



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA HOSTERIA EN LA PARROQUIA QUIMIAG, CANTON
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Trabajo de Titulación

Tipo: Modelo de Negocio

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA: MELVA ADRIANA MINAYA CUBIÑA

DIRECTOR: Ing. CARLOS RENATO CHÁVEZ VELÁSQUEZ MSc.

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Melva Adriana Minaya Cubiña

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, MELVA ADRIANA MINAYA CUBIÑA declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referencias.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 17 de marzo de 2022

Melva Adriana Minaya Cubiña

0604839761

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación, Tipo: Modelo de negocios, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERIA EN LA PARROQUIA QUIMIAG, CANTON RIOBAMABA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, realizado por la señorita: **MELVA ADRIANA MINAYA CUBIÑA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Claudia Patricia Maldonado Erazo MSc. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	2022-03-17
Ing. Carlos Renato Chávez Velásquez MSc. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	2022-03-17
Ing. Jorge Iván Carillo Hernández PhD. MIEMBRO DEL TRIBUNAL	_____	2022-03-17

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado de manera especial a mi Dios, quien está siempre presente en cada objetivo de mi vida. A mi familia quienes son el pilar fundamental de mi vida y me han sabido apoyar y motivar para cumplir con mis metas.

Adriana

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar siempre presente en cada paso que doy, por la fuerza que me da para seguir cumpliendo cada meta propuesta. Agradezco a mi familia por su inmenso apoyo para seguir formándome como una gran profesional.

Adriana

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE	DE
FIGURAS.....	vxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN	xvi
SUMMARY	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	5
1.1. Generalidades del Turismo.....	5
1.1.1. <i>Turismo</i>	5
1.1.2. <i>Turismo sostenible</i>	5
1.1.3. <i>Turismo en Ecuador</i>	5
1.1.3.1. <i>Turismo en la provincia de Chimborazo</i>	6
1.2. Generalidades de la hostería.....	6
1.2.1. <i>Hostería</i>	6
1.2.2. <i>Categorización de los establecimientos de hospedaje</i>	7
1.3. Estudio de Factibilidad	7
1.4. Estudio de Mercado.....	7
1.5. Demanda turística.....	8
1.5.1. <i>Demanda actual</i>	8
1.5.2. <i>Demanda potencial</i>	8
1.5.3. <i>Demanda diferida</i>	8
1.5.4. <i>Demanda idónea</i>	8
1.5.5. <i>Demanda objetiva</i>	9
1.5.6. <i>Oferta turística</i>	9
1.5.7. <i>Infraestructura</i>	9
1.5.8. <i>Oferta vs demanda</i>	10
1.5.9. <i>Segmentación de mercado</i>	10
1.5.10. <i>Variables de segmentación de mercado</i>	10
1.5.11. <i>Competencia</i>	10
1.6. Estudio Técnico.....	11

1.6.1.	<i>Análisis administrativo legal</i>	11
1.6.2.	<i>Estudio técnico ambiental</i>	11
1.6.3.	<i>Análisis económico financiero</i>	11

CAPÍTULO II

2.	PROPUESTA DEL MODELO DE NEGOCIO	15
2.1.	Marco metodológico	15
2.1.1.	<i>Tipo de Investigación</i>	15
2.1.2.	<i>Tamaño de la Muestra</i>	15
2.1.3.	Instrumento	16
2.1.4.	Caracterización del Lugar	16
2.1.4.1.	<i>Localización</i>	16
2.1.4.2.	<i>Ubicación Geográfica</i>	16
2.1.4.3.	<i>Características Climáticas</i>	17
2.1.5.	Materiales y Equipos	17
2.1.5.1.	<i>Materiales</i>	17
2.1.5.2.	<i>Equipos</i>	17
2.1.6.	Metodología	17
2.1.6.1.	<i>Viabilidad comercial del proyecto</i>	17
2.1.6.2.	<i>Estudio de la demanda</i>	18
2.1.6.3.	<i>Estudio de la oferta</i>	18
2.1.6.4.	<i>Estudio de la competencia</i>	18
2.1.6.5.	<i>Confrontación proyecto demanda</i>	19
2.1.6.6.	<i>Proyección de la demanda</i>	19
2.1.6.7.	<i>Proyección de la oferta</i>	19
2.1.6.8.	<i>Demanda insatisfecha</i>	19
2.1.6.9.	<i>Demanda objetiva</i>	19
2.1.6.10.	<i>Plan mercadotécnico</i>	19
2.1.7.	<i>Viabilidad administrativo legal</i>	20
2.1.8.	<i>Viabilidad ambiental</i>	20
2.1.9.	<i>Evaluación económico financiero</i>	21

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	22
3.1.	Estudio de Mercado	22

3.1.1.	Universo	22
3.1.2.	Segmentación	22
3.1.3.	Muestra	22
3.1.3.1.	<i>Estratificación de la muestra</i>	22
3.1.3.2.	<i>División de muestra para aplicación de encuestas</i>	22
3.1.3.3.	<i>Cálculo de muestra para estudio de mercado</i>	22
3.1.4.	Análisis de resultados de la demanda turística	22
3.1.4.1.	<i>Tabulación de encuestas turísticas nacionales</i>	22
3.1.4.2.	<i>Tabulación de encuestas turísticas extranjeros</i>	322
3.1.4.3.	<i>Perfil de turista</i>	40
3.1.4.4.	<i>Cálculo de la demanda futura</i>	41
3.1.4.5.	<i>Análisis de la demanda actual</i>	42
3.1.4.6.	<i>Proyección de la demanda</i>	42
3.1.4.7.	<i>Análisis de la oferta</i>	42
3.1.4.8.	<i>Proyección de la oferta</i>	43
3.1.4.9.	<i>Análisis de la demanda frente a la oferta</i>	44
3.1.4.10.	<i>Demanda objetiva</i>	44
3.2.	Viabilidad técnica del proyecto	44
3.2.1.	Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística	44
3.2.1.1.	<i>Localización de la hostería</i>	45
3.2.1.2.	<i>Tamaño del proyecto</i>	45
3.2.1.3.	<i>Terreno</i>	49
3.2.1.4.	<i>Tipología de la construcción</i>	49
3.2.1.5.	<i>Condición ambiental territorial</i>	49
3.2.1.6.	<i>Tipos de materiales</i>	49
3.2.2.	Diseño técnico arquitectónico	50
3.2.2.1.	<i>Áreas ubicadas en el interior de la hostería</i>	50
3.2.2.2.	<i>Esquema de diseño arquitectónico de la hostería</i>	51
3.2.2.3.	<i>Distribución y características de la construcción</i>	51
3.2.2.4.	<i>Rubro de la infraestructura turística</i>	52
3.2.2.5.	<i>Mobiliario y equipos para el área de hospedaje</i>	53
3.2.2.6.	<i>Equipamiento para el área de recreación</i>	54
3.2.2.7.	<i>Equipamiento para el área de spa-piscina</i>	54
3.2.2.8.	<i>Equipamiento para el área del restaurante</i>	54
3.2.2.9.	<i>Equipamiento para el área recepción y gerencia</i>	55
3.2.3.	Definición del proceso productivo	556
3.2.4.	Recetas de menú escogidos para la hostería	59

3.2.4.	<i>Plan de mercadotecnia</i>	63
3.3.	Viabilidad admistrativa legal	6;Error! Marcador no definido.
3.3.1.	<i>Estructura organizativa de la empresa</i>	67
3.3.2.	<i>Manual de funciones y políticas de remuneración</i>	69
3.3.3.	<i>Políticas de remuneración</i>	74
3.3.4.	<i>Marco legal</i>	75
3.4.	Viabilidad técnico ambiental	83
3.4.1.	<i>Estudio de Impacto Ambiental</i>	83
3.4.2.	<i>Efectos del Proyecto</i>	83
3.4.3.	<i>Matriz de Impactos - Leopold</i>	83
3.4.4.	<i>Evaluación de la matriz de Leopold</i>	991
3.4.5.	<i>Plan de Control y Mitigación de impactos ambientales</i>	92
3.5.	Viabilidad económica y financiera	94
4.5.1.	<i>Inversión del Proyecto</i>	94
4.5.2.	<i>Fuente de inversión del proyecto</i>	95
4.5.3.	<i>Clasificación de la inversión</i>	96
4.5.4.	<i>Financiamiento del Proyecto</i>	96
4.5.5.	<i>Depreciación de los activos Fijos</i>	96
4.5.6.	<i>Amortización de Activos Diferidos</i>	98
4.5.7.	<i>Cálculo del Pago de la Deuda</i>	99
4.5.8.	<i>Estructura de Costos y Gastos para la vida útil del Proyecto</i>	99
4.5.9.	<i>Estructura ingresos totales Proyectados</i>	1000
4.5.10.	<i>Estado de Resultados Proyectados Balance General Proyectado</i>	100
4.5.11.	<i>Balance General Proyectado</i>	101
4.5.12.	<i>Cálculo del Flujo de Caja Proyectado</i>	102
4.6.	Evaluación Financiera	103
CONCLUSIONES		104
RECOMENDACIONES		105
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Definición de los estratos de los turistas nacionales y extranjeros	233
Tabla 2-3:	División de la muestra para la aplicación de encuestas	23
Tabla 3-3:	Análisis del cálculo de la demanda.....	41
Tabla 4-3:	Proyección de la demanda futura frente a la demanda actual.....	41
Tabla 5-3:	Demanda actual	42
Tabla 6-1:	Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera	42
Tabla 7-1:	Competidores.....	42
Tabla 8-3:	Proyección de la oferta	43
Tabla 9-3:	Cálculo de la demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros	43
Tabla 10-3:	Proyección de la demanda objetiva para los próximos 5 años	43
Tabla 11-3:	Número de clientes proyectados.....	44
Tabla 12-3:	Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados	44
Tabla 13-3:	Derivación y determinación del mercado por el servicio de alimentación.....	47
Tabla 14-3:	Derivación y determinación del mercado por el servicio de alojamiento.....	46
Tabla 15-3:	Proyección de consumidores respecto a los servicios de entretenimiento.....	46
Tabla 16-3:	Derivación y determinación del tamaño de mercado por la actividad caminata .	47
Tabla 17-3:	Derivación y determinación del tamaño de mercado por eventos culturales	47
Tabla 18-3:	Derivación y determinación del tamaño de mercado por juegos tradicionales ...	47
Tabla 19-3:	Derivación del tamaño de mercado por recorrido hacia atractivos turísticos.....	48
Tabla 20-3:	Áreas de la hostería.	48
Tabla 21-3:	Rubro de la infraestructura turística.	48
Tabla 22-3:	Rubro de mobiliario y equipos para el área de hospedaje.	48
Tabla 23-3:	Rubro de equipos para el área de recreación.	50
Tabla 24-3:	Rubro de equipos para el área de spa-piscina.....	52
Tabla 25-3:	Rubro de equipos, mobiliario e insumos del restaurante.....	53
Tabla 26-3:	Rubro de Servicio básicos.	54
Tabla 27-3:	Rubro de sueldos del personal.	54
Tabla 28-3:	Manual de funciones recepcionista.....	54
Tabla 29-3:	Políticas de remuneración del área comercial	55
Tabla 30-3:	Activos fijos del área comercial	55
Tabla 31-3:	Gastos del área comercial.....	56
Tabla 32-3:	Manual de funciones del administrador.....	59
Tabla 33-3:	Manual de funciones del responsable de marketing	60

Tabla 34-3:	Manual de funciones del contador.....	61
Tabla 35-3:	Manual de funciones de la recepcionista.....	61
Tabla 36-3:	Manual de funciones del encargado de bodega.....	62
Tabla 37-3:	Manual de funciones chef.....	66
Tabla 38-3:	Manual de funciones del ayudante de cocina.....	66
Tabla 39-3:	Manual de funciones mesero.....	66
Tabla 40-3:	Manual de funciones ayudante general.....	66
Tabla 41-3:	Manual de funciones de la camarera.....	69
Tabla 42-3:	Manual de funciones de la lavandera.....	69
Tabla 43-3:	Manual de funciones del encargado de mantenimiento.....	70
Tabla 44-3:	Manual de funciones del guardia.....	70
Tabla 45-3:	Remuneración del departamento administrativo.....	71
Tabla 46-3:	Remuneraciones del departamento comercial.....	71
Tabla 47-3:	Remuneraciones del departamento financiero.....	71
Tabla 48-3:	Remuneraciones del departamento productivo.....	72
Tabla 49-3:	Requisitos legales para la constitución.....	72
Tabla 50-3:	Obligaciones por única vez.....	73
Tabla 51-3:	Obligaciones anuales.....	73
Tabla 52-3:	Matriz de Leopold.....	73
Tabla 53-3:	Criterios de evaluación de impactos de la Matriz de Leopold.....	74
Tabla 54-3:	Impactos positivos y negativos de impactos obtenidos en la Matriz de Leopold.....	74
Tabla 55-3:	Plan de Control y Mitigación de Impactos Ambientales.....	74
Tabla 56-3:	Remuneraciones del departamento financiero.....	74
Tabla 57-3:	Remuneración del departamento productivo.....	75
Tabla 58-3:	Requisitos legales para la constitución.....	81
Tabla 59-3:	Obligaciones por única vez.....	82
Tabla 60-3:	Obligaciones anuales.....	82
Tabla 61-3:	Matriz de Leopold.....	84
Tabla 62-3:	Criterios de evaluación de impactos de la matriz de Leopold.....	85
Tabla 63-3:	Impactos positivos y negativos.....	86
Tabla 64-3:	Plan de control y mitigación.....	92
Tabla 65-3:	Inversión del proyecto.....	94
Tabla 66-3:	Fuentes de inversión del proyecto.....	95
Tabla 67-3:	Clasificación de las inversiones.....	96
Tabla 68-3:	Financiamiento del proyecto.....	96
Tabla 70-3:	Depreciación de los activos fijos.....	97
Tabla 71-3:	Amortización de activos diferidos.....	98

Tabla 72-3:	Datos para el cálculo del pag de la deuda.....	98
Tabla 73-3:	Cálculo del pago de la deuda.....	99
Tabla 74-3:	Estructura de costos y gastos	99
Tabla 75-3:	Estado de resultados proyectado	100
Tabla 76-3:	Balance general proyectado.....	101
Tabla 77-3:	Flujo de caja proyectado.....	102
Tabla 78-3:	Indicadores financieros.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Ubicación del terreno	45
Figura 2-3:	Planta arquitectónica.....	51
Figura 3-3:	Logotipo.....	64
Figura 4-3:	Página web.....	65
Figura 5-3:	Impactos positivos y negativos en la agregación	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Edad.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 2-3:	Género	25
Gráfico 3-3:	Lugar de procedencia	25
Gráfico 4-3:	Nivel de educación	26
Gráfico 5-3:	¿Acompañado de cuantas personas viaja?.....	26
Gráfico 6-3:	¿Cuándo decide viajar lo hace a través de?	27
Gráfico 7-3:	¿Conoce usted la parroquia Quimiag?.....	27
Gráfico 8-3:	¿Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia Quimiag?	28
Gráfico 9-3:	¿Qué servicios utilizaría?	28
Gráfico 10-3:	Tipo de Alimentación.....	29
Gráfico 11-3:	Tipo de Hospedaje.....	29
Gráfico 12-3:	¿En qué tipo de actividades le gustaría participar?.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 13-3:	¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en esta hostería?.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 14-3:	¿Qué medios de información utiliza para informarse de nuevos sitios? ..	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 15-3:	En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto a gastar por día por los servicios?	31
Gráfico 16-3:	¿Cuál es su forma de pago?.....	32
Gráfico 17-3:	Edad.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 18-3:	Género	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 19-3:	Lugar de procedencia	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 20-3:	Nivel de educación	3¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 21-3:	¿Acompañado de cuantas personas viaja?.....	3¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 22-3:	¿Cuándo decide viajar lo hace a través de?	35
Gráfico 23-3:	¿Conoce usted la parroquia Quimiag?.....	35
Gráfico 24-3:	¿Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia Quimiag?	36
Gráfico 25-3:	¿Qué servicios utilizaría?	36
Gráfico 26-3:	Tipo de Alimentación.....	37
Gráfico 27-3:	Tipo de Hospedaje.....	37
Gráfico 28-3:	¿En qué tipo de actividades le gustaría participar?.....	38
Gráfico 29-3:	¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en esta hostería?.....	38
Gráfico 30-3:	¿Qué medios de información utiliza para informarse de nuevos sitios?	39
Gráfico 31-3:	En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto a gastar por día por los servicios?	39

Gráfico 32-3:	¿Cuál es su forma de pago?.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 33-3:	Flujograma general de producción de servicios turísticos.....	57
Gráfico 34-3:	Flujograma del servicio de hospedaje.	57
Gráfico 35-3:	Flujograma del servicio de alimentación.....	58
Gráfico 36-3:	Flujograma del servicio de recreación.....	59
Gráfico 37-3:	Organigrama estructural.	67
Gráfico 38-3:	Organigrama funcional.....	68

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo: realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la parroquia Quimiag, cantón Riobamba. Mismo que se lo realiza mediante varios estudios: el estudio de mercado hacia los turistas a nivel nacional e internacional, el estudio técnico mediante una planificación de la fase de construcción de la infraestructura y la fase de operación de la hostería, para lo cual se ha obtenido como resultados la capacidad máxima de personas en la hostería en el primer año de ejecución es de 35 personas, las mismas que poseerán servicios de alimentación y el disfrutar de múltiples actividades en el área de recreación, en el caso del hospedaje se estableció una capacidad máxima de 33 personas diarias, el estudio ambiental se lo realizó mediante una matriz de impactos ambientales como lo es la matriz de Leopold, misma que permitió identificar los impactos positivos y negativos a nivel de sus actividades y componentes ambientales, implementándose de tal manera un Plan de Control y Mitigación de Impactos Ambientales, permitiendo el desarrollo apropiado, el estudio económico permitió dar a conocer la factibilidad económica que posee el proyecto, obteniendo los resultados, Valor Actual Neto (VAN) = \$ 41.790,22, Taza Interna de Retorno (TIR) = 31,96 %, Relación Beneficio Costo (B/C) = \$ 1.72; esto quiere decir que por cada dólar que se ha invertido la ganancia es de 0.72 centavos y la Recuperación del Capital se lo realizará en 2 años y 6 meses. Concluyendo que la hostería contará con todas las medidas de seguridad que son establecidas en la normativa vigente, en los manuales de funcionamiento y en los reglamentos internos de la misma, siendo de esta manera un proyecto viable. Se recomienda realizar estudios previos para de esta manera determinar si un proyecto es viable y así poder implementarlo.

Palabras clave: <ECOTURISMO>, <TURISMO SOSTENIBLE>, <VAN>, <IMPACTO AMBIENTAL>, <QUIMIAG (PARROQUIA)>.

ABSTRACT

The objective of this research is to conduct a feasibility study for implementing a lodge in the Quimiag parish, Riobamba canton. It is done through several studies as the market study towards national and international tourists, the technical studies through the planning of the construction phase of the infrastructure, and the operation phase of the lodge. The maximum capacity of the lodge in the first year of execution is 35 people, who will have food services and enjoy multiple activities in the recreation area. In the case of the lodging, it was established a maximum capacity of 33 people per day. The environmental study was carried out using a matrix of environmental impacts as the Leopold matrix, which allowed the identification of the positive and negative impacts at the level of its activities and environment components, thus implementing an Environmental Impact Mitigation and Control Plan, allowing the appropriate development. The economic study made it possible to show the economic feasibility of the project, obtaining the results, Net Present Value (NPV) = \$ 41,790.22, Internal Rate of Return (IRR) = 31.96 %, Benefit-Cost Ratio (B/C) = \$ 1.72; this means that for every dollar that has been invested the profit is 0.72 cents, and the Capital Recovery would be realized in 2 years and six months. It was concluded that the lodge would have all the safety measures established in the current regulations, the operating manuals, and the internal regulations of the lodge, making it a viable project. It is recommended to carry out previous studies to determine whether a project is feasible and thus be able to implement it.

Keywords: <ECOTOURISM>, <SUSTAINABLE TOURISM>, <NPV>, <ENVIROMENTAL IMPACT>, < QUIMIAG (PARISH)>.



Firmado electrónicamente por:

**SILVANA
PATRICIA
CELLERI QUINDE**

Silvana Patricia Céleri Quinde

C.C. 0602669830

INTRODUCCIÓN

En el mundo la actividad turística es multisectorial y multidisciplinaria, ya que permite la participación de diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación en sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas; las empresas que proporcionan servicios de alojamiento se dedican de manera profesional y habitual mediante un precio a proporcionar hospedaje a las personas, con prestación de servicios de carácter complementario como alquiler de salas de reuniones, actividades recreacionales, etc. Se nota que el turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se apuntan en él un número creciente de nuevos destinos, permitiendo así que sea considerado un motor clave del progreso socioeconómico (Muñoz 2017, p.20).

El turismo es una actividad económica que en las últimas décadas se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, que permite conocer mayor diversidad de sitios únicos, culturas impresionantes, paisajes increíbles, además de vivir experiencias únicas descubriendo la riqueza turística (Caiza, y otros, 2012). El (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2016), indica que el turismo aporta el 10% del Producto Interno Bruto Mundial, generando 1 de cada 11 empleos a nivel mundial, por lo que la importancia turística no solamente se centra en un nivel económico, sino también a nivel social y cultural (Moral et al., 2010, p.5).

En esta línea, El turismo como actividad en el Ecuador tiene un creciente desarrollo cada vez más importante, al estar atravesado estratégicamente por la línea equinoccial, y al recibir la influencia de las corrientes marinas, posee una gran variedad de microclimas, evidentemente el Ecuador no sobrevive exclusivamente del turismo, pero posee un potencial natural y cultural importante luego del petróleo y del banano como productos de exportación, tiene uno de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño, en el país el turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, en el desarrollo de infraestructuras hoteleras, entre otros (Veloz, 2011, p.14).

El incentivar la adopción de una cultura de calidad en las empresas de alojamiento turístico se ha convertido en un objetivo primordial para el Ministerio de Turismo, debido al crecimiento acelerado de la actividad turística y a la gran competencia mundial, por esta razón es imprescindible que las empresas que brinden servicios comprendan la importancia de adquirir conocimientos, destrezas y habilidades que permitan al personal ofrecer calidad en la atención que brindan (Nasimba et al., p.1).

El turismo ayuda en el desarrollo de la economía, aporta para mejorar el nivel de vida de los habitantes diversificando fuentes de empleo, incorporando actividades productivas, artesanales, agropecuarias, y recreativas, a partir de las potencialidades de cada uno de los territorios.

Por lo tanto, la provincia de Chimborazo se evidencia como un destino turístico con alto potencial, la misma que se encuentra en el callejón interandino del Ecuador, con recursos naturales y culturales. Riobamba es conocida como la “Ciudad de las primicias” cuenta con cinco parroquias urbanas: Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Veloz y Yaruquíes y 11 rurales: Cacha, Calpi, Cubijés, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan y San Luis (GAD Riobamba, 2010).

La parroquia Quimiag conocida como la tierra de los chirotes, es un pueblo muy antiguo donde vivían los nativos Quilimás o Quimiás se encuentra a una distancia de 5 ½ km de la cabecera provincial, cuenta con atractivos culturales y naturales para el disfrute del turista como: El Parque Nacional Sangay, nevado El Altar, lagunas, miradores naturales; fiestas de la Virgen del Puente del Señor de los Milagros entre otros (GAD Riobamba, 2010).

En la actualidad, el sector hotelero sigue en continuo desarrollo, con el impulso del turismo el sector se ha ido abriendo a nuevas posibilidades, con más variedad de servicios incluidos, en cada provincia existen diferentes hoteles los cuales han sido pioneros en la creación de estos establecimientos, ofreciendo algo diferente a los huéspedes. De esta manera cada hotel se adapta a la necesidad del lugar y de los huéspedes (Sarango 2020, p.2).

Según el (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2016), el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social; en el artículo 5 de la Ley de Turismo establece como actividad turística al servicio de alojamiento.

Tomando en cuenta en la parroquia de Quimiag como problema principal la escasez de establecimientos con condiciones y capacidades del sector turístico que permitan la inclusión económica, la promoción social y que satisfaga las necesidades de los turistas. Obligan a retornar a sus hogares o en busca de familiares que les permitan hospedarse, reduciendo así la necesidad de encontrar un lugar adecuado para su estancia.

Dentro de este contexto, se propone implementar una hostería sostenible, que más allá de satisfacer las necesidades de los turistas a través de la prestación de servicios de la calidad,

constituya un espacio en donde el turista pueda enriquecer su conocimiento sobre la zona visitada. Algunos estudios han desarrollado el concepto de calidad de servicio en la industria turística, los cuales han demostrado, una relación positiva entre calidad de servicio, satisfacción del consumidor, intencionalidad de compra y recomendación posterior, justificando de esta manera la necesidad de imponer políticas de calidad en los establecimientos hoteleros, dentro de un marco de sostenibilidad con respecto al ámbito ambiental, económico y social.

La implementación del presente proyecto responde a la iniciativa privada, con ánimos de crear un espacio en donde el turista pueda disfrutar de los atractivos naturales y culturales, al mismo tiempo pueda conocer las técnicas y saberes ancestrales del territorio que visita, dentro de un marco de respeto al ambiente y la cultura local.

JUSTIFICACIÓN

Ecuador cuenta con 4 regiones con diversos atractivos turísticos, ya que cada uno posee diversas especies en flora y fauna, siendo uno de sus mayores atractivos turísticos a nivel nacional e internacional, por tal motivo se ha tomado como necesidad la creación de centros turísticos recreativos para la comodidad de sus visitantes, y dar a conocer no solo en sectores conocidos del país sino en sectores que muy poco son visitados pero que poseen gran cantidad de atractivos turísticos, por esta razón se ha tomado en consideración el estudio de factibilidad de implementar un centro turístico (hostería) en la parroquia Quimiag (Álvarez 2014, p.3).

Permitiendo dar a conocer sus riquezas naturales y culturales de la parroquia, incentivando en un crecimiento económico, generando fuentes de trabajo a las familias del sector mediante la construcción de un centro turístico como lo es la hostería, la misma que permita el alojamiento y el disfrute de sus actividades que ofrecen en sus áreas recreacionales y el conocer nuevos espacios naturales del sector, contribuyendo de esta manera la satisfacción del turista por conocer espacios amplios de la naturales para un confort de los visitantes (Álvarez 2014, p.3).

Este proyecto nos da a conocer sectores que no han sido visitados por turistas a nivel nacional y de esta manera a traer turistas a nivel internacional, ya que nuestro país Ecuador posee riquezas que son de cierta manera desconocidas para las personas; para lo cual este estudio nos permitirá saber la factibilidad y viabilidad que posee la implementación de dicho proyecto en la zona de estudio propuesta, mediante la elaboración de estudios técnicos, económicos y ambientales, que permitan que el proyecto se pueda ejecutar de manera efectiva y permita el progreso del sector (Álvarez 2014, p.3).

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la parroquia Quimiag, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Objetivos específicos

- Analizar la viabilidad comercial y productiva para la implementación de la hostería.
- Realizar el estudio administrativo legal.
- Elaborar el estudio técnico y ambiental.
- Realizar el estudio económico – financiero.

HIPÓTESIS DE TRABAJO

La implementación de una hostería en la parroquia Quimiag, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo; es factible en los aspectos comercial, técnico, administrativo, ambiental y económico.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Generalidades del Turismo

1.1.1. Turismo

El turismo es conocido como el desarrollo de una o varias actividades en diversos sectores dentro o fuera un determinado país, estas actividades son fomentadas por varias personas con el objetivo de dar a conocer lugares específicos, para generar de esta manera ingresos económicos que favorezcan la economía y el progreso a largo plazo del sector (Álvarez 2014, p.5).

El Turismo es conocido por las diversas actividades que se pueden ejercer en diversos lugares, y permiten de esta manera que las personas puedan desplazarse de manera temporal a diversos sectores que permitan al visitante conocer y disfrutar de sus atractivos turísticos que ofrecen en la zona (Álvarez 2014, p.5).

1.1.2. Turismo Sostenible

El turismo sostenible consolida sus bases en hallar el equilibrio entre la actividad económica realizada por las empresas del sector turístico y el medio ambiente con su biodiversidad, de tal manera, que se mantengan intactos en su estado natural y no se vean expuestos a los efectos negativos que puede traer el turismo sino es manejado de una manera adecuada (Lalangui et al., 2017, p.1).

El turismo sostenible, se concibe en los nuevos paradigmas como un modelo de gestión que debe incorporar una óptica integrada del desarrollo y que aglutine las variables; social, ambiental y económica, resulta imposible hablar de turismo sostenible si sólo se busca la consecución de una de ellas (Álvarez 2014, p.5).

1.1.3. Turismo en Ecuador

El turismo ha sido de gran importancia a nivel social, cultural y considerado como uno de los principales ingresos económicos para los habitantes de varios sectores que han sido considerados como turísticos, ya que gracias a ello aumentando las inversiones de manera notable en construcción de centro recreativos, generando un desarrollo a nivel nacional e

internacional, esto tuvo comienzos en el interés de las personas por dar a conocer la naturaleza y sus diversos ecosistemas, siendo muchos de ellos considerados en la actualidad como áreas protegidas debido al excesivo número de visitantes y al impacto que se genera sobre la naturaleza, por esta razón en los años 80 se propuso implementar el concepto denominado como desarrollo sostenible, siendo el que maneje los tres ejes principales como es el desarrollo social, económico y ambiental, permitiendo de esta manera generar un equilibrio entre estos ejes, los mismos que son aplicados en la actualidad para la conservación y perpetuación de la naturaleza (Álvarez 2014, p.5).

1.1.3.1. Turismo en la Provincia de Chimborazo

Chimborazo es una provincia que posee diversidad de ecosistemas con increíble variedad de flora y fauna; y siendo desde el punto de vista social y cultural uno de los atractivos turísticos visitados por turistas nacionales y extranjeros, permitiendo de esta manera un intercambio cultural y la apreciación por parte de sus visitantes. El desarrollo del turismo de la provincia de Chimborazo se va encaminado por el desarrollo social, cultural, ambiental y económico que posee cada habitante de la provincia, haciendo de esta manera que la provincia sea conocida a nivel nacional e internacional, por esta razón se promueve actividades turísticas dentro de la provincia y en cada uno de sus cantones, dando a conocer los paisajes más relevantes de la provincia como lo es el nevado Chimborazo, que es considerado como un atractivo turístico, a más de ser considerado como un área protegida por la presencia de flora y fauna que se encuentran en su alrededor, es uno de los nevados que ha sido considerado como el más alto del mundo, ya que llega a estar a una altura de 6310 metros sobre el nivel del mar, otros de sus paisajes que sobresalen son sus lagunas por su particular color y atractivo hacia los ojos de sus visitantes, entre estos tenemos la laguna de Colta, laguna de Ozogoché en Alausí, Laguna Amarilla en Candelaria, entre otras (Álvarez 2014, p.5).

1.2. Generalidades de la Hostería

1.2.1. Hostería

Es un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de

recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Minur 2001, p.1).

1.2.2. Categorización de los establecimientos de hospedaje

Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico y la casa de huéspedes (Minur 2001, p.1).

1.3. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad de un proyecto es una herramienta que se utiliza para guiar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, esta herramienta se utiliza en la última fase pre-operativa de formulación del proyecto y sirve para identificar las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, de esta manera se podrá decidir si se procede o no a la implementación (Labor Mexicana, 2016).

El estudio de factibilidad del proyecto nos ayudara a conocer los recursos necesarios para su correcta ejecución y cumplir así, los objetivos del estudio, sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación (Veloz, 2016, p.2). El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas (Luna, 2001).

1.4. Estudio de Mercado

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio (Córdoba, 2011).

El estudio de mercado es muy importante, ya que ahí se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia, dentro de la cual se estudia el

producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad (Orejuela et al, 2022, p.1).

1.5. Demanda Turística

Es 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. Está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios (Mamani, 2016).

1.5.1. Demanda actual

Se refiere al número actual de personas que participan en la actividad turística (turistas, viajeros o visitantes), es decir, que efectivamente viajan (consumidores reales) (Mamani, 2016).

1.5.2. Demanda potencial

Son prospectos en los que se ha identificado una necesidad, motivación o interés asociado a un bien en particular, y que posiblemente viajarán, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero) (Mamani, 2016).

1.5.3. Demanda diferida

Son las personas que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta, a este grupo también pertenece el sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, limitación que no sólo es propia de los países en desarrollo, sino también en los industrializados (Mamani, 2016).

1.5.4. Demanda idónea

Se refiere a la capacidad que tienen los consumidores de poder adquirir los bienes y servicios y su disposición para disfrutarlos en función de variables tales como contar con el tiempo, dinero, medios, condiciones sociales y familiares, las cuales los convierten en consumidores idóneos o mercado meta idóneo (Mamani, 2016).

1.5.5. Demanda objetiva

Seleccionar la demanda objetivo implica cuantificar el porcentaje de la demanda potencial a ser captada del mercado. Se recomienda que en una etapa inicial o de lanzamiento de un producto se inicie captando hasta el 10% de la demanda insatisfecha, este porcentaje variará conforme pase el tiempo y en función de la capacidad instalada (Solarte et al., 2011, p.5).

1.5.6. Oferta turística

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 (Solarte et al., 2011, p.5).

- Sistema turístico

El sistema turístico por su parte está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentran en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o anfitriones (Solarte et al., 2011, p.5).

1.5.7. Infraestructura

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas y, en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo. Es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación. La profunda transformación que está generando en el sistema turístico Internet, todavía es analizada de manera preponderante en relación al rol de las agencias de viajes. Como factor de competencia o como una oportunidad para todas las empresas, se coincide en la necesidad de profesionalizar cada vez más el sector que demanda trabajadores altamente especializados (Solarte et al., 2011, p.5).

- Planta turística

El conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo (Solarte et al., 2011, p.6).

- *Superestructura turística*

Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (Minur 2001, p.1).

1.5.8. *Oferta vs Demanda*

Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda-oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance.

1.5.9. *Segmentación del mercado*

Es el proceso de análisis metodológico mediante el cual se estudia el mercado de consumidores. Consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

1.5.10. *Variables de segmentación del mercado*

- **Geográficas:** países, regiones, ciudades o códigos postales.
- **Demográficas:** genero, edad, ingresos, educación, profesión, clase social, religión o nacionalidad.
- **Psicográficas:** estilo de vida y personalidad.
- **Conductual:** frecuencia de uso del producto, búsqueda del beneficio, nivel de fidelidad, actitud hacia el producto (Lalangui et al., 2017, p.10).

1.5.11. *Competencia*

Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho de mercado y ofrecen productos similares. Existen diferentes niveles de competencia de acuerdo a

la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia se origina entre marcas, productos o necesidades (Muñoz 2010, p.4).

- *Análisis de la competencia*

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa ubicación, cuántos son, productos que ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc. La empresa analiza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades frente a sus principales competidores. Realiza un completo diagnóstico con respecto a la competencia.

1.6. Estudio Técnico

El estudio técnico es un elemento indispensable que nos permite analizar los elementos que intervienen en el desarrollo del proyecto, mediante la descripción detallada de cada aspecto del proyecto con la finalidad de conocer cada uno de sus requerimientos que nos permitirá su viabilidad (Saltos et al., 2009, p.21).

1.6.1. Análisis administrativo legal

- *Administrativo*

Un estudio administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa. Las empresas que inician operaciones deben comenzar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas, objetivos, es decir con la definición de una administración estratégica (Guerrero et al., 2016 p.14).

- *Legal*

Un estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes, también toma en cuenta legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. Una de las áreas más relevantes de un estudio legal será la legislación tributaria (Guerrero et al., 2016 p.14).

1.6.2. Estudio técnico ambiental

- Estudio técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio. Son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio. Dentro de los elementos del estudio técnico se encuentran (Córdoba, 2011):

- Descripción del producto.
- Descripción del proceso de manufactura elegido.
- Determinación del tamaño de planta y programa de producción.
- Selección de maquinaria y equipo.
- Localización de la planta.
- Distribución de planta.
- Disponibilidad de materiales e instalaciones.
- Requerimientos de mano de obra.
- Estimación del costo de inversión y producción de la planta

- Impacto ambiental

El impacto ambiental se presenta cuando una acción o actividad produce una alteración favorable o desfavorable en el medio ambiente o en alguno de sus componentes, es decir, el impacto ambiental de un proyecto productivo sobre el medio ambiente puede definirse como la diferencia entre la situación natural del ambiente presente y la situación evolutiva normal del ambiente futuro, sin tal impacto (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2012).

- Evaluación de impactos ambientales

Es una herramienta para que los tomadores de decisiones identifiquen los posibles impactos ambientales de los proyectos propuestos, a fin de evaluar los enfoques alternativos, y de diseñar e incorporar medidas adecuadas de prevención, mitigación, gestión y monitoreo (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2012).

- *Matriz de impactos Leopold*

La matriz de Leopold es utilizada como método de valoración para identificar impactos ambientales, mediante el análisis de sus componentes ambientales y las actividades que se vayan a desarrollar durante el proyecto, su objetivo es identificar aspectos más susceptibles a sufrir impactos negativos hacia el ambiente.

1.6.3. Análisis económico financiero

Constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio - Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión. Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa) (Córdoba 2011, p.5).

- **Ingresos.** La base de las valoraciones y conclusiones del estudio.
- **Costos.** Se trata del costo total del producto o servicio que fijemos. Aquí entran desde el coste unitario, de materia prima, costos indirectos de fabricación, así como la producción directa.
- **Gastos de administración.** Todas las herramientas, los recursos y el personal necesario para llevar a cabo el proyecto.
- **Gastos de venta.** Marketing y departamento comercial. ¿Cuánto nos cuesta vender los productos y servicios?
- **Gastos financieros.** Correspondientes a la adquisición de préstamos necesarios, dentro del plan financiero de un proyecto. Con ellos sabremos la factibilidad financiera de un proyecto, así como los diferentes estados financieros de un proyecto.
- **Depreciaciones.** Se aplican debido al deterioro de herramientas o materiales usados en las actividades del proyecto. Por el uso de los recursos materiales.
- **Amortización.** Su objetivo es saber la pérdida periódica del valor de los activos de un proyecto.

- **Plan de inversión.** Requerimientos detallados para presentarlo a un posible inversor del proyecto.
- **Balance de apertura.** ¿Qué disponemos en el momento del comienzo del proyecto? El estado de situación financiero durante la apertura. Identificamos los activos, pasivos y el capital contable en ese momento. Y lo comparamos con las estimaciones de ingresos y gastos. Clave para saber si proyecto tiene futuro o no.
- **Presupuesto de caja.** Movimientos del dinero. ¿Dónde y cuánto nos costará realizar transacciones de dinero?
- **Balance general proyectado.** Se realiza cada año y corresponde a la organización de activos, pasivos y capital contable proyectado en ese año concreto.
- **Razones financieras.** Se trata de las técnicas, índices y métodos de evaluación financiera de proyectos.
- **Punto de equilibrio.** ¿Qué ingresos y gastos necesitamos para cubrir la ejecución del proyecto? Ni nos debe faltar ni sobrar dinero en este punto de equilibrio.
- **Flujo neto de efectivo.** La cantidad neta total de dinero que tendrá el proyecto durante todo su ciclo de vida, teniendo en cuenta la tasa interna de retorno, rentabilidad, VAN, TIR e IR.
- **Costo de capital.** También denominada Tasa de corte. Corresponde al valor del capital económico.
- **Valor Actual Neto (VAN).** Nos dirá lo que ganaríamos a día de hoy, como si el dinero que vamos a percibir en el futuro lo recibiéramos hoy.
- **TIR o Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad.** Corresponde a la media de los rendimientos futuros estimados de una inversión. Nos dirá si es oportuno re-invertir. Para ello, el Valor Actual Neto debe ser igual a cero.
- **IR o Índice de Rentabilidad.** Nos indica cuántas veces estamos ganando lo invertido.

CAPÍTULO II

2. PROPUESTA DEL MODELO DE NEGOCIO

La implementación de una hostería en la parroquia Quimiag, barrio La Esperanza brindará una propuesta alternativa de alojamiento que, a su vez contribuirá al desarrollo socio económico. Este proyecto estará accesible para un mercado, cuya principal expectativa es encontrar no solo diversidad de productos sino calidad en los servicios, impulsando a que el turista pernocte por más días en de la localidad.

En cuanto al hospedaje estarán a la disposición del cliente habitaciones tipo cabaña, con baño privado a la comodidad del cliente brindando un servicio de calidad y calidez, haciendo que el turista se sienta cómodo para así poder pernoctar con tranquilidad.

Para el servicio de alimentación se ofrecerá principalmente platos típicos de la zona. Se presentarán eventos culturales, juegos tradicionales, visita a otros sitios de interés turístico con la finalidad de que el turista pueda disfrutar del lugar de visita. También estará a disposición los servicios de: sauna, turco, hidromasaje y un espacio al aire libre. El objetivo principal de la hostería es brindar confort y satisfacción a nuestros clientes y garantizando así la decisión correcta.

2.1. Marco metodológico

2.1.1. *Tipo de Investigación*

El nivel de investigación que fue empleado en el presente proyecto es mediante el método exploratorio, permitiendo el levantamiento de información y la obtención de datos y el método analítico que permitió el desarrollo de la investigación mediante el razonamiento empleado en cada uno de sus aspectos investigativos.

2.1.2. *Tamaño de la muestra*

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener. Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de

variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N: Universo de estudio

n: Tamaño de la muestra

p: La probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

e: Margen de error o precisión admisible (8%)

z: Nivel de confianza (depende de la varianza).

2.1.3. Instrumento

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones personales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

2.1.4. Caracterización del lugar

2.1.4.1. Localización

La Hostería se encuentra en la provincia de Chimborazo, ubicada en la parroquia Quimiag, limitada al norte con el cantón Penipe y la parroquia Candelaria, al sur el cantón Chambo, al este la provincia de Morona Santiago, al oeste la parroquia Cubijíes y el cantón Guano (Echeverría et al., 2016 p.2).

La Hostería Puerta hacia los Altares estará ubicada en la parroquia Quimiag a 9 km de distancia de la ciudad de Riobamba y a 2 km de la parroquia Cubijíes.

2.1.4.2. Ubicación Geográfica

El proyecto se realizará en el cantón Riobamba, parroquia Quimiag, sector La Esperanza, en el predio delimitado por las coordenadas en (UTM, WGS 84, Zona 17) corresponden a longitud:

770491, latitud: 9816384 y cota: 2732 m.s.n.m

2.1.4.3. Características climáticas

En la parroquia Quimiag posee un clima que se encuentre en los valles de la Sierra temperatura media que oscila entre los 12 °C a 20 °C, con una altitud que va desde 2400 msnm hasta los 5319 msnm (GAD, 2015).

La precipitación anual entre los 500 a 2000 mm, ya que posee dos estaciones lluviosas entre febrero-mayo y octubre-noviembre. Posee suelos derivados de materiales volcánicos como es la ceniza y productos de la desintegración y meteorización de la cangagua, sus suelos son mayormente utilizados en la agricultura (GAD, 2015).

2.1.5. Materiales y equipos

2.1.5.1. Materiales

- Hojas de papel Bond A4
- Esferos de colores
- Libreta de campo a cuadros
- Internet
- Tinta de impresora de varios colores

2.1.5.2. Equipos

- Computadora portátil hp
- Impresora Epson
- Memoria USB

2.1.6. Metodología

Para el desarrollo del presente proyecto se basará en 4 objetivos:

2.1.6.1. Viabilidad comercial del proyecto

Para determinar la viabilidad comercial y productiva del proyecto se realizó un estudio de mercado en mismo que se dividió en los siguientes análisis:

2.1.6.2. Estudio de la demanda

- Segmentación del mercado donde se determinó el universo de estudio donde se determinará el universo de estudio.
- Muestra, para el cálculo de la muestra se utilizó la formula estadística que se detalla a continuación:

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

Dónde:

N: Universo de estudio

n: Tamaño de la muestra

p: La probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

e: Margen de error o precisión admisible (8%)

z: Nivel de confianza (depende de la varianza).

- Técnica: la técnica empleada para la recolección de información fue la encuesta, integrada por variables socioeconómicas, geográficas, motivacionales, hábitos de consumo, gustos y preferencia.
- Instrumento: el instrumento que se aplicó para la investigación fue el cuestionario.

2.1.6.3. Estudio de la oferta

Para el análisis de la oferta se tomó en cuenta la infraestructura turística y los servicios que se ofertaran a la demanda.

2.1.6.4. Estudio de la competencia

Se determinó a aquellas empresas o proyectos que producen bienes y/o servicios similares a nuestro proyectado, donde se investigaron los nombres, la comercialización y los productos con sus precios.

2.1.6.5. Confrontación competencia demanda

En esta fase se realizó la proyección de la demanda insatisfecha y se determinó la demanda objetiva proyectada para la vida útil del proyecto donde se aplicó la fórmula del incremento compuesto (Minur 2001, p.1).

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Incremento compuesto

C_o = Número de clientes iniciales

i = Índice de crecimiento poblacional de la provincia de Chimborazo

n = Años a proyectar

2.1.6.6. Proyección de la demanda

Se proyectó la demanda objetivo, para determinar el mercado que abarcará los 5 años posteriores, utilizando el método del incremento compuesto.

2.1.6.7. Proyección de la oferta

Se proyectó la oferta, para determinar el mercado que abarcará los 5 años posteriores, utilizando el método del incremento compuesto.

2.1.6.8. Demanda insatisfecha

Se confrontó la proyección de la demanda con la de la oferta para obtener el mercado que abarcará los 5 años posteriores, para de esta manera, determinar la cuota de la demanda objetivo.

2.1.6.9. Demanda objetiva

Se captó el 10% de la demanda insatisfecha que es la expectativa generada en el proyecto.

2.1.6.10. Plan mercadotécnico

Marketing Mix

- Precio: Para determinar el precio se tomó en cuenta el costo de producción, la competencia, el perfil del turista y a la exclusividad del producto. Además, se analizó las formas de pago.

- Plaza: Se usará el canal de distribución directo.
- Promoción: Se diseñó la página Web y se establecieron los descuentos y promociones.

2.1.7. Viabilidad administrativo legal

Para el cumplimiento del segundo objetivo se procedió a la revisión de la Ley de turismo, Código Civil, y Reglamento de actividades turísticas, para identificar la figura legal y la conformación de la empresa mediante la elaboración del contenido del estatuto legal, permisos de funcionamiento, y demás requisitos vigentes que proporcionen un adecuado funcionamiento adecuado del proyecto, conjuntamente con la elaboración de la estructura orgánica y manual funcional.

2.1.8. Viabilidad ambiental

Para realizar el estudio técnico y ambiental se seguirá los siguientes pasos:

- a. Determinación del tamaño del proyecto
- b. Localización del proyecto
- c. Descripción del proyecto (ubicación, tamaño de la planta, flujo de servicios, requerimiento de instalaciones, requerimiento de materia prima, maquinaria u equipos, mobiliario, se realizará el diseño de la infraestructura necesaria en función de las necesidades de construcción, a partir de los datos obtenidos en el estudio de mercado y con la ayuda de un profesional en el área de arquitectura considerando practicas sostenibles).
- d. Se determinó el equipamiento, mano de obra y costo de la inversión, necesarios para la prestación de servicios de hospedaje y alimentación, así como también para el área recreativa.

Para lo ambiental se utilizará la Matriz de Leopold, mediante la cual se identificarán los posibles impactos y así proponer medidas de corrección o mitigación de acuerdo al caso. Se procederá de la siguiente manera:

- Delimitación del área
- Determinación de acciones que ejercerá el proyecto
- Determinar los elementos que se verán afectado por la acción
- Calificación de cada interacción utilizando la escala del 1 al 5 propuesta por Leopold.
- Realización de la valoración de los impactos, interpretación de resultados.

2.1.9. Evaluación económico financiero

Evaluación financiera: se determinarán los indicadores económicos referentes a: inversión del proyecto, gastos administrativos, depreciación de activos, estructuración de ingresos y estado de resultados.

Para la evaluación económica se realizará la elaboración del Flujo de caja, cálculo del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Beneficio, Período de recuperación de la Inversión y Punto de Equilibrio, y de esta manera se determinará la rentabilidad del proyecto propuesto.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Estudio de Mercado

3.1.1. *Universo*

El universo de estudio para la demanda fue de 254999 turistas nacionales e internacionales que ingresan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, Parque Nacional Sangay, Federación de Ferrocarriles Riobamba y Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario Chimborazo del año 2015.

3.1.2. *Segmentación*

Para el análisis de la demanda turística de la parroquia de Quimiag se tomó los datos existentes en el Registro de turistas que ingresan a la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, Parque Nacional Sangay, Federación de Ferrocarriles Riobamba y la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario Chimborazo al año 2015.

3.1.3. *Muestra*

Para establecer la muestra del área de estudio se utilizó la fórmula matemática de las poblaciones finitas misma que se indica a continuación:

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

En donde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de éxito (0.5)

q: probabilidad de fracaso (0.5)

$$n = \frac{254999 * (0,5 * 0,5)}{(254999 - 1) \left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + 0,5 * 0,5}$$

n= 120

3.1.3.1. Estratificación de la muestra

Se realizó el factor de estratificación en base a la fórmula siguiente, donde f= factor de estratificación, n= número de encuestas a aplicar y N el universo de estudio, el resultado obtenido con el factor de estratificación se multiplico por cada estrato para obtener el número exacto de encuestas a aplicarse.

- Factor de estratificación para los turistas nacionales y extranjeros

$$f = \frac{n}{N} = \frac{120}{254999}$$

$$f = 0,00047059008$$

- Definición de los estratos de los turistas nacionales y extranjeros

Tabla 1-3: Definición de los estratos de los turistas nacionales y extranjeros

Institución	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
RPFCH	15670	798	16468
PNS	74415	19396	93811
ENFE	85426	56959136	142376
CORTUCH	544	136	680
TOTAL	176055	77280	253335

Fuente: (Gaibor, 2017).

3.1.3.2. División de la muestra para la aplicación de encuestas

Tabla 2-3: División de la muestra para la aplicación de encuestas

Institución	Número de turistas por el factor de estratificación	Número de encuestas a aplicar	Número de turistas Nacionales	Número de turistas Extranjeros
RPFCH	15670*0,00047059008	9	8	1
PNS	74415*0,00047059008	44	35	9

ENFE	85426*0,00047059008	67	40	27
CORDUTCH	544 *0,00047059008	0	0	0
TOTAL	253335	120	83	37

Fuente: (Gaibor, 2017).

3.1.3.3. Cálculo de la muestra para el estudio de mercado

La muestra corresponde a 120 encuestas de la cual el 69% para turistas nacionales y 31% para turistas extranjeros. Por tal razón se aplicaron 83 encuestas a turistas nacionales y 37 encuestas a turistas extranjeros.

3.1.4. Análisis de resultados de la demanda turística

3.1.4.1. Tabulación encuestas de turistas nacionales

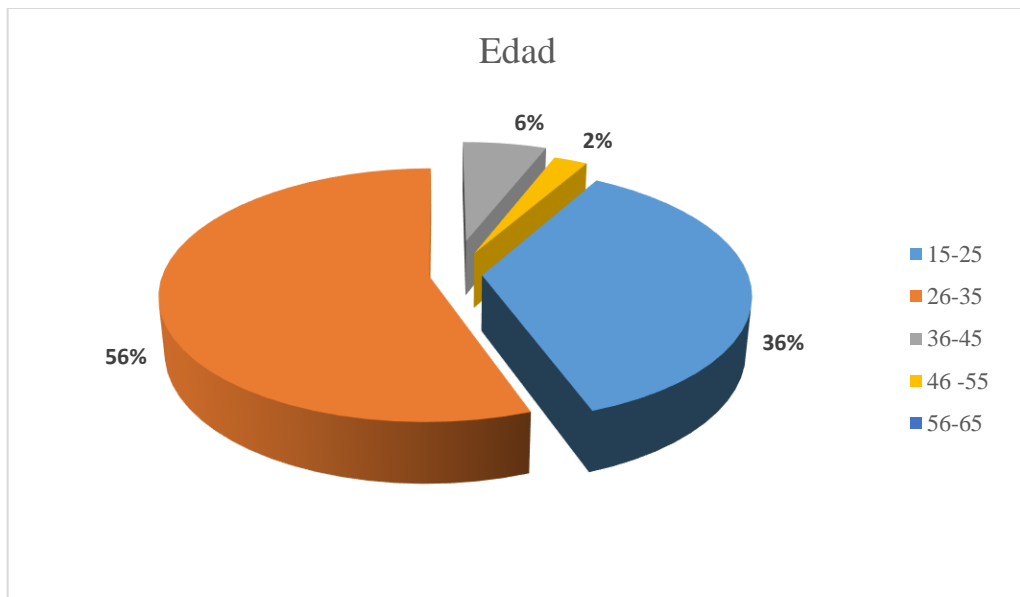


Gráfico 1-3. Edad

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

De acuerdo a las encuestas realizadas en cuanto a los turistas nacionales, el 55% se encuentran entre los 26 a 35 años de edad, luego se encuentra los de 15 a 25 años con el 36%, seguido por el rango de 36 a 45 años con el 6% y con un 2% están los turistas de 46 a 55 años de edad.

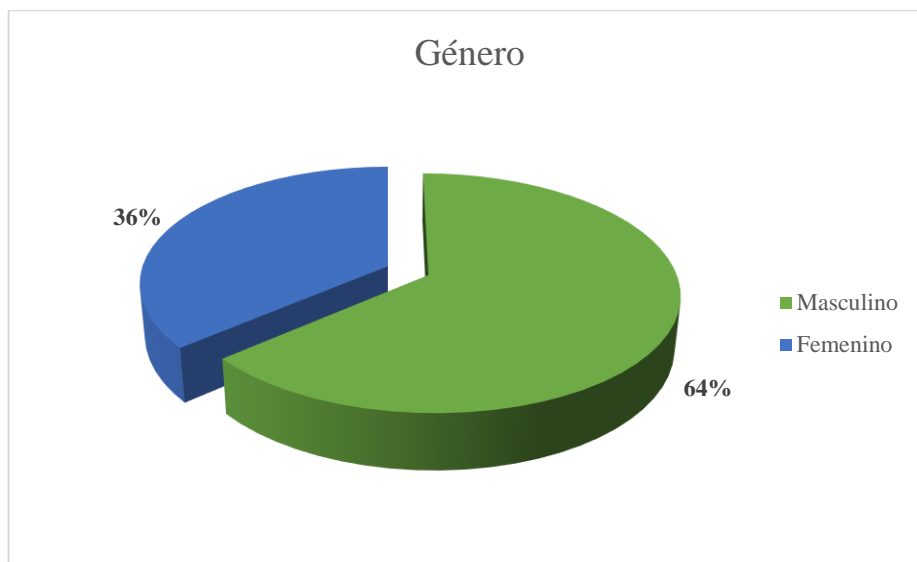


Gráfico 2-3. Género

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según las encuestas realizadas los turistas nacionales en su mayoría viajan el género masculino con un 64% y el género femenino con un 36%.

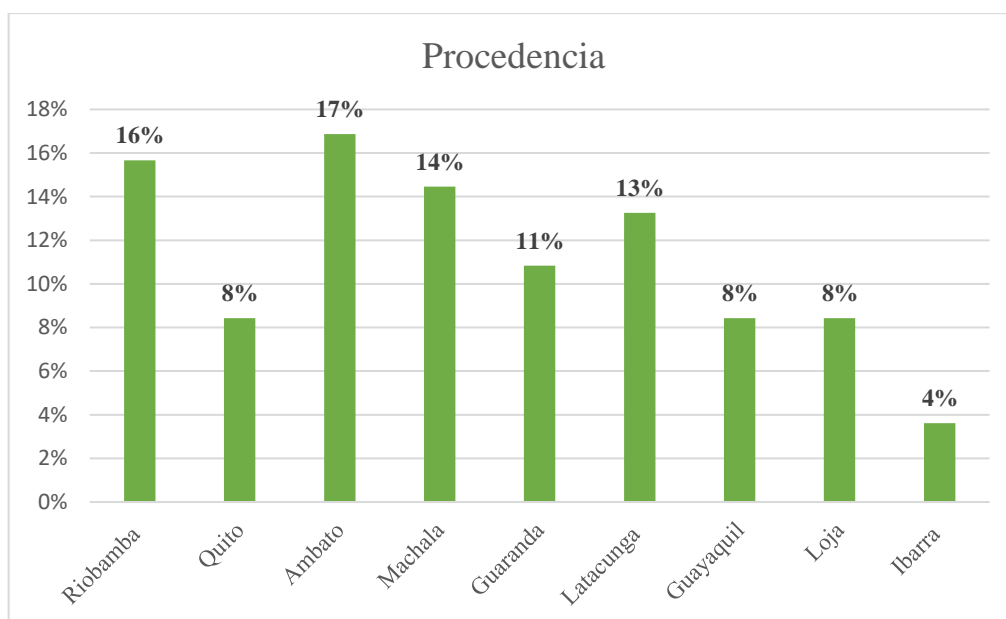


Gráfico 3-3. Lugar de procedencia

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según datos de las encuestas aplicadas los turistas nacionales proceden en su mayoría de Ambato (17%), Riobamba (16%), Machala (14%), Guaranda (13%).

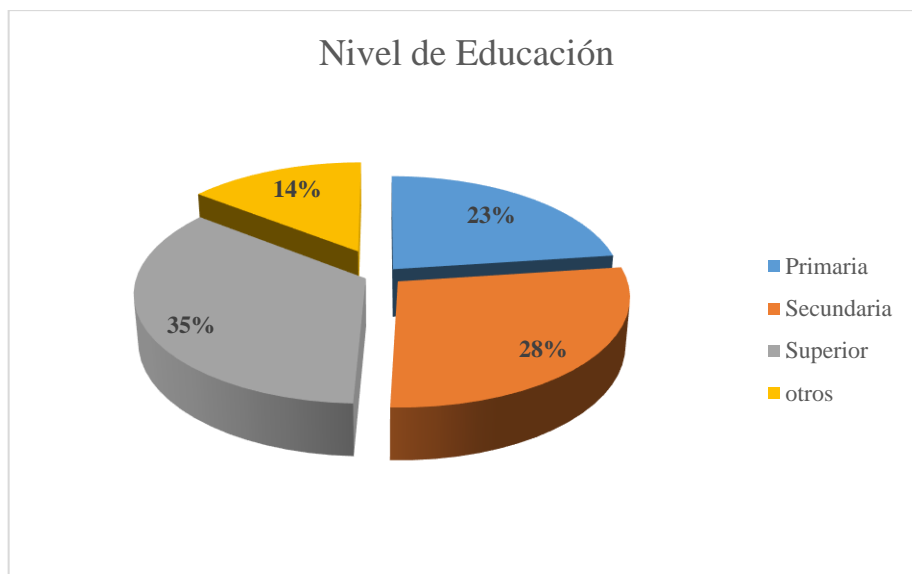


Gráfico 4-3. Nivel de educación

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

De acuerdo a las encuestas aplicadas la mayor parte de los turistas nacionales tienen un nivel de educación superior con un 35%, seguido de 28% secundaria y 23% primaria.

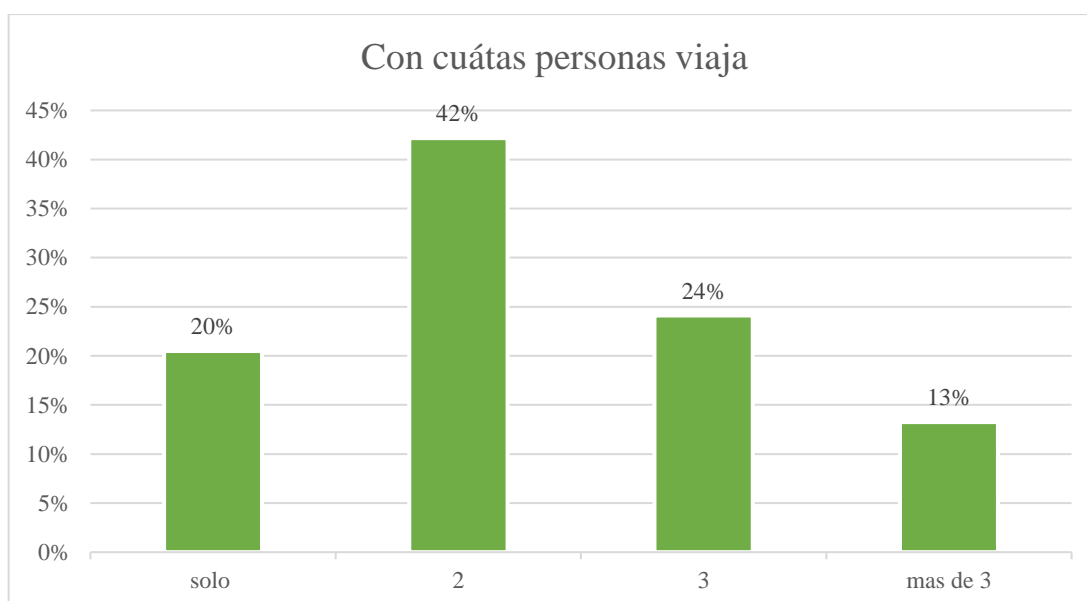


Gráfico 5-3. ¿Acompañado de cuántas personas viaja?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

El 42% de los turistas nacionales viajan 2 personas, el 24% entre 3 personas el 20% viajan solos y el 13% viajan más de 3 personas



Gráfico 6-3. ¿Cuándo decide viajar lo hace a través de?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Del total de turistas nacionales encuestados manifiestan que prefieren organizar sus viajes por cuenta propia 82% y el 18 % acuden a agencias de viajes. Para los turistas extranjeros el 68% organiza sus viajes independientemente y el 32% acude a agencias de viajes.

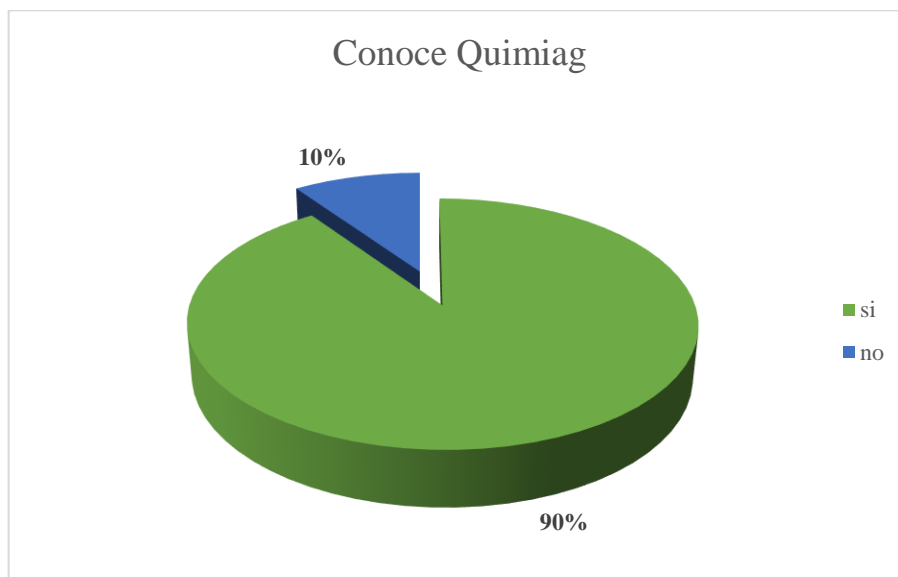


Gráfico 7-3. ¿Conoce usted la parroquia Quimiag?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

El 90% de los turistas nacionales conoce la parroquia Quimiag y el 10% desconoce de ella.

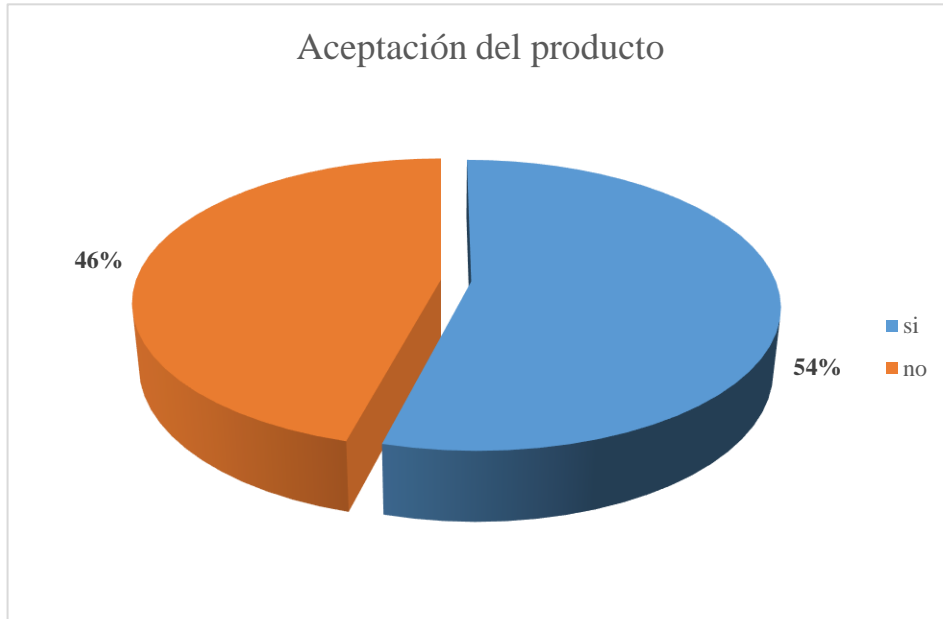


Gráfico 8-3. ¿Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia Quimiag?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Al 54% de los turistas nacionales les gustaría que exista una hostería en Quimiag y el 46% no está de acuerdo.

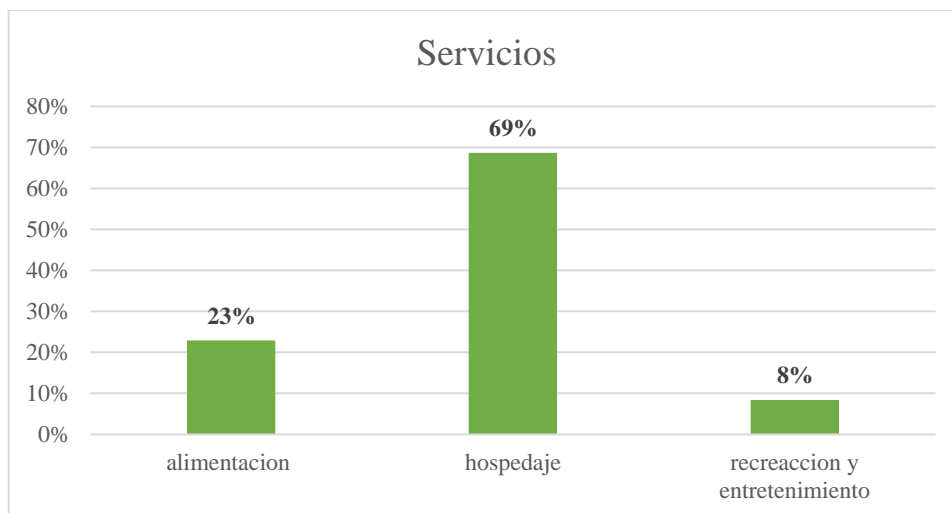


Gráfico 9-3. ¿Qué servicios utilizaría?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según las encuestas aplicadas los turistas nacionales los servicios a utilizarían son hospedaje con un 69%, alimentación 20% y recreación y entretenimiento 8%.

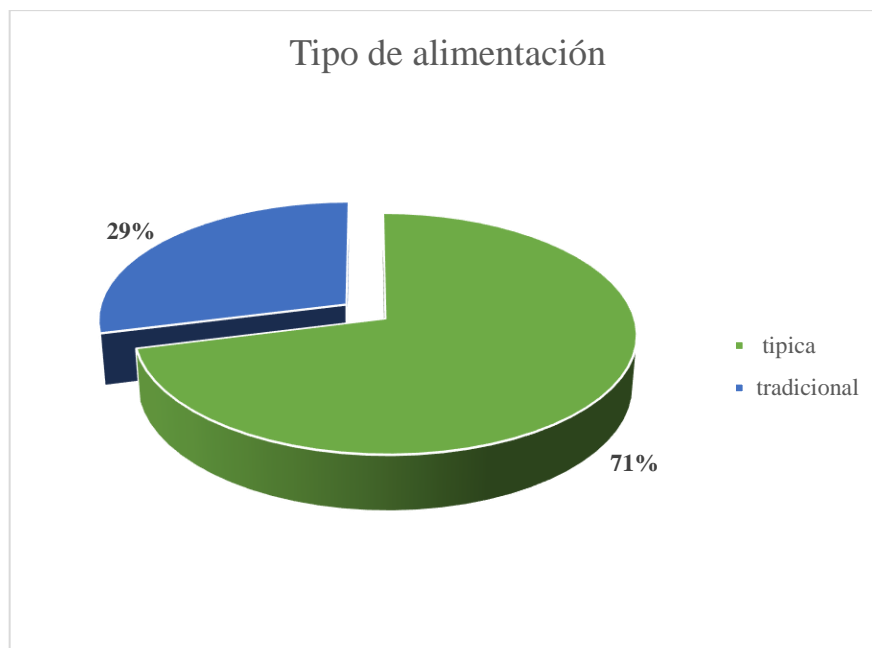


Gráfico 10-3. Tipo de Alimentación

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según los resultados de las encuestas realizadas los turistas nacionales optan por alimentación típica de la zona con un (71%) y el (29%) alimentación tradicional.

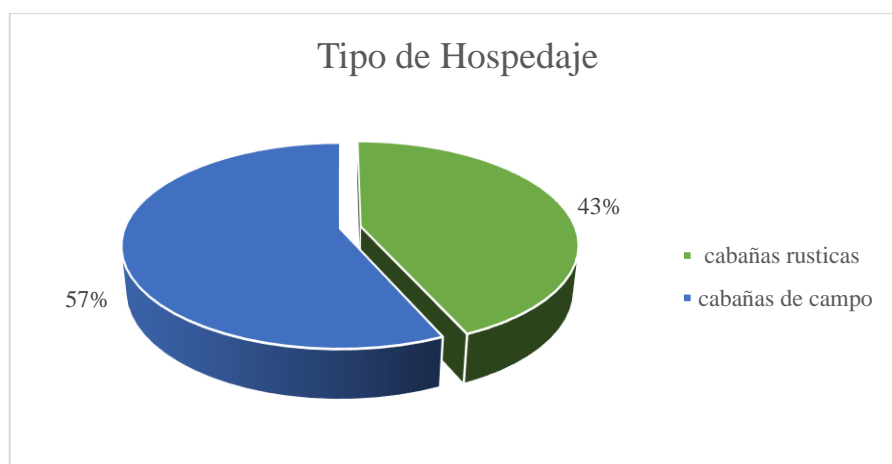


Gráfico 11-3. Tipo de Hospedaje

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según los resultados de las encuestas realizadas los turistas nacionales con un (57%) prefieren un hospedaje en cabañas de campo y con (43%) en cabañas rústicas.

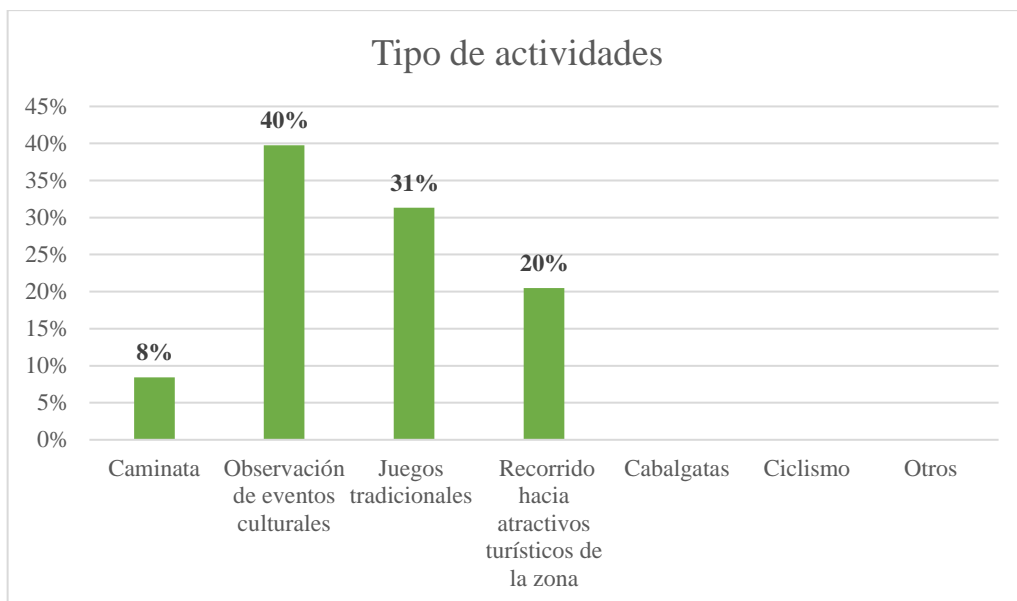


Gráfico 12-3. ¿En qué tipo de actividades le gustaría participar?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según los resultados de las encuestas las actividades de las que participarían los turistas nacionales está el 40% observación de eventos culturales, 31% juegos tradicionales 20% recorrido de atractivos y 8% caminata.

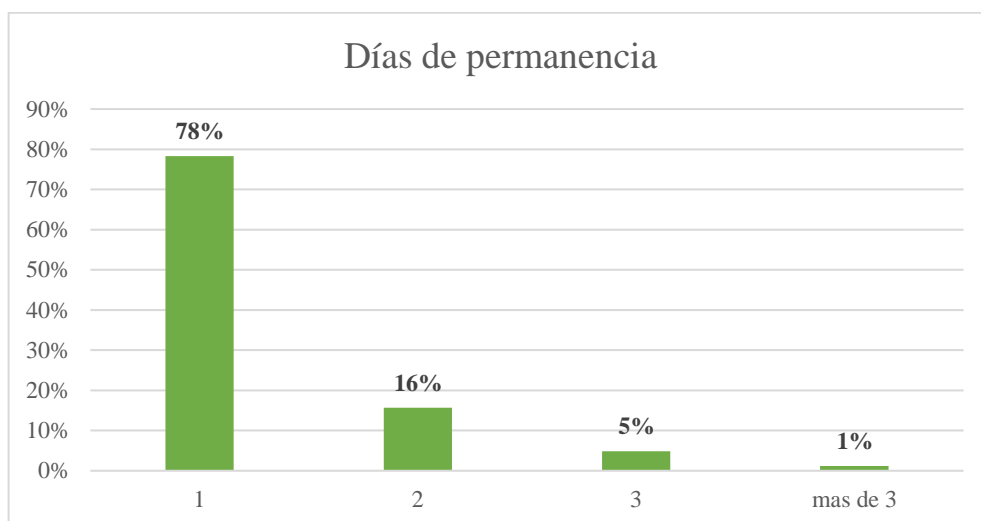


Gráfico 13-3. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en esta hostería?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según las encuestas aplicadas en cuanto a los turistas nacionales el 78% estaría dispuesto a permanecer en la hostería 1 día el 16% 2 días y el 5% 3 días.

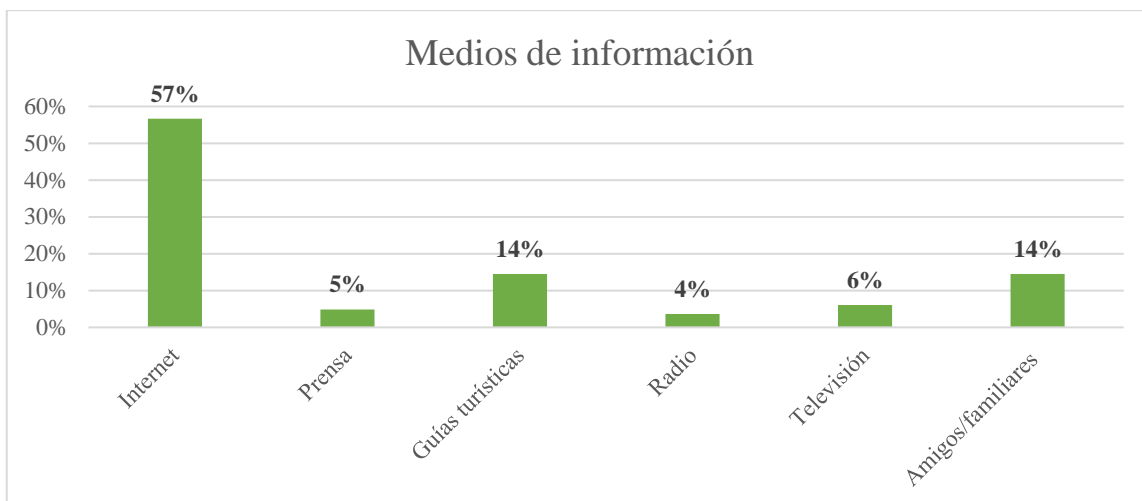


Gráfico 14-3. ¿Qué medios de información utiliza para informarse de nuevos sitios?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Según resultados de las encuestas aplicadas los turistas nacionales los medios de información que en su mayoría utilizan son internet 57%, guías turísticas y amigos y familiares con un 14% y la televisión con un 6%.

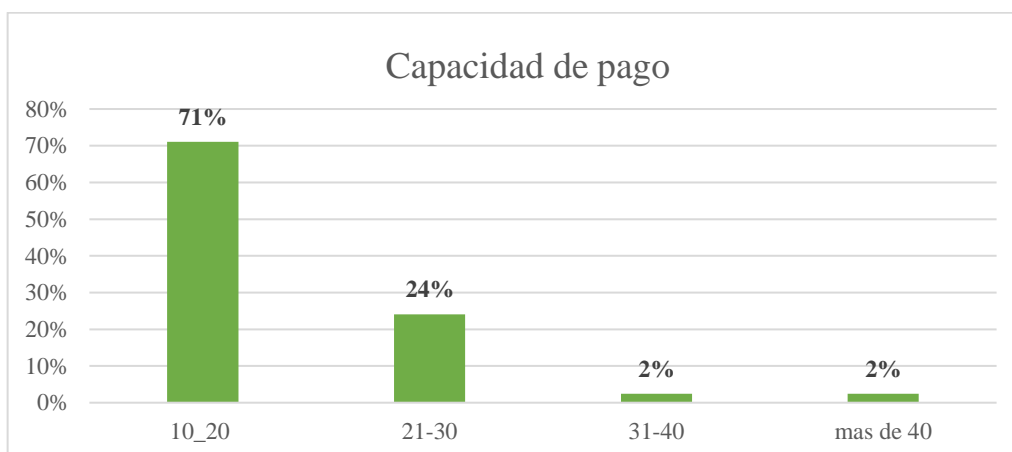


Gráfico 15-3. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto a gastar por día por los servicios?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Los turistas nacionales estarían dispuestos a pagar por día por los servicios de \$10 a \$20 71% y de 21\$ a 30\$ 24%.

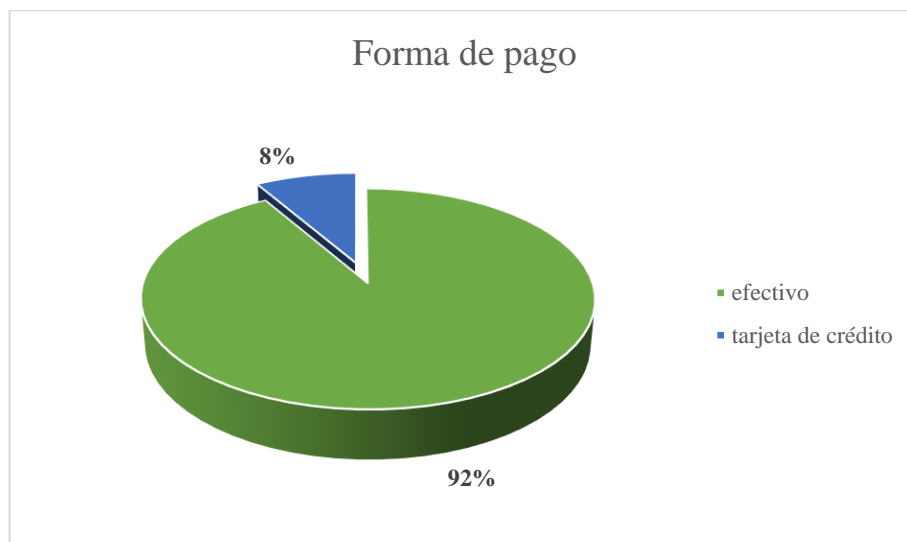


Gráfico 16-3. ¿Cuál es su forma de pago?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

El 92% de los turistas nacionales realiza sus pagos en efectivo y el 8% utiliza tarjeta de crédito.

3.1.4.2. Tabulación de encuestas de los turistas extranjeros

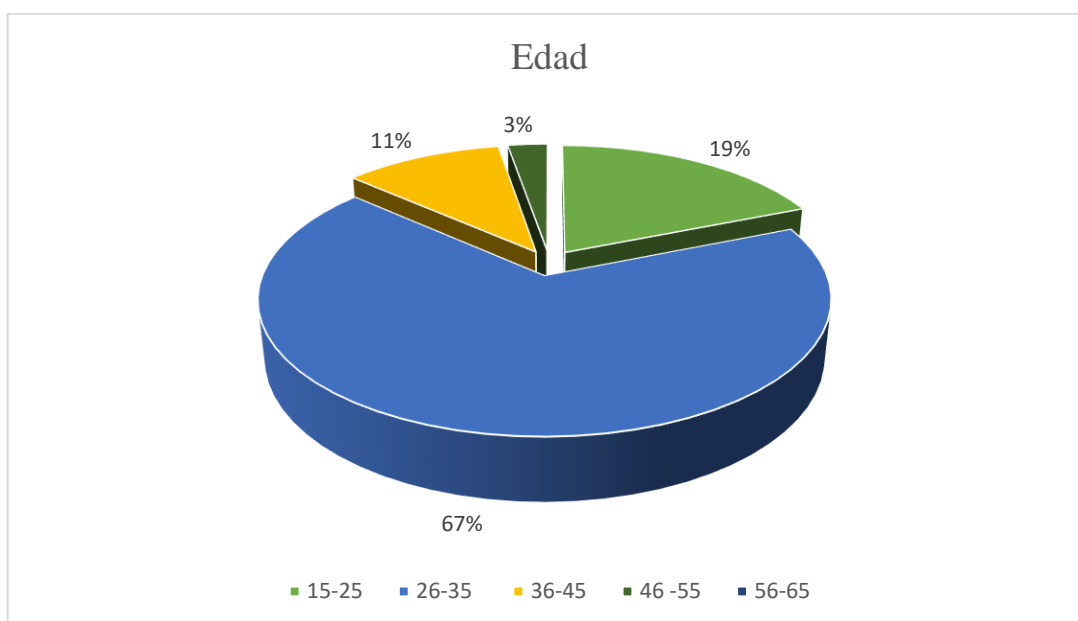


Gráfico 17-3. Edad

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

De acuerdo a las encuestas realizadas en cuanto los turistas extranjeros el (68%) se encuentra en edad de 26 a 35 años, con un (19%) están en 15 a 25 años y con un (11%) están entre los 36 a 45 años.

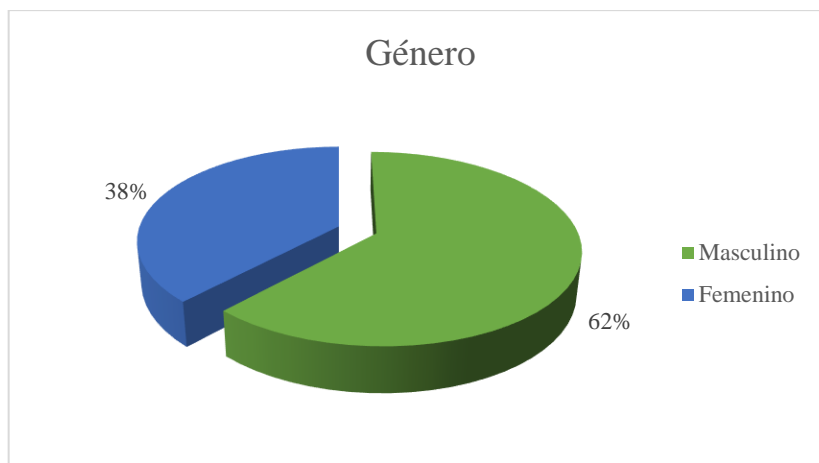


Gráfico 18-3. Género

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según las encuestas realizadas los turistas extranjeros el 62% corresponde al género masculino y 38% al género femenino.

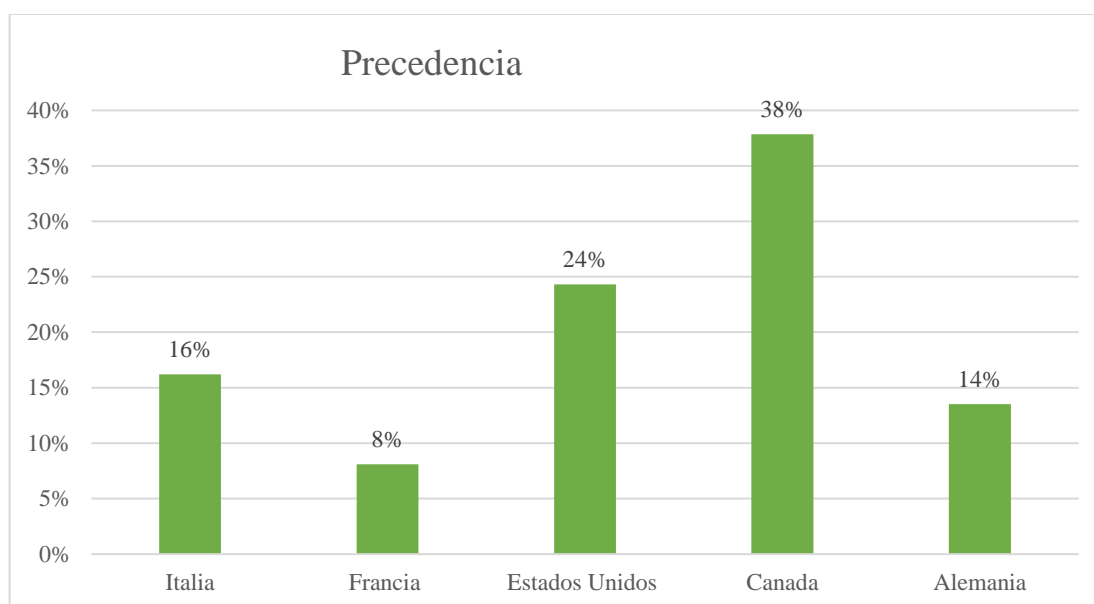


Gráfico 19-3. Lugar de procedencia

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según datos de las encuestas aplicadas los turistas extranjeros mayormente son de Canadá (38%), Estados Unidos (24%), Italia (16%) y Alemania (14%), esta información nos ayuda a determinar cuáles son las principales ciudades a las cuales se debe enfocar la promoción turística con la finalidad de obtener mayor demanda.

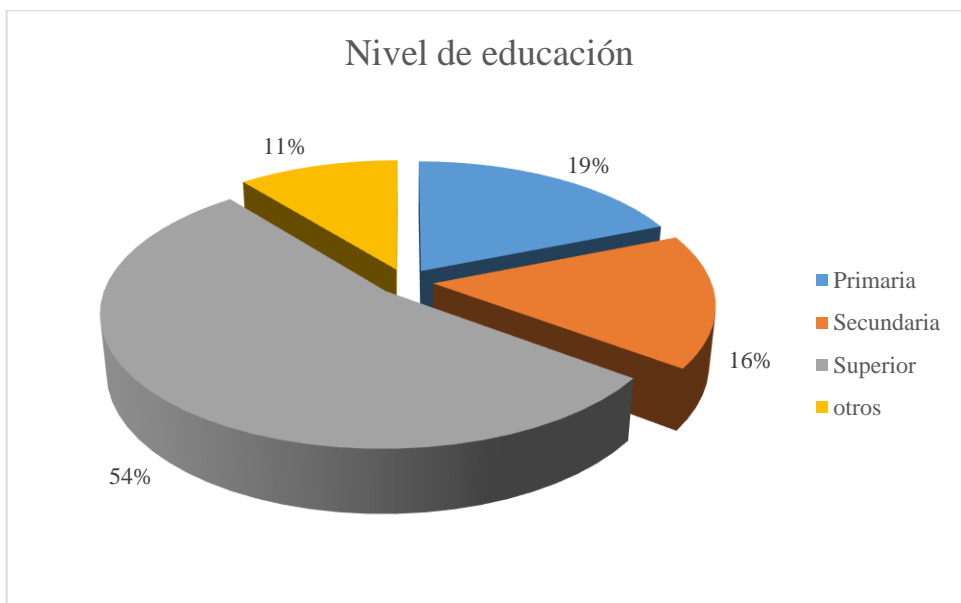


Gráfico 20-3. Nivel de educación

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

De acuerdo a las encuestas aplicadas la mayor parte de los turistas extranjeros con un 54% corresponde al nivel superior, primaria con un 19%, y secundaria con un 16%.

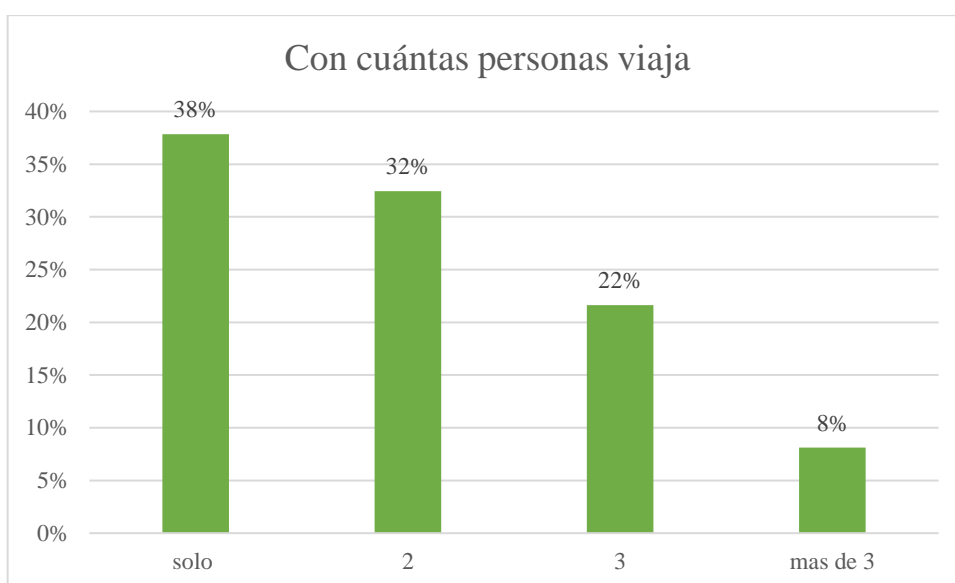


Gráfico 21-3. ¿Acompañado de cuántas personas viaja?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

El 42% de los turistas nacionales viajan 2 personas, el 24% entre 3 personas el 20% viajan solos y el 13% viajan más de 3 personas. Para los turistas extranjeros el 38% viajan solos el 32% viajan de 2 personas el 22% viajan 3 personas y el 8% más de 3 personas.

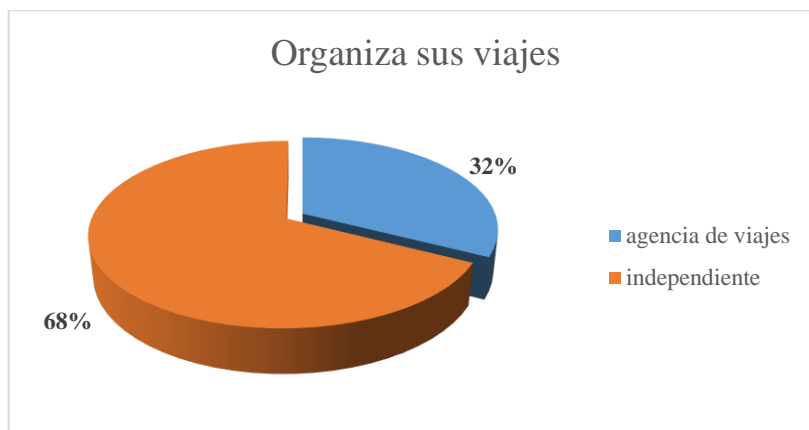


Gráfico 22-3. ¿Cuándo decide viajar lo hace a través de?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Del total de turistas extranjeros encuestados manifiestan que prefieren organizar sus viajes independientemente el (68%) y el (32%) acude a agencias de viajes.

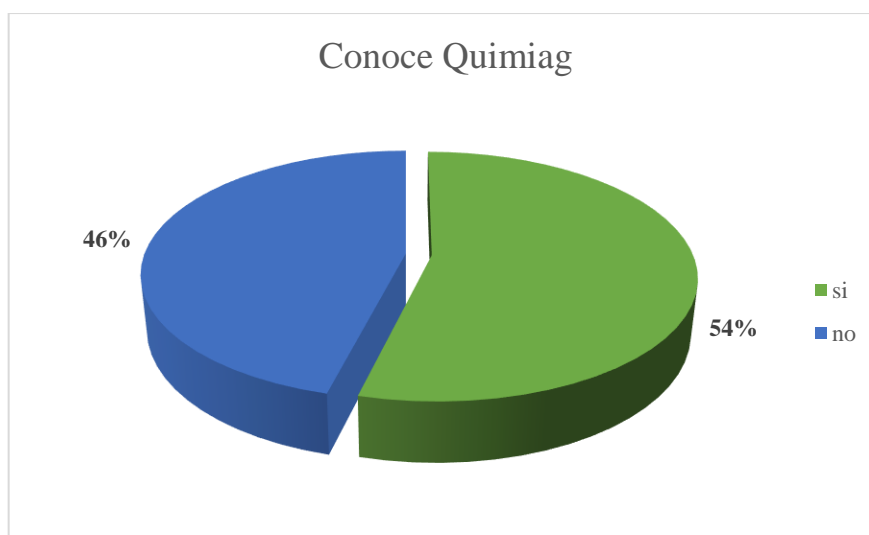


Gráfico 23-3. ¿Conoce usted la parroquia Quimiag?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según los datos en cuanto a los turistas extranjeros el 54% conoce la parroquia Quimiag y el 46% desconoce de ella.

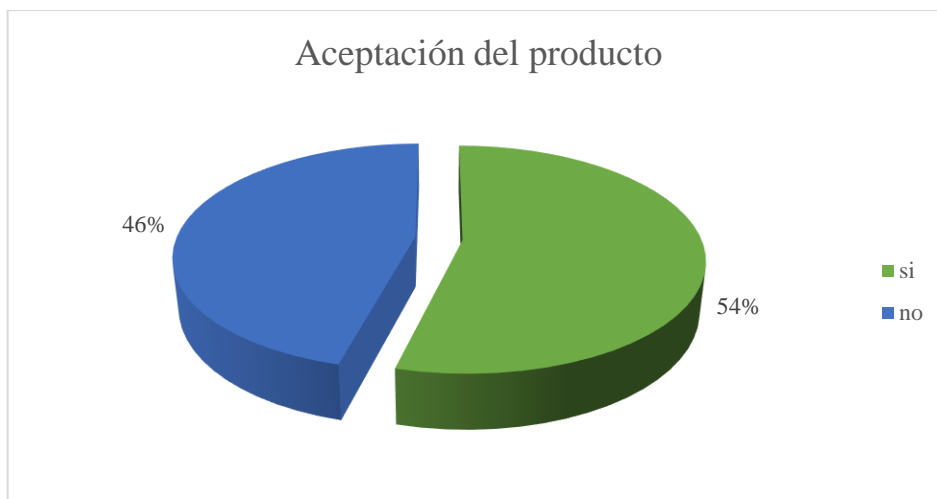


Gráfico 24-3. ¿Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia Quimiag?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

EL 51% de los turistas extranjeros está de acuerdo con que exista una hostería en Quimiag y el 49% no está de acuerdo.

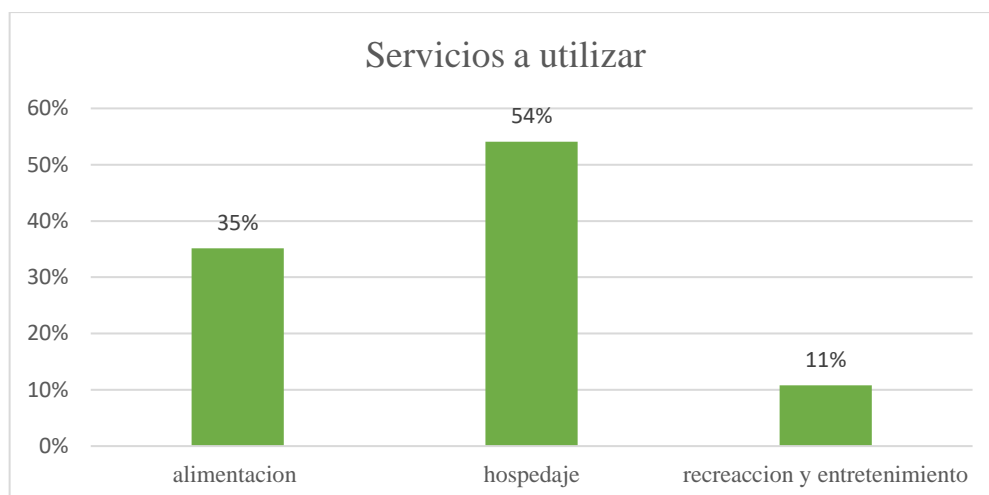


Gráfico 25-3. ¿Qué servicios utilizaría?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según las encuestas aplicadas turistas extranjeros utilizarían hospedaje con un 54%, alimentación 35% y recreación y entretenimiento 11%.

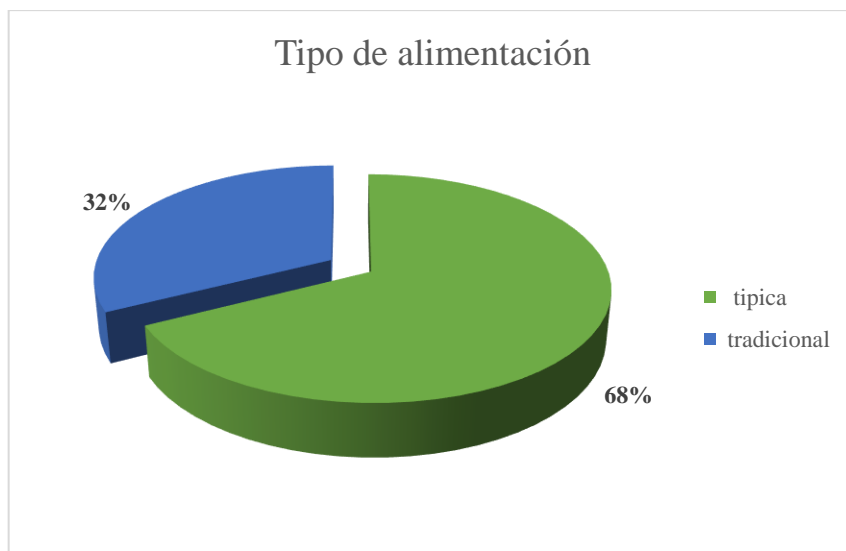


Gráfico 26-3. Tipo de alimentación

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según los resultados de las encuestas realizadas los turistas extranjeros optan por alimentación típica de la zona con un (68%) y alimentación tradicional con un (32%).

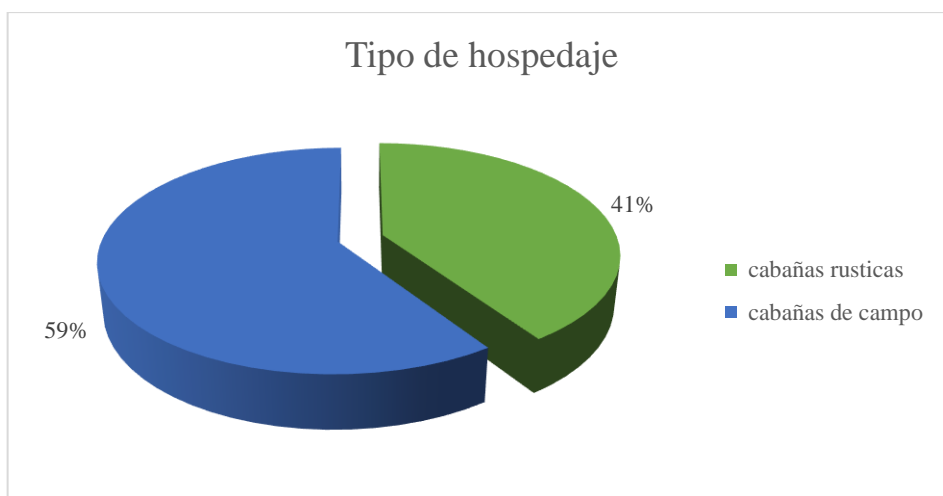


Gráfico 27-3. Tipo de hospedaje

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según los resultados de las encuestas realizadas los turistas nacionales optan les gustaría hospedarse en cabañas de campo con un (59%) y en cabañas rústicas con un (41%).

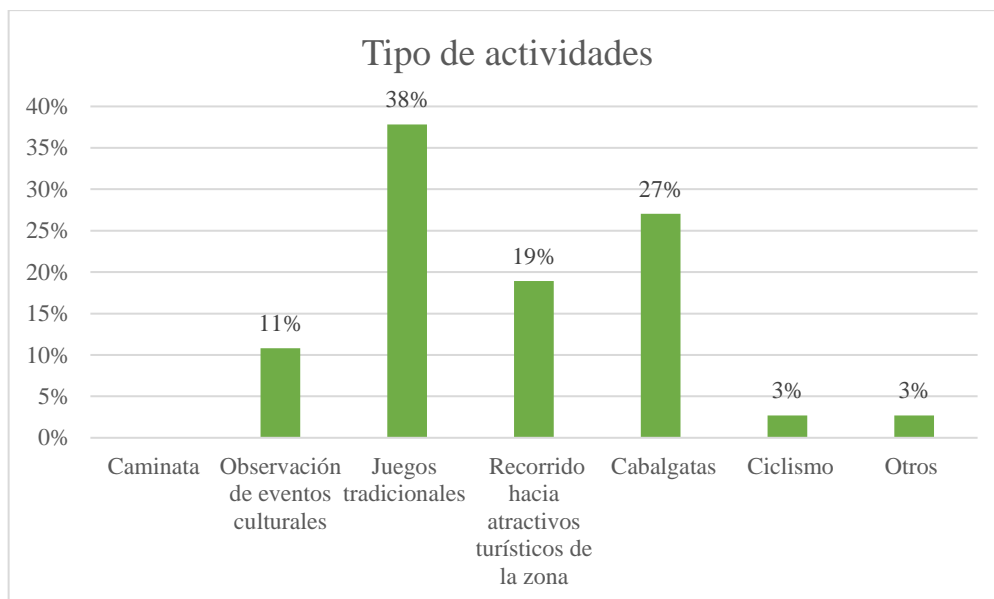


Gráfico 28-3. ¿En qué tipo de actividades le gustaría participar?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según los resultados de las encuestas las actividades de las que participarían los turistas extranjeros 38% juegos tradicionales, 27% cabalgatas, 19% recorrido a atractivos.

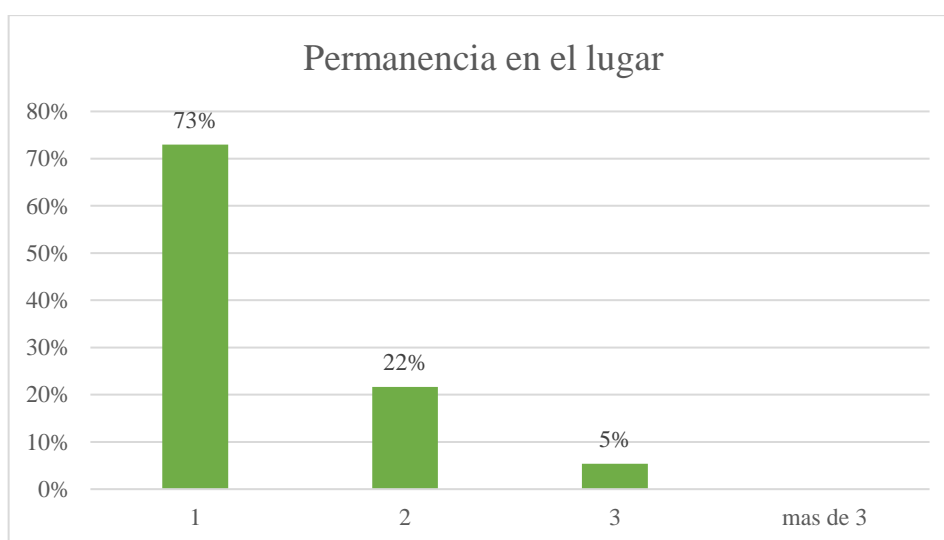


Gráfico 29-3. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en esta hostería?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según las encuestas aplicadas en cuanto a los turistas extranjeros el 73% permanecería 1 día, el 22% dos días y el 5% 3 días.

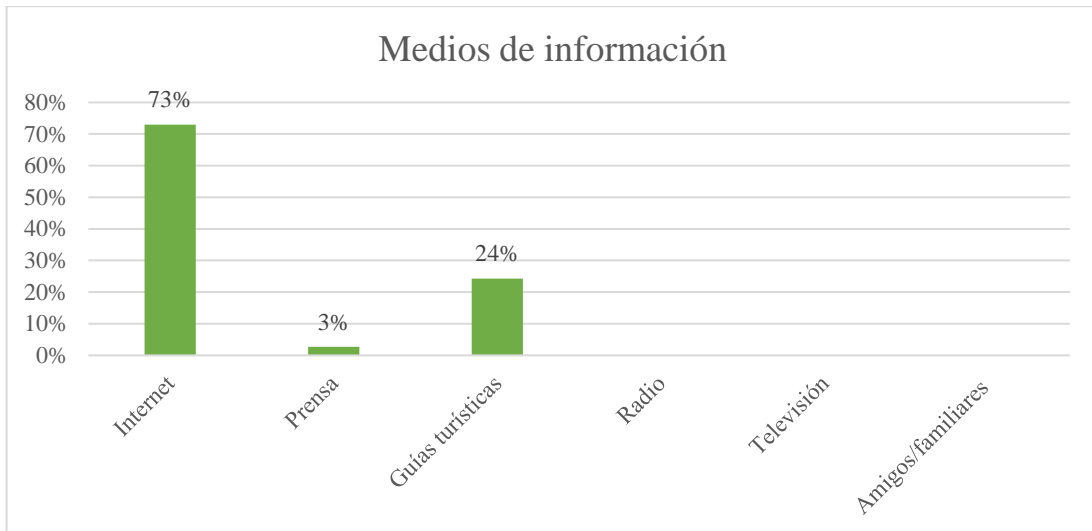


Gráfico 30-3. ¿Qué medios de información utiliza para informarse de nuevos sitios?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Según resultados de las encuestas aplicadas los turistas extranjeros en su mayoría utilizan internet con un 73%, y guías turísticas 24%.

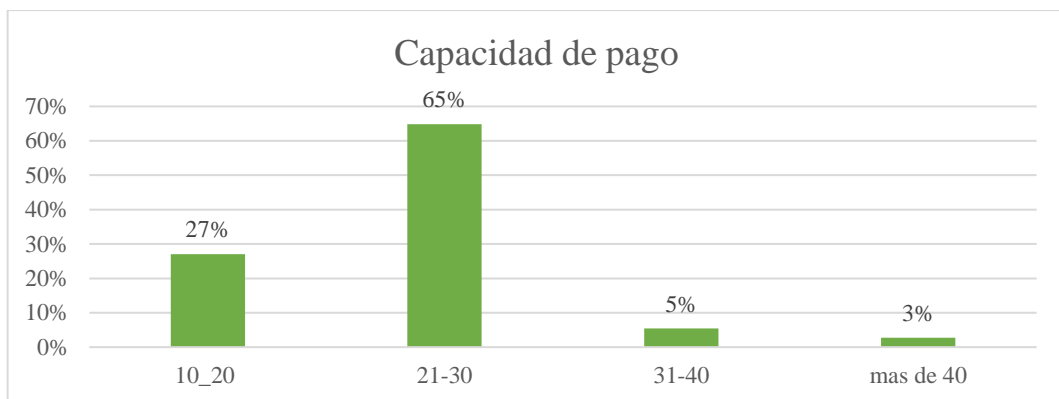


Gráfico 31-3. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto a gastar por día por los servicios?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Los turistas extranjeros estarían dispuestos a pagar por día por los servicios \$21 a \$30 con un (65%) y de \$10 a \$20 (27%).

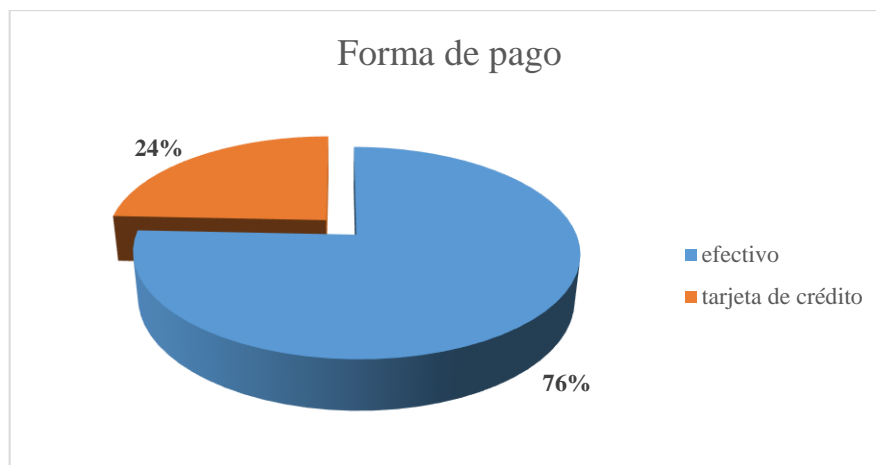


Gráfico 32-3. ¿Cuál es su forma de pago?

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

El 76% de los turistas extranjeros realiza sus pagos en efectivo y el 24% utiliza tarjeta de crédito.

3.1.4.3. Perfil del turista

- Nacional

La mayoría de los turistas nacionales encuestados corresponden un 64% al género masculino y un 36% al género femenino, con edades promedio de 15 y 35 años, provenientes de las ciudades de Ambato (17%) y Riobamba (16%), que en su mayoría son personas profesionales por tanto es un segmento con solvencia económica, de los cuales el (90%) de los turistas conocen la parroquia Quimiag, el (54%) acepta el producto, dentro de los servicios turísticos que utilizarían son hospedaje en cabañas de campo (69%), alimentación típica de la zona (23%), por otra parte el (40%) desearían observar eventos culturales y participar de juegos tradicionales (31%), por lo general los turistas viajan en pareja (42%) y en familia, los medios de utilizan para informarse sobre lugares turísticos el(57%) indico que lo hace por medio de las redes sociales, por lo cual se debe tomar este medio como el principal para realizar promoción y publicidad. El 78% estaría dispuestos a permanecer 1 día en hostería y el (71%) pagaría (\$10-20) con los servicios incluidos, adicionalmente el (82%) organiza sus viajes por cuenta propia.

- Extranjero

La mayoría de los turistas nacionales encuestados corresponden un 62% al género masculino y un 38% al género femenino, con edades promedio de 26 a 35 años, provenientes de Canadá (38%) y EEUU (24%), que en su mayoría son personas profesionales, de los cuales el (54%) de

los turistas conocen la parroquia Quimiag, el (51%) acepta el producto , dentro de los servicios turísticos que utilizarían son hospedaje (54%), en cabañas de campo, por otra parte el (38%) les gustaría participar de juegos tradicionales, por lo general los turistas viajan solos (35%), los medios de utilizan para informarse sobre lugares turísticos el(73%) indico que lo hace por medio de las redes sociales, por lo cual se debe tomar este medio como el principal para realizar promoción y publicidad. El 73% estaría dispuestos a permanecer 1 día en hostería y el (65%) pagaría (\$21 a 30) con los servicios incluidos, adicionalmente el (68%) organiza sus viajes por cuenta propia.

3.1.4.4. Cálculo de la demanda futura

Para el cálculo de la demanda futura se revisó las tablas del estudio de mercado y luego la aceptación del producto.

Tabla 3-3. Análisis del cálculo de la demanda

INSTITUCIÓN	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
RPFCH	15670	798	16468
PNS	74415	19396	93811
ENFE	85426	56959136	142376
CORDTUCH	544	136	680
TOTAL	176055	77280	253335

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Tabla 4-3: Proyección de la demanda futura frente a la demanda actual

	Año	Demanda nacionales	Demanda extranjeros
0	2016	176055	77280
1	2017	186618	81917
2	1018	197810	86832
3	2019	209684	92042
4	2020	222265	97564
5	2021	235601	103418
6	2022	249737	109623
7	2023	264721	116200
8	2024	280604	123172
9	2025	297441	130562
10	2026	315287	138396

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.1.4.5. Análisis de la demanda actual

En este análisis se tomó en cuenta el nivel de aceptación del producto por parte de los turistas los cuales fueron el 54% por parte de los turistas nacionales y el 51% por parte de los extranjeros. Se utilizó la tasa de incremento del 6% y la proyección se la realizó para 5 años. A partir de esto se obtiene la siguiente información.

Tabla 5-3: Demanda actual

Año	Universo	Nivel de aceptación	Demanda actual	Turistas
2016	176055	54%	95069	Nacionales
2016	77280	51%	39412	Extranjeros

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.1.4.6. Proyección de la demanda

Tabla 6-3: Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera

Año	Demanda potencial nacional	Demanda potencial extranjera
2020	95069	39412
2021	100773	41776
2022	106819	44283
2023	113228	46940
2024	120022	49756
2025	127223	52742

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.1.4.7. Análisis de la oferta

Tabla 7-3: Análisis de la oferta El Rosal

Razón social: hostería El Rosal	
Ubicación	Quimiag
Capacidad:	Habitaciones sencillas 4, 2 dobles 2 y 2 suites.
Servicios ofertados	Restaurante, Sala Recepciones Baño, Parquadero, Hidromasaje, turco, sauna, Canchas Deportivas, Juegos Infantiles
Precio habitación	

Clientes anuales	670
-------------------------	-----

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Tabla 8-3: Análisis de la oferta Victorious Events

Razón social: Victorious Events	
Ubicación	Quimiag
Capacidad:	Habitaciones sencillas 4, 2 dobles 2 y 2 suites.
Servicios ofertados	Restaurante, Sala Recepciones Baño, Parquero, Hidromasaje, turco, sauna, Canchas Deportivas, Juegos Infantiles
Precio por habitación	
Clientes anuales	590

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

Tabla 9-3: Competidores

Hosterías	Turistas	Actividades
El Rosal	670	Actividades de recreación, alimentación, hospedaje.
Victorious Events	590	
Total	1270	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.1.4.8. Proyección de la oferta

Tabla 10-3: Proyección de la oferta

Año	Oferta
2020	1270
2021	1346
2022	1426
2023	1512
2024	1603
2025	1699

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.1.4.9. Análisis de la demanda frente a la oferta

Tabla 11-3: Cálculo de la demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros

Demanda potencial			Demanda insatisfecha		
Año	Nacional	Extranjera	Oferta	Nacional	Extranjera
2020	95069	39412	1270	93799	38142
2021	100773	41776	1346	99427	40430
2022	106819	44283	1426	105393	42857
2023	113228	46940	1512	111716	45428
2024	120022	49756	1603	118419	48153
2025	127223	52742	1699	125524	51043

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.1.5.0. Demanda objetiva

En el presente proyecto se trabajará estimando captar el 10% de la demanda insatisfecha.

Tabla 12-3: Proyección de la demanda objetiva para los próximos 5 años

Año	Demanda insatisfecha		Demanda objetiva (10%)		
	Nacional	Extranjera	Nacional	Extranjera	Total
2020	93799	38142	9380	3814	13194
2021	99427	40430	9943	4043	13986
2022	105393	42857	10539	4286	14825
2023	111716	45428	11172	4543	15714
2024	118419	48153	11842	4815	16657
2025	125524	51043	12552	5104	17657

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.2. Viabilidad técnica del proyecto

3.2.1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

Tabla 13-3: Datos Generales

Nombre de la Empresa	Hostería "Puerta hacia los Altares"
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Parroquia	Quimiag
Sector	La Esperanza
Coordenadas UTM	Longitud: 770491

	Latitud: 9816384
	Cota: 2732 m.s.n.m

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.2.1.1. Localización de la Hostería “Puerta hacia los Altares”

La Hostería se encuentra en la provincia de Chimborazo, ubicada en la parroquia Quimiag, limitada al norte con el cantón Penipe y la parroquia Candelaria, al sur el cantón Chambo, al este la provincia de Morona Santiago, al oeste la parroquia Cubijés y el cantón Guano (Echeverría et al., 2016, p.10).

La Hostería Puerta hacia los Altares estará ubicada en la parroquia Quimiag a 9 km de distancia de la ciudad de Riobamba y a 2 km de la parroquia Cubijés. A continuación, se detalla en el mapa N° 1 la ubicación del predio en donde se pretende implementar la hostería:

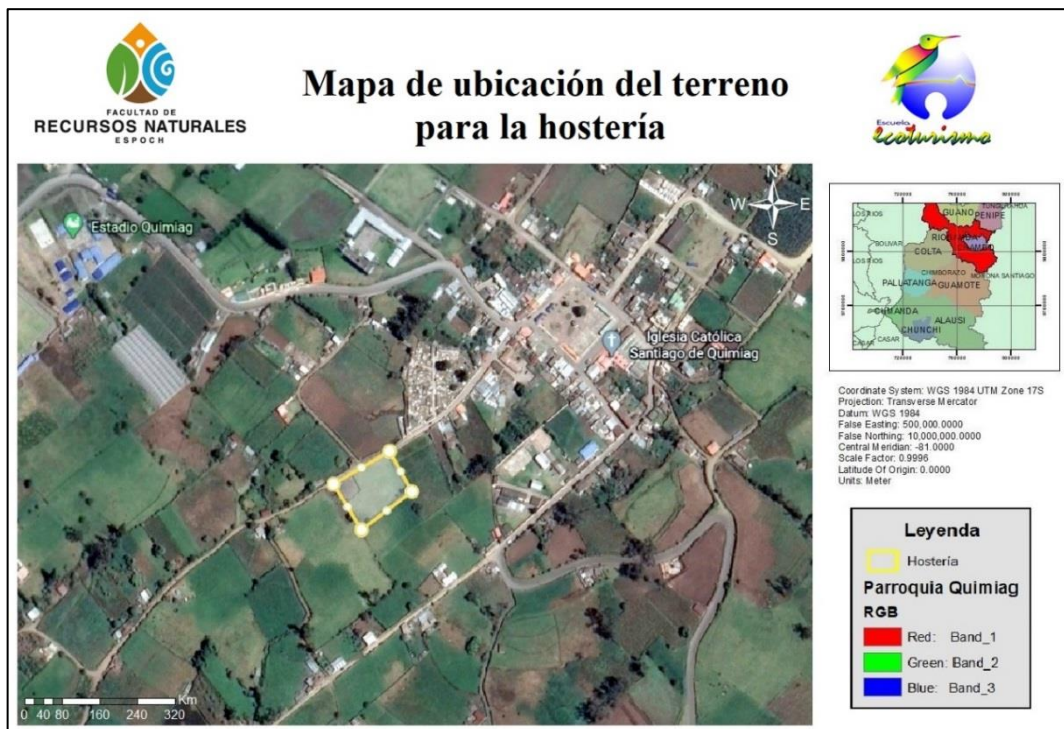


Figura 1-3. Ubicación del terreno en donde se pretende implementar la hostería.

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

3.2.1.2. Tamaño del proyecto

- Número de clientes proyectado

Es el resultado obtenido de la demanda objetivo descrita en el estudio de mercado, para los servicios de hospedaje, alimentación, recreación y entretenimiento, los mismos que se los ha clasificado en anual, semestral, mensual, quincenal, semanal y diario; siendo estos descritos a continuación.

Tabla 14-3: Número de clientes proyectados

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2020	13194	6597	1100	550	275	36
2021	13986	6993	1165	583	291	38
2022	14825	7413	1235	618	309	41
2023	15714	7857	1310	655	327	43
2024	16657	8329	1388	694	347	46
2025	17657	8828	1471	736	368	48

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

- Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Tabla 15-3: Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados

AÑO	DEMANDA OBJETIVA	INDICES		
		Servicio de alimentación 23%	Servicio de alojamiento 69%	Servicio de recreación y entretenimiento 8%
2020	13194	3035	9104	1056
2021	13986	3217	9650	1119
2022	14825	3410	10229	1186
2023	15714	3614	10843	1257
2024	16657	3831	11493	1333
2025	17657	4061	12183	1413

Realizado por: Minaya, Melva, 2022

- Consumo aparente del servicio de alimentación

Tabla 16-3: Derivación y determinación del mercado por el servicio de alimentación

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2020	3035	1518	253	126	63	8
2021	3217	1609	268	134	67	9
2022	3410	1705	284	142	71	9
2023	3614	1807	301	151	75	10
2024	3831	1916	319	160	80	10
2025	4061	2031	338	169	85	11

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Consumo aparente del servicio de alojamiento

Tabla 17-3: Derivación y determinación del mercado por el servicio de alojamiento

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2020	9104	4552	759	379	190	25
2021	9650	4825	804	402	201	26
2022	10229	5115	852	426	213	28
2023	10843	5422	904	452	226	30
2024	11493	5747	958	479	239	31
2025	12183	6092	1015	508	254	33

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Consumo aparente del servicio de entretenimiento y recreación

Tabla 18-3: Proyección de los consumidores con respecto a los servicios de recreación y entretenimiento

AÑO	DEMANDA OBJETIVA	INDICES			
		caminata 8%	observación de eventos culturales 40%	juegos tradicionales 31%	recorrido hacia atractivos turísticos de la zona 20%
2020	1056	84	422	327	211
2021	1119	90	448	347	224
2022	1186	95	474	368	237
2023	1257	101	503	390	251
2024	1333	107	533	413	267
2025	1413	113	565	438	283

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Derivación y determinación del tamaño de mercado por entretenimiento y recreación

Tabla 19-3: Derivación y determinación del tamaño de mercado por la actividad caminata

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2020	84	42	7	4	2	0
2021	90	45	8	4	2	0
2022	95	48	8	4	2	0
2023	101	51	8	4	2	0
2024	107	54	9	4	2	0
2025	113	57	9	5	2	0

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 20-3: Derivación y determinación del mercado por observación de eventos culturales

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2020	422	211	35	18	9	1
2021	448	224	37	19	9	1
2022	474	237	40	20	10	1
2023	503	252	42	21	10	1
2024	533	267	44	22	11	1
2025	565	283	47	24	12	2

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 21-3: Derivación y determinación del tamaño de mercado por juegos tradicionales

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2020	327	164	27	14	7	1
2021	347	174	29	14	7	1
2022	368	184	31	15	8	1
2023	390	195	33	16	8	1
2024	413	207	34	17	9	1
2025	438	219	37	18	9	1

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 22-3: Derivación de mercado por la actividad recorrido a atractivos turísticos de la zona

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2020	211	106	18	9	4	1
2021	224	112	19	9	5	1
2022	237	119	20	10	5	1
2023	251	126	21	10	5	1
2024	267	134	22	11	6	1
2025	283	142	24	12	6	1

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.1.3. Terreno

El terreno es una propiedad de 2000 metros cuadrados que fue adquirida para la implementación del proyecto; en la parte principal se encuentra el ingreso hacia la hostería con un parqueadero, seguido de dos edificaciones como es la recepción y el restaurante, posterior a ellos se encuentra ubicado el área de recreación, áreas verdes, área de spa-piscina y al final se encuentran ubicadas el área de hospedaje con la respectiva distribución de sus cabañas de alojamiento.

3.2.1.4. Tipología de la construcción

La construcción de la hostería será mediante la implementación de materiales propios de la zona, en el caso del hospedaje se lo realizará en cabañas privadas, las mismas que contarán con habitaciones con su respectivo baño privado, la estructura de las mismas será de madera y ladrillo, con ventanas dobles que permitan conservar el calor interno de cada habitación, ya que el proyecto se ubica en un ambiente con condiciones ambientales de baja temperatura. El área de Spa-piscina en su estructura externa es de madera y ladrillo y en su estructura interna consta de sauna, turco, hidromasaje, piscinas, vestidores y servicios higiénicos. En el caso del restaurante será una cabaña con espacios para un comedor, cocina, servicios higiénicos, la estructura será de madera y ladrillo, con ventanas amplias que permita el ingreso de luz natural y visualizar las áreas verdes que existen en el exterior. El área recreativa consta de jardines, áreas verdes, zonas de recreación, deportes, y estacionamiento.

3.2.1.5. Condiciones ambientales territorial

En la parroquia Quimiag posee un clima que se encuentre en los valles de la Sierra temperatura media que oscila entre los 12 °C a 20 °C, con una altitud que va desde 2400 msnm hasta los 5319 msnm. La precipitación anual entre los 500 a 2000 mm, ya que posee dos estaciones lluviosas entre febrero-mayo y octubre-noviembre. Posee suelos derivados de materiales volcánicos como es la ceniza y productos de la desintegración y meteorización de la cangagua, sus suelos son mayormente utilizados en la agricultura (GAD, 2015).

3.2.1.6. Tipo de Materiales

Para minimizar impactos negativos que han sido causados hacia el ambiente por la construcción de la hostería, se ha considerado algunos materiales que son amigables con el ambiente como madera, piedra, grava, arcilla, arena, materiales procesado como cemento, hormigón, ladrillo, vidrio, azulejo o cerámica esmaltada, acero, cobre que es esencialmente utilizado en

instalaciones de electricidad y fontanería, sintéticos 10 que se usan como aglomerantes, sellantes, pinturas, entre otros (Guerra, 2015).

3.2.2. *Diseño técnico arquitectónico*

3.2.2.1. *Áreas ubicadas en el interior de la hostería*

La hostería se encuentra conformada por varias áreas distribuidas en el interior de la hostería, las mismas que permitirá brindar servicios de calidad a sus visitantes.

Tabla 7 Áreas de la hostería

Áreas	Espacio	Descripción	Cantidad
Administrativa	Gerencia	Oficina	1
Comercial	Recepción	Oficina	1
	Parqueadero	Zona de parqueo	1
Productiva	Hospedaje	Dormitorio Simple	4
		Dormitorio Doble	4
		Dormitorio Triple	4
		Dormitorio Matrimonial	4
	Restaurante	Cocina	1
		Comedor	1
		Servicios Higiénicos	2
	Spa-piscina	Sauna	1
		Turco	1
		Hidromasaje	1
		Piscinas	1
		Vestidores	2
		Servicios Higiénicos.	2
	Recreación	Jardines	1
		Sala de juegos	1
	Lavandería	Sala de lavado	1

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.2. Esquema de distribución arquitectónico de la hostería



Figura 2-3. Planta arquitectónica de la hostería.

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.3. Distribución y características de la construcción

La hostería presenta una construcción con levantamientos de obra civil en madera y ladrillo visto, siendo estos materiales los que atraerán la atención del turista hacia la edificación. Para lo cual se han distribuido cada uno de los ambientes dentro de una superficie total de 2000 metros cuadrados, siendo estos descritos a continuación:

- **Recepción:** Se encuentra ubicada en una sola edificación, consta de dos oficinas distribuidas para una gerencia y una recepción, en la cual se administra todo tipo de información de las personas que ingresan y salen de las instalaciones.
- **Parqueadero:** Es un área en la cual se pueden estacionar diversos vehículos, siendo un espacio destinado para 25 vehículos.

- **Hospedaje:** Es un área amplia con capacidad para 32 personas, se construirá 16 cabañas distribuidas de la siguiente manera 4 cabañas para dormitorios simples, 4 cabañas para dormitorios dobles, 4 cabañas para dormitorios triples y 4 cabañas para dormitorios matrimoniales, cada una de las habitaciones posee su baño privado, brindado de tal manera un servicio de calidad para la comodidad del cliente.
- **Restaurante:** Es un espacio destinado para la alimentación de los clientes, ya sean hospedados o visitantes, en el mismo que se ofrecerá principalmente platos típicos de la zona, consta de una cocina amplia y un área de comedor con capacidad para 50 personas y un espacio destinado para servicios higiénicos.
- **Spa-piscina:** Este espacio ha sido diseñado para que los clientes ya sean hospedados o visitantes puedan disfrutar, es una edificación de estructura metálica y policarbonato, en su interior consta de varios espacios como: sauna, turco, hidromasaje, servicios higiénicos y vestidores.
- **Jardines:** Son áreas verdes constituidas por plantas nativas de la zona, siendo un atractivo turístico para los visitantes.
- **Sala de juegos:** Es una infraestructura amplia, diseñada para la distracción de los visitantes y huéspedes del lugar, cuenta con dos espacios internos, el primero destinado para juegos infantiles y el segundo destinado para personas adultas ya que consta de diversos juegos de mesa, juegos tradicionales, presentación de eventos culturales, siendo un ambiente atractivo y cómodo para los visitantes.

3.2.2.4. Rubro de la infraestructura turística.

En la infraestructura turística, se toma en consideración el valor que se empleará en la construcción de cada espacio en la hostería, siendo detallado a continuación:

Tabla 24-3:8 Rubro de la infraestructura turística

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gerencia y recepción	2	15795	31590
Parqueadero	1	2788	2788
Hospede / Cabañas	16	11243	179888
Restaurante	1	68568	68568
Spa-piscina	1	9807	9807

Piscina	1	2326	2326
Sauna	1	5124	5124
Turco	1	5402	5402
Hidromasaje	1	2375	2375
Servicios higiénicos y vestidores de la piscina	2	2610	5220
Jardines	1	1980	1980
Zona de juegos	1	1261	1261
Lavandería	1	1420	1420
		TOTAL	496329

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

En el caso de los equipos de oficina, muebles y enseres de cada área interna de la hostería, se toma en consideración el valor que se empleará en la adquisición de cada elemento, siendo detallado a continuación:

3.2.2.5. Mobiliario y equipos para el área de hospedaje

Tabla 25-3: Rubro de mobiliario y equipos para el área de hospedaje

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Juego de dormitorio (2 plazas)	4	300	1200
Juego de dormitorio (1,5 plazas)	4	250	1000
Juego de dormitorio (1 plaza)	16	250	4000
Juego de muebles	16	200	3200
Cortinas	16	15	240
Televisor	16	200	3200
Cubre cama (2 plazas)	4	25	100
Cubre cama (1,5 plazas)	4	20	80
Cubre cama (1 plaza)	16	20	320
Conjunto de Sábanas (2 plazas)	4	15	60
Conjunto de Sábanas (1,5 plazas)	4	10	40
Conjunto de Sábanas (1 plaza)	16	10	160
Almohadas	32	5	160
Toalla pequeña	32	5	160
Toalla Grande	32	8	256
Cortina de baño	16	5	80
Basurero	32	2	64
Espejo	32	8	256
Alfombra	16	10	160
		TOTAL	14736

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.6. Equipamiento para el área de recreación

Tabla 26-3: Rubro de equipos para el área de recreación

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tablero de ajedrez	5	12	60
Naipes	5	0,5	2,5
Equipo de primeros auxilios	1	20	20
Mesa de ping pong	2	250	500
Raquetas de ping pong	8	5	40
Juego de muebles	1	200	200
		TOTAL	822,5

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.7. Equipamiento para el área de spa-piscina

Tabla 27-3: Rubro de equipos para el área de spa-piscina

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Sillas para sol	15	12	180
Armario con cerraduras	20	80	1600
Espejo	16	8	128
Dispensador de Papel	2	5	10
Canastas	30	2	60
Duchas	20	8	160
		TOTAL	2138

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.8. Equipo, mobiliario e insumos del restaurante

Tabla 28-3: Rubro de equipos, mobiliario e insumos del restaurante.

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cocina industrial	2	450	900
Cilindro de gas industrial	4	15	60
Refrigerador	2	250	500
Estantería	4	120	480
Licuada industrial	2	80	160
Juego de ollas	4	25	100
Sartén	4	12	48
Tablas de picar	6	3	18
Colador	4	3	12
Rallador	4	2	8

Cucharones	5	5	25
Cuchillos	6	6	36
Juego de comedor	10	150	1500
Mantelería	10	8	80
Juego de platos	20	30	600
Juego de cubiertos	20	12	240
Juego de vasos	20	8	160
Juego de copas	20	10	200
Basurero	6	5	30
		TOTAL	5157

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.9. Equipo y mobiliario para el área de recepción y gerencia

Tabla 29-3: Rubro de equipos y mobiliario para el área de recepción y gerencia.

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Counter de recepción	1	250	250
Archivador	3	30	90
Escritorio	3	80	240
Sillas	9	8	72
Juego de muebles	3	180	540
Computador	3	200	600
Impresora	3	80	240
Teléfono/fax	3	50	150
Página web	1	300	300
Trípticos	1000	30	30000
Tarjetas de presentación	1000	50	50000
		TOTAL	82482

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.10. Servicios Básicos

Los servicios básicos con los que cuenta el área de estudio se describen en el siguiente cuadro.

Tabla 30-3: Rubro de Servicio básicos

Servicio	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	30,00	360,00
Agua	40,00	360,00
Teléfono	14,00	168,00
Internet	32,00	671,00

	TOTAL	1559,00
--	--------------	---------

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.2.11. Personal que labora en el interior de la hostería

En el caso del rubro para los sueldos del personal que labora dentro de las instalaciones, se toma en consideración el valor mensual y anual de los mismos, siendo detallado a continuación:

Tabla 931-3: Rubro de sueldos del personal

Descripción	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Recepcionista / Cajero	1	400	5600
Administrador / Gerente	1	450	6300
Encargado de marketing	1	400	5600
Contadora	1	450	6300
Encargado de bodega	1	260	3640
Camarera	1	260	3640
Chef	1	400	5600
Ayudante de cocina	1	260	3640
Mesero	1	280	3920
Auxiliar general	1	300	4200
Lavandera	1	260	3640
Encargado de mantenimiento	1	300	4200
Guardia	1	260	3640
		TOTAL	59920

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.3. Definición del proceso productivo

El proceso productivo de la hostería se basa en el cumplimiento de los servicios turísticos que oferta las diferentes instalaciones, como hospedaje, alimentación y recreación, brindando siempre una atención personalizada y de calidad a sus visitantes, mediante procesos ordenados de las diferentes actividades que se desempeñaran según las áreas establecidas en el interior de la hostería, las mismas que se indican a continuación:

3.2.3.1. Flujograma de proceso productivo general de los servicios del proyecto turístico

El presente proyecto por ser una empresa turística se basa en la producción de los tres principales servicios como son: hospedaje, alimentación, recreación y entretenimiento.

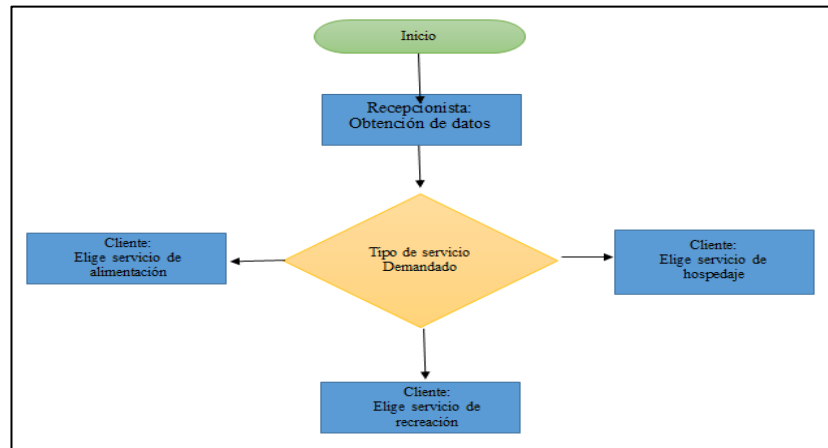


Gráfico 33-3. Flujograma general de producción de servicios turísticos

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.3.2. Servicio de hospedaje

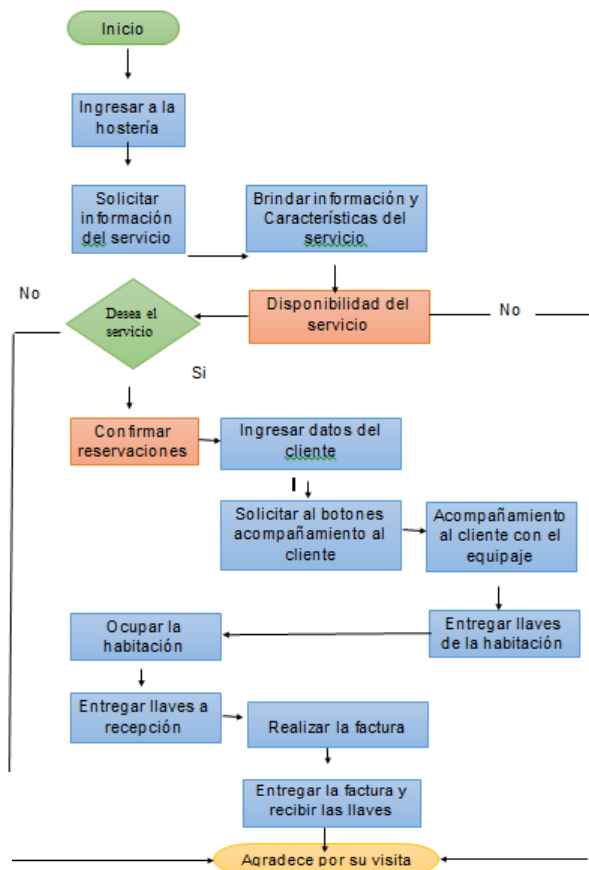


Gráfico 34-3. Flujograma del servicio de hospedaje.

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.3.3. Servicio de alimentación

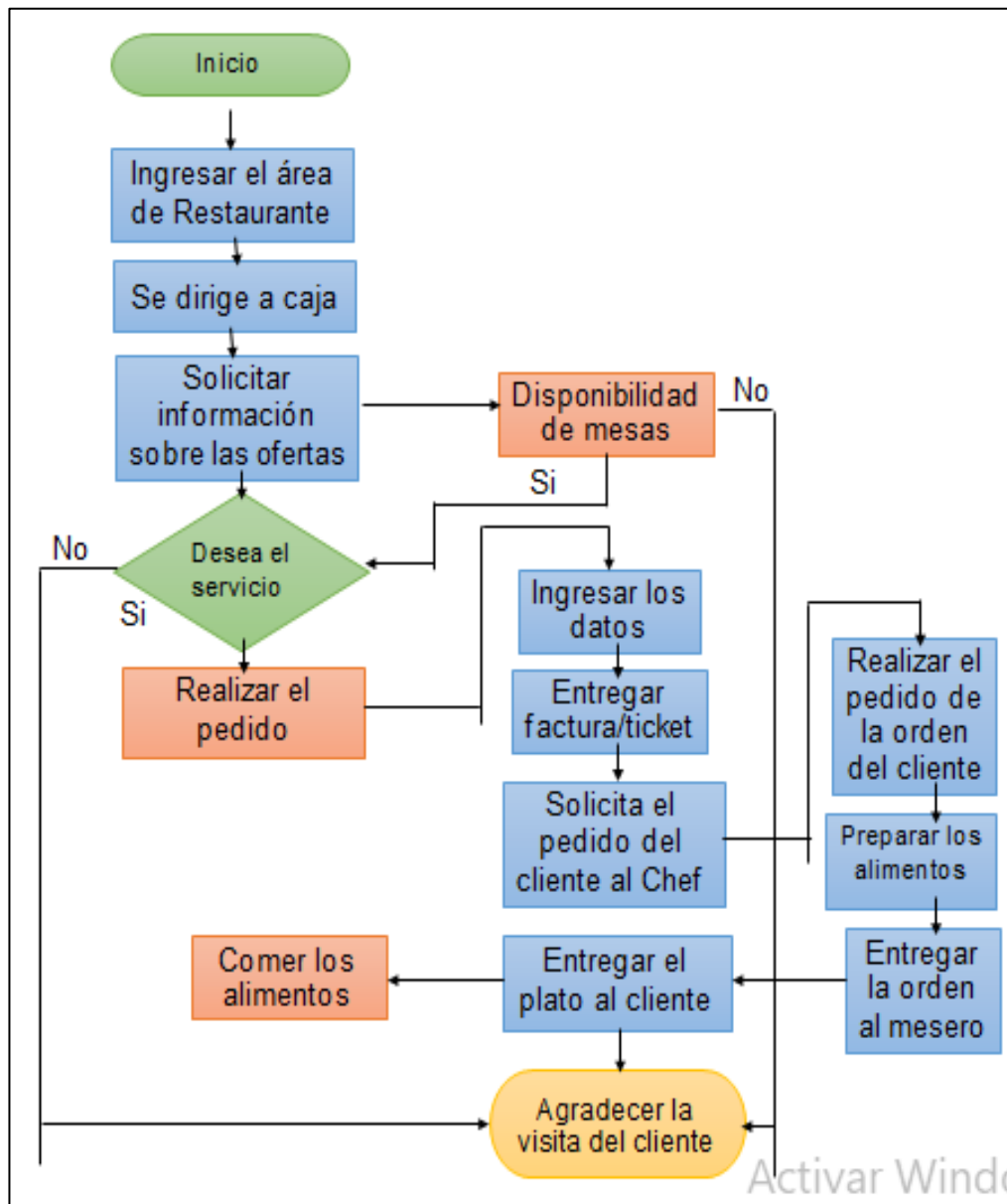


Gráfico 35-3. Flujograma del servicio de alimentación

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.3.4. Servicio de recreación

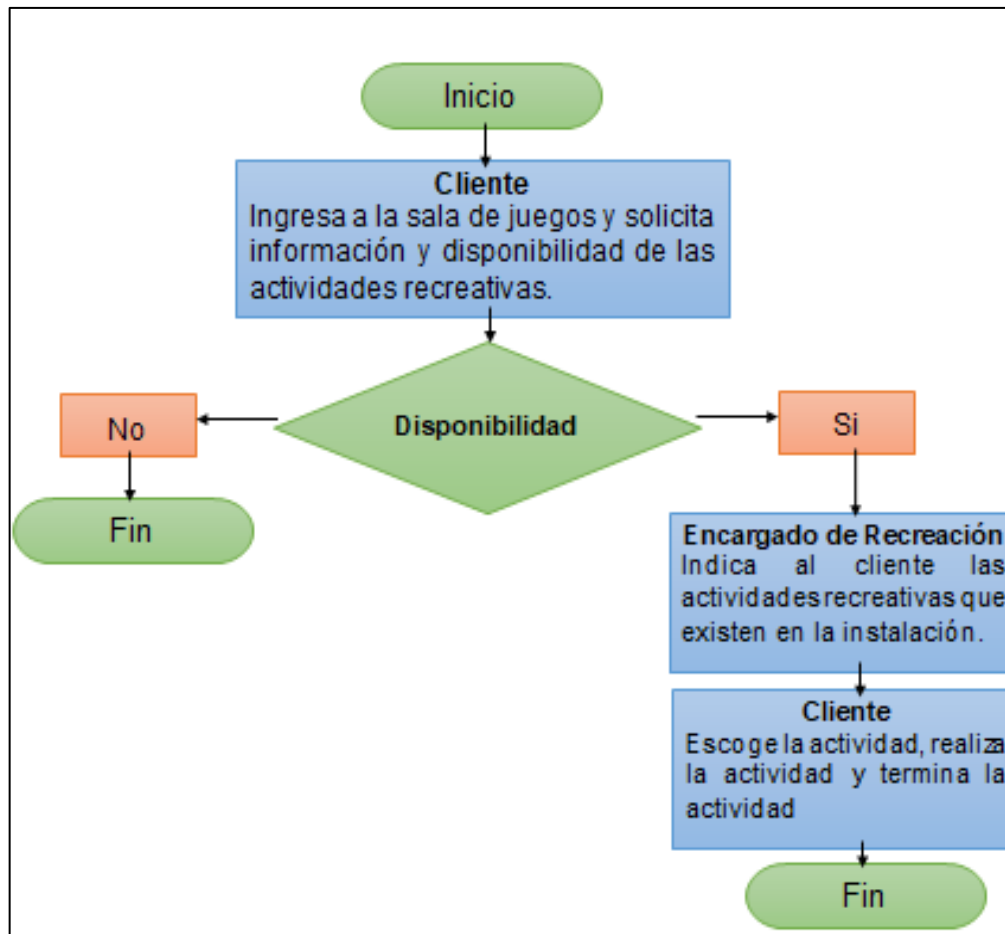


Gráfico 36-3. Flujograma del servicio de recreación.

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.4. Recetas de menú escogidos para la hostería

Las recetas que se describen a continuación se encontraran incluidos en el menú que se ofrecerá a los visitantes, estas recetas fueron elaboradas de acuerdo a los criterios técnicos de profesionales en la gastronomía.

- Desayuno

Tabla 32-3: Desayuno Tradicional

RECETA 1		
Desayuno Tradicional	Cantidad	Unidad
Agua aromática	1	Taza
Leche	1	Taza
Café	1	Taza

Azúcar	1	Cucharada
Huevos	1	Unidad
Sal	5	gr
Pan	1	Unidad
Queso	1	Rodaja
Mantequilla	10	gr
Mortadela	1	Rodaja
Jamón	1	Rodaja
Fruta picada	200	gr

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- **Sopa**

Tabla 33-3: 10Crema de Tomate

RECETA 2		
Desayuno Tradicional	Cantidad	Unidad
Tomates	1	Kg
Tomate frito	2	Cucharada
Agua	200	ml
Cebolla	1	Unidad
Ajos	2	Unidad
Nata	3	Cucharada
Mantequilla	10	gr
Sal	5	gr
Azúcar	3	gr
Aceite	1	Cucharada
Albahaca	2	Unidad
Preparación:		
<p>Cortar la cebolla en cuadros y saltear en un sartén con la mantequilla y el aceite hasta que dore un poco, agregamos los tomates previamente lavados, las 2 cucharadas de tomate frito y las hojas de albahaca, lo dejamos en el sartén que doren aproximadamente 5 minutos. Pasado el tiempo de cocción colocamos la preparación en una licuadora conjuntamente con el agua, añadimos la sal y licuamos por 5 minutos, colamos la mezcla y lo dejamos hervir por unos 5 minutos, colocamos el azúcar, mezclamos y lo dejamos hervir por unos 2 minutos. Servir la preparación caliente y puede acompañarlo con queso, canguil o chifles.</p>		

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- **Plato fuerte**

Tabla 34-3: Papas con Cuy Asado

RECETA 3		
Desayuno Tradicional	Cantidad	Unidad
Cuy	1	Unidad
Papas	2	Libras
Ajo	4	Unidad
Cebolla Blanca	1	Unidad
Cebolla Colorada	1	Unidad
Culantro	10	gr
Sal	10	gr
Achiote	1	Cucharada
Lechuga	1	Unidad
Salsa de maní	500	gr
Preparación:		
<p>Un día antes de la preparación, aliñar el cuy con ajo y sal. Colocar el cuy en una bandeja y bañarlo con el achiote junto con la cebolla blanca. Llevar el cuy al asadero a carbón durante 1 hora aproximadamente. Se procede a pelar las papas y cocinarlas; hacer un refrito con achiote, cebolla colorada, culantro, sal, ajo y la salsa de maní. Cuando este asado el cuy se procede a servir sobre una hoja de lechuga, colocamos las papas y la salsa de maní. Se recomienda servir la preparación caliente.</p>		

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- **Bebida**

Tabla 35-3: Jugo de Mora

RECETA 4		
Desayuno Tradicional	Cantidad	Unidad
Mora	60	gr
Agua	100	ml
Azúcar	20	gr
Hielo	4	Unidad
Preparación:		
<p>Previamente lavamos las moras y lo colocamos en la licuadora conjuntamente con el agua, azúcar y el hielo, procedemos a licuar por 5 minutos, colamos y servimos en un vaso.</p>		

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- **Materia prima para el área de restaurante**

Tabla 36-3:11 Materia prima para el restaurante

Material	Unidad	Cantidad
ACEITES Y GRASAS		
Mantequilla	Gr	10
Aceite	U	1
Achiote	U	1
VIVERES SECOS		
Sal	Funda	1
Pimienta	Gr	0.5
Azúcar	Gr	5
LACTEOS		
Leche	Lt	10
Café	Lb	5
Huevos	U	36
Queso	U	5
Mortadela	Rodaja	1
Jamón	Rodaja	1
Nata	Cucharada	3
VIVERES FRESCOS		
Apio	Atado	1
Cilantro	Atado	1
Perejil	Atado	1
Zanahoria	Saco	1
Papa	Saco	2
Arveja	Saco	1
Limón	Saco	1
Cebolla blanca	Atado	1
Cebolla colorada	Saco	1
Lechuga	U	5
Tomate riñón	Caja	5
Albahaca	Atado	1
Ajo	Lb	3
CARNES		
Pollo	U	4
Cuy	U	10
CONSERVAS		
Pasta de maní	Gr	250
Salsa de tomate	Sachet	4
Mayonesa	Sachet	4
Mostaza	Sachet	2
Mermelada	Frasco	3

ESPECIAS		
Comino	Gr	250
Ajo en polvo	Gr	250
PANES Y CEREALES		
Pan	U	10
Galletas	U	10
FRUTAS		
Papaya	U	5
Kiwi	U	5
Fresas	U	5
Melón	U	5
Pulpa de mora	U	5

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.5. Plan de mercadotecnia

3.2.5.1. Canales de distribución

Para llegar a los consumidores se utilizarán dos canales de distribución: canal directo y canal detallista. Canal directo del productor al consumidor se utilizará este canal debido a que la mayoría de turistas tanto nacionales como extranjeros organizan sus viajes de forma independiente es decir sin ningún intermediario.

Canal detallista se pretende llegar a una parte del mercado por medio de agencia de viajes a nivel nacional así construyéndose en intermediarias.

3.2.5.2. Estrategias de promoción y publicidad

- Medios publicitarios para la empresa

Debido a que la mayoría de turistas tanto nacionales como extranjeros utilizan internet para conocer sobre nuevos lugares turísticos se diseñara una página web. Además, se publicará en las principales redes sociales.

- Slogan

Puerta hacia los Altares

- Logotipo



Figura 3-3. Logotipo de la Hostería

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Colores que identificaran la empresa

Rosado: es un color relajante que influye en los sentimientos invitándolos a ser amables, suaves y profundos, e induciéndonos de esta forma a sentir cariño, amor y protección.

Amarillo: por ser sumamente brillante y llamativo, es un color representativo de la alegría y la felicidad.

Celeste: es un color que se encuentra a menudo en la naturaleza, como el celeste del cielo en el verano. Es por esta razón que quizás la gente a menudo describe el color celeste como calmado y sereno.

3.2.5.3. Promoción

En la actualidad uno de los principales medios de comunicación es el internet, por su gran número de personas que lo ocupan por su fácil utilización y su gran acceso a nivel mundial. Por este motivo se ha utilizado el diseño de una página web como medio de promoción para la hostería.

- **Dirección de la Página Web**

<https://hosteriaquimiag.wixsite.com/puertaalosaltares>

- **Página Web**



Figura 4-3. Página Web de la Hostería

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.5.4. Cargos y responsabilidades del área comercial

Tabla 37-3:12 Manual de funciones recepcionista

Título del puesto	Recepcionista – Cajero
Áreas de responsabilidad	Recepción – Caja
Tareas de su responsabilidad:	
<ul style="list-style-type: none"> - Dar la bienvenida a los turistas y explicarles sobre el servicio. - Coordinar el trabajo con el personal. - Planificación del trabajo. - Presentar facturas de compras al gerente. - Supervisar el horario de trabajo. 	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.5.5. Políticas de remuneración para el área comercial

Tabla 38-3: Políticas de remuneración del área comercial

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Recepcionista -Cajero	1	400	4800

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.2.5.6. Determinación de inversiones del área comercial

- Activos fijos del área comercial

Tabla 39-3: Activos fijos del área comercial

RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Área de recepción			
Equipos de oficina			
Equipos de cómputo (computador e impresora)	1	1000	1000
Teléfono	2	100	100
Calculadora	1	20	20
Sub total			1120
Muebles y enseres			
Counter de recepción	1	250	250
Decoración	1	200	200
Silla	1	60	60
Sub total			510
Sub total			1630
Imprevistos 10%			163
TOTAL			2913

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Gastos del área comercial

Tabla 40-3: Gastos del área comercial

RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO ANUAL (\$)
Página web	1	300
Trípticos	1000	100
Tarjetas de presentación	1000	70
TOTAL		470

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3. Viabilidad administrativa y legal

3.3.1. Estructura organizativa de la empresa

3.3.1.1. Organización Estructural

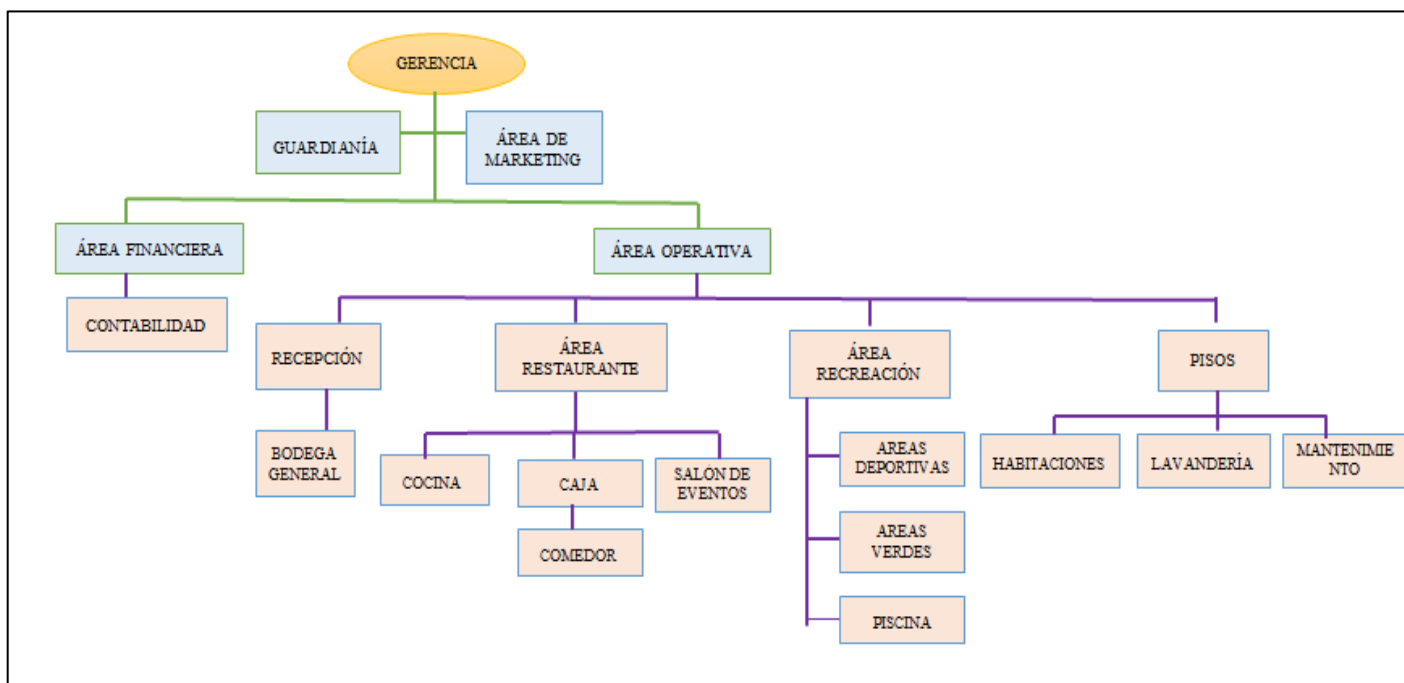


Gráfico 1-3. Organigrama estructural

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3.1.2. Organización funcional

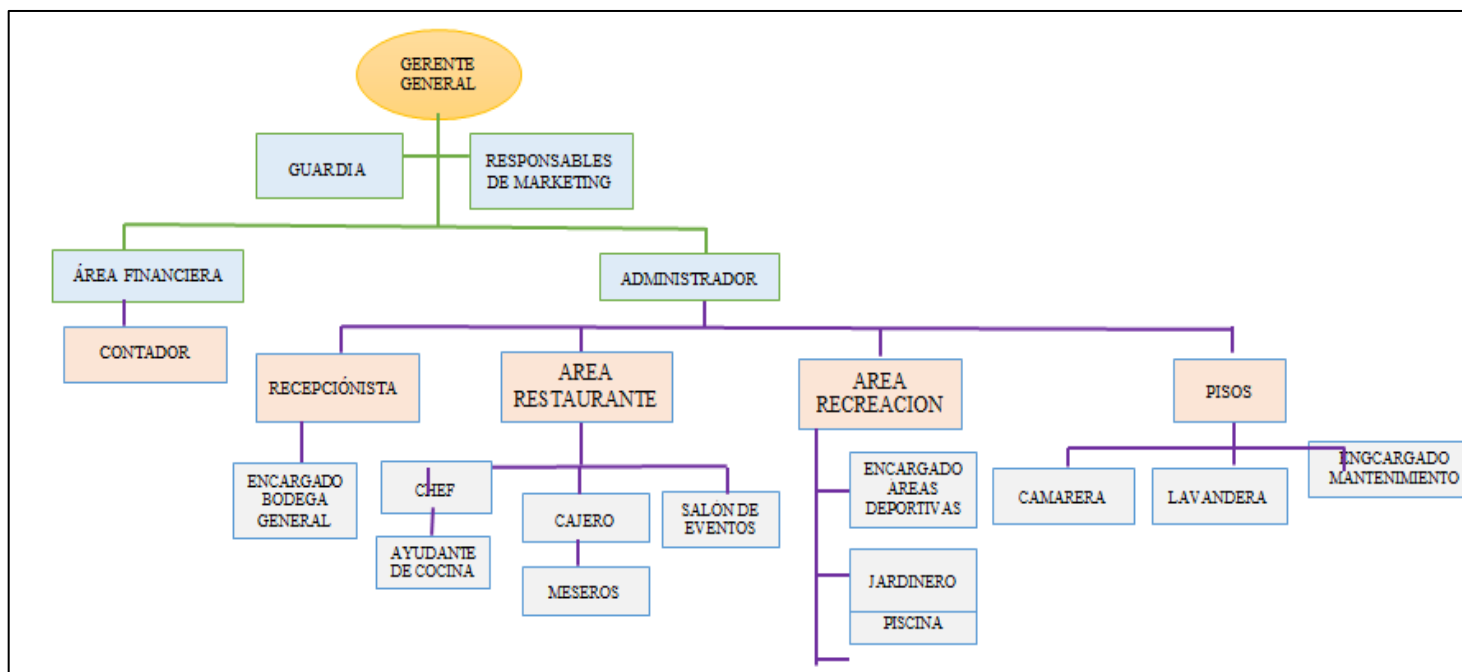


Gráfico 2-3. Organigrama Funcional

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3.2. Manual de funciones y políticas de remuneración

3.3.2.1. Área administrativa

Tabla 41-3: Manual de funciones del administrador

Cargo	Gerente/Administrador
Áreas de responsabilidad	Administrativa
Tareas inherentes al puesto: <ul style="list-style-type: none">- Planificar objetivos y estrategias.- Analizar y evaluar resultados para proponer acciones.- Liderar el equipo humano de trabajo.- Administrar la operación de la empresa desde el punto de vista de planeación, dirección, organización y funcionamiento.- Administrar el área financiera del establecimiento con el fin maximizar los beneficios y la rentabilidad de la empresa.- Preparar, revisar y aprobar presupuestos de las diferentes áreas y secciones con el fin de garantizar el uso, seguimiento y control de ingresos y egresos.- Promover políticas de mercadeo y venta local, nacional e internacionalmente.- Ejecutar y apoyar políticas de manejo del recurso humano y selección de personal.- Ejercer control y seguimiento a las demás áreas que conforman la empresa.- Presentar propuestas generales variadas con el objetivo de mejorar la gestión y el funcionamiento de la empresa ante la junta directiva.- Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en servicio al cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial.- Fomentar el equilibrio de los procesos productivos y comerciales que suceden en la operación hotelera con el cuidado del entorno ecológico y la responsabilidad social que de la actividad se genera, acorde con las normas de sostenibilidad.	
Dependencia: Área administrativa.	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3.2.2. Área comercial

Tabla 42-3: Manual de funciones del responsable de marketing

Cargo	Responsable de marketing
Áreas de responsabilidad	Área de marketing
Tareas de su responsabilidad: <ul style="list-style-type: none">- Conocimiento del mercado turístico.- Promoción y publicidad de la empresa.- Elaborar el material necesario para el marketing de los servicios.	

-	Ofertar y vender productos dentro y fuera de la ciudad.
Dependencia	Jerárquicamente depende del gerente general.

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3.2.3. Área financiera

Tabla 413-3: Manual de funciones del contador

Cargo	Contador
Áreas de responsabilidad	Financiero
<p>Tareas de su responsabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control de inventario de distintas áreas. - Control de actividades económicas de distintas áreas. - Elaboración de liquidación de caja diaria. - Elaborar estados financieros mensuales con información oportuna y verídica. - Verificar y depurar cuentas contables. - Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad. - Revisar causaciones, corroborando los cálculos presentados especialmente en lo relacionado con las retenciones en la fuente. - Elaborar las declaraciones de impuestos. ∞ Revisar y firmar conciliaciones bancarias y de tarjeta de crédito 	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3.2.4. Área productiva

Tabla 144-3: Manual de funciones de la recepcionista

Cargo	Recepcionista – Cajero
Áreas de responsabilidad	Caja – Recepción
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentar facturas de compra de insumos al gerente. - Coordinar el trabajo con el personal. - Supervisar el horario de trabajo. - Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir. - Análisis de los problemas y soluciones. - Coordinar y dirigir el trabajo con el personal. - Dar la bienvenida a los turistas y explicarle sobre los servicios. 	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 15-3: Manual de funciones del encargado de bodega

Cargo	Encargado de bodega
Área de responsabilidad	Bodega
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inventario de bodega. - Control de compras de productos. - Recepción y almacenamiento de alimentos y bebidas. - Control de provisiones existentes. - Control de provisiones necesarias para la confección de platos. - Supervisión de calidad y precio de provisiones. - Supervisión de facturas de proveedores en base a los productos despachados. - Elaboración de pedidos semanales. 	
<p>Dependencia: Administrador</p>	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 16 Manual de funciones chef

Cargo	Chef
Áreas de responsabilidad	Alimentación
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Confección del menú diario. - Preparación y elaboración de platillos. - Preparación de Alimentos, siguiendo estándares de calidad - Coordinar el trabajo con el ayudante de cocina - Verifica y aprueba la compra de insumos. - Manejo higiénico de alimentos - Llevar un control e inventario del menaje, herramientas, materia prima, etc. 	
<p>Otras ocasionales: Colaborar en el Área de recepción en caso de ser requerido.</p>	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 17 Manual de funciones del ayudante de cocina

Cargo	Ayudante de cocina
Áreas de responsabilidad	Alimentación
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención en la confección del menú y elaboración de platos. - Lavado de vajilla. - Disponer adecuadamente las herramientas, utensilios y materiales de trabajo. - Lavar, pelar, y cortar legumbres, hortaliza, carnes, pescado y mariscos. - Preparar fondos, ensaladas, salsas y participar en los inventarios. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Colaborar con el chef en servicio. - Limpiar y ordenar su puesto de trabajo y colaborar con el arreglo general de la cocina.
<p>Dependencia: Jerárquicamente depende del chef</p>

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 18 Manual de funciones mesero

Cargo	Mesero
Áreas de responsabilidad	Alimentación
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decoración de las instalaciones del lugar. - Preparación de mesas y utensilios. - Atención al cliente y bienvenida. - Solicitar pedidos a la cocina - Conocimientos elementales de cocina. - Servir los alimentos y llevar la cuenta. - Mantener en orden las mesas. 	
<p>Dependencia: Área Productiva</p>	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 49-4: Manual de funciones ayudante general

Cargo	Auxiliar general
Áreas de responsabilidad	Área recreación y entretenimiento
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limpieza general y mantenimiento diario de las instalaciones. - Administrar el área. - Controlar la utilización del área. - Cuidar los jardines. - Podar, regar. - Adecuación y ornamentación del lugar. 	
<p>Dependencia: Área productiva.</p>	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 50-3: Manual de funciones de la camarera

Cargo	Camarera
Área de responsabilidad	Habitaciones
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auxiliar de limpieza en todas las áreas del establecimiento. - Mantenimiento de instalaciones. - Informe de anomalías a administrativo. - Selección de suministros de limpieza. - Inventario de elementos de limpieza existentes y faltantes. - Recorrido y supervisión de áreas para intervenir su limpieza. - Integrar programas de limpieza. - Informe de servicios complementarios a los clientes. - Resolución de quejas de clientes. 	
<p>Dependencia: Área Productiva.</p>	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 51-3: Manual de funciones de la lavandera

Cargo	Lavandera
Área de responsabilidad	Lavandería
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control de inventarios de ropa del establecimiento (habitaciones, comedor, salón, uniformes del personal, etc.) - Atención a la ropa de clientes (lavado, planchado) - Mantenimiento de instalaciones. - Selección de suministros de limpieza. - Inventario de elementos de limpieza existentes y faltantes. - Resolución de quejas de clientes. 	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 52-3: Manual de funciones del encargado de mantenimiento

Cargo	Encargado de mantenimiento
Área de responsabilidad	Todo el establecimiento
<p>Tareas inherentes al puesto:</p> <p>El encargado de mantenimiento se ocupa, principalmente, de verificar, dar mantenimiento, y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnosticar el servicio a ser ejecutado. - Reparar fallas eléctricas. 	

- Reparar fallas hidráulicas.
- Reparar fallas telefónicas.
- Hacer reparaciones prediales.
- Hacer instalaciones provisionales.
- Cuidar el área de trabajo.
- Participar en programas de mantenimiento.
- Actuar en emergencia.
- Apoyar al equipo humano de trabajo.

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 53-3: Manual de funciones del guardia

Cargo	Guardia
Área de responsabilidad	Establecimiento en general
Tareas inherentes al puesto:	
- Custodiar el establecimiento.	
- Cuidar el orden, funcionamiento, y cumplimiento por parte de los clientes.	
- Recorrer las instalaciones para comprobar el estado en que se encuentran y recoger, si fuere el caso, los objetos que hubieren sido extraviados.	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3.3. Políticas de remuneración

Tabla 19 Remuneración del departamento administrativo

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL +13ro+14to
Gerente / administrador	1	500	7000
TOTAL			7000

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 20 Remuneraciones del departamento comercial

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL +13ro+14to
Encargado de Marketing	1	400	5600
TOTAL			5600

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 21 Remuneraciones del departamento financiero

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL +13ro+14to
Contadora	1	450	6300
TOTAL			6300

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 22 Remuneraciones del departamento productivo

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL +13ro+14to
Recepcionista/Cajero	1	400	5600
Encargado de bodega	1	260	3640
Camarera	1	260	3640
Chef	1	400	5600
Ayudante de cocina	1	260	3640
Mesero	1	280	3920
Auxiliar general	1	300	4200
Lavandera	1	260	3640
Encargado de mantenimiento	1	300	4200
Guardia	1	260	3640
TOTAL			41720

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.3.4. Marco legal

3.3.4.1. Extractos de leyes que abalancen la creación de la empresa y leyes requeridas

- **Constitución política del Ecuador**

Art. 66, numeral 13: El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

Art. 66, Numeral 15: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 66, Numeral 25: derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

Art 83, literal 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

- **Ley de Turismo**

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas;
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- 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.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento.

- **Reglamento general de la Ley de Turismo**

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este Reglamento.

- **Del registro único de Turismo**

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el Registro de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El Registro de Turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y, otros.

Art. 48.- Pago por concepto de Registro. - El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

- **De la licencia única anual de funcionamiento**

Art. 55.- Requisito previo para la operación. - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento. - A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la Licencia Única Anual de Funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el Artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 60.- Pago de la licencia. - El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por Registro. En los Municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la Ordenanza correspondiente.

- **Reglamento general de actividades turísticas**

Art. 23.- Hostería. - Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines,

zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas. - Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción; Botiquín de primeros auxilios.

Art. 28.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas. - Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

- **Ley de Compañías**

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

3.3.4.2. Reglamento interno de la empresa para clientes y funcionarios

- Reglamento para clientes

De acuerdo al código de ética mundial de la OMT, este reglamento fue elaborado para proteger los recursos naturales y privados que se encuentren formando parte del proyecto:

- Para disfrutar de mejor manera del viaje que se va a realizar, el turista debe recabar información anticipada con respecto del lugar al que piensa visitar.
- El visitante debe respetar en todo momento de los aspectos ambientales, sociales y culturales que ofrece el lugar.
- Respetar a los moradores del sector en su cultura y sus costumbres.
- No es permitido la compra y venta de especies de flora y fauna del sector.
- El visitante debe seguir las instrucciones que se le indique ya que no debe caminar por senderos que no se encuentren formando parte de la visita turística.
- Ayude a fomentar el cuidado y protección hacia los recursos naturales que presente el lugar, evitando crear contaminación ambiental, para ello debe disponerse a respetar las indicaciones, colocar los desechos sólidos en el tacho asignado y evitar la destrucción de las especies forestales.

- *Reglamento interno para funcionarios*

a) Horario Laboral

- El horario laboral será de lunes a domingo en horarios de 7:00 am a 21:00 pm, los empleados disponen de una hora de almuerzo de 12:30 pm a 13:30 pm.

- Los horarios establecidos solo pueden ser reestablecidos por parte del gerente del establecimiento.
- Los trabajadores no pueden retardarse más de 10 minutos de su hora de entrada, caso contrario serán sujetos a sanciones, de acuerdo al número de retrasos que cuente el trabajador.
- Los empleados deben llenar y firmar su hoja de entrada y salida del lugar de trabajo.
- Ningún empleado puede abandonar las instalaciones de trabajo antes de su hora de salida, a menos que posea un permiso debidamente autorizado por parte del administrador o encargado del establecimiento.

b) Permisos y Faltas

- El empleado debe realizar el oficio correspondiente para el permiso solicitado con 72 horas de anticipación.
- Los permisos pertinentes solo pueden ser autorizados por el gerente del establecimiento, bajo las normas establecidas para el permiso respectivo.
- La inasistencia del empleado por problemas de salud será válida siempre que expida el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
- El empleado que no asista por un periodo de tiempo de 3 días o más sin justificación, la empresa le hará llegar su carta de despido.

c) Restricciones

- El empleado deberá portar todo el tiempo su credencial personal.
- Los trabajadores deberán portar con los uniformes establecidos por parte de la gerencia, de no hacerlo se procederá con las sanciones respectivas.
- Se encuentra prohibido que los empleados realicen actividades que pongan en peligro la vida de los visitantes.

d) Días Libres o de Descanso

- Los empleados disponen de días de descanso en las fechas establecidas como vacaciones o feriados nacionales.

e) Juntas y Reuniones Laborales

- Los empleados serán convocados a juntas o reuniones laborales con 3 días de anticipación, para que puedan organizarse con sus actividades laborales asignadas.

f) Actas Administrativas

- Se aplicarán las respectivas actas administrativas cuando el personal laboral incumpla con los reglamentos establecidos, los mismos que fueron expuestos con anterioridad.

g) Sanciones Disciplinarias

- La empresa sancionará al o los empleados que incumplan con el reglamento interno establecido, en el caso de las rescisiones de contrato se aplicará de la siguiente manera: Primera falta sin justificar el empleado tendrá una suspensión de un día sin sueldo, en la segunda falta la suspensión de dos días sin sueldo, en la tercera falta la suspensión de tres días sin sueldo, en la cuarta falta la empresa procederá a despedir al empleado.
- El empleado tiene la obligación de informar de los daños o fallas que existan en las instalaciones y en las áreas de trabajo, caso contrario de encontrarse con dichos daños y de no ser informado con anticipación el empleado deberá cubrir con el costo de la reparación.

- Requisitos legales para la constitución

Tabla 238-3: Requisitos legales para la constitución

Registro Único de Turismo
Este pago se realizará una sola vez
Solicitud dirigida al Ministerio de Turismo (Director)
Constitución legal de la empresa
Representación legal de la entidad
Acta de Constitución

Licencia Única Anual de Funcionamiento de Establecimientos Turísticos
Solicitud dirigida al Señor Alcalde del Cantón.
Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo provincial
Patente municipal.
Copia certificada del RUC.
Lista de precios del establecimiento turístico.
Formulario actualizado de la planta turística.
Patente Municipal
Copia de la cédula y papeleta de votación
Copia de RUC.
Copia permiso de cuerpo de bomberos
Copia del título del predio donde se ubica la actividad
Formulario "Solicitud patente"
Certificado factibilidad Gestión Ambiental.

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Obligaciones fiscales
 - a. Obligaciones por única vez

Tabla 24 Obligaciones por única vez

Obligaciones	Costo
Registro Único de Turismo (el valor fija el Ministerio de Turismo de acuerdo a la categorización otorgada por el mismo, al número de habitaciones y una debida inspección de la empresa turística). Para el presente estudio se estimó la implementación de una hostería de dos estrellas con 7 habitaciones.	41,30
Apertura de una cuenta en el Banco Nacional de Fomento con un valor de 400 dólares como requisito para ser una Microempresa Asociativa	400,00
Otras instituciones	200,00
COSTO TOTAL	641,30

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

b. Obligaciones anuales

Tabla 60-3: Obligaciones anuales

Obligaciones	Costo
Licencia anual de funcionamiento (El valor fija el base a los siguientes factores: al valor otorgado por el Ministerio de Turismo, el número de habitaciones 8 dólares/habitación, y el número de mesas 2dólares por mesa.). Para nuestro estudio se pretende la construcción de 7 Habitaciones y la implementación de un restaurante con 10 mesas.	76,00
Otras instituciones	30,00
COSTO TOTAL	106,00

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.4. Viabilidad técnico ambiental

3.4.1. Estudio de Impacto Ambiental

El estudio de impacto ambiental es un análisis ambiental preventivo, que permite anticipar los futuros impactos que son producto de la actividad turística que se realiza en la zona de estudio, el objetivo es identificar las variables ambientales que puedan existir desde el inicio de la construcción de la infraestructura de la hostería para dar las soluciones pertinentes identificado (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2012).

3.4.2. Efectos del Proyecto

En cada entorno o ambiente en donde se realice una construcción de infraestructura se encuentra propenso a sufrir cambios, por lo cual la contaminación tiende a aumentar, afectando de forma negativa en el equilibrio del espacio verde, alterando de esta manera la armonía visual, la calidad de aire, suelo y agua, por tal motivo es importante tomar en consideración los impactos que se van a generar en el medio como la emisión de CO₂ que se depositarían en el aire, compactación del suelo y presencia de químicos que destruyen la calidad del mismo.

3.4.3. Matriz de Impactos - Leopold

La matriz de Leopold es utilizada como método de valoración para identificar impactos ambientales, mediante el análisis de sus componentes ambientales y las actividades que se vayan a desarrollar durante el proyecto, su objetivo es identificar aspectos más susceptibles a sufrir impactos negativos hacia el ambiente.

Tabla 61-3: Matriz de Leopold

CATEGORÍA COMPONENTE AMBIENTAL	MEDIO FÍSICO						MEDIO BIOLÓGICO				MEDIO SOCIO-ECONÓMICO								
	AIRE		AGUA		SUELO		FLORA	FAUNA		SOCIO-ECONÓMICO			PAISAJE						
PARÁMETROS ACTIVIDADES	Calidad de aire	Niveles de ruido y vibraciones	Calidad de agua	Incremento en el consumo de agua	Calidad del suelo	Cambios del relieve	Compactación y erosión del suelo	Contaminación por desechos sólidos	Pérdida de la cobertura vegetal	Alteración del hábitat	Migración de especies	Alteración del hábitat	Calidad de vida de la población	Generación de empleos	Infraestructura de servicios básicos	Cambio en el valor de la tierra	Circulación vehicular y peatonal	Alteración del paisaje	Contaminación visual
Mano de obra en la construcción	-3	-3	-2	-2	-2	-2	-2	-4	-3	-3	-3	-4	-7	10	-4	-4	-2	-1	-1
Preparación y alteración de caminos	-4	-4	-2	-2	-6	-4	-6	-4	-6	-4	-4	-4	10	10	-8	-3	-3	-3	-3
Construcción de infraestructuras	-6	-6	-2	-4	-6	-4	-6	-10	-4	-4	-4	-4	10	10	10	-4	-2	-2	-2
Construcción e instalación de tuberías	-3	-5	-6	-6	-6	-2	-6	-8	-4	-4	-4	-4	10	10	10	-1	-2	-1	-1
Movimientos de maquinaria pesada	-2	-3	-2	-2	-1	-1	-1	-10	-4	-6	-4	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6
Generación de escombros	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Generación de basura	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Generación de aguas residuales	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Remoción de cobertura vegetal	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Excavaciones	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Nivelación del terreno	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Instalaciones eléctricas	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Transporte de materiales de const	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Ingreso de visitantes	-4	-2	-2	-2	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Transporte de materia prima	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Consumo de productos locales	-2	-2	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Afluencia de turistas	-4	-2	-2	-2	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Incremento de comercio	-6	-6	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Intercambio cultural	-6	-6	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
Aumento del tráfico vehicular	-6	-6	-6	-6	-8	-8	-10	-4	-6	-4	-4	-6	-6	-6	-6	-4	-4	-4	-4
AFECTACIONES POSITIVAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	14	3	6	0	0	0
AFECTACIONES NEGATIVAS	13	10	7	3	10	3	5	14	8	14	13	13	6	0	0	0	13	18	17
AGREGACIÓN DE IMPACTOS																			

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Criterios para la Evaluación de Impactos en la matriz de Leopold

Tabla 62-3: Criterios de evaluación de impactos de la Matriz de Leopold

Magnitud				Importancia		Tipo de Impacto	
Impacto Positivo		Impacto Negativo		Impacto Positivo y Negativo			
1 a 3	Baja	-1 a -3	Baja	1 a 3	Puntual	Alto	>25
4 a 6	Mediana	-4 a -6	Mediana	4 a 6	Local	Medio	16-24
7 a 9	Alta	-7 a -9	Alta	7 a 9	Regional	Bajo	1-15
10	Muy Alta	-10	Muy Alta	10	Nacional		

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Interpretación de Resultados de la Matriz de Leopold

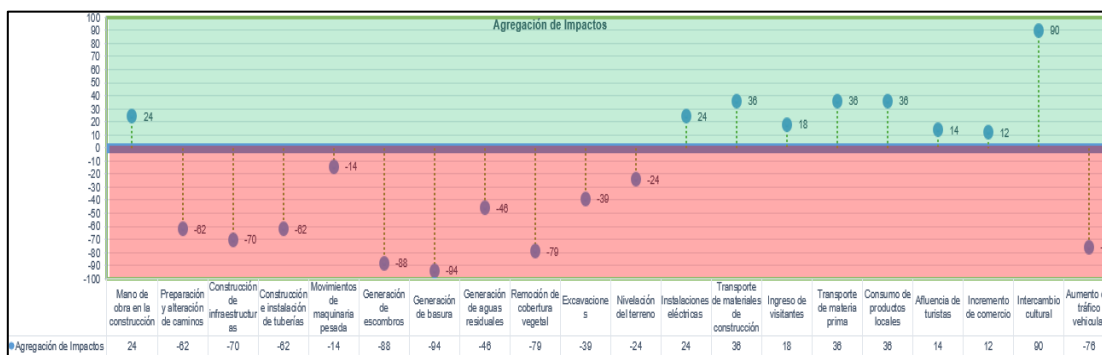


Figura 5-3. Impactos Positivos y Negativos en la agregación de impactos obtenidos en la matriz

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Para la evaluación de los impactos ambientales generados en la construcción de la hostería en la parroquia Quimiag perteneciente a la Provincia de Chimborazo, se llevó a cabo mediante la elaboración y aplicación de la matriz de Leopold, la misma que permite relacionar los factores ambientales y las actividades que se realizarán dentro del proyecto. Para lo cual se realizó el cálculo de la magnitud e importancia de cada impacto previamente identificado dentro de la matriz, por tal motivo se identifica cada impacto siendo valorado con el signo “+” el impacto positivo y con el signo “-” el impacto negativo, conforme a los resultados obtenidos en la matriz de acuerdo al número de impactos positivos y negativos identificados tenemos:

Tabla 2563-3: Impactos positivos y negativos del número de afectaciones de impactos obtenidos

Actividades	Impacto	Número de ocurrencias	Parámetros intervenidos
Mano de obra en la construcción	Positivo	2	c. Calidad de vida de la población d. Generación de empleos
	Negativo	8	e. Niveles de ruido y vibraciones f. Calidad de agua g. Incremento en el consumo de agua h. Calidad del suelo i. Contaminación por desechos sólidos j. Alteración del hábitat en flora k. Circulación vehicular y peatonal l. Alteración del paisaje
Preparación y alteración de caminos	Positivo	3	m. Calidad de vida de la población n. Generación de empleos o. Cambio en el valor de la tierra
	Negativo	14	p. Calidad de aire q. Niveles de ruido y vibraciones r. Calidad de agua s. Calidad del suelo t. Cambios del relieve u. Compactación y erosividad del suelo v. Contaminación por desechos sólidos w. Pérdida de la cobertura vegetal x. Alteración del hábitat en flora y. Migración de especies z. Alteración del hábitat en fauna aa. Circulación vehicular y peatonal bb. Alteración del paisaje cc. Contaminación visual
Construcción de infraestructuras	Positivo	4	dd. Calidad de vida de la población ee. Generación de empleos ff. Infraestructura de servicios básicos gg. Cambio en el valor de la tierra
	Negativo	15	hh. Calidad de aire ii. Niveles de ruido y vibraciones jj. Calidad de agua kk. Incremento en el consumo de agua ll. Calidad del suelo mm. Cambios del relieve nn. Compactación y erosividad del suelo

			oo. Contaminación por desechos sólidos pp. Pérdida de la cobertura vegetal qq. Alteración del hábitat en flora rr. Migración de especies ss. Alteración del hábitat en fauna tt. Circulación vehicular y peatonal uu. Alteración del paisaje vv. Contaminación visual
Construcción e instalación de tuberías	Positivo	4	ww. Calidad de vida de la población xx. Generación de empleos yy. Infraestructura de servicios básicos zz. Cambio en el valor de la tierra
	Negativo	15	aaa. Calidad de aire bbb. Niveles de ruido y vibraciones ccc. Calidad de agua ddd. Incremento en el consumo de agua eee. Calidad del suelo fff. Cambios del relieve ggg. Compactación y erosividad del suelo hhh. Contaminación por desechos sólidos iii. Pérdida de la cobertura vegetal jjj. Alteración del hábitat en flora kkk. Migración de especies lll. Alteración del hábitat en fauna mmm. Circulación vehicular y peatonal nnn. Alteración del paisaje ooo. Contaminación visual
Movimientos de maquinaria pesada	Positivo	2	ppp. Calidad de vida de la población qqq. Generación de empleos
	Negativo	8	rrr. Calidad de aire sss. Niveles de ruido y vibraciones ttt. Calidad del suelo uuu. Migración de especies vvv. Alteración del hábitat en fauna www. Circulación vehicular y peatonal xxx. Alteración del paisaje yyy. Contaminación visual
Generación de escombros	Positivo	0	
	Negativo	9	zzz. Calidad del suelo aaaa. Contaminación por desechos sólidos bbbb. Pérdida de la cobertura vegetal

			cccc. Alteración del hábitat en flora dddd. Migración de especies eeee. Alteración del hábitat en fauna ffff. Calidad de vida de la población gggg. Alteración del paisaje hhhh. Contaminación visual
Generación de basura	Positivo	0	
	Negativo	10	iiii. Calidad de aire jjjj. Calidad del suelo kkkk. Contaminación por desechos sólidos llll. Pérdida de la cobertura vegetal mmmm. Alteración del hábitat en flora nnnn. Migración de especies oooo. Alteración del hábitat en fauna pppp. Calidad de vida de la población qqqq. Alteración del paisaje rrrr. Contaminación visual
Generación de aguas residuales	Positivo	0	
	Negativo	8	- Calidad de agua - Pérdida de la cobertura vegetal - Alteración del hábitat en flora - Migración de especies - Alteración del hábitat en fauna - Calidad de vida de la población - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Remoción de cobertura vegetal	Positivo	0	-
	Negativo	9	- Calidad de suelo - Compactación y erosividad del suelo - Pérdida de la cobertura vegetal - Alteración del hábitat en flora - Migración de especies - Alteración del hábitat en fauna - Calidad de vida de la población - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Excavaciones	Positivo	1	- Generación de empleos
	Negativo	11	- Calidad de aire - Niveles de ruido y vibraciones - Calidad de suelo - Compactación y erosividad del suelo

			<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de la cobertura vegetal - Alteración del hábitat en flora - Migración de especies - Alteración del hábitat en fauna - Calidad de vida de la población - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Nivelación del terreno	Positivo	0	-
	Negativo	10	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de aire - Niveles de ruido y vibraciones - Calidad de suelo - Compactación y erosividad del suelo - Pérdida de la cobertura vegetal - Alteración del hábitat en flora - Migración de especies - Alteración del hábitat en fauna - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Instalaciones eléctricas	Positivo	3	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos - Infraestructura de servicios básicos
	Negativo	3	<ul style="list-style-type: none"> - Niveles de ruido y vibraciones - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Transporte de materiales de construcción	Positivo	2	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos
	Negativo	5	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de aire - Circulación vehicular y peatonal - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Ingreso de visitantes	Positivo	2	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos
	Negativo	8	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de aire - Calidad de agua - Contaminación por desechos sólidos - Alteración del hábitat en flora - Circulación vehicular y peatonal - Contaminación visual
Transporte de materia prima	Positivo	2	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos
	Negativo	5	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de aire

			<ul style="list-style-type: none"> - Niveles de ruido y vibraciones - Circulación vehicular y peatonal - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Consumo de productos locales	Positivo	2	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos
	Negativo	2	<ul style="list-style-type: none"> - Contaminación por desechos sólidos - Circulación vehicular y peatonal
Afluencia de turistas	Positivo	3	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos - Cambio en el valor de la tierra
	Negativo	8	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de aire - Contaminación por desechos sólidos - Alteración del hábitat en flora - Migración de especies - Alteración del hábitat en fauna - Circulación vehicular y peatonal - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Incremento de comercio	Positivo	3	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos - Cambio en el valor de la tierra
	Negativo	8	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de aire - Contaminación por desechos sólidos - Alteración del hábitat en flora - Alteración del hábitat en fauna - Circulación vehicular y peatonal - Alteración del paisaje - Contaminación visual
Intercambio cultural	Positivo	3	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida de la población - Generación de empleos - Cambio en el valor de la tierra
	Negativo	1	<ul style="list-style-type: none"> - Circulación vehicular y peatonal
Aumento del tráfico vehicular	Positivo	0	<ul style="list-style-type: none"> -
	Negativo	6	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de aire - Contaminación por desechos sólidos - Calidad de vida de la población - Circulación vehicular y peatonal - Alteración del paisaje - Contaminación visual

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

De acuerdo a los valores que se obtuvieron en la matriz de Leopold mediante el uso de los criterios de magnitud e importancia, se puede considerar el tipo de impacto ya sea positivo o negativo, teniendo como resultado la ilustración 39 en donde se puede observar en la parte superior la franja de color verde los impactos positivos siendo considerados como impactos de beneficio en el desarrollo del proyecto, siendo las actividades de mano de obra en la construcción, instalaciones eléctricas, transporte de materiales de construcción, ingreso de visitantes, transporte de materia prima, consumo de productos locales, afluencia de turistas, incremento de comercio, intercambio cultural, siendo estas actividades las que se encuentran dentro de un rango de impacto bajo menor a 15 de acuerdo a la tabla 58, siendo de beneficio en los parámetros de medio socio económico, ya que permite que la población en donde se va a construir el proyecto sea de mayor conocimiento para las personas a nivel provincial, y a nivel local como es la población en sí ya que les permitirá una mejor calidad de vida de la población.

En el caso de los impactos altos se puede dar a conocer que son aquellos que superan el criterio mínimo de aceptación de impacto siendo mayores a 25 como nos indica en la tabla 58 de criterio de evaluación del impacto, siendo las actividades que mayor generan un impacto alto hacia el ambiente siendo la preparación y alteración de caminos, construcción de infraestructuras, construcción e instalación de tuberías, movimiento de maquinaria pesada, generación de escombros, generación de basura, generación de aguas residuales, reducción de la cobertura vegetal, excavaciones, nivelación del terreno y el aumento del tráfico vehicular; siendo estas actividades las que se encuentran alterando de manera muy significativa a los parámetros ambientales como son la calidad de aire, niveles de ruido y vibraciones, calidad de agua, calidad de suelo, compactación y erosividad del suelo, pérdida de la cobertura vegetal, alteración del hábitat de flora y fauna y contaminación visual, todos esos impactos son generados en la fase de construcción del proyecto debido a todas las actividades generadas dentro de la fase.

3.4.4. Evaluación de la matriz de Leopold

La matriz de Leopold nos permitió realizar el estudio de impactos ambientales de la hostería, los mismos que se estiman serán eventuales y menores, permitiendo de tal manera realizar un plan de control y mitigación de los impactos para la reducción de los mismos, para lo cual se los ha catalogado en tres tipos de impactos, siendo considerados como impactos altos y los que mayor afectan al ambiente, el manejo de escombros, los desechos sólidos, la generación de polvo que se levantará en consecuencia de la construcción de las infraestructuras, el ruido y vibraciones causado

por la circulación de vehículos y el uso de maquinaria en la obra, la calidad del suelo y la contaminación visual o alteración paisajística de la zona.

3.4.5. Plan de Control y Mitigación de impactos ambientales

De acuerdo al análisis que se realizó en base a la matriz de Leopold, se concluye que la construcción de la hostería no generaría mayor impacto negativo en la zona de estudio en la parroquia Quimiag, por tal motivo se ha establecido un Plan de Control y Monitoreo que tiene como objetivo controlar la implementación de las medidas atenuantes a los impactos generados durante la construcción y operación de la hostería. El monitoreo de las medidas de mitigación consistirá en controles periódicos sobre el correcto funcionamiento de las recomendaciones propuestas con el fin de minimizar en lo posible los impactos ambientales.

Tabla 64-3: Plan de Control y Mitigación de Impactos Ambientales

Componente	Impactos	Medidas	Requerimiento	Responsable	Tiempo
Aire	Expulsión de partículas	Control durante la construcción de la hostería	Control de avance de la obra de construcción	Encargado de la obra	Diario
	Niveles de ruido	Los ruidos son mínimos y son los generados por los vehículos que llegan hasta el lugar y aquellos que transitan en inmediaciones del hotel.			
Suelo	Compactación	Utilización de maquinaria liviana		Encargado de la obra	Diario
	Contaminación por desechos sólidos	Manejo adecuado de los residuos sólidos, mediante la separación y clasificación de los desechos	Los residuos generados son depositados en tachos con señaléticas informativas de colocación de desechos como plástico, cartón, vidrio, para su posterior recolección por el camión municipal para su disposición final en el relleno sanitario de la ciudad.	Encargado de la obra	Semanal
	Mantenimiento adecuado de las vías de acceso y sitios de recreación.	Cuidado de la cobertura vegetal en sitios de recreación.	Control de áreas naturales libres de construcción, debe sembrarse vegetación local para evitar erosión y conservar la	Gerente de la hostería	Mensual

			calidad del suelo.		
Agua	Manejo adecuado de residuos líquidos.	Control de aguas provenientes de la cocina del restaurante	Disponer de una trampa de grasas para evitar que el aceite que se utiliza para preparar los alimentos, se mezcle con las aguas residuales que se dirigen al sistema de alcantarillado.	Gerente de la hostería	Mensual
Flora y fauna	Modificación del hábitat	- Reforestación con plantas nativas.	Cuidado cultural de la vegetación existente.	Gerente de la hostería	Semanal
	Pérdida de la flora	-Mantenimiento de la cobertura vegetal existente.			
	Alejamiento de especies de fauna	-Mantenimiento de la cobertura vegetal arbórea que puedan proporcionar alimento a las aves.			
Socio económico	Aumento de turismo en la zona	Capacitación de turismo sostenible a la comunidad y personal laboral.	Talleres de capacitación	Gerente de la hostería y profesional de turismo	Anual
	Riesgos de incendio	-Disponer de extintores de polvo químico seco en cada una de las secciones. -La basura debe ser depositada en lugares adecuados, para evitar posibles focos de incendio. -Contar con letreros informativos de prohibido fumar, salidas de emergencias, etc.	Entrenamiento del personal para actuar en caso de inicio de un incendio. Instalación de botiquín de primeros auxilios.	Gerente de la hostería y profesional contra riesgos laborales.	Anual
	Accidentes laborales	Verificación de las instalaciones y del personal.	Capacitación al personal en cuanto a prevención de accidentes e incendios, y como actuar en caso de emergencia. Contar con equipo de protección individual. Mantener los equipos de seguridad en buenas condiciones		
	Espacios para estacionamiento	Disposición de estacionamiento amplio para evitar mayor congestionamiento en épocas de feriados.	Ubicación de carteles de señalización en las entradas, salidas y estacionamientos.	Gerente de la hostería	Semanal
	Medidas de	-Verificación del uso de	Ubicación de	Gerente de la	Semanal

	protección en áreas de piscinas y recreación	piscinas. - Verificación del uso del área de recreación.	señaléticas con números de emergencias en caso de accidentes.	hostería	
Paisaje	Alteración del paisaje	Control durante la construcción de la hostería.	Control de avance de la obra de construcción.	Encargado de la obra	Diario

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5. Viabilidad económica y financiera

3.5.1. Inversión del proyecto

Tabla 65-3: Inversión del Proyecto

RUBROS	Sub Valores	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	INVERSIÓN TOTAL
INVERSIONES FIJAS			\$ 603.957,50	\$ 603.957,50
Edificaciones y construcciones			\$ 496.329,00	\$ 496.329,00
Maquinaria y equipos			\$ 105.335,50	\$ 105.335,50
Área Hospedaje	\$ 14.736,00			
Área Recreación	\$ 822,50			
Área de Spa-piscina	\$ 2.138,00			
Área restaurante	\$ 5.157,00			
Área recepción y gerencia	\$ 82.482,00			
Muebles y enseres			\$ 510,00	\$ 510,00
Equipos de computación			\$ 1.120,00	\$ 1.120,00
Menaje			\$ 500,00	\$ 500,00
Imprevistos			\$ 163,00	\$ 163,00
INVERSIONES DIFERIDAS			\$ 10.276,00	\$ 10.276,00
Gastos de Constitución legal de la empresa			\$ 106,00	\$ 106,00
Estudios (mitigación impactos)			\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Promoción y publicidad			\$ 470,00	\$ 470,00
Intereses antes del funcionamiento			\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Imprevistos			\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 65.020,00	\$ 65.020,00
Materia prima (víveres - otros)			\$ 3.800,00	\$ 3.800,00

Insumos			\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Mano de Obra directa			\$ 20.440,00	\$ 20.440,00
Camarera	\$ 3.640,00			
Chef	\$ 5.600,00			
Ayudante de cocina	\$ 3.640,00			
Mesero	\$ 3.920,00			
Lavandera	\$ 3.640,00			
Mano de Obra indirecta			\$ 38.680,00	\$ 38.680,00
Remuneración recepcionista-cajero	\$ 4.800,00			
Remuneración gerente-administrador	\$ 6.300,00			
Remuneración contadora	\$ 6.300,00			
Remuneración encargado de bodega	\$ 3.640,00			
Remuneración auxiliar general	\$ 4.200,00			
Remuneración encargado de mantenimiento	\$ 4.200,00			
Remuneración guardia	\$ 3.640,00			
Contingencias			\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL			\$ 679.253,50	\$ 679.253,50

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.2. Fuente de inversión del proyecto

Tabla 26 Fuente de inversión del proyecto

RUBROS	INVERSIÓN TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS	BANCOS
INVERSIONES FIJAS	\$ 603.957,50		
Edificaciones y construcciones	\$ 496.329,00	\$ 166.329,00	\$ 330.000,00
Maquinaria y equipos	\$ 105.335,50	\$ 105.335,50	
Muebles y enseres	\$ 510,00	\$ 510,00	
Equipos de computación	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	
Imprevistos	\$ 163,00	\$ 163,00	
INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 10.276,00		
Gastos de Constitución legal de la empresa	\$ 106,00	\$ 106,00	

Estudios (mitigación impactos)	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
Promoción y publicidad	\$ 470,00	\$ 470,00	
Intereses antes del funcionamiento	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
Imprevistos	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 65.020,00		
Materia prima (víveres - otros)	\$ 3.800,00	\$ 3.800,00	
Insumos	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	
Mano de Obra directa	\$ 20.440,00	\$ 20.440,00	
Mano de Obra indirecta	\$ 38.680,00	\$ 38.680,00	
Contingencias	\$ 800,00	\$ 800,00	
TOTAL	\$ 679.253,50	\$ 349.253,50	\$ 330.000,00

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.3. Clasificación de la inversión

Tabla 277-3: Clasificación de la inversión

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
Inversiones fijas	\$ 603.957,50
Inversiones diferidas	\$ 10.276,00
Capital de trabajo	\$ 65.020,00
TOTAL	\$ 679.253,50

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.4. Financiamiento del Proyecto

Tabla 28Financiamiento del Proyecto

FINANCIAMIENTO	
Préstamo	\$ 330.000,00
Socio "A"	\$ 69.850,70
Socio "B"	\$ 69.850,70
Socio "C"	\$ 69.850,70
Socio "D"	\$ 69.850,70
Socio "E"	\$ 69.850,70
Total Aporte socios	\$ 349.253,50
TOTAL	\$ 679.253,50

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.5. Depreciación de los activos fijos

Tabla 29 Depreciación de los activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPREC. ANUAL	VALOR SALVAMEN.	VALOR DE DEPREC.	DURACIÓN PROYECTO	% DEPREC.	AÑOS LEY
Edificaciones y construcciones	\$ 496.329,00	\$ 24.816,45	\$ 471.512,55	\$ 124.082,25	5 años	5%	20 años
Maquinaria y equipos	\$ 105.335,50	\$ 10.533,55	\$ 94.801,95	\$ 52.667,75	5 años	10%	10 años
Muebles y enseres	\$ 510,00	\$ 51,00	\$ 459,00	\$ 255,00	5 años	10%	10 años
Equipos de computación	\$ 1.120,00	\$ 373,30	\$ 746,70	\$ 1.866,48	5 años	33%	3 años
Menaje	\$ 500,00	\$ 50,00	\$ 450,00	\$ 250,00	5 años	10%	10 años
TOTAL		\$ 35.824,30	\$ 567.970,20	\$ 179.121,48			

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.6. Amortización de Activos Diferidos

Tabla 70-3: Amortización de los Activos diferidos

INVERSIONES DIFERIDAS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 10.276,00	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20
Gastos de Constitución legal de la empresa	\$ 106,00	\$ 21,20	\$ 21,20	\$ 21,20	\$ 21,20	\$ 21,20
Estudios (mitigación impactos)	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Promoción y publicidad	\$ 470,00	\$ 94,00	\$ 94,00	\$ 94,00	\$ 94,00	\$ 94,00
Capacitación a personal	\$ 1.200,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Intereses antes del funcionamiento	\$ 5.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Imprevistos	\$ 2.000,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.7. Cálculo del pago de la deuda

Tabla 71-3: Datos para el cálculo del pago de la deuda

Valor del Préstamo:	\$ 330.000,00
Plazo:	5 años
Modo:	Capitalizable anual
Interés:	11%

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

Tabla 72-3: Cálculo del pago de la deuda

PERÍODO	CAPITAL PRÉSTAMO	INTERÉS	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	\$ 330.000,00	\$ 36.300,00	\$ 66.000,00	\$ 102.300,00	\$ 264.000,00
2	\$ 264.000,00	\$ 29.040,00	\$ 66.000,00	\$ 95.040,00	\$ 198.000,00
3	\$ 198.000,00	\$ 21.780,00	\$ 66.000,00	\$ 87.780,00	\$ 132.000,00
4	\$ 132.000,00	\$ 14.520,00	\$ 66.000,00	\$ 80.520,00	\$ 66.000,00
5	\$ 66.000,00	\$ 7.260,00	\$ 66.000,00	\$ 73.260,00	\$ -
TOTAL		\$ 108.900,00	\$ 330.000,00	\$ 438.900,00	

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.8. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Tabla 73-3: Estructura de Costos y Gastos

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia Prima	\$ 3.800,00	\$ 3.984,30	\$ 4.177,54	\$ 4.380,15	\$ 4.592,59	\$ 4.815,33
Materiales e insumos	\$ 1.300,00	\$ 1.363,05	\$ 1.429,16	\$ 1.498,47	\$ 1.571,15	\$ 1.647,35
Mano de obra directa	\$ 20.440,00	\$ 21.431,34	\$ 22.470,76	\$ 23.560,59	\$ 24.703,28	\$ 25.901,39
Mano de obra indirecta	\$ 38.680,00	\$ 40.555,98	\$ 42.522,95	\$ 44.585,31	\$ 46.747,70	\$ 49.014,96
Subtotal Cost. Producc.	\$ 64.220,00	\$ 67.334,67	\$ 70.600,40	\$ 74.024,52	\$ 77.614,71	\$ 81.379,02
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Servicios básicos	\$ 1.559,00	\$ 1.634,61	\$ 1.713,89	\$ 1.797,01	\$ 1.884,17	\$ 1.975,55
Depreciación Activos fijos		\$ 35.824,30	\$ 35.824,30	\$ 35.824,30	\$ 35.451,00	\$ 35.451,00
Gastos de constitución	\$ 106,00	-	-	-	-	-

Subtotal Cost. Administ.	\$ 1.665,00	\$ 37.458,91	\$ 37.538,19	\$ 37.621,31	\$ 37.335,17	\$ 37.426,55
GASTO DE VENTAS						
Promoción y publicidad	\$ 470,00	\$ 492,80	\$ 516,70	\$ 541,76	\$ 568,03	\$ 595,58
Subtotal Gasto de ventas	\$ 470,00	\$ 492,80	\$ 516,70	\$ 541,76	\$ 568,03	\$ 595,58
COSTOS FINANCIEROS						
Intereses bancarios		\$ 36.300,00	\$ 29.040,00	\$ 21.780,00	\$ 14.520,00	\$ 7.260,00
Subtotal Cost. Financ.	\$ -	\$ 36.300,00	\$ 29.040,00	\$ 21.780,00	\$ 14.520,00	\$ 7.260,00
TOTAL	\$ 66.355,00	\$ 141.586,37	\$ 137.695,28	\$ 133.967,59	\$ 130.037,91	\$ 126.661,15

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.9. Estado de resultados proyectados balance general proyectado

Tabla 30 Estado de Resultados Proyectado

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 435.465,00	\$ 461.590,00	\$ 489.196,00	\$ 518.627,00	\$ 549.763,00
-Costos de Producción	\$ 67.334,67	\$ 70.600,40	\$ 74.024,52	\$ 77.614,71	\$ 81.379,02
Utilidad Bruta	\$ 368.130,33	\$ 390.989,60	\$ 415.171,48	\$ 441.012,29	\$ 468.383,98
-Costos de Administración	\$ 37.458,91	\$ 37.538,19	\$ 37.621,31	\$ 37.335,17	\$ 37.426,55
-Costos de Ventas	\$ 492,80	\$ 516,70	\$ 541,76	\$ 568,03	\$ 595,58
Utilidad Operativa	\$ 330.178,63	\$ 352.934,72	\$ 377.008,41	\$ 403.109,09	\$ 430.361,85
-Costo Financiero	\$ 36.300,00	\$ 29.040,00	\$ 21.780,00	\$ 14.520,00	\$ 7.260,00
Utilidad Neta antes de RU	\$ 293.878,63	\$ 323.894,72	\$ 355.228,41	\$ 388.589,09	\$ 423.101,85
-Repart. Utilidades 15%	\$ 44.081,79	\$ 48.584,21	\$ 53.284,26	\$ 58.288,36	\$ 63.465,28
Utilidad Neta antes de impuestos	\$ 249.796,83	\$ 275.310,51	\$ 301.944,15	\$ 330.300,73	\$ 359.636,57

-IR 35%	\$ 87.428,89	\$ 96.358,68	\$ 105.680,45	\$ 115.605,25	\$ 125.872,80
UTILIDAD NETA	\$ 162.367,94	\$ 178.951,83	\$ 196.263,70	\$ 214.695,47	\$ 233.763,77

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.10. Balance General Proyectado

Tabla 75-3: Balance General Proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$ 65.020,00	\$ 68.173,47	\$ 71.479,88	\$ 74.946,66	\$ 78.581,57	\$ 82.392,78
Activos Fijos	\$ 603.957,50	\$ 603.957,50	\$ 603.957,50	\$ 603.957,50	\$ 603.957,50	\$ 603.957,50
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 35.824,30	\$ 35.824,30	\$ 35.824,30	\$ 35.451,00	\$ 35.451,00
Activos diferidos	\$ 10.276,00	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20	\$ 2.055,20
Total de activos	\$ 679.253,50	\$ 710.010,47	\$ 713.316,88	\$ 716.783,65	\$ 720.045,27	\$ 723.856,48
Pasivo Corriente		\$ 36.300,00	\$ 29.040,00	\$ 21.780,00	\$ 14.520,00	\$ 7.260,00
Pasivo Largo Plazo		\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00
Total Pasivo	\$ -	\$ 102.300,00	\$ 95.040,00	\$ 87.780,00	\$ 80.520,00	\$ 73.260,00
Patrimonio	\$ 679.253,50	\$ 445.342,53	\$ 439.325,05	\$ 432.739,95	\$ 424.829,80	\$ 416.832,71
Utilidad ejercicio	\$ -	\$ 162.367,94	\$ 178.951,83	\$ 196.263,70	\$ 214.695,47	\$ 233.763,77
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 679.253,50	\$ 710.010,47	\$ 713.316,88	\$ 716.783,65	\$ 720.045,27	\$ 723.856,48

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.5.11. Cálculo del flujo de caja proyectado

Tabla 31 Flujo de Caja Proyectado

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 170.824,00	\$ 435.465,00	\$ 461.590,00	\$ 489.196,00	\$ 518.627,00	\$ 549.763,00
-Costos de Producción		\$ 67.334,67	\$ 70.600,40	\$ 74.024,52	\$ 77.614,71	\$ 81.379,02
Utilidad Bruta		\$ 368.130,33	\$ 390.989,60	\$ 415.171,48	\$ 441.012,29	\$ 468.383,98
-Costos de Administración		\$ 37.458,91	\$ 37.538,19	\$ 37.621,31	\$ 37.335,17	\$ 37.426,55
-Costos de Ventas		\$ 492,80	\$ 516,70	\$ 541,76	\$ 568,03	\$ 595,58
Utilidad Operativa		\$ 330.178,63	\$ 352.934,72	\$ 377.008,41	\$ 403.109,09	\$ 430.361,85
-Costo Financiero		\$ 36.300,00	\$ 29.040,00	\$ 21.780,00	\$ 14.520,00	\$ 7.260,00
Utilidad Neta antes de RU		\$ 293.878,63	\$ 323.894,72	\$ 355.228,41	\$ 388.589,09	\$ 423.101,85
-Repart. Utilidades 15%		\$ 44.081,79	\$ 48.584,21	\$ 53.284,26	\$ 58.288,36	\$ 63.465,28
Utilidad Neta antes de impuestos		\$ 249.796,83	\$ 275.310,51	\$ 301.944,15	\$ 330.300,73	\$ 359.636,57
-IR 25%		\$ 87.428,89	\$ 96.358,68	\$ 105.680,45	\$ 115.605,25	\$ 125.872,80
UTILIDAD NETA		\$ 162.367,94	\$ 178.951,83	\$ 196.263,70	\$ 214.695,47	\$ 233.763,77
+Depreciaciones		\$ 35.824,30	\$ 35.824,30	\$ 35.824,30	\$ 35.451,00	\$ 35.451,00
Inversiones	\$ 679.253,50					
+Amortización préstamo		\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00
FLUJO DE CAJA	\$ 679.253,50	\$ 264.192,24	\$ 280.776,13	\$ 298.087,99	\$ 316.146,47	\$ 335.214,77

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

3.6. Evaluación Financiera

Tabla 32 Indicadores Financieros

TIR	31,96%
VAN	\$ 41.790,22
Período de recuperación	2 años y 6 meses
C/B	1,7273448

Realizado por: Minaya, Melva, 2022.

- Al realizar el cálculo del Valor Actual Neto, se ha usado el 11% como referencia, pues es la tasa que se ha tomado en cuenta para el financiamiento del crédito. Esta tasa es la referencial del “BanEcuador” para negocios. Se obtuvo finalmente un VAN positivo, teniendo este el valor de \$ 41. 790,22, lo que nos muestra una favorable generación de ingresos.
- La tasa Interna de Retorno es del 31,96%, frente a la tasa pasiva actual de los bancos que es del 6%, por lo que el TIR nos indica un proyecto bastante rentable. Teniendo en cuenta la magnitud de la inversión es razonable tener un TIR del 31%, pues se espera que con una gran inversión exista un gran beneficio.
- La relación Costo Beneficio es de 1.72, lo cual nos indica que, por cada dólar invertido, existirá un beneficio de \$1,72. Además se muestra un período de recuperación de la inversión de 2 años y seis meses, es decir dos años y medio, un tiempo prudencial y bastante rentable para la inversión realizada.

CONCLUSIONES

En la viabilidad comercial, proyecto propuesto es técnicamente viable ya que posee espacios adecuados y cómodos para la acogida de sus visitantes, ya que posee áreas de estacionamiento, hospedaje, áreas recreativas para las personas adultas y niños y un restaurante con variedad de servicios en alimentación.

En la viabilidad administrativa legal, el proyecto es viable, ya que cuenta con todos los reglamentos y normativas vigentes para que el proyecto se ejecute con normalidad.

En la viabilidad técnico ambiental, el proyecto es viable ya que posee medidas de control y mitigación de impactos para cada uno de sus componentes ambientales y actividades que se realicen durante la ejecución del proyecto, siendo de esta manera que los impactos negativos que han sido identificados puedan manejarse de una manera adecuada.

En la viabilidad financiera, se puede determinar que el proyecto es viable por los siguientes datos obtenidos: Valor Actual Neto (VAN) = \$ 41.790,22, Taza Interna de Retorno (TIR) = 31,96 %, Relación Beneficio Costo (B/C) = \$ 1.72; esto quiere decir que por cada dólar que se ha invertido la ganancia es de 0.72 centavos y la Recuperación del Capital se lo realizará en 2 años y 6 meses.

RECOMENDACIONES

Es recomendable realizar estudios previos a la construcción y ejecución del proyecto para determinar la viabilidad del mismo en el área en el cual se desee implementar dicho proyecto.

Es necesario tomar en consideración un diseño de construcción apropiado y con las adecuaciones necesarias que los turistas requieran para que el proyecto sea viable y posea gran aceptación hacia los turistas a nivel nacional e internacional.

Es importante aplicar las medidas propuestas en el Plan de Control y Mitigación de Impactos Ambientales para minimizar los impactos negativos que fueron identificados a causa del proyecto durante su fase de construcción y ejecución.

Es recomendable realizar evaluaciones financieras de forma periódica para que se pueda llevar un manejo adecuado de la economía en el desarrollo del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, V. *Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la comunidad pungal santa marianita parroquia la matriz, cantón guano, provincia de chimborazo.* [En línea] 2014. file:///C:/Users/Alejita/Downloads/23T0382.pdf.

CAIZA, R. *Mediated Intimacies.* [En línea] 2012. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/510G.TUR-2012-0003.pdf>.

CONSEJO MUNDIAL DE VIAJES Y TURISMO. *Turismo en la economía de Ecuador - Entorno Turístico.* [En línea] 2016. <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/>.

CÓRDOBA, M. *Estudio técnico formulación y evaluación de proyectos.* [En línea] 2011.

ECHEVERRÍA, M Y RICAURTE, C. *Estudio de factibilidad para la implementación del Centro Agroturístico "Danielita", parroquia Quimiag, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.* [En línea] 2016. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/5159>.

GAD RIOBAMBA. *Plan de Desarrollo Territorial Riobamba.* [En línea] 2010. <https://www.pinterest.es/pin/639370478322926720/?lp=true>.

GAD, QUIMIAG. *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de quimiag.* [En línea] 2015. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_1990001_DEFINITIVO%20PDOTQ%2030-10_30-10-2015_20-26-26.pdf.

GUERRA, J. *Análisis de Factibilidad para la creación de una Hostería ecológica en el cantón Colta, Provincia de Chimborazo.* [En línea] 2015. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3901/1/23T0443%20.pdf>.

GUERRERO, V Y SANTACRUZ, A. *Estudio de mercado, administrativo y legal para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas.* [En línea] 2016. <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>.

LABOR MEXICANA. *¿Qué significa el estudio de factibilidad de un proyecto?* . [En línea] 2016.

LALANGUI, J et al. *Turismo Sostenible en Ecuador.* [En línea] 2017.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>..

LUNA, R. *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos.* [En línea] 2001.
http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf .

MAMANI, W. *Demanda Turística.* [En línea] 2016.

MINUR. *Reglamento de Alojamiento Turístico.* [En línea] 2016. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf> .

MORAL, L Y ORGAZ, M. *Turismo y desarrollo sostenible: conceptualización, evolución.* [En línea] 2017. <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-desarrollo-sostenible.html>..

MUÑOZ, G. *Aportaciones conceptuales y panorama de los estudios en México.* [En línea] 2010.
<https://es.scribd.com/document/247906813/Munoz-G-2010>.

NASIMBA, C Y CABEZAS, E. *La calidad de los establecimientos en alojamiento del cantón Pujilí.* [En línea] 2018. <http://revistas.espoeh.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/159/170>..

OREJUELA, S Y SANDOVAL, P. *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos.* [En línea] 2002. https://www.eenasque.net/Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf..

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN. *Evaluación del impacto ambiental.* [En línea] 2012. <http://www.fao.org/3/a-i2802s.pdf> .

SALTOS, J Y SOLÍS, C. *Propuesta de diseño de una hostería temática con factibilidad turística en la comuna de Valdivia de la provincia de Santa Elena.* [En línea] 2009.
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7783/1/D-39248.pdf>.

SARANGO, V. *Origen de la hostería en Ecuador.* [En línea] 2020.
https://www.academia.edu/37553227/ORIGEN_DE_LA_HOSTERÍA_EN_ECUADOR. .

SOLARTE, E Y TIERRA, N. *Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la parroquia San Miguel, del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.* [En línea] 2011.
<http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/971>.

VARAS, A. *El estudio de la factibilidad.* [En línea]

VELOZ, I. *Evaluación del potencial turístico del cantón Colta de la provincia de Chimborazo .*
[En línea] 2011. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/562/1/UNACH-EC-IG.TUR-2012-0003.pdf> .

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

La presente encuesta se realiza con la finalidad de obtener información para la elaboración de un Estudio de Factibilidad previo a la implementación de una Hostería en el barrio La Esperanza, parroquia Quimiag, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1. Género: a. M () b. F () 2. Edad:
3. Ciudad/provincia:
4. Nivel de educación:
 - a. Primaria ()
 - b. Secundaria ()
 - c. Universitaria ()
 - d. Otros.....
5. Acompañado de cuantas personas viaja usted?
6. Cuando decide viajar lo hace a través de:
 - a. Agencia de viajes ()
 - b. Independiente ()
7. Conoce usted la parroquia Quimiag?
 - a. Si ()
 - b. No ()
8. Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia de Quimiag?
 - a. Si ()
 - b. No ()
9. Qué servicios utilizaría.
 - a. Alimentación ()
 - b. Hospedaje ()
 - c. Recreación y entretenimiento ()
10. Si su respuesta fue:

Alimentación	Típica ()	Tradicional ()
Hospedaje	Cabañas Rusticas ()	Cabañas de Campo ()
11. En qué tipo de actividades le gustaría participar? marque una opción
 - a. Caminata ()
 - b. Observación de eventos culturales ()
 - c. Juegos tradicionales ()
 - e. Cabalgatas ()
 - f. Ciclismo ()
 - g. Otros (especifique cuál)

a. Cash ()

b. Credit card ()

Thank you for your cooperation!