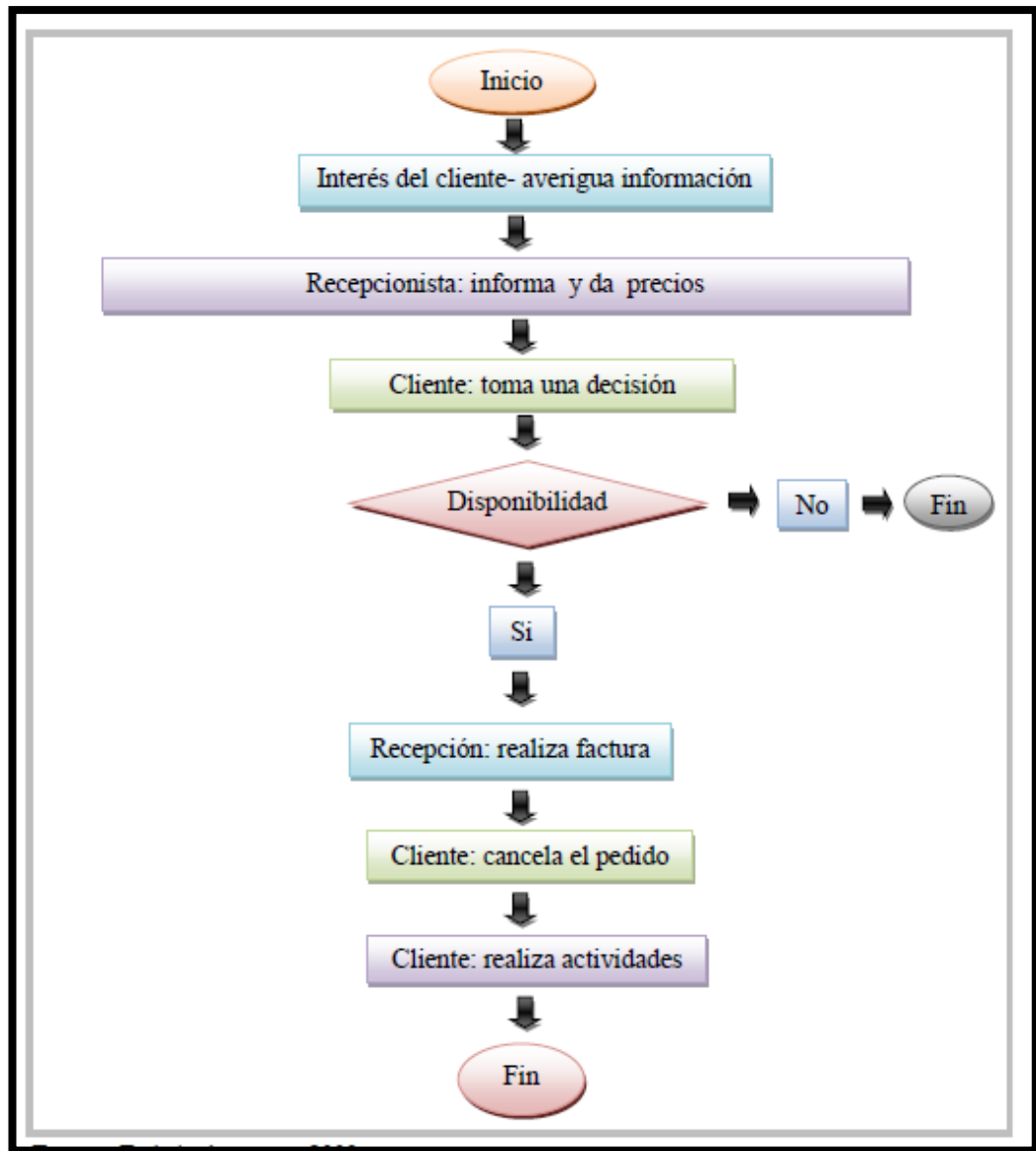
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Diagrama de servicios de restaurante



ELABORADO POR: LA AUTORA

- ✓ Diagrama del servicio de área recreativa



ELABORADO POR: LA AUTORA

4.3 Tamaño del Proyecto

Al ser un proyecto turístico para establecer su tamaño se parte de la capacidad de servicio que alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado en el Parroquia La Victoria.

El tamaño del proyecto está representado por la capacidad de turistas que puede albergar el establecimiento para tratar de cubrir una parte de la demanda insatisfecha, su cálculo está considerado para todos los fines de semana y los días considerados como feriados fijados por el gobierno nacional y los establecidos en la actualidad.

Según el estudio de mercado las posibilidades de realizar este proyecto son bastante buenas, ya que la competencia es mínima o casi ninguna dentro del cantón y sus alrededores. La capacidad del centro turístico se irá incrementando según el crecimiento del mercado.

Factores y determinantes

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista. Además se debe conocer el tamaño del proyecto con el que se contara para realizar todas las operaciones que se orientaran hacia el cumplimiento de los objetivos que se han establecido desde un inicio y que se contara con los resultados del estudio de mercado el cual provee información tanto de la oferta como de la demanda del bien o servicio, que sirve como referencia para determinar la magnitud del proyecto.

a) En Función de la demanda

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior, y éste debe ser tal que sólo cubra un bajo porcentaje de esa demanda, siempre y cuando haya mercado libre.

De acuerdo a lo analizado en el estudio de mercado, el presente proyecto captara 3120 turistas al año lo que representa la capacidad instalada del proyecto y el 3,8838% de la demanda insatisfecha.

De acuerdo a la demanda turística, el centro de agroturismo debe poseer una infraestructura adecuada para brindar un buen servicio, para lo cual se

considera implantar el centro en un área aproximadamente de 20.000 metros cuadrados lo que representa 2 hectáreas, y se contempla la construcción de 10 cabañas.

Fijación de la capacidad del Proyecto Turístico

Este aspecto del proyecto tiene relación con el volumen de su capacidad instalada, es decir, determinar cuál es la capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo.

Para lo que se ha elaborado la siguiente matriz en donde se determina la capacidad de cada una de los servicios que oferta el Proyecto Turístico en la Provincia.

CUADRO NO. 31
CAPACIDAD INSTALADA

SERVICIOS	NRO.	HORAS POR DÍA	% ASISTENCIA	DÍAS ATENCIÓN	NRO. CLIENTES DIARIOS	SEMANA	MES	AÑO	
Hospedaje	10	8	100%	6	30	30	180	720	8.640
Piscinas	3	8	100%	6	40	40	240	960	11.520
Sauna	1	8	40%	6	15	48	288	1.152	13.824
Turco	1	8	40%	6	15	48	288	1.152	13.824
Camas Terapéuticas	2	8	50%	6	2	8	48	192	2.304
Hidromasaje	1	8	40%	6	3	10	60	240	2.880
Cancha sintética	1	8	40%	6	14	45	270	1.080	12.960
Cancha múltiple	1	8	40%	6	10	32	192	768	9.216
TOTAL					129	261	1.566	6.264	75.168

ELABORADO POR: LA AUTORA

Para calcular la capacidad instalada y de atención al público o usuarios del proyecto turístico, se lo realizo según el tipo de escenario al cual acuden, el número de horas real a trabajar y los días de atención por semana.

Se parte de un principio conservador de afluencia para no exagerar en las expectativas de éxito, asignando únicamente el 40% de las horas laborables según el servicio demandado.

Para un mejor entendimiento sobre los cálculos realizados en la matriz para determinar la capacidad instalada del complejo se realiza lo siguiente: A las horas de atención por día le aplicamos el 40%, porcentaje estimado de visitas diarias, este valor multiplicamos por el número de canchas y por el número de jugadores que intervienen en la disciplina de esta manera obtenemos el número de clientes diarios que tendrá el proyecto, para obtener los clientes semanales multiplicamos por los días de atención, mensuales por cuatro y anuales por doce. Se debe recordar que únicamente las canchas deportivas; las camas Terapéuticas y el hidromasaje están expuestas a este cálculo.

De acuerdo a la matriz que se realizó, en la Parroquia La Victoria se establece que la capacidad que podrá tener el proyecto Turístico será de 75.168 turistas en el año de inicio de operación aproximadamente.

b) En Función de los insumos y suministros

El abastecimiento suficiente en cantidad y calidad de las materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Los insumos para aseo personal y limpieza serán adquiridos en las ciudades y poblaciones más cercanas, en donde se cuenta con importantes distribuidores que expenden a precios limitados cuando la compra es continua y el volumen es considerable.

Los insumos destinados a la preparación de alimentos se adquirirán en los mercados de la zona, pero dentro de la hostería se desarrollará un proyecto hortícola que permita satisfacer los requerimientos básicos de hortalizas, legumbres e inclusive algunas frutas del sector. En cuanto a carnes, pollo y pescado se adquirirán productos de primera calidad en supermercados de las ciudades aledañas. Las bebidas como gaseosas, agua y cervezas serán abastecidas igualmente semanalmente a través de los vehículos repartidores a domicilio.

c) En Función a mano de obra

La cercanía del mercado laboral adecuado es un factor predominante en la elección de la ubicación de un proyecto. En este sentido se ha analizado la factibilidad de que moradores de la parroquia La Victoria sean quienes aporten su contingente en la hostería, pues tendrían facilidad para llegar a su lugar de trabajo, y por otro lado se ha considerado que las labores básicas de aseo y limpieza no requieren de personal que sea capacitado técnicamente, sin embargo se empleara un método de capacitación permanente, la cual ayudara que la comunidad este educada para la atención en el proyecto.

Para el área de la cocina se contará con un chefs capacitado, el cual dirigirá los trabajos de la preparación de alimentos. En este caso se recurrirá al mercado laboral de la zona, en donde existe disponibilidad de profesionales en la rama.

El personal administrativo requerirá estar capacitado a nivel administrativo, contable y financiero, ya que es un área sensible y de difícil manejo.

d) En Función de la maquinaria, equipo, tecnología.

En cuanto a tecnología se aplicará un diseño ergonómico en el área de la cocina, que permitirá un mejor empleo de los recursos humanos, para despacho y atención a los pedidos, para limpieza de las ollas y vajillas y eliminación de los desechos. La calidad de la comida que se ofrecerá, dependerá de la calidad de los equipos de refrigeración adecuados para conservar el pescado, las carnes, los lácteos, las frutas y las hortalizas. Así mismo se dispondrán de sistemas de extracción de olores en esta área. Las cocinas industriales de buena calidad permitirán tener la capacidad de preparar varios platos a la vez.

e) En Función del financiamiento

La disponibilidad de recursos financieros incide en el tamaño del proyecto, así como el origen de esos recursos; puesto que se debe tender a la utilización de aquellos fondos que puedan financiarse con mayor seguridad

y comodidad y exijan menores costos y al mismo tiempo puedan generar más altos rendimientos al capital.

Los recursos financieros son necesarios para llevar a cabo el proyecto de la hostería ecológica, estos comprenden la construcción de las cabañas, piscina, restaurante, senderos ecológicos, peceras, canchas deportivas, áreas recreativas todo él lo tiene un costo de \$114.351.37; para ello se recurrirá al financiamiento tanto interno como externo, de tal forma que la inversión pueda ser cubierta, el presente proyecto será financiado de la siguiente manera:

- El 45% con recursos propios
- El 55% es financiado con inversionistas particulares o préstamo en una entidad pública como: Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento, u otros.

4.4 Localización del Proyecto

✓ Macrolocalización

Se tiene como propósito encontrar la ubicación más favorable para el proyecto, determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. En cuanto a la localización del proyecto se tomara en cuenta algunos aspectos:

La deficiente y falta de un centro turístico en la Parroquia La Victoria hace que la población realice visitas a lugares turísticos fuera del cantón, el lugar adecuado para localizar el proyecto, se lo justifica de la selección con la relación a los siguientes factores globales:

- Exigencias o requerimientos por parte de la población del Cantón.
- Medios y costos.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Fuentes de abastecimientos de materias primas.
- Servicios básicos (energía eléctrica, combustible, agua).

- Cercanía al cantón.
- Comunicaciones.
- Condiciones para la ejecución del proyecto, leyes y reglamentos.
- Factores ambientales.
- Actitud de la comunidad.

La macro-localización tiene que ver con la ubicación geográfica donde se instalará el proyecto, tomando en cuenta los potenciales turísticos que ofrece la zona, por lo tanto se plantea de la siguiente forma:

PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Centro – Norte (Sierra)
PROVINCIA	Cotopaxi
CANTÓN	Pujilí

El proyecto estará ubicado en la provincia de Cotopaxi cantón Pujilí. Esta provincia se ha diferenciado de las demás por ser una de las provincias con un gran potencial para el desarrollo del turismo la cual tiene las siguientes características:

- Variedad de atractivos naturales.
- Infraestructura vial.

GRÁFICO NO. 26 MAPA DEL ECUADOR



FUENTE: WWW.GOOGLE.COM/MAPADELECUADOR
ELABORADO POR: LA AUTORA

Tomando en cuenta los factores globales el proyecto será ubicado dentro del territorio de la República del Ecuador, básicamente en Sur América, en donde el país es reconocido por situarse en la línea ecuatorial o mitad del mundo. Limita al norte con la hermana República de Colombia, al sur y al este con Perú, mientras que al oeste con el Océano Pacífico.

El país tienen una extensión de 283.561 km² y una población de 14 483 499 personas. El territorio ecuatoriano se divide en 24 provincias, las cuales se dividen en cantones, los mismos que se dividen en parroquias, las que a su vez se dividen en urbanas y rurales. Actualmente en el Ecuador existen 7 regiones o zonas administrativas mismas que han sido conformadas a fin de descentralizar la función administrativa de la capital Quito.

GRÁFICO NO. 27
MAPA PROVINCIA DE COTOPAXI



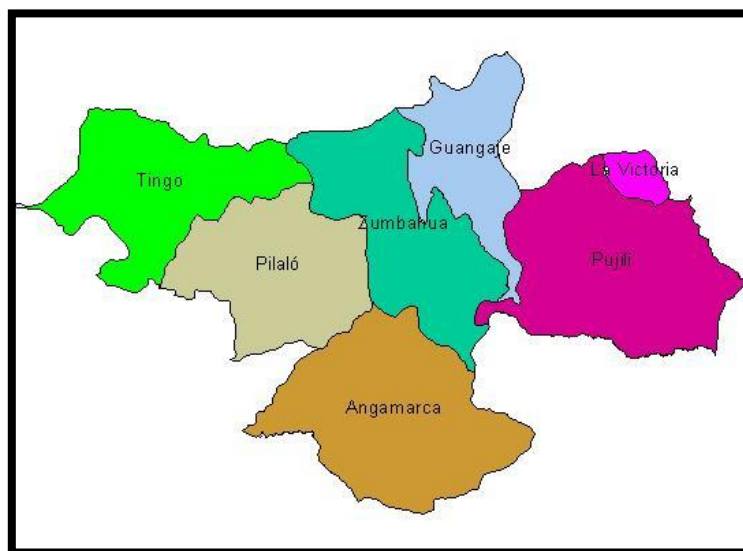
FUENTE:WWW.GOOGLE.COM/MAPAPROVINCIADECOTOPAXI
ELABORADO POR: LA AUTORA

La Provincia de Cotopaxi, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la región sierra del país, al centro-norte del país. Su capital es Latacunga. La provincia toma el nombre del volcán más grande e importante de su territorio, el volcán Cotopaxi.

Cotopaxi se encuentra dividida políticamente en 7 cantones. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Cotopaxi pertenece a la región centro 3 comprendida también por las provincias de Pastaza, Chimborazo y Tungurahua.

Recuperado de: http://es.wikipedia.org/wiki/Provinciade_Cotopaxi

GRÁFICO NO. 28
MAPA CANTON PUJILÍ



FUENTE:WWW.GOOGLE.COM/MAPACANTONPUJILÍ
ELABORADO POR: LA AUTORA

El cantón Pujilí se localiza en la región interandina del Ecuador, en la zona Centro –Occidental de la Provincia de Cotopaxi, a 10 km. al Oeste de la ciudad de Latacunga, capital de la cabecera provincial. Su clima es semiárido – mesotermal y su temperatura media es de 12,4 °C. La topografía de la región es irregular y tiene una altura promedio de 2980 m.s.n.m.

Limites

Norte: Sigchos, Saquisilí y Latacunga

Sur: Pangua, Bolívar (Guaranda), y Tungurahua (Ambato)

Este: Latacunga y Salcedo

Oeste: La Maná y Pangua

Pujilí es el cantón más extenso después de Latacunga, tiene una superficie de 1.289 Km² y el área urbana tiene una extensión de 90 Km².

✓ **Microlocalización**

PARROQUIA	La Victoria
SECTOR	Barrió Mulinlivi
DIRECCION	Lote Nro. 7

El proyecto se localizará en el Canton Pujilí, Parroquia La Victoria, ubicada en la zona Centro –Occidental de la Provincia de Cotopaxi

GRÁFICO NO. 29
LOCALIZACION PARROQUIA LA VICTORIA



FUENTE: SIISE (EXTRACTO)
ELABORADO POR: LA AUTORA

La parroquia La Victoria fue creada el 10 de junio de 1935, lleva su nombre en coincidencia con la victoria del Dr. José María Velasco Ibarra en las elecciones para presidente de la República del Ecuador. Está constituida por tres comunas, Tejar, Calvario y Collantes Chucutisi y, Por los siguientes barrios:

- Mulinlivi
- Santa Rosa
- San José
- Centro (cabecera parroquial)
- Paraíso Santo Domingo
- Santa Rosa de Chilcaloma

La Parroquia La Victoria, se encuentra ubicada en la parte centro Occidental de la Provincia de Cotopaxi, Limites:

- Al Norte por la Parroquia Poaló del cantón Latacunga,
- Al Sur y Occidente por la parroquia Matriz del cantón Pujilí
- Al Oriente por la parroquia Once de noviembre del cantón Latacunga.

En la actualidad la parroquia La Victoria, ubicada en el cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi, cuenta con 2.806 habitantes según último censo, de los cuales la mayor parte se dedica a la artesanía.

4.5 Distribución de Planta/Áreas

El diseño de las instalaciones del complejo turístico, estarán acorde a las especificaciones técnicas que implica el desarrollo de las diferentes actividades a realizarse, además de seleccionar la ubicación exacta de los diferentes espacios en donde se recibirá a los clientes en general.

- ✓ Área de bodega.
- ✓ El área de vigilancia.
- ✓ El área de recreación contara con:
 - Piscina
 - Sauna
 - Turco
 - Hidromasaje
 - Camas Terapéuticas
 - Baños
 - Duchas
 - Vestidores
 - Bar
- ✓ El área deportiva contara con:
 - Una cancha múltiple.
 - Una cancha sintética.
 - Paseos en Cuadron

- ✓ Áreas verdes.

Se trata de construir un complejo que muestre un aspecto ordenado, atractivo y distinguido inducen respeto y comodidad a los clientes y motiva el regreso ya sea por la calidad del servicio o simplemente por la calidez del ambiente.

- ✓ Áreas del Proyecto

De acuerdo al estudio de mercado realizado, el establecimiento deberá poseer varias áreas y servicios los cuales ayudaran al crecimiento del proyecto y la satisfacción del cliente ya que se tiene como objetivo brindar comodidad y un ambiente agradable.

a) Área Administrativa

El área Administrativa estará ubicada cerca al ingreso del complejo para tener un control interno de cada una de las áreas y por ende del personal que laborará en el complejo, área que tendrá las siguientes dimensiones: 5m2 de ancho por 6m2 de largo, se considera un espacio acorde para la oficina Administrativa.

b) Alojamiento

Se equiparan completamente y además se facilitara al turista todos los materiales y accesorios indispensables a fin de brindarle una estadía agradable, también se ofrecerá servicios de lavandería a los clientes.

En este tipo de servicios la limpieza será primordial, el diseño de las instalaciones ofrecerá funcionalidad general, espacios privados y en general el diseño y ambiente será acogedor.

c) Área de Bodega

El área de bodega estará ubicada a un costado de administración en un lugar donde no interrumpa el libre tránsito y circulación e indisponga a los clientes, tomando en cuenta cada una de las áreas que comprenda el complejo turístico, la que tendrá las siguientes medidas de 2.50 m2de

ancho por 4.60 m² de ancho suficiente para guardar los materiales de aseo del complejo.

d) Área de vigilancia

El área de vigilancia estará ubicada en un punto estratégico del cual se logre un control y vigilancia de las áreas del complejo tanto en el día como en la noche, esta área tendrá las siguientes medidas 2m² de ancho por 3m² de largo espacio en donde permanecerá el guardia de turno ya que el tiempo de trabajo permanecerá vigilando cada una de las instalaciones.

e) Área de Recreación

El área de recreación encontramos las piscinas con dimensiones de 25m² largo por 12m² de ancho, la que será complementada con 2 piscinas más; una mediana de 10m² de largo por 6m² de ancho y una para niños de 3m² de largo por 2m² de ancho además que se ubicara muy cerca el sauna y turco; además que se contara con un hidromasaje, camas terapéuticas y aromaterapia que viene hacer el valor agregado de nuestro proyecto ya que ningún otro complejo turístico cuenta con estos últimos mencionados; los baños para damas y caballeros, vestidores, duchas.

f) Bar - Restaurant

El servicio de bar restaurante del proyecto ofrecerá a todos los turistas todo tipo de comida típica del sector, en un ambiente tranquilo de infraestructura de tipo rustico, lo que le hará más atractivo para la visita de los clientes. Además que en esta área también se encuentra el bar en donde podemos encontrar todo en bebidas, jugos y snacks seleccionados y preferidos por los clientes.

g) Área deportiva

Esta área está compuesta por las instalaciones deportivas que son: una cancha múltiple con dimensiones de 15m² de ancho por 28m²; una cancha

sintética de fútbol siete de 15m2 ancho por 28m2de largo; cada una de estas con su respectiva señalización mediante una línea de color blanco.

h) Área de espacios Verdes

Esta área comprende las áreas verdes que tendrá la planta en donde se ha calculado aproximadamente unos 800m2de espacios verdes de todo el complejo donde prevalecerá el área infantil el cual juega un papel importante dentro de este tipo de proyectos

i) Área de cabalgatas, recorridos

Para que la hostería tenga el sentido ecológico necesita que los visitantes se pongan en contacto con la naturaleza por tal razón estará situado en la parte posterior de la misma un corral donde se encontraran los caballos que serán utilizados para las cabalgatas y adicionalmente este corral contiene una bodega y un forraje para el cuidado de los animales.

En esta área se marcaran senderos por los cuales se harán los recorridos mediante cabalgata o caminata, aquí se expondrán los atractivos más sobresalientes del lugar.

a. Diseño de la planta

GRÁFICO NO. 30
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

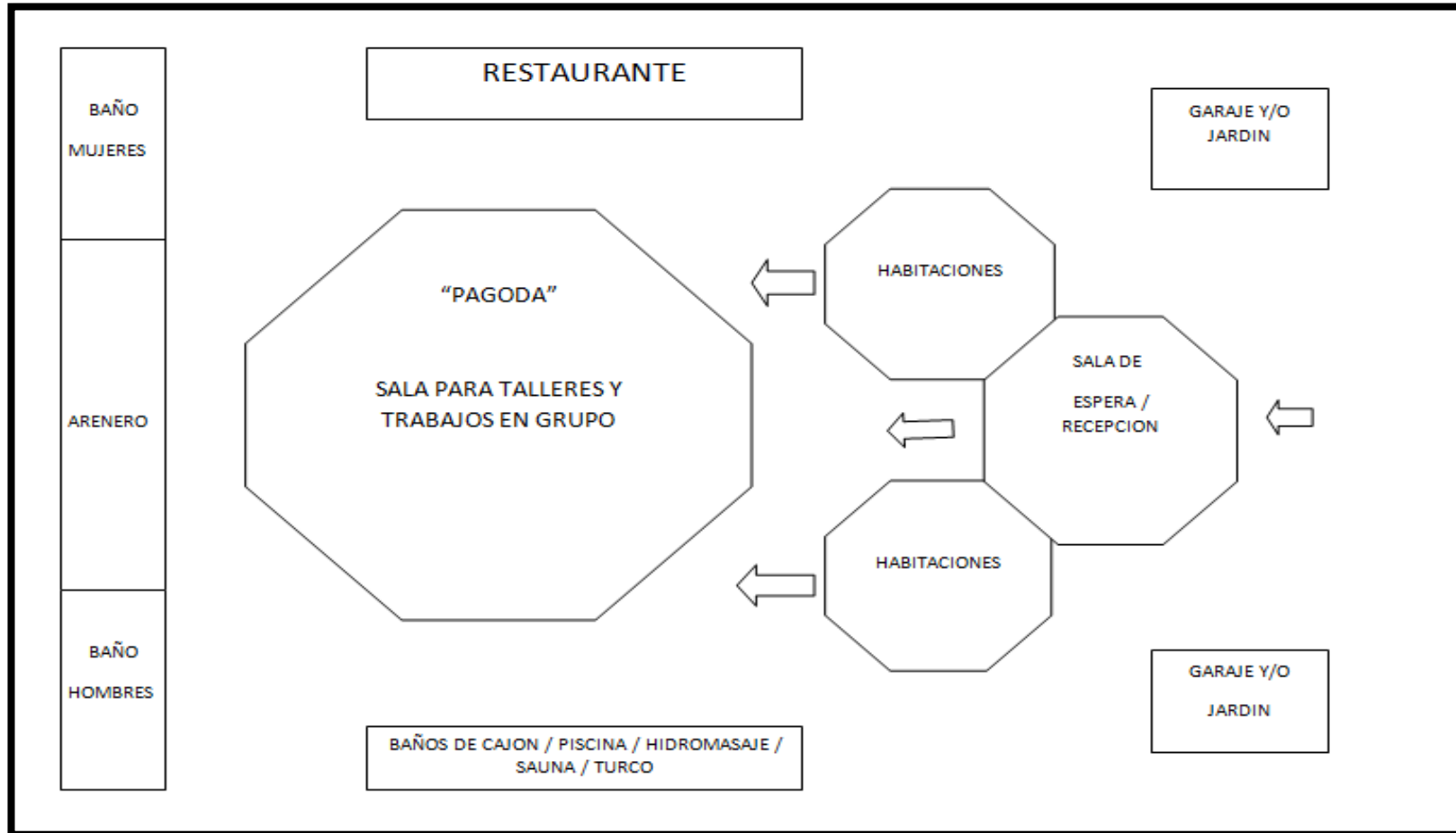
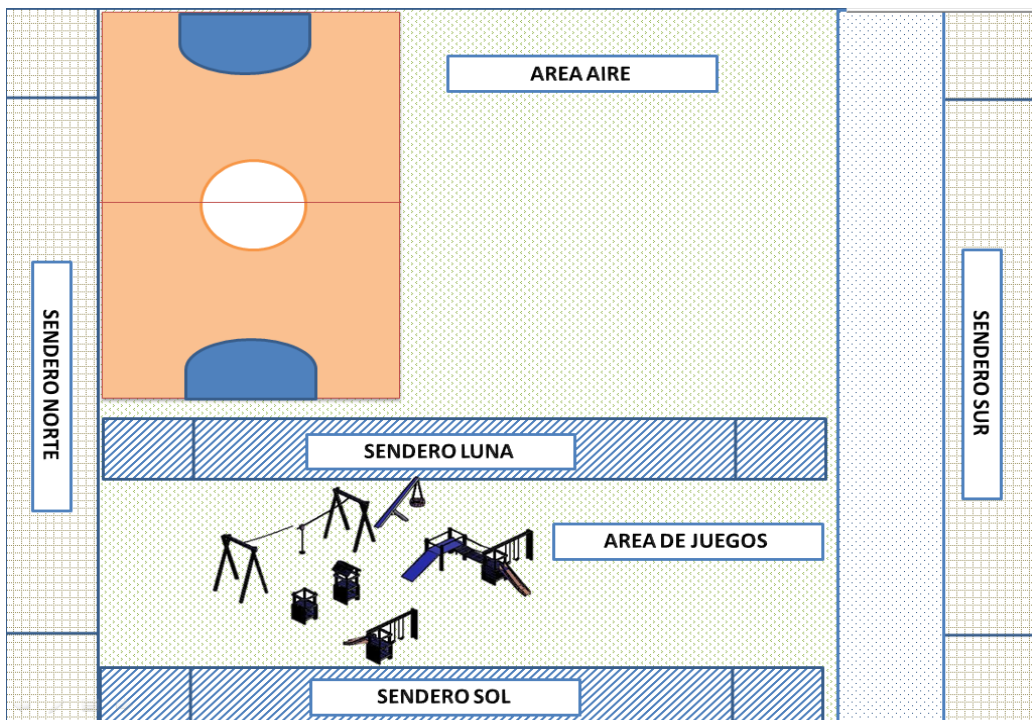
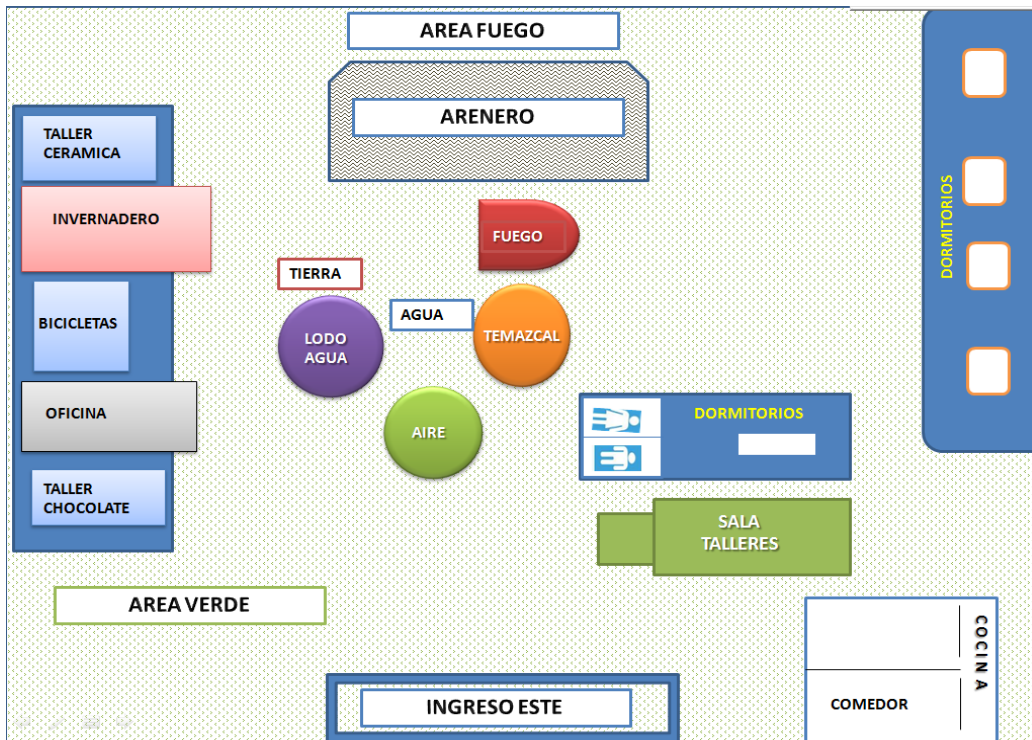
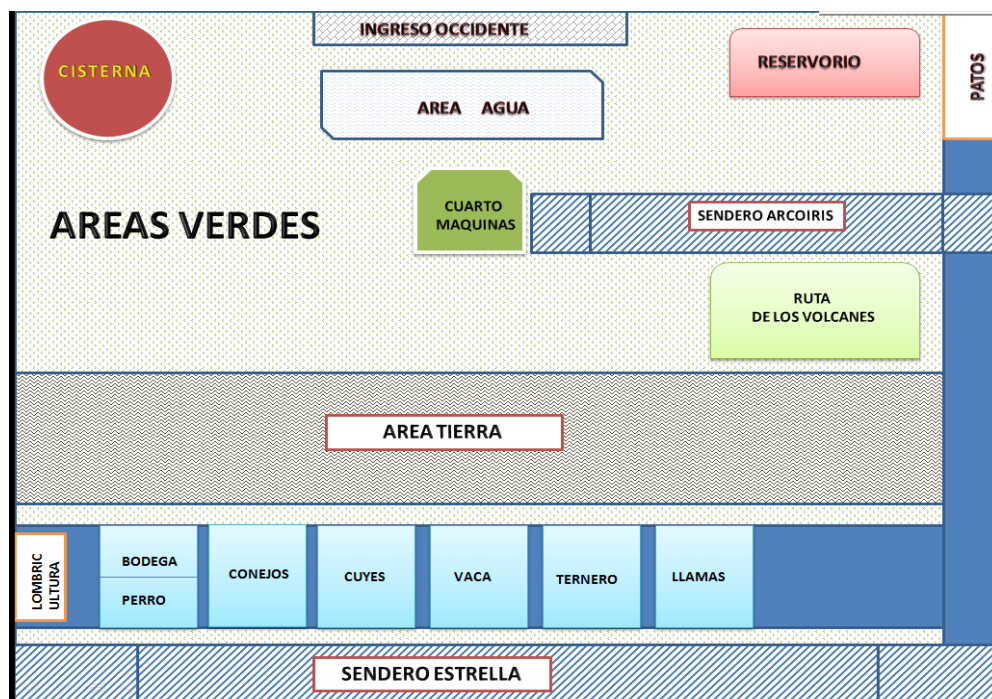


GRÁFICO NO. 31 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS





4.6 Análisis de la Inversión

a) Inversión Fija

Se detallara de la siguiente manera los recursos necesarios para la implementación de la hostería, los cuales serán descritos cada uno de los gastos:

✓ Requerimiento de Terreno

Para el proyecto se tiene a disposición un terreno de 20,000 m^2 , en donde estarán distribuidas cada una de las instalaciones del complejo turístico de la ciudad, a continuación se detallaran las especificaciones del terreno en lo que tiene que ver con avalúos y extensión.

CUADRO NO. 32
INFRAESTRUCTURA CIVIL

DETALLE	EXTENSIÓN	VALOR UNITARIO m^2	VALOR TOTAL
Terreno	20.000	\$ 6,00	\$ 120.000,00

ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ **Construcción e Instalaciones**

Según la proyección estimada la construcción y adecuación de las instalaciones para el funcionamiento del complejo turístico, tendría un costo total que asciende a un valor de \$ 161.176,00

**CUADRO NO. 33
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES**

DESCRIPCIÓN	ESP. TÉCNICAS	NRO. UNIDADES	C. UNITARIO	C. TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA, MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD				\$10.218,00
Oficina Admin.	Área Admin.	1	\$5.400,00	\$5.400,00
Boletería	Atención Cliente	1	\$518,00	\$518,00
Casa de vigilancia	Seguridad	1	\$2.400,00	\$2.400,00
Bodega	Materiales	1	\$1.900,00	\$1.900,00
ÁREA DE ALOJAMIENTO				\$30.000,00
Cabañas Múltiples	250m2	10	\$3.000,00	\$30.000,00
ÁREA DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO				\$116.958,00
Piscina Semiolímpica	Baldosa de 25 por 12 m.	1	\$25.000,00	\$25.000,00
Piscina Mediana	Baldosa de 10 por 5 m.	1	\$15.000,00	\$15.000,00
Piscina Pequeña	Baldosa de 3 por 2 m.	1	\$6.000,00	\$6.000,00
Hidromasaje	Tina	1	\$1.300,00	\$1.300,00
Sala de relajación	Camas terapéuticas	2	\$3.000,00	\$6.000,00
Sauna – Turco	Madera y Cerámica	1	\$10.500,00	\$10.500,00
Cancha sintética	Césped sintético color verde	1	\$10.000,00	\$10.000,00
Cancha usos múltiples	Cemento capa cubierta	1	\$15.000,00	\$15.000,00
Cisterna	Ladrillo y cemento piscina	1	\$2.700,00	\$2.700,00
Aceras y pasillos	Complementa el complejo		\$1.958,00	\$1.958,00
Baños	Hombres y mujeres	5	\$1.500,00	\$7.500,00
Duchas	Hombres y mujeres	8	\$500,00	\$4.000,00
Vestidores	Hombres y mujeres	8	\$700,00	\$5.600,00
Auditorio	Mesas y sillas	20	\$305,00	\$6.100,00
Parqueadero	100m2		\$300,00	\$300,00
ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				\$4.000,00
Bar_ Restaurante	Bebidas y confites, snacks	1	\$4.000,00	\$4.000,00
TOTAL				\$161.176,00

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipos necesarios para la puesta en marcha de la Administración de la empresa son los básicos e indispensables a utilizarse y se los detalla a continuación:

**CUADRO NO. 34
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	ESP. TÉCNICAS	NRO. UNIDADES	C. UNITARIO	C. TOTAL
ÁREA DE ALOJAMIENTO				\$4.960,00
Televisor 18"	Sin especificaciones	10	\$150,00	\$1.500,00
Lavadora	Sin especificaciones	3	\$450,00	\$1.350,00
Secadora	Sin especificaciones	3	\$250,00	\$750,00
Calefón	Sin especificaciones	8	\$150,00	\$1.200,00
Teléfono de mesa	Sin especificaciones	8	\$20,00	\$160,00
ÁREA DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO				\$3.744,00
Estanterías	Metálicas	2	\$110,00	\$220,00
Cestos y Manillas	Plástico y Caucho	50	\$4,00	\$200,00
Tabla Salvavidas	Material: flotante.	25	\$3,00	\$75,00
Podadora	Sin especificaciones	1	\$200,00	\$200,00
Calefones	Sin especificaciones	3	\$450,00	\$1.350,00
Equi. Sauna	Sin especificaciones	1	\$399,00	\$399,00
Equi. Hidromasaje	Sin especificaciones	1	\$520,00	\$520,00
Equi. Turco	Sin especificaciones	1	\$530,00	\$530,00
Equipo de sonido	Sin especificaciones	1	\$250,00	\$250,00
ACTIVIDADES TURÍSTICAS				\$4.945,00
Bicicletas BMX	Sin especificaciones	7	\$285,00	\$1.995,00
Cuadrones	Sin especificaciones	2	\$800,00	\$1.600,00
Caballos	Sin especificaciones	3	\$450,00	\$1.350,00
ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				\$3.030,00
Cocina Industrial	Sin especificaciones	1	\$300,00	\$300,00
Cocina Convencional	Sin especificaciones	1	\$500,00	\$500,00
Refrigeradora	Indurama	1	\$700,00	\$700,00
Horno Industrial	Sin especificaciones	1	\$350,00	\$350,00
Licuadora	Sin especificaciones	1	\$100,00	\$100,00
Batidora Industrial	Sin especificaciones	1	\$100,00	\$100,00
Microondas	Sin especificaciones	1	\$100,00	\$100,00
Sanducheras	Sin especificaciones	3	\$25,00	\$75,00
Cafetera	Sin especificaciones	1	\$25,00	\$25,00
Tostador	Sin especificaciones	3	\$150,00	\$450,00
Extractor Jugos	Sin especificaciones	2	\$15,00	\$30,00
Cilindros de Gas	Sin especificaciones	4	\$75,00	\$300,00

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Equipamiento Deportivo

En lo que tiene que ver con el equipamiento deportivo, se necesita diferentes artículos deportivos para practicar los deportes, es necesario tener a disposición los 365 días del año; estos son los siguientes:

CUADRO NO. 35
EQUIPAMIENTO DEPORTIVO

DESCRIPCIÓN	ESP. TÉCNICAS	N. UNIDADES	C. UNITARIO	C. TOTAL
Balón Básquet	Molten	2	\$25,00	\$50,00
Balón Fulbito	Marca mikaza	2	\$20,00	\$40,00
Balón indor	Pequeño	1	\$15,00	\$15,00
Balón vóley	Marca mikaza	2	\$25,00	\$50,00
Red vóley	Material manila	2	\$7,00	\$14,00
Red arcos	Material manila	2	\$18,00	\$36,00
TOTAL				\$205,00

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Equipo de Computación y Oficina

El equipo de computación y oficina es necesario para las áreas Administrativa y Contable del Proyecto Turístico; las cuales serán adquiridas en el mercado nacional:

CUADRO NO. 36
EQUIPO DE COMPUTACIÓN - OFICINA

COMPUTACIÓN				
DESCRIPCIÓN	ESP. TÉCNICAS	N. UNIDADES	C. UNITARIO	C. TOTAL
Computador	3ra generación	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Impresora	Canon	1	\$ 61,00	\$ 61,00
LED Panasonic	Código 132281	1	\$ 569,00	\$ 569,00
Teléfono	Panasonic	1	\$ 18,00	\$ 18,00
OFICINA				
Perforadora	Metálica y plástico	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Calculadora	Casio FR-260	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Grapadora	Metálica	1	\$ 5,00	\$ 5,00
TOTAL				\$ 1.523,00

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ **Muebles y Enceres**

Los muebles y enceres que van a utilizarse en el área administrativa y que se hacen necesarios para lograr un buen desarrollo de las actividades y procesos del Proyecto turístico.

CUADRO NO. 37
MUEBLES Y ENCERES

DESCRIPCIÓN	ESP. TÉCNICAS	NRO. UNIDADES	C. UNITARIO	C. TOTAL
Archivador	Archivador gaveta	1	\$60,00	\$60,00
Escritorio	Tipo modulares	1	\$110,00	\$110,00
Sillas Ejecutivas	Sillas de oficina	1	\$50,00	\$50,00
Silla de Escritorio	Sin especificaciones	1	\$24,00	\$24,00
Camas de Plaza y media	Sin especificaciones	10	\$99,00	\$990,00
Literas de plaza y media	Sin especificaciones	10	\$210,00	\$2.100,00
Mesas de salón	En madera C. café	9	\$75,00	\$675,00
Sillas	En madera C. café	36	\$35,00	\$1.260,00
Juego de Sala	Sin especificaciones	1	\$250,00	\$250,00
Veladores	Sin especificaciones	10	\$29,00	\$290,00
Closet	Sin especificaciones	10	\$30,00	\$300,00
Basureros	Plástico con pedal 30 litros	2	\$15,00	\$30,00
Extintor de incendios	Extintor de 10 libras color rojo	1	\$25,00	\$25,00
Aspiradora	Marca Century 30 litros	1	\$120,00	\$120,00
TOTAL				\$6.284,00

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 38**MENAJE**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Plato base	30	\$2,25	\$67,50
Plato tendido	30	\$2,28	\$68,40
Plato hondo	30	\$2,28	\$68,40
Plato postre	30	\$1,78	\$53,40
Taza té	30	\$0,40	\$12,00
Taza de café	30	\$0,52	\$15,60
Jarro capuchino	30	\$0,70	\$21,00
Cuchillo de mesa	2	\$0,80	\$1,60
Cuchillo de postre	3	\$0,80	\$2,40
Porta cubiertos	3	\$3,00	\$9,00
Charoles	12	\$2,90	\$34,80
Manteles de mesa	4	\$3,20	\$12,80
Cristalería	48	\$2,80	\$134,40
Juegos de Ollas calderas	3	\$35,00	\$105,00
Juego de sartenes	2	\$6,00	\$12,00
Saleros, Pimenteros	12	\$3,25	\$39,00
Servilleteros y Azucareras	12	\$3,25	\$39,00
TOTAL			\$696,30

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO NO. 39**MANTELERÍA Y BLANCOS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Juego Sábanas 2 plazas	12	\$18,00	\$216,00
Juego Sábanas 11/2	12	\$25,00	\$300,00
Cubrecamas 2 plazas	12	\$22,30	\$267,60
Cubrecamas 11/2	12	\$24,15	\$289,80
Colchones 2 plazas	12	\$59,00	\$708,00
Colchones 11/2	12	\$45,00	\$540,00
Almohadas	24	\$2,00	\$48,00
Juego de toallas	24	\$17,00	\$408,00
TOTAL			\$2.777,40

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO: EL AUTOR

✓ **Resumen de la Inversión en Activos Fijos**

**CUADRO NO. 40
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	\$161.176,00
Maquinaria y Equipos	\$16.679,00
Muebles y Enceres	\$6.284,00
Equipo de computación y oficina	\$1.523,00
Menaje	\$696,30
Mantelería y Blancos	\$2.777,40
Equipamiento Deportivo	\$205,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$189.340,70

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

b) Inversión Diferida

✓ **Gastos de constitución**

Constituye una inversión intangible que es útil considerar para el establecimiento de la pequeña empresa, toda vez que resume los requerimientos económicos que implica la realización de trámites judiciales en la legalización de la misma y en general todos los gastos efectuados en la investigación.

Los activos diferidos significan un gasto porcentual al montaje, puesta en marcha, y constitución del complejo Turístico.

**CUADRO NO. 41
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Tramites de constitución	1	\$806,03
Gastos de instalación	1	\$850,37
Capacitación	1	\$150,00
Estudios de Factibilidad	1	\$1.070,05
TOTAL		\$2.877,35

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

c) Costos y Gastos

En los gastos administrativos mensuales, se han incluido los sueldos del personal administrativo y las depreciaciones de equipos relacionados con la parte administrativa. Las depreciaciones de las instalaciones y la construcción y adecuaciones representan el 20% de la depreciación total de estos rubros.

CUADRO NO. 42
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCIÓN	1ER AÑO	2DO AÑO	3ER AÑO	4TO AÑO
Sueldos	\$76.500,00	\$79.177,50	\$81.948,71	\$84.816,92
Aporte patronal	\$8.529,75	\$8.828,29	\$9.137,28	\$9.457,09
Décimo tercer sueldo	\$6.175,00	\$6.391,13	\$6.614,81	\$6.846,33
Décimo cuarto sueldo	\$5.780,00	\$5.982,30	\$6.191,68	\$6.408,39
Fondos de reserva		\$6.595,49	\$6.826,33	\$7.065,25
Servicios básicos 20%	\$1.178,40	\$1.226,95	\$1.277,50	\$1.330,13
Reposiciones	\$1.301,05	\$1.354,65	\$1.410,46	\$1.468,58
Mantenimiento edificios	\$1.800,00	\$1.874,16	\$1.951,38	\$2.031,77
Mantenimiento equipos	\$320,00	\$333,18	\$346,91	\$361,20
Artículos de limpieza	\$2.160,00	\$2.248,99	\$2.341,65	\$2.438,13
Gasto constitución	\$3.000,00	-	-	-
Uniformes	\$2.044,00	\$2.128,21	\$2.215,90	\$2.307,19
Permisos de funcionamiento	\$1.572,00	\$1.636,77	\$1.704,20	\$1.774,41
Útiles de oficina	\$1.218,57	\$1.268,78	\$1.321,05	\$1.375,48
Publicidad	\$732,00	\$762,16	\$793,56	\$826,25
Depreciaciones	\$3.650,91	\$3.650,91	\$3.650,91	\$3.084,97
TOTAL	\$115.961,68	\$ 123.459,46	\$127.732,34	\$131.592,09

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

d) Capital de Trabajo

Constituye aquellos valores justos y necesarios para arrancar el proyecto, hasta obtener los primeros ingresos a razón de la venta del servicio en oferta, correspondiente a costos y gastos de operación del proyecto.

A continuación se detalla cada uno de los presupuestos que conforman el capital de trabajo:

✓ Talento Humano Requerido

El talento humano es indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva, a continuación se detallan los requerimientos en mano de Obra Directa e Indirecta:

CUADRO NO. 43
MANO DE OBRA DIRECTA

NRO.	SUELDO	PUESTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2	\$345,00	Mesero	\$8.280,00	\$8.569,80	\$8.869,74	\$9.180,18	\$9.501,49
3	\$345,00	Cocineras	\$12.420,00	\$12.854,70	\$13.304,61	\$13.770,28	\$14.252,24
3	\$345,00	Personal de Limpieza	\$12.420,00	\$12.854,70	\$13.304,61	\$13.770,28	\$14.252,24
3	\$345,00	Personal de Mantenimiento	\$12.420,00	\$12.854,70	\$13.304,61	\$13.770,28	\$14.252,24
2	\$345,00	Vigilante	\$8.280,00	\$8.569,80	\$8.869,74	\$9.180,18	\$9.501,49
2	\$345,00	Guía turístico	\$8.280,00	\$8.569,80	\$8.869,74	\$9.180,18	\$9.501,49
TOTAL			\$62.100,00	\$64.273,50	\$66.523,07	\$68.851,38	\$71.261,18

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Mano de Obra Indirecta

CUADRO NO. 44
MANO DE OBRA INDIRECTA

NRO.	SUELDO	PUESTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	\$600,00	Gerente	\$7.200,00	\$7.452,00	\$7.712,82	\$7.982,77	\$8.262,17
1	\$200,00	Contador	\$2.400,00	\$2.484,00	\$2.570,94	\$2.660,92	\$2.754,06
1	\$400,00	Cajero Recepcionista	\$4.800,00	\$4.968,00	\$5.141,88	\$5.321,85	\$5.508,11
TOTAL			\$14.400,00	\$14.904,00	\$15.425,64	\$15.965,54	\$16.524,33

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Presupuesto Productos del Bar

CUADRO NO. 45
PRESUPUESTO PRODUCTOS DEL BAR

BEBIDAS Y GASEOSAS	PRESENTACIÓN	NRO. UNDS	C. UNIT.	C. MES	C. AÑO
Papas Caseras	Paquete de 12 unidades	24	\$0,25	\$6,00	\$72,00
Papas Rizadas	Paquete de 12 unidades	24	\$0,25	\$6,00	\$72,00
Papas Ruffles	Paquete de 12 unidades	24	\$0,29	\$6,96	\$83,52
Chito Panchitos	Paquete de 15 unidades	24	\$0,29	\$6,96	\$83,52
Bombones Plop	Funda de 24 unidades	24	\$0,16	\$3,84	\$46,08
Galleta Festival	Funda de 12 unidades	24	\$0,16	\$3,84	\$46,08
Galleta Amor	Paquete de 12 unidad	24	\$0,65	\$15,60	\$187,20
Chiclets a gogo	Caja de 12 unidades	24	\$0,21	\$5,04	\$60,48
Chicletstrident	Caja de 54 unidades	108	\$0,06	\$6,48	\$77,76
Yogurt Carchi	Funda de 24 unidades	48	\$0,09	\$4,32	\$51,84
Chocolate Jet	Funda de 24 unidades	48	\$0,08	\$3,84	\$46,08
Chocolate manicho	Caja de 24 unidades	48	\$0,31	\$14,88	\$178,56
Pan	unidad	200	\$0,10	\$20,00	\$240,00
Quesos	unidad	20	\$1,50	\$30,00	\$360,00
Jugo Cifrut	Mediano	24	\$0,25	\$6,00	\$72,00
Jugo del Valle	Mediano	24	\$0,26	\$6,24	\$74,88
Nestea	Mediano	24	\$0,32	\$7,68	\$92,16
Agua dasani	12 unidades de 500 ml	24	\$0,18	\$4,32	\$51,84
Cerveza Club - Botella	600cc. Botella R. - Jaba	24	\$0,87	\$20,88	\$250,56
Cerveza Pilsener - Botella	600cc. Botella R. - Jaba	60	\$0,68	\$40,80	\$489,60
Cerveza Brahma	600cc. Botella R. - Jaba	48	\$0,54	\$25,92	\$311,04
Cerveza Budweiser - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	36	\$0,79	\$28,44	\$341,28
Cerveza Budweiser - Lata	330cc. Lata - Caja 30 Unds	60	\$0,83	\$49,80	\$597,60
Cerveza Brahma - Lata	330cc.Lata - Bandeja 24 Unds	48	\$0,50	\$24,00	\$288,00
Cerveza Pilsener - Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Unds	48	\$0,78	\$37,44	\$449,28
Fuze Tea - Lata	450cc. Lata - Pet 24 Unds	48	\$0,58	\$27,84	\$334,08
Coca Cola - Lata	350cc. Plancha 24 Uni.	48	\$0,43	\$20,64	\$247,68
Fanta - Lata	350cc. Plancha 24 Uni.	48	\$0,43	\$20,64	\$247,68
TOTAL				\$454,40	\$5.452,80

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ **Presupuesto de Materiales de Aseo del Complejo Turístico**

**CUADRO NO. 46
PRESUPUESTO DE MATERIALES DE ASEO DEL PROYECTO
TURÍSTICO**

PRODUCTO	CANTIDAD	C. UNITARIO	COSTO MES	C. ANUAL
Cloro - Clorox	1	\$15,50	\$15,50	\$186,00
Sulfato de Cobre x Libras	25	\$0,80	\$20,00	\$240,00
Coagulante	1	\$23,50	\$23,50	\$282,00
Aromatizante	1	\$12,50	\$12,50	\$150,00
Desinfectante	1	\$16,00	\$16,00	\$192,00
Jabón Sachet / 24 Unds. c/u	4	\$9,50	\$38,00	\$456,00
Útiles de Aseo (complejo)	1	\$315,50	\$315,50	\$3.786,00
TOTAL			\$441,00	\$5.292,00

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ **Presupuesto de Publicidad**

Para los gastos de publicidad se ha presupuestado realizar hojas volantes y una valla publicitaria entre lo más importante de este presupuesto.

**CUADRO NO. 47
PRESUPUESTO GASTO PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Publicidad	\$1.440,00	\$1.490,40	\$1.542,56	\$1.596,55	\$1.652,43
TOTAL	\$1.440,00	\$1.490,40	\$1.542,56	1.596,55	\$1.652,43

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Presupuesto de Servicios Básicos

CUADRO NO. 48
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	\$720,00	\$734,40	\$756,43	\$771,56	\$794,71
Agua	\$480,00	\$489,60	\$504,29	\$514,37	\$529,80
Teléfono	\$480,00	\$489,60	\$504,29	\$514,37	\$529,80
Internet	\$552,00	\$563,04	\$579,93	\$591,53	\$609,28
TOTAL	\$2.232,00	\$2.276,64	\$2.344,94	\$2.391,84	\$2.463,59

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

✓ Resumen del presupuesto de capital de trabajo

CUADRO NO. 49
PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO

RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO COMPLEJO TURÍSTICO			
Descripción	V. Mes	C. trabajo(2m)	V. Año
MOI	\$1.200,00	\$2.400,00	\$14.400,00
MOD	\$5.175,00	\$10.350,00	\$62.100,00
Productos del Bar			
Sodas, Bebidas & Snaks	\$933,92	\$1.867,84	\$11.207,04
Materiales de aseo y limpieza			
Materiales e insumos limpieza	\$441,00	\$882,00	\$5.292,00
Gastos de publicidad			
Publicidad	\$120,00	\$240,00	\$1.440,00
Servicios Básicos			
Luz, agua, teléfono, internet	\$186,00	\$372,00	\$2.232,00
TOTAL	\$8.055,92	\$16.111,84	\$96.671,04

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

e) Inversión Total

La Inversión Total del Proyecto asciende a \$208.329,89 mismos que serán cubiertos con un 45% correspondiente a capital propio, mientras que la diferencia 55% será cubierta mediante un crédito en la CFN.

CUADRO NO. 50
INVERSION TOTAL

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	\$161.176,00
Maquinaria y Equipos	\$16.679,00
Muebles y Enceres	\$6.284,00
Equipo de computación	\$1.523,00
Menaje	\$696,30
Mantelería y Blancos	\$2.777,40
Equipamiento Deportivo	\$205,00
Gastos Constitucion	\$2.877,35
Presupuesto Capital de Trabajo	\$16.111,84
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 208.329,89

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Presupuestos

a) De inversión

Este estudio es importante para establecer el nivel de factibilidad del proyecto en base a un análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que pueden presentarse en el entorno del proyecto.

Por lo que invertir es utilizar el recurso financiero para obtener un beneficio que generalmente es económico. Es por ello que en el presente proyecto se determinara el valor económico que consiste en la infraestructura que se necesita para iniciar las actividades económicas, para lo cual es recomendable trabajar con préstamos de instituciones financieras por montos elevados, que servirán de soporte fijo para el cumplimiento de las actividades que se realizará en el complejo turístico.

- Activos Fijos

Constituyen todos aquellos bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas. (Zapata, Pedro. Contabilidad General. Editorial Mc Graw Hill. 2da Edición. Colombia. 1996. Pág. 122)

La inversión de activos fijos de la empresa está conformada por la construcción; mueblería de: recepción, restaurante, y hostería; equipos de: restaurante, hostería, computación y gimnasio; menaje; e insumos de restaurante.

Para la creación del proyecto turístico contara con 5 socios, los mismos que aportaran dinero y especies que conformaran el capital social, sin embargo

dichas aportaciones no son suficientes para cubrir los requerimientos del proyecto, por lo cual es necesario realizar un crédito bancario que cubra el valor restante.

CUADRO NO. 51

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	\$161.176,00
Maquinaria y Equipos	\$16.679,00
Muebles y Enceres	\$6.284,00
Equipo de computación y oficina	\$1.523,00
Menaje	\$696,30
Mantelería y Blancos	\$2.777,40
Equipamiento Deportivo	\$205,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 189.340,70

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

- Activos Diferido

En la inversión diferida incurren todos los gastos del complejo turístico necesarios para el estudio e implementación del proyecto, que para el efecto se ha obtenido un monto de USD. 2.877.35 de inversión que suministrará dicho consumo necesario.

CUADRO NO. 52

GASTOS. PRE-OPERATIVOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Estudios y diseños	1	\$ 520,50
Tramites de constitución	1	\$ 806,03
Gastos de instalación	1	\$ 850,82
Capacitación	1	\$ 150,00
Estudios de Factibilidad	1	\$ 550,00
TOTAL		\$ 2.877,35

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

- Capital de trabajo

Es fundamental calcular adecuadamente el Capital de Trabajo que necesita la empresa para su funcionamiento normal, siendo un capital de liquidez que se reserva financiando sus costos operacionales mientras ella no obtenga utilidades, dentro de este se encuentra: materia prima, mano de obra directa, costos generales de fabricación, gastos administrativos y de ventas, obteniendo así una inversión de 16.111,84 USD, que desembocará en lo anteriormente mencionado. Además que constituye el dinero para operar, esto es para que entre en operación el centro turístico, dinero que aporta el inversionista al instante de abrir el complejo.

El presupuesto para conformar el capital de trabajo se calcula para dos meses, puesto que se espera tener ingresos en efectivo desde el inicio de operaciones que permita cubrir los gastos fijos.

Resumen total de la inversión

La Inversión Total del Proyecto asciende a 208.329,89 Usd, mismos que serán cubiertos con un 45% correspondiente a capital propio, mientras que la diferencia 55% será cubierta mediante un crédito en la CFN.

CUADRO NO. 53
INVERSION PRE-OPERACIONAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Inversión fija	1	\$ 189.340,70
Inversión diferida	1	\$ 2.877,35
Inversión capital de trabajo	1	\$ 16.111,84
Inversión inicial 100%	1	\$ 208.329,89
Capital Propio 45%	1	\$ 93.748,45
Capital Financiado 55%	1	\$ 114.581,44
INVERSIÓN TOTAL INICIAL		\$ 208.329,89

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Costo De Oportunidad y Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento

El costo de oportunidad nos permite conocer el rendimiento de la inversión que está representada por el 45% que en la actualidad genera un rendimiento financiero del 6.10% y el crédito corresponde al 55% que genera el 15% de interés anual.

CUADRO NO. 54
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	\$93.748,45	45%	6,10%	2,75%
Capital Financiado	\$114.581,44	55%	15%	8%
TOTAL			\$208.329,89	11,00%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

El Proyecto tiene un rendimiento de por lo menos un 11,00 % en caso de ser financiado con una tasa de interés del 15%.

$$cK = 11,00\%$$

Calculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TRM)

Datos:

$$\text{Coste del Capital} = 0,10995$$

$$\text{Inflación} = 0.05$$

$$\text{TMAR} = (1+cK) (1+if) -1$$

$$\text{TMAR} = (1+ 0,10995) (1+0.05) -1$$

$$\text{TMAR} = 0, 1654$$

b) Proyección de Ingresos

Los ingresos se encuentran representados por la venta de los servicios que oferte la hostería a los turistas pronosticados.

Para el número de turista se ha tomado en cuenta la capacidad instalada de la microempresa de la siguiente forma: 15 habitaciones con 2 plazas cada una, dando como resultado 30 plaza multiplicado por dos días a la semana y 52 semanas del año da como resultado 3120 turista con un promedio de 60 turista cada semana, con un crecimiento del 10% anual.

El precio del servicio se lo determino en bases a la inflación dada en los últimos años siendo esta 3.98% según datos obtenidos del Banco Central y a la competencia y a un análisis de costos y gastos por los servicios a ofertar, el servicio corresponde básicamente a: alimentación, hospedaje y recreación.

Como se puede observar en el año 2014 el proyecto obtendrá ingresos de \$168.480,00 y para el 2018 tendrá \$288.205,65

CUADRO NO. 55
PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	2014	2015	2016	2017	2018
HABITACIONES					
Cantidad de turistas	3.120,00	3.432,00	3.775,20	4.152,72	4.567,99
Precio	\$ 30,00	\$ 31,19	\$ 32,44	\$ 33,73	\$ 35,07
Valor	\$ 93.600,00	\$ 107.057,81	\$ 122.450,58	\$ 140.056,52	\$ 160.193,85
ALIMENTACIÓN					
Cantidad de turistas	3.120,00	3.432,00	3.775,20	4.152,72	4.567,99
Precio	\$ 15,00	\$ 15,60	\$ 16,22	\$ 16,86	\$ 17,53
Valor	\$ 46.800,00	\$ 53.528,90	\$ 61.225,29	\$ 70.028,26	\$ 80.096,93
RECREACIÓN					
Cantidad de turistas	3.120,00	3.432,00	3.775,20	4.152,72	4.567,99
Precio	\$ 9,00	\$ 9,36	\$ 9,73	\$ 10,12	\$ 10,49
Valor	\$ 28.080,00	\$ 32.117,34	\$ 36.735,17	\$ 42.016,96	\$ 47.914,88
INGRESOS PROYECTADO	\$ 168.480,00	\$ 192.704,05	\$ 220.411,04	\$ 252.101,74	\$ 288.205,65

FUENTE: INFORMACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

c) Proyección de Egresos

Los costos y gastos del proyecto están representados por todos los valores que forman parte del proceso aseo y mantenimiento tales como; materiales e insumos de limpieza, mano de obra, gastos generales, etc., dichos rubros se incrementan en un 5% según la inflación generada en cada año. A continuación se presentan las proyecciones para cada rubro:

CUADRO NO. 56

GASTO DE SUELDOS Y SALARIOS

NRO	SUELDO	PUESTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2	\$345,00	Mesero	\$8.280,00	\$8.569,80	\$8.869,74	\$9.180,18	\$9.501,49
3	\$345,00	Cocineras	\$12.420,00	\$12.854,70	\$13.304,61	\$13.770,28	\$14.252,24
3	\$345,00	Personal de Limpieza	\$12.420,00	\$12.854,70	\$13.304,61	\$13.770,28	\$14.252,24
3	\$345,00	Personal de Mantenimiento	\$12.420,00	\$12.854,70	\$13.304,61	\$13.770,28	\$14.252,24
2	\$345,00	Vigilante	\$8.280,00	\$8.569,80	\$8.869,74	\$9.180,18	\$9.501,49
2	\$345,00	Guía turístico	\$8.280,00	\$8.569,80	\$8.869,74	\$9.180,18	\$9.501,49
TOTAL			\$62.100,00	\$64.273,50	\$66.523,07	\$68.851,38	\$71.261,18

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 57

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

NRO	SUELDO	PUESTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	\$600,00	Gerente	\$7.200,00	\$7.452,00	\$7.712,82	\$7.982,77	\$8.262,17
1	\$200,00	Contador (Honorarios Profesionales)	\$2.400,00	\$2.484,00	\$2.570,94	\$2.660,92	\$2.754,06
1	\$400,00	Cajero Recepcionista	\$4.800,00	\$4.968,00	\$5.141,88	\$5.321,85	\$5.508,11
TOTAL			\$14.400,00	\$14.904,00	\$15.425,64	\$15.965,54	\$16.524,33

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 58
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	\$720,00	\$734,40	\$756,43	\$771,56	\$794,71
Agua	\$480,00	\$489,60	\$504,29	\$514,37	\$529,80
Teléfono	\$480,00	\$489,60	\$504,29	\$514,37	\$529,80
Internet	\$552,00	\$563,04	\$579,93	\$591,53	\$609,28
TOTAL	\$2.232,00	\$2.276,64	\$2.344,94	\$2.391,84	\$2.463,59

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 59
GASTOS DE PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Publicidad	\$1.440,00	\$1.490,40	\$1.542,56	\$1.596,55	\$1.652,43
TOTAL	\$1.440,00	\$1.490,40	\$1.542,56	\$1.596,55	\$1.652,43

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 60
GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	\$16.074,24	\$ 13.399,87	\$10.295,58	\$6.692,26	\$2.509,69
TOTAL	\$16.074,24	\$ 13.399,87	\$10.295,58	\$6.692,26	\$2.509,69

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 61
RESUMEN DE LOS COSTOS Y GASTOS

RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO COMPLEJO TURÍSTICO			
Descripción	V. Mes	C. trabajo(2m)	V. Año
MOI	\$1.200,00	\$2.400,00	\$14.400,00
MOD	\$5.175,00	\$10.350,00	\$62.100,00
Productos del Bar			
Sodas, Bebidas & Snaks	\$933,92	\$1.867,84	\$11.207,04
Materiales de aseo y limpieza			
Materiales e insumos limpieza	\$441,00	\$882,00	\$5.292,00
Gastos de publicidad			
Publicidad	\$120,00	\$240,00	\$1.440,00
Servicios Básicos			
Luz, agua, teléfono, internet	\$186,00	\$372,00	\$2.232,00
TOTAL	\$8.055,92	\$16.111,84	\$96.671,04

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

d) Estructura del financiamiento

Para que la Pequeña Empresa pueda iniciar sus actividades requiere de 201.899,46 de los cuales el 45% con capital propio y el 55% (Usd.) será financiado por un crédito de tipo comercial y servicios en la CFN a una tasa del 15% anual, a cinco años plazo, préstamo que será amortizado de forma anual.

- **Amortización**

Monto inicial: 114.581,44

Plazo: 5 años

Tasa de interés: 15%

Calculo:

$$Vp = \frac{VF \times i \times (1 + i)^n}{[(1 + i)^n - 1]}$$

Vp= Pago de la amortización

VF= Valor de la deuda

i= Tasa activa

n= Periodos de pago

$$Vp = \frac{114.581,44 \times (0,15)(1 + 0,15)^5}{[(1 + 0,15)^5 - 1]}$$

$$Vp = 17.186,22$$

CUADRO NO. 62
TABLA DE AMORTIZACIÓN

# PERIODOS	CUOTA CONSTANTE	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO DE DEUDA	DEUDA CANCELADA
0				114.581,44	
1	2.725,88	1.432,27	1.293,62	113.287,82	1.293,62
2	2.725,88	1.416,10	1.309,79	111.978,04	2.603,40
3	2.725,88	1.399,73	1.326,16	110.651,88	3.929,56
4	2.725,88	1.383,15	1.342,74	109.309,14	5.272,30
5	2.725,88	1.366,36	1.359,52	107.949,62	6.631,82
6	2.725,88	1.349,37	1.376,51	106.573,11	8.008,33
7	2.725,88	1.332,16	1.393,72	105.179,39	9.402,05
8	2.725,88	1.314,74	1.411,14	103.768,24	10.813,20

9	2.725,88	1.297,10	1.428,78	102.339,46	12.241,98
10	2.725,88	1.279,24	1.446,64	100.892,82	13.688,62
11	2.725,88	1.261,16	1.464,72	99.428,10	15.153,34
12	2.725,88	1.242,85	1.483,03	97.945,06	16.636,37
13	2.725,88	1.224,31	1.501,57	96.443,49	18.137,95
14	2.725,88	1.205,54	1.520,34	94.923,15	19.658,29
15	2.725,88	1.186,54	1.539,35	93.383,81	21.197,63
16	2.725,88	1.167,30	1.558,59	91.825,22	22.756,22
17	2.725,88	1.147,82	1.578,07	90.247,15	24.334,29
18	2.725,88	1.128,09	1.597,80	88.649,36	25.932,08
19	2.725,88	1.108,12	1.617,77	87.031,59	27.549,85
20	2.725,88	1.087,89	1.637,99	85.393,60	29.187,84
21	2.725,88	1.067,42	1.658,46	83.735,14	30.846,30
22	2.725,88	1.046,69	1.679,20	82.055,94	32.525,50
23	2.725,88	1.025,70	1.700,19	80.355,75	34.225,68
24	2.725,88	1.004,45	1.721,44	78.634,32	35.947,12
25	2.725,88	982,93	1.742,96	76.891,36	37.690,08
26	2.725,88	961,14	1.764,74	75.126,62	39.454,82
27	2.725,88	939,08	1.786,80	73.339,82	41.241,62
28	2.725,88	916,75	1.809,14	71.530,68	43.050,76
29	2.725,88	894,13	1.831,75	69.698,93	44.882,51
30	2.725,88	871,24	1.854,65	67.844,28	46.737,16
31	2.725,88	848,05	1.877,83	65.966,45	48.614,99
32	2.725,88	824,58	1.901,30	64.065,15	50.516,29
33	2.725,88	800,81	1.925,07	62.140,08	52.441,36
34	2.725,88	776,75	1.949,13	60.190,94	54.390,50
35	2.725,88	752,39	1.973,50	58.217,45	56.363,99
36	2.725,88	727,72	1.998,17	56.219,28	58.362,16
37	2.725,88	702,74	2.023,14	54.196,14	60.385,30
38	2.725,88	677,45	2.048,43	52.147,70	62.433,74
39	2.725,88	651,85	2.074,04	50.073,67	64.507,77
40	2.725,88	625,92	2.099,96	47.973,70	66.607,74
41	2.725,88	599,67	2.126,21	45.847,49	68.733,95
42	2.725,88	573,09	2.152,79	43.694,70	70.886,74
43	2.725,88	546,18	2.179,70	41.515,00	73.066,44
44	2.725,88	518,94	2.206,95	39.308,05	75.273,39
45	2.725,88	491,35	2.234,53	37.073,52	77.507,92
46	2.725,88	463,42	2.262,47	34.811,05	79.770,39
47	2.725,88	435,14	2.290,75	32.520,30	82.061,13
48	2.725,88	406,50	2.319,38	30.200,92	84.380,52
49	2.725,88	377,51	2.348,37	27.852,55	86.728,89
50	2.725,88	348,16	2.377,73	25.474,82	89.106,62
51	2.725,88	318,44	2.407,45	23.067,37	91.514,07

52	2.725,88	288,34	2.437,54	20.629,83	93.951,61
53	2.725,88	257,87	2.468,01	18.161,82	96.419,62
54	2.725,88	227,02	2.498,86	15.662,96	98.918,48
55	2.725,88	195,79	2.530,10	13.132,86	101.448,58
56	2.725,88	164,16	2.561,72	10.571,14	104.010,30
57	2.725,88	132,14	2.593,75	7.977,39	106.604,05
58	2.725,88	99,72	2.626,17	5.351,23	109.230,21
59	2.725,88	66,89	2.658,99	2.692,23	111.889,21
60	2.725,88	33,65	2.692,23	0,00	114.581,44
TOTAL	\$163.553,07	\$48.971,63	\$114.581,44		

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

CUADRO NO. 63
TABLA DE AMORTIZACION ANUAL

DESCRIPCIÓN	V. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	\$114.581,44	\$ 16.074,24	\$13.399,87	\$10.295,58	\$ 6.692,26	\$2.509,69
Amortización		\$ 16.636,37	\$19.310,75	\$22.415,04	\$26.018,36	\$30.200,92
Amortizado		\$ 16.636,37	\$35.947,12	\$58.362,16	\$84.380,52	\$114.581,44
Pendiente		\$ 97.945,06	\$76.891,36	\$54.196,14	\$27.852,55	\$ -

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

- **Depreciación**

Los Activos Fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar esta pérdida contable se utilizó el método tradicional de depreciación para el respectivo cálculo.

$$Depreciacion = \frac{C. Historico - Valor Residual}{Vida Util}$$

CUADRO NO. 64
TABLA DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	V. ACUMU.	V. EN LIBROS
Infraestructura	\$161.176,00	\$8.058,80	\$7.655,86	\$7.655,86	\$7.655,86	\$7.655,86	\$7.655,86	\$38.279,30	\$122.896,70
Maquinaria y Equipos	\$16.679,00	\$1.667,90	\$1.501,11	\$1.501,11	\$1.501,11	\$1.501,11	\$1.501,11	\$7.505,55	\$9.173,45
Muebles y Enceres	\$6.284,00	\$628,40	\$565,56	\$565,56	\$565,56	\$565,56	\$565,56	\$2.827,80	\$3.456,20
Equipo de computación	\$1.498,00	\$499,33	\$332,89	\$332,89	\$332,89			\$998,67	\$499,33
TOTAL	\$185.637,00	\$10.854,43	\$10.055,42	\$10.055,42	\$10.055,42	\$9.722,53	\$9.722,53	\$49.611,32	\$136.025,68

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

- **Amortización de activos diferidos**

Los Activos Diferidos se amortizan al 20% cada año según lo que determina la ley.

CUADRO NO. 65
AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	V. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Diferidos	\$2.877,35	\$575,47	\$575,47	\$575,47	\$575,47	\$575,47
TOTAL	\$2.877,35	\$575,47	\$575,47	\$575,47	\$575,47	\$575,47

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

5.2 Estados Financieros

a) Estado de Resultados (Pérdidas y ganancias)

Se complementa la información para un mejor detalle de la utilidad o pérdida del ejercicio está constituida por las cuentas de ingreso y egreso requeridas para el proyecto, el cual permite determinar la utilidad de ejercicio para los próximos cinco años de vida útil.

CUADRO NO. 66
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	\$ 168.480,00	\$ 192.704,05	\$ 220.411,04	\$ 252.101,74	\$ 288.205,65
(-) Costos y gastos bar	\$ 3.551,04	\$ 3.728,59	\$ 3.915,02	\$ 4.110,77	\$ 4.316,31
(-) Costos y gastos limpieza	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 6.126,15	\$ 6.432,46
Utilidad Proyectada Bruta	\$ 159.636,96	\$ 183.418,86	\$ 210.661,59	\$ 241.864,82	\$ 277.456,88
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 14.400,00	\$ 14.904,00	\$ 15.425,64	\$ 15.965,54	\$ 16.524,33
Gasto Sueldos operativos	\$ 62.100,00	\$ 64.273,50	\$ 66.523,07	\$ 68.851,38	\$ 71.261,18
Gastos Publicidad	\$ 1.440,00	\$ 1.490,40	\$ 1.542,56	\$ 1.596,55	\$ 1.652,43
Utilidad Operacional Proyectada	\$ 81.696,96	\$ 102.750,96	\$ 127.170,32	\$ 155.451,35	\$ 188.018,94
(-) Amortización Gastos Diferidos	\$ 575,47	\$ 604,24	\$ 634,46	\$ 666,18	\$ 699,49
(-) Depreciación	\$ 10.055,42	\$ 10.055,42	\$ 10.055,42	\$ 9.722,53	\$ 9.722,53
(-) Gastos Financieros (Intereses)	\$ 16.074,24	\$ 13.399,87	\$ 10.295,58	\$ 6.692,26	\$ 2.509,69
Utilidad Ant. Part. Emp. e Imp. Rta.	\$ 54.991,83	\$ 78.691,44	\$ 106.184,86	\$ 138.370,38	\$ 175.087,23
TASA CORPORATIVA %	35%	35%	35%	35%	35%
(-) TASA CORPORATIVA	\$ 18.999,68	\$ 27.187,89	\$ 36.686,87	\$ 47.806,97	\$ 60.492,64
Utilidad Proyectada Neta	\$ 35.992,15	\$ 51.503,55	\$ 69.497,99	\$ 90.563,42	\$ 114.594,59

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

b) Balance General

**CUADRO NO. 67
BALANCE GENERAL**

ACTIVOS			PASIVO		
Activos Corrientes		\$ 16.111,84	Préstamo por pagar	\$114.581,44	
Capital de trabajo	\$ 16.111,84				
Activos Fijos		\$189.340,70	TOTAL PASIVO		\$114.581,44
Infraestructura	\$161.176,00				
Maquinaria y Equipos	\$ 16.679,00		PATRIMONIO		
Muebles y Enceres	\$6.284,00		Capital		
Equipo de Com. y oficina	\$ 1.523,00		Inversión Propia	\$93.748,45	
Mantelería y blancos	\$ 696,30				
Menaje	\$ 2.777,40		TOTAL PATRIMONIO		\$ 93.748,45
Equipamiento deportivo	\$ 205,00				
Gastos de Constitución		\$ 2.877,35			
Estudios y Diseños	\$ 520,50		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$208.329,89
Tramites de Constitución	\$ 806,03				
Gastos de instalación	\$ 850,82				
Capacitación	\$ 150,00				
Estudios de Factibilidad	\$ 550,00				
TOTAL ACTIVOS		\$208.329,89			

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

c) Flujo Neto de fondos

Sirve para proyectar las necesidades futuras del efectivo, dejando que se demuestre el dinero que no está siendo usado o que no se ha comprometido después que la empresa haya realizado los costos y gastos necesarios.

CUADRO NO. 68
FLUJO NETO DE FONDOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión						
Capital Propio	\$93.748,45					
Crédito	\$114.581,44					
Ingresos						
(=) Utilidad Neta Proyectada		\$ 35.992,15	\$ 51.503,55	\$ 69.497,99	\$ 90.563,42	\$114.594,59
Depreciación		\$ 10.055,42	\$ 10.055,42	\$ 10.055,42	\$ 9.722,53	\$ 9.722,53
(=) Total Ingresos		\$168.480,00	\$192.704,05	\$220.411,04	\$252.101,74	\$288.205,65
Valor de Rescate						\$ 10.854,43
Egresos						
Pago al Principal (Amortz)		\$16.074,24	\$ 13.399,87	\$ 10.295,58	\$ 6.692,26	\$ 2.509,69
(=) Total Egresos		\$ 16.074,24	\$ 13.399,87	\$ 10.295,58	\$ 6.692,26	\$ 2.509,69
Total Inversión	\$208.329,89					
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO		\$152.405,76	\$179.304,19	\$210.115,47	\$245.409,49	\$285.695,96

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

A través de la elaboración del flujo de caja se podrá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la nueva empresa en un periodo de tiempo, permitiendo observar si realmente se necesita de un financiamiento, y si se contara con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, en fin mediante la aplicación del flujo de caja se podrá predecir las necesidades futuras del efectivo antes que surjan.

d) Punto de Equilibrio

La importancia del análisis del punto de equilibrio permite que se pueda conocer el mínimo de unidades a producir y vender, que al realizar la venta del servicio permita observar si existirá pérdida o no, e iniciará las utilidades, así como también no se pueda dar.

**CUADRO NO. 69
PUNTO DE EQUILIBRIO**

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación	10.055,42	10.055,42	10.055,42	9.722,53	9.722,53
Gastos Administrativos	14.400,00	14.904,00	15.425,64	15.965,54	16.524,33
Amortización	16.636,37	19.310,75	22.415,04	26.018,36	30.200,92
Gastos Servicios Básicos	2.232,00	2.276,64	2.344,94	2.391,84	2.463,59
Sueldo Operativos	14.400,00	14.904,00	15.425,64	15.965,54	16.524,33
Imprevistos Gastos Publicidad	1.440,00	1.490,40	1.542,56	1.596,55	1.652,43
Total Costos Fijos	59.163,79	62.941,21	67.209,24	71.660,35	77.088,14
B. COSTOS VARIABLES:					
Materias Primas y materiales	5.292,00	5.556,60	5.834,43	6.126,15	6.432,46
Mano de obra directa	62.100,00	64.273,50	66.523,07	68.851,38	71.261,18
Intereses Financieros	16.074,24	13.399,87	10.295,58	6.692,26	2.509,69
Repartición utilidades e Impuestos	18.999,68	27.187,89	36.686,87	47.806,97	60.492,64
Total Costos Variables	102.465,92	110.417,86	119.339,95	129.476,76	140.695,97

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. Total Costos Fijos	59.163,79	62.941,21	67.209,24	71.660,35	77.088,14
B. Total Costos Variables	102.465,92	110.417,86	119.339,95	129.476,76	140.695,97
TOTAL COSTOS(A+B)	161.629,71	173.359,06	186.549,19	201.137,11	217.784,11
INGRESOS POR VENTAS	\$168.480,00	\$192.704,05	\$220.411,04	\$252.101,74	\$288.205,65
C.F.					
Y.E. : =====	150.996,81	147.400,49	146.566,72	147.324,78	150.615,45
1 - (C.V./Vtas)					
%	89,62%	76,49%	66,50%	58,44%	52,26%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró la siguiente fórmula:

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo} + \text{Inversión Fija}}{\text{Margen de Contribución}}$$

Para que el proyecto encuentre un equilibrio económico es necesario que se superen los ingresos, para que empiece a recuperar la inversión; además permite que el proyecto se mantenga en el mercado.

5.3 Evaluación Financiera

a) Criterios de Evaluación

✓ Valor Presente Neto

Mediante el VPN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en éste período, para el caso se utilizara una tasa de descuento del 0.1795%.

Permite determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y poder comparar la equivalencia con el desembolso inicial. Ya que si la equivalencia es mayor que el desembolso inicial es positivo el proyecto es factible.

**CUADRO NO. 70
CÁLCULO DEL VALOR PRESENTE NETO**

TMAR		16,54%
AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO
0		208.329,89
1	152.405,76	130.775,49
2	181.194,53	133.412,05
3	214.014,92	135.213,18
4	251.499,75	136.344,46
5	294.136,23	136.827,52
	V. A. N. =	464.242,82

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$VPN = \Sigma FNA - \text{Inversión}$$

$$VPN = 672.572,71 - 208.329,89$$

$$VPN = 464.242,82$$

El Valor Presente Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de ejecutar. Al invertir \$208.329,89 durante 5 años se obtendrá \$464.242,82, que representa un superávit sobre a inversión general realizada.

✓ Tasa Interna de Retorno

El TIR se ha utilizado para determinar la factibilidad de diferentes opciones de inversión, tomando como base los flujos netos de efectivo.

CUADRO NO. 71
TASA INTERNA DE RETORNO

Desembolso Inicial	208.329,89
---------------------------	-------------------

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	FLUJO ACTUALIZADO
0			(208.329,89)
1	\$ 152.405,76	\$ 115.961,68	\$ 36.444,10
2	\$ 181.194,53	\$ 123.459,46	\$ 57.735,00
3	\$ 214.014,92	\$ 127.732,34	\$ 86.282,60
4	\$ 251.499,75	\$ 131.592,09	\$ 119.907,70
5	\$ 294.136,2	\$ 135.864,90	\$ 158.271,30
T. I. R. =			25,54%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Su fórmula es:

$$TIR = Tasa\ Inf. + (T.\ Sup. - T.\ Inf.) \frac{VPN\ Tasa\ Inf.}{VPN\ Tasa\ Inf. - VPN\ Tasa\ Sup.}$$

$$TIR = 0,2554$$

De acuerdo a lo resuelto la Tasa Interna de Retorno es del 25,54%, misma que es superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del 16,54%. Lo que determina que el proyecto se considera factible, siempre que las condiciones del proyecto no cambien hasta el quinto año por cuanto los escenarios planteados no son estáticos.

✓ **Período de Recuperación de la Inversión**

El siguiente cuadro indica el periodo en el que se recupera la inversión, considerando que para ello es necesario mantener un saldo positivo.

CUADRO NO. 72
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

INVERSIÓN		208.329,89	
AÑOS	FNC	Σ (FNC)	
1	152.405,76	152.405,76	
2	181.194,53	333.600,30	
3	214.014,92	547.615,22	
4	251.499,75	799.114,97	Periodo Recuperación
5	294.136,23	1.093.251,20	

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Como se puede observar en el cuadro se identifica que aproximadamente en el cuarto año se recupera toda la inversión y a partir de este se empieza a obtener ganancias del proyecto. Lo anterior deja ver que entre más corto sea el periodo de recuperación mejor será para que la hostería empiece a generar mejores ganancias.

✓ **Relación Beneficio / Costo**

Permite que se relacionen los ingresos y los gastos actualizados de la propuesta, lo que daría la inversión necesaria para que exista una rentabilidad, ya que de esta manera el costo beneficio debe ser mayor a uno.

Para el cálculo de la relación Beneficio Costo utilizamos la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}}$$

CUADRO NO. 73
RELACIÓN COSTO BENEFICIO ING. Y EGR. ACTUALIZADOS

AÑO	INGRESOS	F. ACT. 0,1654%	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 168.480,00	0,86	\$ 144.892,80
2	\$ 192.704,05	0,74	\$ 142.601,00
3	\$ 220.411,04	0,63	\$ 138.858,96
4	\$ 252.101,74	0,54	\$ 136.134,94
TOTAL			\$ 562.487,70
AÑO	EGRESOS	F. ACT. 0,1654%	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 115.961,68	0,86	\$ 99.727,04
2	\$ 123.459,46	0,74	\$ 91.360,00
3	\$ 127.732,34	0,63	\$ 80.471,37
4	\$ 131.592,09	0,54	\$ 71.059,73
TOTAL			\$ 342.618,15

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$B/C = \frac{562.487,70}{342.618,15}$$

$$B/C = 1,64$$

De esta manera los totales obtenidos mediante la operación demuestran que la relación costo beneficio que genera el proyecto deja \$1,64 ctvs. Por cada dólar que se invierte.

✓ Análisis de Sensibilidad

CUADRO NO. 74
ANÁLISIS SENSIBILIDAD

AÑO	INGRESOS -5%	F. ACT. 0,1654%	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 160.056,00	0,86	\$ 137.648,16
2	\$ 184.864,68	0,74	\$ 136.799,86
3	\$ 213.094,98	0,63	\$ 134.249,83
4	\$ 245.282,41	0,54	\$ 132.452,50
TOTAL			\$ 541.150,36
AÑO	EGRESOS + 5%	F. ACT. 0,1654%	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 121.759,76	0,86	\$ 104.713,40
2	\$ 129.632,43	0,74	\$ 95.928,00
3	\$ 134.118,96	0,63	\$ 84.494,94
4	\$ 138.171,69	0,54	\$ 74.612,72
TOTAL			\$ 359.749,06
COSTO / BENEFICIO CON EL 5%			1,50

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Se aplica un incremento del 5% en los egresos y se disminuye un 5% en ingresos, teniendo un resultado de costo/beneficio que el proyecto adeude se tiene \$1,50 ctvs, Por cada dólar que se invierta.

AÑO	INGRESOS -10%	F. ACT. 0,1654%	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 144.050,40	0,86	\$ 123.883,34
2	\$ 166.378,21	0,74	\$ 123.119,88
3	\$ 191.785,48	0,63	\$ 120.824,85
4	\$ 220.754,17	0,54	\$ 119.207,25
TOTAL			\$ 487.035,32
AÑO	EGRESOS + 10%	F. ACT. 0,1654%	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 133.935,74	0,86	\$ 115.184,74
2	\$ 142.595,68	0,74	\$ 105.520,80
3	\$ 147.530,85	0,63	\$ 92.944,44
4	\$ 151.988,86	0,54	\$ 82.073,99
TOTAL			\$ 395.723,96
COSTO / BENEFICIO CON EL 10%			1,23

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Se aplica un incremento del 10% en los egresos y se disminuye un 10% en ingresos, teniendo un resultado de costo/beneficio que el proyecto adeude se tiene \$1,23 ctvs, Por cada dólar que se invierta.

AÑO	INGRESOS -15%	F. ACT. 0,1654%	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 122.442,84	0,86	\$ 105.300,84
2	\$ 141.421,48	0,74	\$ 104.651,90
3	\$ 163.017,66	0,63	\$ 102.701,12
4	\$ 187.641,04	0,54	\$ 101.326,16
TOTAL			\$ 413.980,02
AÑO	EGRESOS +15%	F. ACT. 0,1654%	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 154.026,10	0,86	\$ 132.462,45
2	\$ 163.985,03	0,74	\$ 121.348,92
3	\$ 169.660,48	0,63	\$ 106.886,10
4	\$ 174.787,19	0,54	\$ 94.385,08
TOTAL			\$ 455.082,56

COSTO / BENEFICIO CON EL 15%	0,91
-------------------------------------	-------------

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Se aplica un incremento del 15% en los egresos y se disminuye un 15% en ingresos, teniendo un resultado de costo/beneficio que el proyecto adeude se tiene \$0,91 ctvs., por cada dólar que se invierta.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ADMINISTRATIVA

El objetivo primordial del estudio administrativo es el dar a conocer todos los aspectos legales que son determinantes para el funcionamiento del Proyecto Turístico, y conocer acerca del sistema de gobierno interno del complejo así como las responsabilidades de cada uno de los empleados del mismo.

6.1 La Empresa

a) Nombre o Razón Social

La denominación social de la pequeña empresa con cual se registrara en la Superintendencia de Compañías es complejo turístico “Casa La Victoria” Mientras que el nombre con el cual se mostrara como un establecimiento privado de uso público será: complejo turístico “Casa La Victoria” – Descanso y entretenimiento en un solo lugar”.

b) Titularidad de Propiedad de la Empresa

Compañía Limitada

Esta sociedad mercantil está sujeta a la vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías y necesita para su funcionamiento del concurso de tres hasta quince socios, un capital no menor de \$ 400,00 dólares

Se contara con una Junta General quien es el órgano supremo de la compañía, la junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social.

c) Tipo de Empresa

El Proyecto Turístico llevará el nombre de “Casa La Victoria”, se constituye como una empresa de servicios. El aporte de capital se realizará de fondos propios y mediante financiación bancaria esto conlleva a que será una empresa privada. Donde su elemento principal es el talento humano, los sistemas de fabricación son sencillos ya que no involucra mayores procesos de transformación, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos.

Es por ello que la presente empresa pertenece al sector privado de servicios turísticos, constituyéndose en parte del sistema recreativo de la Provincia del Cotopaxi; dada la procedencia de los valores económicos a invertir, el cual proviene del trabajo mancomunado de personas particulares; y dada la legislación vigente en el Ecuador se registrará a las leyes y estatutos del Ministerio de Turismo.

6.2 Base Filosófica

a) Misión

CUADRO NO. 75

MISIÓN

Naturaleza del negocio:	Proporcionar servicios turísticos.
Razón para existir:	Prestar servicios de alojamiento, restaurante y recreación.
Mercado al que sirve	Ciudadanos locales, nacionales e internacionales.
Características generales de productos o servicios:	Servicio de calidad y confort en un ambiente agradable, que el cliente esté en contacto con la naturaleza.
Principios y valores:	Satisfacer todas las expectativas que desea el cliente de forma que se siente a gusto, brindando un servicio de calidad con una excelente atención

ELABORADO POR: LA AUTORA

“Ofrecer un servicio turístico de alojamiento a todos los ciudadanos locales, nacionales y extranjeros, proporcionando un servicio de calidad y confort en un ambiente agradable con la finalidad de que el cliente este en contacto

con la naturaleza, y así cumplir con todas las expectativas de nuestros clientes a través de una excelente atención”.

b) Visión

CUADRO NO. 76

VISIÓN

Posición en el mercado:	Hostería turística líder en la provincia de Cotopaxi
Tiempo:	5 años.
Ámbito del mercado:	Turistas nacionales y extranjeros.
Productos o servicios:	Alojamiento, restaurante, áreas verdes y recreación
Principio organizacional:	Ofrecer bienestar y satisfacción a todos los requerimientos del cliente, promocionando sus atractivos turísticos del cantón y alcanzar las metas propuestas por los inversionistas.

ELABORADO POR: LA AUTORA

“Constituirse en los próximos 5 años en una Hostería líder en la provincia de Cotopaxi, ofreciendo a sus turistas nacionales y extranjeros servicios de calidad, buscando el bienestar y satisfacción de los clientes promocionando los atractivos turísticos del sector que permita el desarrollo socio económico de la Parroquia y fomentando la conservación del medio ambiente”.

c) Principios y Valores

Los siguientes valores y principios son un marco de referencia para promover buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares dentro y fuera de la empresa, por lo tanto, serán orientadores de la conducta y de todas las acciones y decisiones que la empresa emprenda, así podemos considerar los siguientes elementos:

- **Integridad.-** Un principio fundamental para el éxito de la hostería es brindar un trato justo a todos los usuarios de nuestro establecimiento, puesto que aquí radica el posicionamiento del mercado y la imagen de la hostería.

- Servicio.- Es uno de los valores fundamentales a desarrollar e inculcar en cada uno de los miembros que laboren dentro y fuera de la institución, para lograr que cada quien trabaje enfocando a satisfacer las necesidades del cliente; brindando un servicios de buena calidad, con eficacia y eficiencia.
 - Responsabilidad.- En el desempeño de las funciones dentro del centro turístico, es importante la responsabilidad como un hecho generador en el cumplimiento de las funciones asignadas.
 - Transparencia interna y frente a la opinión pública.- Actuación empresarial y de sus funcionarios en apego a la legalidad, criterios técnicos y principios éticos; así como una adecuada información a las instituciones interesadas y a la ciudadanía.
- **Participación.-** El éxito de la actividad empresarial es necesario la integración entre el inversionista, personal y el turista, de este modo se podrá desenvolver de buena manera el negocio.
- Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos.- Disposición de esfuerzos en procura de la realización de los objetivos estratégicos de la empresa, compatibilizando los objetivos individuales y grupales con los de la organización.
 - Compromiso.- Cumplir cabalmente con lo ofrecido, se relaciona más bien con la obligación moral que impone el honor. El compromiso dirá mucho de la seriedad como empresa e irá de la mano con la responsabilidad.
- **Mejoramiento continuo.-** La innovación de nuevos servicios hará más atractiva la hostería con el paso del tiempo.

- Excelencia.- Es el compromiso de hacer siempre mejor nuestras actividades, manteniendo una superación permanente.
 - Orientación hacia el servicio al cliente.- Una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes internos, externos y consumidor final; así como una constante investigación de sus necesidades.
- **Calidad.-** Ofrecer una atención de calidad acompañado de un servicio personalizado el cual permita que el cliente goce de tranquilidad y seguridad al momento de adquirir nuestros servicios.
- Búsqueda permanente de la excelencia en los procesos, productos y servicios.- Constante preocupación y ejecución de acciones concretas para suministrar productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes en cuanto a tiempo, costo, calidad y eficiencia considerando la protección del medio ambiente.

6.3 Estructura Legal

El marco legal que abarca todo proyecto turístico, se encuentra enmarcado dentro de la Ley de Turismo. “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.”

Se debe reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y el Estado en cuanto al fomento y promoción del turismo nacional dentro y fuera del país; protección al turista, protección de los recursos naturales, entre otros; a través del Ministerio de Turismo y sus estamentos.

En la presente Ley, el Estado garantiza el derecho de toda actividad turística a efectuarse dentro del territorio ecuatoriano, los mismos se deben encontrar dentro de los principios de:

- a.** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b.** La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico.
- c.** El fomento de la infraestructura nacional y mejoramiento de los servicios básicos, garantizando la satisfacción del turista.
- d.** La conservación de los recursos naturales y culturales del país.
- e.** La iniciativa y participación comunitaria de los pueblos del Ecuador preservando su cultura y tradiciones, su identidad y su ecosistema; y participando en la prestación de servicios turísticos.

La Ley de Turismo (2009), expresa en su Art. 25. El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales”.

Para comprender el párrafo anterior, se considera lo expresado en La Constitución Política de la República en su artículo No. 271 que expresa: “El Estado garantizará los capitales nacionales y extranjeros que se inviertan en la producción, destinada especialmente al consumo interno y a la exportación. La ley podrá conceder tratamientos especiales a la inversión pública y privada en las zonas menos desarrolladas o en actividades de interés nacional.

El Estado, en contratos celebrados con inversionistas, podrá establecer garantías y seguridades especiales, a fin de que los convenios no sean modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase que afecten sus cláusulas”.

A partir de estos artículos, el Estado Ecuatoriano establecerá las condiciones necesarias para garantizar al inversionista, en aspectos de régimen patrimonial, legal, tributario y laboral.

Para el ejercicio de cualquier proyecto turístico se requiere la obtención del registro único de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredita la idoneidad de los servicios a desempeñar.

Previo a iniciar las actividades, de la pequeña empresa “Casa La Victoria” deberá realizar algunos trámites legales en diversas instituciones, mismos que son imprescindibles para evitar problemas legales futuros y le permitirán a la empresa conocer sus obligaciones fiscales.

a) Constitución de la empresa

- **Determinación del Ente Jurídico**

El complejo está diseñado para brindar un servicio de calidad, por ende se necesita de una inversión considerable por tal razón se optara por crear una compañía de responsabilidad limitada; con capacidad legal para realizar actividades de comercio, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos:

- ✓ **Apertura de una Cuenta**

La apertura de la cuenta se lo realiza en principio para cumplir lo legal ya que para crear una compañía se necesita un capital social pagado de \$400 USD, como mínimo según la ley de compañías. Este capital de la empresa es recuperable.

✓ Elaboración de la Minuta ante un Abogado

Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalla el capital social, los nombres de los socios de haberlo, y demás requisitos que se requiere para este efecto.

✓ Registro en Notaria Publica

Luego de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la compañía de responsabilidad limitada, donde debe estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.

✓ Registro Mercantil

Continuando con la creación de la compañía de responsabilidad limitada se debe realizar el registro mercantil. Un requisito indispensable si esta compañía desea celebrar un contrato con cualquier persona natural o jurídica.

✓ Afiliación a la Cámara de Turismo

Para poder operar en el área turística en el Ecuador se necesita estar afiliado a la cámara de turismo.

✓ Registro de Operación Turística

Para que la hostería pueda funcionar legalmente en el Ecuador se necesita contar con los siguientes permisos de control los cuales son; pero para poder tramitar todos estos permisos es necesario tener como requisito principal el Registro Único del Contribuyente, por tal razón el primer paso es obtener el Ruc.

▪ **Tramitar el Registro único de Contribuyentes**

OBTENCIÓN DEL RUC PARA PERSONAS NATURALES O JURIDICAS

El RUC, es un documento que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el mismo que es público, intransferible, personal y único, en el que el contribuyente puede tener una o varias actividades, por lo que tiene la obligación de actualizarlo. A continuación se detallan los pasos para su obtención:

- Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

▪ **Registro ante el Ministerio de Turismo**

La Ley de Turismo. Capítulo II. Artículo 9. Registro Oficial No 97 del 27 de diciembre del 2009, manifiesta que: “El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, Cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda”.

Requisitos y formalidades para el registro:

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de Personas Jurídicas.

- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil, tratándose de Personas Jurídicas.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural Ecuatoriana o Extranjera.
- Fotocopia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con autorización de utilizar la razón social.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social. (Ministerio de Comercio Exterior).
- Copia del Certificado de votación.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato.
- Lista de precio de los servicios ofertados, (original y copia).

Al efectuarse cualquier cambio en la declaración inicial se deberá notificar al Ministerio en un tiempo no mayor a 30 días de ocurrido el hecho; por ejemplo en los casos de transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

Este registro será mantenido por el Ministerio de Turismo, aun cuando este procedimiento pueda ser descentralizado, toda información relativa a este registro se mantendrá a nivel nacional; y el valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva actividad.

▪ **Permiso de la Independencia de Policía**

Para obtener dicho permiso es indispensable contar con los siguientes documentos:

- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal.
- Certificado de propiedad o arrendamiento del establecimiento.

- **Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).**

Sobre nombres comerciales que la Superintendencia de Compañías haya aprobado, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida. Para lo cual se debe pagar un impuesto anual de acuerdo a las características del establecimiento.

- Se requiere de la presentación del Registro Único de Contribuyentes, número de cédula de identidad del representante legal, categoría del establecimiento y capacidad de alojamiento.

- **Inscripción en la Superintendencia de Compañías.**

Para la solicitud de aprobación, se debe presentar a la Superintendente de Compañías o a su delegado:

- Tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Listado de maquinarias y equipos valorados a precio de costo
- Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa

- **Licencia Única de funcionamiento para lugares turísticos**

Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro único de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, constituyéndose en la autorización legal para desempeñar los servicios

turísticos, la misma que dará valor a las operaciones a desarrollarse y tendrá vigencia de un año y sesenta días del año siguiente.

Para la obtención de la licencia de funcionamiento se requiere:

- El registro único de contribuyentes (RUC)
 - Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
 - Certificado de la Cámara Provincial de Turismo o del capítulo cantonal, de haber cumplido con las obligaciones gremiales.
 - La Patente Municipal.
 - Copia de cedula de identidad
- **Patente municipal**
 - Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
 - Copia de la cédula de ciudadanía Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
 - Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa.
 - **Permiso sanitario**

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

- **Permiso del cuerpo de bomberos**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente, pero nunca será mayor de USD \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y

Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

- Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Latacunga y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Latacunga.
- Copia de la Patente Municipal.
- Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

b) Marco Legal

La importancia del marco legal que regirá para la apertura de cualquier establecimiento hotelero, en el caso del proyecto de la hostería en su conjunto de actividades, se considera los incentivos y beneficios que la ley otorga, los mismos que pueden acogerse siempre y cuando el proyecto turístico presentado al Ministerio de Turismo sea calificado y aprobado.

Los incentivos y beneficios en general a los que se puede acoger la hostería son básicamente:

a. Exoneración total de los derechos de los impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos del registro de la empresa registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

b. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de proyecto hotelero cuya finalidad principal sea el turismo, esta exoneración tributaria se lograra

durante un lapso de tiempo, previa calificación de categoría otorgada por el Ministerio de Turismo.

c. Acceso al crédito o préstamos dentro de las Instituciones del Sistema Financiero, que deberá establecer líneas de financiamiento para todo proyecto turístico calificado por el Ministerio del ramo. Dichas instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de los empréstitos y cauciones.

6.4 Organización y Recursos Humanos

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. Es por ello que para poder desarrollar sus actividades la empresa necesita disponer de una estructura organizacional de sus recursos que especifiquen que tipo de factores precisa y como se combinan, de igual manera ayuda a determinar las obligaciones, autoridad, especialización, comunicación, flujo de trabajo, división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

Se debe tomar en cuenta que cada gráfica de representación organizacional no es uniforme para las empresas; este debe ajustarse a las características de los servicios a implantar y sus dimensiones físicas, recordando que ningún ente económico es fijo y siempre se encuentra cambiando por tales motivos, el organigrama se deberá reestructurar, de acuerdo a las necesidades planteadas en el desarrollo de sus funciones.

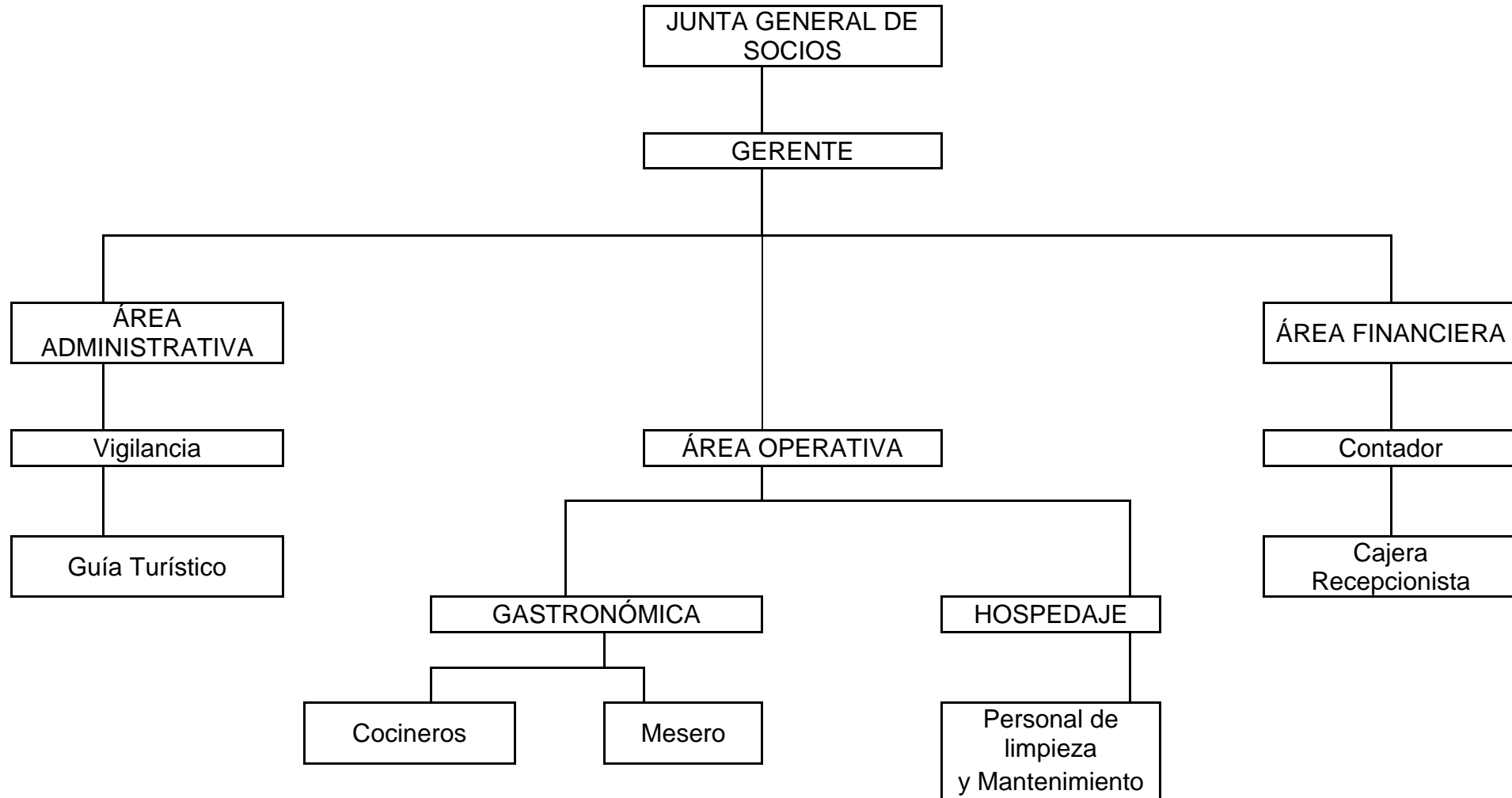
✓ Estructura Administrativa

Para normar la estructura administrativa se utiliza los organigramas, donde se define el orden jerárquico y la relación que debe existir de acuerdo a

cada departamento y responsabilidades que debe tener cada uno de los funcionarios al servicio de la empresa.

La estructura de la empresa, se muestra en el organigrama a través de las áreas con las que está constituida:

a) Organigrama Estructural del Proyecto Turístico



Este organigrama es el resultado de la creación de la estructura de una organización media en aspectos de servicios de esparcimiento, basados en los componentes que se pretende ofrecer al turista que visite nuestras instalaciones.

Con esta estructura organizacional expresamos básicamente la relación que debe existir entre las funciones, niveles y actividades de los recursos buscando la eficiencia máxima en la realización a los objetivos y metas planteadas.

b) Descripción de funciones

Las funciones departamentales, consideradas en este capítulo; son guías que dispondrán cada uno de los estamentos de la organización, es decir, son parámetros de tareas que deben cumplir los miembros del centro Turístico en sus actividades diarias; las mismas permitirán el control y desarrollo normal de sus labores.

TABLA NO. 11
REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA JUNTA GENERAL DE
ACCIONISTAS

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Junta General de Accionistas	Título del puesto: Presidente
Nombre del jefe inmediato Directorio	Cargo del jefe: Directorio
Área de trabajo Gerencia	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigir la empresa revisar y aprobar cualquier todo trámite 	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Designar a los consejeros principales y suplentes del Consejo de Administración y fijar sus retribuciones. ➤ Designar al Comisario principal y suplente de la compañía y fijar sus retribuciones. ➤ Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias y de los informes sobre los negocios sociales que sean presentados por el Gerente General, el Comisario y los auditores externos en caso de existir. ➤ Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando a consideración la propuesta realizada por el Consejo de Administración. ➤ Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos. ➤ Toma de decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del aumento o disminución de capital suscrito o autorizado, y de reforma de los estatutos. ➤ Selección de auditores externos en caso de ser requeridos. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Revisión y Aprobación ➤ Éxito o fracaso en la consecución de objetivos ➤ Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos ➤ Buena utilización de los recursos de la organización. ➤ Cuidar el prestigio y el buen nombre de la empresa. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior. 	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Computador - Internet ➤ Teléfono ➤ Vehículo 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: Superior y dominio del idioma inglés. ➤ Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas o afines. ➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en la dirección de una empresa. ➤ Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 12
REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA GERENCIA GENERAL

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Gerencia General	Título del puesto: Gerente General
Nombre del jefe inmediato: Junta General de Accionistas	Cargo del jefe: Presidente
Sueldo o Salario: 600,00 USD	Número de horas de trabajo por semana 48 horas
Área de trabajo: Gerencia	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administrar los negocios y bienes de la organización 	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar la formulación del plan estratégico de la empresa con la participación del personal. ➤ Ejercer la responsabilidad legal de la empresa. Formular las políticas de la organización en su gestión. ➤ Modificar la estructura orgánica de la organización. ➤ Supervisar el cumplimiento de los planes y programas. ➤ Efectuar el seguimiento y control de los objetivos planteados. ➤ Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Éxito o fracaso en la consecución de objetivos ➤ Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos ➤ Buena utilización de los recursos de la organización. ➤ Cuidar el prestigio y el buen nombre de la empresa. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior. 	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Computador ➤ Teléfono ➤ Internet 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: Superior ➤ Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas ➤ Dominio del idioma inglés. ➤ Tiempo y experiencia previa requerida 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 13
REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA GUARDIANÍA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Guardianía	Título del puesto: Guardia de Seguridad
Jefe inmediato: Gerente General	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 345,00 USD	Número de horas de trabajo por semana: 168 horas
Área de trabajo: Puertas de Ingreso	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brindar seguridad a los clientes 	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Verificar el acceso de las personas a las instalaciones ➤ Solicitar identificación a los clientes. ➤ Informar sobre lugares de riesgo. ➤ Controlar al público a través de cámaras de seguridad. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evitar el robo e ingreso de malos elementos a la empresa. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en lugares de ingreso del complejo recreacional. 	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Chaleco antibalas ➤ Pistola ➤ Tolete ➤ Gas pimienta 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: Estudios secundarios cualquier mención, preferentemente bachiller en colegios militares. ➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en el área de guardianía ➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 45 años. ➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, manejo de armas, dinámico, proactivo, trabajo bajo presión. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 14
REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA GUÍA TURÍSTICO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Guía Turístico	Título del puesto: Guía Turístico
Jefe inmediato: Gerente	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 345,00 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Área Deportiva	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
➤ Supervisar y guiar las actividades deportivas de los clientes	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Crear nuevas actividades recreacionales y deportivas ➤ Cuidar y mantener en buen estado los equipos de deportes recreativos. ➤ Ser cuidadoso con la seguridad de los visitantes. ➤ Tomar decisiones sobre la seguridad de los clientes ➤ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener los equipos en buen estado ➤ Ordenar implementación de equipos. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
➤ Trabajo en los centros deportivos de recreacionales.	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Uniformes. ➤ Indumentaria de limpieza. ➤ Gorro. 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación: Educación secundaria ➤ Conocimientos y experiencia en deportes de aventura ➤ Experiencia : Mínimo 3 años en cargos similares ➤ Dominio de idiomas : inglés y francés ➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 32 años. ➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 15
REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA CHEF

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Chef	Título del puesto: Chef
Jefe inmediato: Gerente General	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 345,00 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Restauran	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollo de menús y especialidades de la casa 	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar la planificación de los menús y el abastecimiento respectivo para la ejecución diaria en el restaurant. ➤ Desarrollar platos especiales de acuerdo a la gastronomía de la región. ➤ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar los menús. ➤ Manejo correcto del almacenamiento. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en restaurant 	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mesas de trabajo ➤ Utensilios 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: Superior 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 16
REQUERIMIENTOS DE PERSONAL PARA MESERO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Mesero	Título del puesto: Mesero
Jefe inmediato: Chef	Cargo del jefe: Chef
Sueldo o Salario: 345,00 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Restauran	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
➤ Brindar un servicio a la mesa de calidad y amabilidad.	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir al huésped en el restaurant. ➤ Conducir al cliente a la mesa. ➤ Indicar el menú del día. ➤ Tomar la orden. ➤ Servir. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener las mesas limpias. ➤ Excelente servicio al cliente. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
➤ Trabajo en restaurant	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Uniformes. ➤ Libreta. ➤ Bolígrafo. 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: Estudios superiores en hotelería. ➤ Dominio en el área de servicio a la mesa ➤ Tiempo y experiencia previa requerida: seis meses a un año. ➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 32 años. ➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 17

REQUERIMIENTOS DEL PERSONAL DEL ÁREA DE MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Personal de Mantenimiento.	Título del puesto: Mantenimiento
Jefe inmediato: Gerente	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 345,00 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Piscina y complementarios	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
➤ Vigilar el desarrollo adecuado del agua de la piscina, sauna, turco, hidromasaje.	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar en forma diaria los el estado del agua y funcionamiento sistemas ➤ Coordinar las etapas de mantenimiento de los distintos sistemas de complejo. ➤ Desarrollo de distribución logística. ➤ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alcanzar las mejores formas de cultivos y mantenimiento de los espacios verdes. ➤ Diseño de las mejores formas de manejo de las plantas ornamentales. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
➤ Trabajo en los espacios de cultivo.	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Herramientas propias de mantenimiento. ➤ Equipo de sistema de mantenimiento ➤ Indumentaria de seguridad industrial 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: Bachiller químico-biólogo. ➤ Dominio manejo de los sistemas de mantenimiento ➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años. ➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 40 años. ➤ Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 18
REQUERIMIENTOS DEL PERSONAL DEL ÁREA DE ASEO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Personal de Aseo	Título del puesto: Mantenimiento
Jefe inmediato: Gerente	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 345,00 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Piscina y complementarios	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vigilar el aseo adecuado del complejo turístico en todas sus etapas. 	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar en forma diaria el sistema de reciclaje. ➤ Mantiene la limpieza del área de recreación. ➤ Manejo adecuado de las herramientas de jardinería. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alcanzar las metas de mantenimiento de los espacios verdes. ➤ Diseño de las mejores formas de manejo de las plantas ornamentales. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en los espacios verdes 	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Herramientas propias de mantenimiento. ➤ Equipo de sistema de mantenimiento 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: sin experiencia. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 19

REQUERIMIENTO DEL PERSONAL DE CONTABILIDAD

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Contabilidad	Título del puesto: Contador
Jefe inmediato: Gerente General	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario 200,00 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Contabilidad	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigir el área financiera de la empresa 	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Participar y coordinar en la elaboración de estados financieros. ➤ Dirigir la elaboración de la contabilidad de la organización. ➤ Preparar información financiera de la organización con el visto bueno del gerente. ➤ Revisar las conciliaciones bancarias. ➤ Llevar el control contable del patrimonio de los accionistas. ➤ Mantenerse al día en las obligaciones fiscales y de organismos de regulación de la organización. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificación operativa en el área de contabilidad. ➤ Administrar con eficiencia las cobranzas. ➤ Aplicación eficiente del sistema contable. ➤ Cumplir los presupuestos programados. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias. 	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Computador ➤ Teléfono ➤ Calculadora ➤ Impresora 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Especialidad y título: CPA ➤ Tiempo y experiencia previa requerida ➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 27 años; edad máxima 35 años. ➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

TABLA NO. 20

REQUERIMIENTO DEL PERSONAL PARA CAJERO RECEPCIONISTA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto: Recepción	Título del puesto: Recepcionista
Jefe inmediato: Jefe de Marketing	Cargo del jefe: Jefe de Marketing
Sueldo o Salario: 400,00 USD	Número de horas de trabajo por semana: 48 horas
Área de trabajo: Recepción	Lugar de trabajo Parroquia La Victoria
Objetivo del Puesto	
➤ Brindar la atención del cliente en cumplimiento de las normas y reglamentos.	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar el check-in y el check-out de los visitantes. ➤ Planificar, coordinar en todos los requerimientos del huésped durante su permanencia. ➤ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el Gerente. 	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar el check-in y el checks-out. ➤ Adjuntar todos los respaldos de servicio. 	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
➤ Trabajo en oficina del complejo recreacional.	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Computador ➤ Teléfono ➤ Internet ➤ Fax ➤ Copiadora ➤ Impresora 	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación formal: Estudios superiores con mención en administración turística y hotelera. ➤ Dominio del idioma inglés ➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en el área de recepción ➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 32 años. ➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión, negociación. 	

ELABORADO POR: LA AUTORA

c) Aspectos Laborales

- Reglamento Interno

REGLAMENTO INTERNO DE LA HOSTERÍA “CASA LA VICTORIA”

CAPÍTULO I. CONTRATACION DEL PERSONAL

Artículo 1.- Todas las personas aspirantes a un empleo para la hostería “Casa La Victoria” deberán de reunir con los requisitos pedidos para el puesto de trabajo.

Artículo 2.- Todas las personas aspirantes al trabajo necesitaran un currículum para poder presentarse adecuadamente al momento de presentarse a la entrevista.

Artículo 3.- Si el trabajador sale favorecido se sujetara a un contrato a prueba que tendrá la duración de 90 días, luego se le hará firmar nuevamente un contrato por un año.

Artículo 4.- El trabajador se compromete a trabajar de la manera más eficiente que se pueda y el gerente o los encargados responsables pueden asignar un puesto de trabajo según se requiera en determinado momento

CAPÍTULO II. EVALUACIONES Y SUPERVISIONES AL PERSONAL

Artículo 5.- Las evaluaciones serán realizadas por el gerente o los encargados responsables deberán contener los resultados de cumplimiento de cada objetivo predefinido y deberá contarse con la firma del personal evaluado, como parte de su aceptación.

Artículo 6.- El supervisor deberá mencionar las causas por la que no se cumplieron.

CAPÍTULO III. HORARIOS DE TRABAJO

Artículo 7.- Se conviene expresamente que el horario es de lunes a domingo. En dos jornadas, con una hora para tomar sus alimentos.

Artículo 8.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a los trabajadores.

Artículo 9.- La empresa concede como máximo tres tolerancias al mes de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo de quince minutos al mes a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontara medio día de salario.

Artículo 10.- Cada trabajador deberá registrar su asistencia diaria en el sistema de entrada – salidas, de igual manera al momento de salir e ingresar después de su jornada de almuerzo.

Artículo 11.- El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de lo contrario le será descontado de su salario el tiempo faltante o reconsiderara como media falta o falta completa según sea el caso.

Artículo 12.- Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo, el que incurra en este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de visto bueno

Artículo 13.- Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización

CAPÍTULO IV. SOBRE LOS PERMISOS DE LOS TRABAJADORES Y FALTAS

Artículo 14.- Los permisos deben ser forzosamente solicitados por escrito y con 24hrs., de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente reconsiderara nulo.

Artículo 15.- El Gerente y demás responsables de la hostería estarán facultados autorizar el permiso y las condiciones bajo el que este se autorice. Todos los permisos serán sin sueldo en el caso de que sea día completo salvo que los funcionarios antes mencionados autoricen lo contrario.

Artículo 16.- Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato al Gerente y demás

responsables de la hostería, este aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma en caso contrario se aplicará como falta injustificada. Una vez informado, será responsabilidad del Gerente y demás encargados

Artículo 17.- Al momento de acumular tres faltas injustificadas, la hostería tendrá la facultad de presentar el visto bueno.

CAPÍTULO V. PROHIBICIONES

Artículo 18.- El personal de la hostería deberá portar a su entrada y en todo momento durante su estancia en la empresa la credencial, en caso contrario le será restringida la entrada. Los únicos que pueden autorizar la entrada sin credencial son el Gerente y los responsables.

Artículo 19.- La política de uniformes será aplicada todo el tiempo, la falta y cumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.

Artículo 20.- Queda estrictamente prohibido fumar dentro de las instalaciones de la hostería.

Artículo 21.- La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna consigna especial de trabajo que puede ser autorizada solamente por el Gerente o sus encargados responsables, para lo cual deberá ser registrado en los controles. No se permitirán situaciones de abandono por causas diferentes a las de trabajo.

Artículo 22.- Por cuestiones de seguridad, cada trabajador de la hostería podrá ser sujeto a una revisión al momento de su entrada a la compañía por el personal de seguridad.

Artículo 23.- El trabajador podrá ser revisado físicamente así como sus pertenencias, al momento de su salida del restaurante, si al momento de su revisión pretende sacar artículos de la empresa deberá justificarlo con un pase de salida proporcionado por alguna de las personas con esta

facultad, en el caso de no justificar la salida de los artículos, estos tendrán que serle retenidos hasta el momento de aclararlo.

Artículo 24.- Queda prohibido a los trabajadores: 1- Provocar en el interior y exterior de la hostería, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada. 2- Sustraer de la hostería utensilios de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.3- Suspender y ausentarse de sus labores sin autorización del Gerente o los encargados responsables del restaurante.4- Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.5- Introducir personas ajenas a la hostería a menos que estas sean justificadas y por autorización del Gerente o los encargados responsables. 6- Realizar colectas o rifas dentro de la hostería y hacer cualquier clase de propaganda, así como la venta por catálogos o cualquier otro tipo, de cualquier artículo.

CAPÍTULO VI. SANCIONES

Artículo 25.- La hostería podrá aplicar a los trabajadores que desacaten cualquiera de los puntos mencionados en este reglamento alguno de las sanciones

Artículo 26.- Los días de descanso se efectuaran cuando alguno de sus compañeros trabajadores labore en vez de otros.

CAPÍTULO VII. LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA HOSTERIA

Artículo 27.- Ningún visitante podrá pasar a la zona de cocina.

Artículo 28.- El único lugar de acceso para clientes son los lugares para comer y demás servicios.

Artículo 29.- Se deberá de brindar un servicio eficiente y con prontitud, teniendo siempre como prioridad no hacer esperar al cliente por más de 5 minutos.

Artículo 30.- Será responsabilidad de cada empleado la limpieza inmediata del lugar que utilice para el consumo de sus alimentos así como del lavado de los utensilios correspondientes.

Artículo 31.- La imagen del comedor y demás instalaciones es importante ya que ello brinda confort y prestigio a la hostería. Siempre deberá ser bien cuidado.

Artículo 32.- Los baños de mujeres y hombres deberán mantenerse en las mejores condiciones de sanidad por cortesía y educación, deberá abstenerse de tirar basura en el inodoro tomando en cuenta que no se podrá permanecer en ellos para cualquier otra actividad y mucho menos fumar dentro de los mismos.

CAPÍTULO VIII. SOBRE LA ATENCION AL CLIENTE

Artículo 33.- Las llamadas deben ser atendidas sin excepción de forma expedita, clara y oportuna, es prioritario para la hostería que la comunicación con clientes, proveedores, empleados y cualquier persona que nos llame, se realice sin pérdidas de información y al momento. Las llamadas personales deberán ser limitadas y con tiempo medido.

CAPÍTULO IX. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Artículo 34.- Son obligación de la empresa: 1) Pagar a los trabajadores los salarios pactados e indemnizaciones a que tengan derecho en tiempo y forma. 2) Proporcionar útiles instrumentos y materiales necesarios para ejecutar su trabajo. 3) Guardar a los trabajadores la debida consideración, absteniéndose de maltrato de palabra y obra. 4) Conceder a los trabajadores o empleados el tiempo necesario para el ejercicio de voto de elecciones populares. 5) Organizar permanentemente o periódicamente cursos de capacitación y adiestramiento. 6) Adoptar las medidas de higiene y seguridad previstas por las leyes. 7) Tomar las medidas preventivas de accidentes que sean necesarias. 8) Proporcionar a los trabajadores los primeros auxilios que necesiten.

Artículo 35.- Las situaciones no previstas en el presente reglamento se resolverán de acuerdo con lo que sobre el particular disponga en contrato de trabajo, el uso, la costumbre y los principios generales de derecho.

Artículo 36.- El presente reglamento interno de trabajo será entregado a cada uno de los trabajadores al momento de su contratación, a efecto de que conozca sus derechos y obligaciones

➤ **Contratos laborales**

Se implementará los diferentes tipos de contratos laborales, expuestos en Art. 11 del Código del Trabajo, el mismo que textualmente dice: "El contrato de trabajo puede ser:

- **Contrato por tiempo Fijo.-** Se establecerá un año como mínimo de duración para los contratos por tiempo fijo. (Inc. 1ro, del Art. 14 del Código del Trabajo)
- **Contrato por Tiempo Indefinido.-** El contrato durara mientras no se ponga fin por el desahucio, pero por disposición del Código del Trabajo todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido tienen un año como tiempo mínimo de duración.
- **Contratos Eventuales, Ocasionales y de Temporada.-** Estos contratos se aplicaran para atención de necesidades emergentes o extraordinarias, no vinculadas con la actividad habitual de empleador, y cuya duración no excederá de treinta días en un año, de igual manera, para satisfacer exigencias circunstanciales de la empresa, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente por vacaciones, licencias, enfermedad, maternidad y situaciones similares o atención de los incrementos de trabajo, motivados por una mayor demanda de servicio, en actividades habituales de la empresa o del empleador o relacionadas con las mismas. Su duración no excederá de seis meses en un año.

6.5 Plan Estratégico y de Marketing

a) Estrategia General de Marketing

➤ Fijación de Precios

Mediante el estudio de mercado los precios de los servicios que brinda la hostería se establecen en función de la competencia, considerando los precios de los servicios más comunes que brindan los establecimientos:

TABLA NO. 21
ANÁLISIS DE PRECIOS

SERVICIOS	PRECIOS PROMEDIOS POR PERSONA EN DÓLARES
Hospedaje	\$ 30,00
Restaurante	\$ 15,00
Piscina	\$ 12,00
Áreas Recreativas	\$ 9,00
Paseo por senderos	\$ 12,00

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: LA AUTORA

Para obtener la proyección de los precios de los servicios se aplicó la inflación promedio de los últimos años y que es del 3,98%.

TABLA NO. 22
INFLACIÓN ANUAL ULTIMOS 5 AÑOS

AÑOS	TASAS
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
2013	2,7
PROM. INFLACION	3,98

ELABORADO POR: LA AUTORA
FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

TABLA NO. 23
PROYECCIÓN DE PRECIOS

SERVICIOS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Hospedaje	\$ 30,00	\$ 31,19	\$ 32,44	\$ 33,73	\$ 35,07
Restaurante	\$ 15,00	\$ 15,60	\$ 16,22	\$ 16,86	\$ 17,53
Áreas Recreativas	\$ 9,00	\$ 9,36	\$ 9,73	\$ 10,12	\$ 10,49
Piscina	\$ 12,00	\$ 12,48	\$ 12,97	\$ 13,49	\$ 14,03
Paseo por senderos	\$ 12,00	\$ 12,48	\$ 12,97	\$ 13,49	\$ 14,03

ELABORADO POR: LA AUTORA

➤ Establecimiento del Mercado Objetivo

SEGMENTACION		VARIABLE DE SEGMENTACION
Demográfica	Edad:	25 -45 / 45 en adelante
	Sexo:	Masculino y Femenino
	Estado civil:	Todos
	Ingresos:	Más de \$500.00
	Educación:	Estudios Universitarios
	Ocupación:	Profesionales
Psicológica	Necesidades:	Tranquilidad, Relajación y Diversión
	Personalidad:	Extrovertidos, buscadores de nuevas experiencias, aventureros
	Aprendizaje:	Alto aprendizaje
	Actitudes:	Actitud positiva
Sociocultural	Cultura:	Todas
	Clase social:	Media, Media – alta
	Ciclo de vida: Familiar:	Todos

ELABORADO POR: LA AUTORA

➤ Valores Agregados del Servicio

La hostería Casa La Victoria, ofertara a sus turistas varias actividades y servicios que permitirá obtener la satisfacción de los turistas que visiten la hostería, tales como:

- Actividades con la comunidad
- Hospedaje en área natural y rodeada de hermoso paisaje.
- Convivencia con la comunidad del sector
- Aprovechar el entorno natura
- Cercanía a parques naturales
- Concientización del impacto ambiental y el cuidado del medio ambiente.
- Conocimiento de la cultura y tradiciones del sector.

➤ Estrategias de Promoción y Publicidad

Las estrategias d promoción y publicidad que aplicará la hostería están basadas en las 4 Ps.

- Estrategia de servicio

Como estrategia de servicio se desarrollara la imagen de la empresa turística para esta se le ha dado un nombre al establecimiento el cual se denominará: “**CASA LA VICTORIA**”, un nombre fácil y sencillo de recordar y sobre todo haciendo énfasis a La parroquia donde se ubicara, en donde existirá un ambiente cómodo, relajante y sobre todo el servicio de calidad.

Se diseñara el logo:

GRÁFICO NO. 32

LOGOTIPO DE HOSTERÍA



ELABORADO POR: LA AUTORA

La Hostería “CASA LA VICTORIA”; pondrá a disposición de todos los turistas nacionales e internacionales servicio de alojamiento con amplias y cómodas habitaciones con todos los servicios básicos, además grandes espacios recreativos para un momento de relajación y sano esparcimiento familiar, también contará con sauna, turco e hidromasaje, ofrecerá el servicio de bar y cafetería en donde podrá disfrutar de excelentes y apetecibles platos.

La Hostería “CASA LA VICTORIA”, contará con un excelente personal especializado con la finalidad de brindar un servicio excelente y cumplir con todas las exigencias de los turistas.

- Estrategias de Precio

Los precios estarán variando dependiendo de las exigencias de los clientes, es decir la Hostería cuenta con habitaciones sencillas y habitaciones de

lujo, contando con un listado de precios aptos para todo público y de los cuales el turista podrá elegir dependiente de su preferencia y necesidades.

Los precios a establecer en la Hostería, se lo realiza tomando como referencia a los precios de la competencia, en cuanto a servicios de bar, sauna, turco, hidromasaje, el garaje se lo cargará dentro de la misma cuenta con el servicio de alojamiento y en lo que se refiere a bar y restaurante el cliente podrá disponer de cualquier bebida o plato eligiendo dentro de las diferente gamas a ofrecer. Precios que como se dijo son referenciales, los mismos que posteriormente serán revisados en función de sus costos reales para su ajuste correspondiente, el mismo que podrá subir o también bajar, lo que nos permitirá en caso de bajar ser líderes en precios competitivos en la prestación de servicios turísticos. Es importante establecer diferentes precios dependiendo la temporada de demanda de turistas al sector.

- Estrategias de Publicidad

La Hostería “CASA LA VICTORIA”, contará dentro de la publicidad con promociones en sus servicios a ofrecer para poder captar clientes. Para esto, existirán promociones para instituciones públicas o privadas, grupos de personas que visiten el establecimiento. Las promociones se las realizará tomando en cuenta las fechas festivas y feriados.

- ✓ La publicidad se realizara mediante los servicios de radio y prensa que son muy recurrentes y fácil de llegar a los turistas.
- ✓ Se creará redes sociales como son el Facebook y twitter con el propósito de dar a conocer a todo el público en general lo servicios a ofertar y por ende a través de imágenes se podrá dar a conocer sus instalaciones, llegando a captar la atención de todos los que visitan estas páginas.
- ✓ Además se implementará una página web con la finalidad de que el turista o cliente pueda hacer sus reservaciones directamente en

cualquier país en el que se encuentre, la página web de denominará www.casalavictoria.com.

- Estrategias de Plaza

Se establecerá dos tipos de estrategias que irán de la mano para así captar el mayor número de turistas a las instalaciones de la hostería, estas plazas nos permitirán tener contantemente una gran variedad de turistas en las instalaciones.

- ✓ Distribución Directa.- En la Hostería “CASA LA VICTORIA” tendrá una distribución directa de servicios y productos, es decir los turistas podrán disfrutar de todos sus servicios a ofrecer con solo visitar sus instalaciones y conocer su variedad y exclusividad en servicios.
- ✓ Distribución Indirecta.- La Hostería “CASA LA VICTORIA” también contratará los servicios de intermediarios para dar a conocer su servicio, esto se lo conoce como distribución indirecta; aquí se podrá llegar al consumidor final a través de las agencias de viajes, poniendo a disposición La Hostería, así como también a través de empresas que ofrecen paquetes turísticos, al implementarse este canal de distribución se incurrirá en gastos que cubrirá la hostería.

b) Políticas de Servicio

Ofrecer un servicio personalizado y de calidad en cada uno de los procesos, donde se denote claramente.

- Buen trato por parte de los empleados
- Limpieza del lugar
- Oportunidad en el servicio
- Seguridad

Brindar una variedad de opciones o paquetes turísticos como son:

- Un día de alojamiento incluido paseo ecoturístico y comidas
- Un día de alojamiento incluido paseo ecoturístico, comidas y visita turística.
- Dos días de alojamiento incluido paseo ecoturístico y comidas
- Dos días de alojamiento incluido paseo ecoturístico, comidas y visita turística.

Capacitar y diseñar un plan de incentivos para el Talento Humano con el afán de que este brinde un servicio de primera haciendo de la estadía del cliente una experiencia única.

Entre las políticas de servicio que la hostería implementara son las siguientes:

Trato amable

- Los botones, recepcionistas, camareros etc. deben mostrar amabilidad con el cliente bajo motivo.
- Siempre se debe dar la bienvenida, mostrar interés y una sonrisa sincera al cliente, y decir gracias.
- Ante todo tener espíritu de servicio
- Nunca se debe entrar en conflicto con él cliente, ante algún reclamo o queja, el cliente siempre tiene la razón, pero cuando sea lo contrario, decirle amablemente que esta no está en lo cierto. Y siempre debemos procurar ser flexibles y otorgar algunos permisos, por ejemplo, cuando el cliente nos pida modificar alguna habitación, o cuando nos pida pagar con una moneda extranjera.

Mostrar interés

- Siempre debemos mostrar interés y ser amables con el cliente.
- Apenas éste ingrese a la hostería, sea lo que estemos haciendo, debemos acercarnos a él, darle la bienvenida y convéncelo para que

tome nuestros servicios e infórmale los benéficos que este trae consigo.

- Luego, inmediatamente, debemos ofrecerle nuestros servicios.
- Los botones enseguida deben llevar el equipaje del huésped a la habitación correspondiente y hacerlos sentir cómodos.

Higiene

- La higiene o limpieza en la hostería es un factor fundamental, basta con que el piso de la recepción haya desperdicios (en caso de que ésta pueda ser vista por los clientes), o que los baños o las habitaciones no se presenten un buen estado, se generara el rechazo del cliente, y que probablemente no volverá a hospedarse.
- En el caso de la hostería, la higiene o limpieza debe ser obsesiva, en la recepción debe estar totalmente limpio al igual que las habitaciones debemos evitar cualquier papel en el piso; las habitaciones deben estar limpias, ya que esta será el hogar del cliente durante su estancia.
- Pero la higiene no sólo debe estar presenten en la hostería, sino también, en nuestro personal, el cual debe estar bien presentando y aseado, con el uniforme limpio y planchado, con sus uñas recortadas, y el cabello recortado o amarrado.

d) Propuesta u Oferta de Valor.

La Hostería contara con procesos necesarios y cuyas actividades generaran valor para el cliente y representan un factor de diferenciación y son los siguientes:

1. OPERACIÓN (Entrega del servicio: Atención al cliente)

El proceso empieza, cuando el cliente llega a la hostería, ya sea solo o acompañado de familiares o amigos y desea hospedarse.

La persona encargada es la jefe de ventas o la recepcionista de turno quienes realizan los siguientes pasos:

- Ofrecen un saludo cordial y afectuoso, inmediatamente receptan el requerimiento del cliente, luego proceden a controlar la disponibilidad, es decir verifican las habitaciones disponibles, el periodo de permanencia y cotizan el precio, luego se procede a realizar la solicitud de reservación e inmediatamente se traslada al/los huéspedes hacia las habitaciones asignadas.
- El tiempo en que se realiza las actividades es aproximadamente 5 minutos, lo que se trata es que el cliente se sienta bien con el servicio brindado, se evita realizar cualquier actividad que genere demora y molestia.

2. MERCADOTÉCNIA (Gestión de ventas, publicidad)

La hostería no contara con una amplia publicidad en medios, pero pese a esta debilidad, lograra posicionamiento y participación en el mercado.

- La principal forma de darse a conocer es por medio de referidos, es decir personas que acudirán a la Hostería y han disfrutado de los servicios y están satisfechos con la atención recibida y por lo tanto recomiendan a compañeros, amigos y familiares que acudan
- El que un cliente se sienta satisfecho y recomiende a otro es importante, porque da a conocer que la Hostería está haciendo las cosas bien en cuanto al servicio
- Otro medio de comunicación es a través de la página Web, en donde se puede observar los servicios que ofrece la Hostería, precios de ingreso al balneario, los clientes pueden conocer y contactarse para realizar la reservación o simplemente elegir un lugar adecuado para descanso y distracción.

3. ABASTECIMIENTO (Asistencia de limpieza)

Para la Hostería la limpieza de las instalaciones es lo más importante, porque es la imagen que proyecta ante los clientes, quienes buscan un sitio agradable, limpio y seguro.

La Hostería sigue un horario diurno, establecido en dos turnos: un turno en la mañana y uno en la tarde. A cada turno se le asignan tareas propias, dependiendo de las necesidades y clientes

Para asegurar un buen funcionamiento, existen las siguientes consideraciones:

Durante la realización del trabajo, se debe evitar cualquier tipo de ruido sobre todo en las primeras horas de la mañana, es importante garantizar un buen descanso a los clientes.

Las actividades que se realizan son:

- Limpieza rápida en pasillos y escaleras, ya que la limpieza a fondo se realiza al terminar la limpieza de todas las habitaciones.
- Limpieza de todas las habitaciones.
- Servicio de lavandería (si el cliente lo requiere).

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

El presente capítulo constituye un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. De las variadas metodologías existentes para realizar análisis de impactos, se ha escogido la que más se adapta en contexto de la presente investigación, además tiene la ventaja de que operativamente es de fácil desarrollo y fundamentalmente es efectiva, real y de fácil interpretación.

Entonces cabe considerar y señalar las posibles consecuencias que pueden acarrear o surgir en la implantación del proyecto, por tales motivos es importante analizar sus efectos de forma cuantificada y cualitativamente, permitiendo establecer las posibles bondades o fallas que puede poseer el proyecto.

Se concluye que los impactos; son un conjunto de posibles o supuestos eventos que pueden suscitar con las obras de construcción efectuadas en el en el proyecto y las actividades a desarrollarse con la puesta en marcha.

Se debe reflexionar, que ningún evento ocurre en forma aislada, y siempre se encuentra influenciado por otros eventos, es decir, que existen impactos directos ocasionados por las actividades planificadas en el proyecto e impactos indirectos relacionados con el análisis de causa y efecto.

A continuación se detalla el procedimiento que se ha seguido para realizar los impactos que el proyecto generará.

Se ha determinado una serie de áreas, para en cada una de ellas aplicar la siguiente mecánica operativa sobre las bases de matrices:

En primer lugar se ha creído conveniente establecer un rango de nivel de impacto, que impacto va desde menos 3 hasta 3 positivo con la valoración de la siguiente tabla.

7.1 Valoración cuantitativa y cualitativa

El diseño y evaluación de la matriz de impactos se desarrolla, aplicando la siguiente escala de valoración:

TABLA NO. 24
VALORACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA DE IMPACTOS

VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: LA AUTORA

En segundo lugar se coloca en cada matriz los rangos de cada impacto en forma horizontal mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de las áreas seleccionadas.

Se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente, para lo cual se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis de indicador por indicador, en el cual se argumente o se explique las razones por la que se asignó determinado nivel de impacto de cada indicador.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz general de impactos que utilizando los ítems mencionados anteriormente,

permiten establecer el impacto global del proyecto lógicamente en la primera columna se sustituye los indicadores de la áreas o ámbitos.

7.2 Impacto Social

CUADRO NO. 77
IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de Trabajo							X	3
Aumento del área de producción sostenible						X		2
Contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad						X		2
TOTAL						4	3	7

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$E = 7$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{7}{3} = 2,33$$

$$\text{Impacto Social} = 2 \text{ Impacto medio Positivo}$$

Cabe indicar que el proyecto busca mejorar la calidad de vida tanto de los inversionistas y de las familias del sitio al brindar nuevas oportunidades de trabajo en diversa índole, el mismo que beneficiara a la colectividad en el ámbito del bienestar comunitario. Con lo cual se estaría evitando posibles migraciones de la población a otras plazas del país, en especial contribuiría a acelerar el desarrollo de los servicios básicos por parte del gobierno y del sector privado. Además poseerá un liderazgo ya que será la primera microempresa del sector con estas características.

✓ Fuentes de Trabajo

El beneficio social más importante encontrado en la elaboración del proyecto es principalmente la generación de fuentes de trabajo con lo que muchas familias de la Parroquia La Victoria serían beneficiadas, con lo cual disminuiría los índices de falta de fuentes de empleo y otros problemas sociales. Se implementara actividades que realizan en el sector en las diferentes actividades que promocióne el proyecto. Además la comunidad podrá visualizar estas nuevas alternativas como fuente de ingresos económicos para sus familias.

✓ Aumento del área de producción sostenible

La Parroquia La Victoria cuenta con un sistema de fabricación de artesanías para lo cual nos acogeremos a esta normativa.

Para esto, también se implementara estrategias para mejorar su comercialización y fabricación de las mismas, se realizara talleres en los que se enseñe como manejar estos procesos y como beneficiarse de estos un claro ejemplo es el uso de nuevas técnicas de fabricación y así aseguran otros ingresos para los pobladores de la comunidad.

✓ Contribuir al Desarrollo Socio-Económico de la provincia

Es de gran ayuda ya que los alienta a otros microempresarios a invertir, a mejorar su negocio, a trabajar mejor para enfrentar a la competencia con productos de calidad, que obligue a la gente a apreciar lo nuestro y a tener confianza de que se vendrán tiempos mejores.

7.3 Impacto Económico

**CUADRO NO. 78
IMPACTO ECONÓMICO**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Rentabilidad del Proyecto							X	3
Creación de proyectos alternativos							X	3
Ingresos a la Microempresa						X		2
TOTAL						2	6	8

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$E = 8$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{8}{3} = 2,66$$

Impacto Social = 3 Impacto alto Positivo

En este impacto se pretende establecer las relaciones de la oferta y la demanda que se tiene en el sector, permitiendo evaluar de manera adecuada los posibles montos de dinero que requiere el proyecto y su periodo de recuperación. Como un aspecto positivo se considera el incremento de la rentabilidad, permitiendo desarrollar la estabilidad económica en la región y por ende una estabilidad emocional en el núcleo de la sociedad la familia.

✓ Rentabilidad del Proyecto

Es un negocio rentable a un corto plazo no muy difícil de emprenderlo; el estudio de mercado demuestra que si existe una demanda insatisfecha por lo que el centro turístico tendrá una aceptación favorable y por ende convirtiéndose en un proyecto rentable.

- ✓ Creación de proyectos alternativos

Como es un centro turístico único en la población y sus alrededores se puede generar otros negocios como hospedaje, restaurantes entre otros.

- ✓ Ingresos Empresa

El proyecto tocará la empresa privada, ya que se necesitará de los medios de comunicación, de las empresas de publicidad que elaborarán las estrategias de marketing para así dar a conocer el producto en los centros de expendio.

7.4 Impacto Educativo

CUADRO NO. 79
IMPACTO EDUCATIVO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de Conocimientos							X	3
Estrategias Innovadoras							X	3
Preparación educativa							X	3
TOTAL							9	9

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$E = 6$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{9}{3} = 3,00$$

$$\text{Impacto Social} = 3 \text{ Impacto alto Positivo}$$

Con el proyecto se busca incrementar los conocimientos académicos en la ejecución de proyectos productivos; basados en el turismo del país, ya que

en la actualidad el turismo juega un papel importante en la economía ecuatoriana al poseer un sin número de lugares que se puede visitar.

Este eventual impacto trata de consolidar las bases teóricas en materia de estructura económica y financiera en la elaboración de proyectos productivos como es el caso de la mencionada investigación; siendo el objetivo primordial el dar a conocer al público en general las características técnicas del centro turístico y de servicios además de su vínculo directo con el turismo en el Ecuador.

✓ Generación de Conocimientos

El tener un negocio implica que como microempresario se tenga la necesidad de capacitarnos para administrar adecuadamente los fondos financieros que ha adquirido, esto se lo logra a partir de acciones de capacitación que son fundamentales ya que permitirán a los micro emprendedores a conseguir los objetivos propuestos.

✓ Estrategias Innovadoras

El proyecto ofrece ideas innovadoras para el sector micro empresarial puesto que se va a tomar los factores importantes que no son considerados por las demás microempresas como fuente principal para la captación de mayores turistas, además la publicidad y la calidad que va a tener el centro turístico.

✓ Preparación educativa

El proyecto permitirá la capacitación constante de la comunidad en diferentes áreas, lo cual les permitirá no solamente tener una preparación primaria como actualmente se realiza, sino una preparación mínima hasta tercer nivel.

7.4 Impacto Ambiental

CUADRO NO. 80
IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Depredación del Medio Ambiente			X					-1
Erosión del suelo			X					-1
Contaminación de medio ambiente		X						-2
TOTAL		-2	-2					-4

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

$$E = -4$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{-4}{3} = -1,33$$

$$\text{Impacto Social} = -1 \text{ Impacto bajo negativo}$$

Tenemos el impacto ambiental considerado como uno de los primordiales en materia de conservación de los recursos del planeta, dentro del desarrollo del proyecto se debe considerar el grado de afectación que este genere al contexto, para lo cual se hace necesario adoptar políticas en gestión y preservación del medio ambiente como lo puede ser nuevos métodos de dar brillo a sus artesanías sin el uso indiscriminado del plomo (quema de baterías usadas) que produzca el citado proyecto en su elaboración y ejecución y el trabajo sin tóxicos, tratando de mitigar en algo impacto ambiental generado por el ser humano.

- ✓ Depredación del Medio Ambiente

Constituir una pequeña empresa en la cual se respete las ordenanzas municipales y en sí el medio ambiente pero inevitablemente tendrá afectación a su entorno en general.

- ✓ Erosión del suelo

El centro turístico ayudara a la conservación del medio ambiente por lo que se utilizará métodos adecuados para la fertilización evitando el uso de pesticidas contaminantes para el medio ambiente.

- ✓ Contaminación de medio ambiente

El uso inadecuado de métodos para dar brillo a sus artesanías (quemado de baterías usadas), es realmente un problema para la comunidad. Se motivara a la comunidad a utilizar otros métodos para la producción de sus artesanías, así evitaremos la contaminación por plomo que se da en el sector.

7.5 Resumen de resultados de Impactos

CUADRO NO. 81

RESULTADOS DE IMPACTOS

INDICADORES	TOTAL	DESCRIPCIÓN
Impacto Social	2	Impacto Medio Positivo
Impacto Económico	3	Impacto Alto Positivo
Impacto Educativo	3	Impacto Alto Positivo
Impacto Ambiental	-1.33	Impacto Bajo Negativo

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: LA AUTORA

Por los resultados obtenidos se puede identificar que la empresa causará varios beneficios a la comunidad en donde se ubicará la Hostería, el impacto negativo se podrá remediar tomando algunas alternativas lo cual año tras año se lo eliminará por completo y será de beneficio para la empresa.

CONCLUSIONES

- a) En el Estudio Diagnóstico se identificó, un bajo nivel de organización y falta de participación ciudadana de los habitantes de la parroquia, de hecho repercute a que sean desatendidos por los organismos estatales autónomos descentralizados, encargados de cubrir las necesidades, que permita obtener ingresos suficientes, para satisfacer al menos las necesidades elementales del ser humano.
- b) El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de un mercado potencial insatisfecho de 59.313 personas al año 2014 frente a una oferta actual que no logra captar toda la demanda requerida potencial determinando de esta manera la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del tamaño del mercado.
- c) Se determinó la ingeniería del proyecto, en el cual la distribución física del complejo turístico, está conformada por las principales áreas: administrativa, mantenimiento y seguridad, alojamiento, recreación, esparcimiento, alimentos y bebidas, trabajando eficientemente se tendrá como resultado la captación de 75.168 al año 2014 que es la capacidad del complejo con un servicio satisfactorio para el público en general.
- d) El estudio económico - financiero permitió determinar la factibilidad del proyecto, mediante la aplicación de indicadores financieros; en marcado en tres elementos fundamentales como son la sostenibilidad, la competitividad y el fortalecimiento institucional a largo plazo. Al inicio la inversión es alta pero se logrará recuperar en aproximadamente 4 años; es decir dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de retorno del 25,54% y un valor actual neto positivo de \$464.242,82, costo beneficio se ubica en \$1.64, de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de un centro turístico.

- e) En el Estudio Organizacional se pudo establecer el tipo de empresa al que pertenecerá el proyecto turístico, de igual manera se estableció la visión, misión y valores con los que se manejará y la organización en sí de la misma como las funciones de cada área.

- f) Por último en el estudio de impactos se logró determinar los efectos positivos y negativos que surgirán al implantar la empresa. El impacto ambiental es un poco preocupante debido a que en el análisis se obtuvo un bajo positivo, sin embargo se trabajara en este punto para mejorar y hacer de este problema beneficioso para la comunidad.

RECOMENDACIONES

- a) Se recomienda propiciar mecanismos de gestión de parte de sus habitantes, ante las autoridades locales, para conseguir que se asignen los recursos suficientes e incentivar a la integración, que ayude a mejorar la organización de su población, que posibilite la capacidad de gestión, hacia el logro de buscar un desarrollo armónico y equilibrado del Parroquia.
- b) La empresa, deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de marketing, utilizando estrategias de comercialización como son: estrategias de promoción, estrategias del producto o servicio, estrategias de plaza y de los precios. Una buena estrategia será utilizar publicidad y promoción basada en resultados, es decir de las buenas experiencias de los clientes, del excelente servicio de la empresa. Esta estrategia ayuda a publicitar a la empresa de manera gratuita y sin costos financieros adicionales.
- c) Se recomienda que la estrategia de diferenciación, se base en generar productos y servicios de alta calidad a través de los procedimientos descritos en el estudio técnico. Esta recomendación se la plantea porque ésta es una de las formas más eficientes de posicionarse en el mercado a través de una clara identificación de la empresa ante la competencia.
- d) Se deberá aprovechar la oportunidad de implementar la nueva empresa ya que los indicadores de evaluación financiera reflejaron un adecuado nivel de rentabilidad. Además es recomendable llevar un control de los costos como herramienta principal en la gestión administrativa y financiera, lo cual permite una correcta planificación económica y operativa.

- e) Se recomienda controlar los procesos de organización y administración de la empresa mediante la aplicación de un modelo de gestión administrativo, ya que así se traduce el direccionamiento estratégico del modelo de forma eficiente y eficaz.

- f) Se recomienda realizar estudios más profundos sobre impactos ambientales los mismos que deberán estar acompañados de soluciones en el corto, mediano y largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

1. **BARRAGAN José (2008)** Administración de pequeñas y medianas empresas Editorial Trillas. México
2. **BRAVO Mercedes (2007)** CONTABILIDAD GENERAL Séptima edición, Editorial Nuevo Día
3. **CHIAVENATO, Idalberto;** Administración de Recursos Humanos, Editorial M.C. Graw Hill Interamericana, Quinta Edición, México (2008)
4. **CHILQUINGA, Manuel, (2008)** Costos por Órdenes de Producción, Ecuador
5. **CPC FORTUNATO SÁNCHEZ NAVARRO** Presupuesto Empresarial, Editores Importadores S.A, Segunda Edición Lima-Perú (2008)
6. **DESSLER, Gary;** Administración de Personal., Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, Sexta Edición, México (2006).
7. **GOMEZ Guillermo;** Planeación y Organización de Empresas, Editorial M.C. Graw Hill Interamericana, Octava edición, México 2006.
8. **ARBOLEDA, German (2001)** Demanda de productos de turismo, 2da Edición.
9. **GUÍAS DE TRABAJOS DE GRADO; (2006-2007),** Universidad Técnica del Norte.
10. **JÁCOME Walter (2006)** Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador
11. **SAPAG, Nassir (2007),** Marcos teóricos de finanzas, primera edición.
12. **MENDEZ, Carlos;** Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas, editorial Mc Graw-Hill, 2da Edición, Colombia 2008

- 13. Ministerio de Turismo (2010);** Boletín de Estadísticas Turísticas 2006-2010
- 14. Ministerio de Turismo;** REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO; Decreto Ejecutivo No. 1186. RO/ 244 de 5 de Enero del 2010.
- 15. MONTEROS, Edgar. (2008),** Manual de Gestión Microempresarial. Editorial Universitaria, Ecuador.
- 16. POSSO, M. (2008),** “Trabajo de Grado”, Compilación PUCE-I, Ibarra- Ecuador.
- 17. REINOSO, Víctor;** El Proceso Administrativo y su Aplicación, Editorial Freire, Tercera Edición, Quito Ecuador. (2007)
- 18. FLORES U, Juan (2007)** Proyectos de inversión para las PYMES
- 19. REYES, Agustín;** Administración de Empresas Teoría y Práctica, Editorial Limusa, Trigésimo Novena Edición, México (2007).
- 20. SOTO, Rogelio. (2007)** Pequeña Empresa. Primera Edición Editora Palomino, Perú.
- 21. ZAPATA, Pedro, (2007)** Costos y gastos de fabricación de productos
- 22. GURRIA, Manuel. (2007)** Conceptos básico de turismo – comunidad
- 23. CORDOBA. Marcial (2006)** Estudio de mercado y factibilidad, Primera Edición.
- 24. BACA, Gabriel, (2006)** Oferta y demanda de productos de comercialización.
- 25. ARBOLEDA, German (2001)** Demanda de productos de turismo, 2da Edición.

LINKOGRAFÍA

1. www.turismo.gov.ec
2. www.ecuaventura.com
3. www.fondoitaloecuadoriano.org
4. www.minambiente.gov.ec
5. <http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas/administracion-empresas.shtml>
6. <http://www.monografias.com/trabajos5/contab/contab.shtml>
7. [www.monografias.com/Administracion y Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Contabilidad)
8. [www.monografias.com/ trabajos/mercado](http://www.monografias.com/trabajos/mercado)
9. <http://www.foromarketing.com>
10. www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing
11. http://www.fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/proyecto/ingenieria_de_proyecto.pdf
12. <http://www.monografias.com/trabajos/oferta>
13. www.monografias.com/trabajos11/metodos/metods.shtml (2008)
14. <http://monografiasanteproyectos.com>
15. http://www.lavictoria.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=72&Itemid=189
16. www.wikipedia.org
17. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/nava_f_e/capitulo2.pdf
18. <http://es.scribd.com/doc/117808325/Ingenieria-de-proyectos>
19. <http://talentohumanosena.galeon.com/>
20. www.definicion.org/egreso
21. <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>
22. <http://www.lavictoria.gob.ec/cotopaxi/>
23. www.cosas.com.ec/1077el_panorama_economico_para_ecuador_2011
24. <http://www.cfn.fin.ec/>

25. <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>
26. <http://www.eclac.org>
27. <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/07/nota/1997356/ecuador-registro-inflacion-270-2013>
28. <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/>
29. <http://www.slideshare.net/RaulinoR/aspecto-social-economico-politico-y-cultural-del-ecuador>
30. www.inec.gov.ec
31. www.andes.info.ec/es/sociedad/
32. http://www.rhodium.com.ar/web_doc/fuerzas_de_porter
33. http://es.wikipedia.org/wiki/Provinciade_Cotopaxi
34. <http://www.lavictoria.gob.ec/cotopaxi/>
35. www.cosas.com.ec/1077el_panorama_economico_para_ecuador_2011
36. <http://www.cfn.fin.ec/>
37. <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>
38. <http://www.eclac.org>

ANEXOS

1. Formato de encuesta realizada.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

OBJETIVO: Establecer el segmento y la aceptación del mercado al cual se encuentra dirigido el estudio de factibilidad para la creación de una Hostería en la parroquia de La Victoria, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

DATOS PERSONALES

Nivel de Ingresos mensual:

300 a 500 ()
501 a 1000 ()
1001 a 2000 ()
2001 o más ()

Procedencia:

Nacional ()
Extranjero ()

Edad:

18 a 28 () 29 a 39 () 39 a 49 () 50 a más ()

1. ¿Usted ha realizado turismo, visitando lugares que existen en la Provincia de Cotopaxi?

Si	
No	

2. ¿Conoce usted una hostería a nivel local (Cantón Pujilí – Parroquia La Victoria) que presente servicios de alojamiento, restaurante, disco, bar, paseos por senderos, piscinas, sauna y turco?

Si	
No	

3. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a visitar un atractivo turístico?

1 a 2 días	
2 a 3 días	
3 a 4 días	
5 días o mas	

4. ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para hospedaje?

Ubicación	
Precio	
Infraestructura	
Servidos (Piscina, internet, TV, etc.)	

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojarse en una hostería, por día/noche y por persona?

\$30 a \$50	
\$50 a \$80	
Más de \$80	

6. ¿Le gustaría que su lugar de alojamiento cuente con servicios adicionales?

Si	
No	

7. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera la hostería?

Servicio a la habitación	
Bar	
Spa	
Gimnasio	
Juegos de salón	
Paseos al aire libre	

8. Estaría dispuesto a ir a una hostería en donde tenga tranquilidad, alojamiento en área natural, diversas actividades recreativas, convivencia con la comunidad y rescate de las costumbres tradiciones del sector.

Si	
No	

9. ¿Cuántas veces al año visitaría esta hostería?

1 vez	
2 veces	
3 veces	
4 veces	
5 o más veces	

10. ¿Con cuántas personas incluido usted visitaría esta hostería?

1 a 3 personas () 3 a 5 personas () 5 o más
personas ()

GRACIAS, SU INFORMACIÓN ES DE MUCHA AYUDA.