

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

**TESIS**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ECOTURISMO**

**DORIS BELÉN BASTIDAS PORRAS**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



**RIOBAMBA-ECUADOR**

**2011**

## HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”** de responsabilidad de la señorita Egresada Doris Belén Bastidas Porras, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

### TRIBUNAL DE TESIS

Eco. Flor Quinchuela

DIRECTOR

---

Ing. Verónica Yépez

MIEMBRO

---

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Riobamba, Junio del 2011

**DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo a todas las personas que me ayudaron para que este proceso llegue a su final.*

*A Dios por todas sus bendiciones y por permitir que mis Padres y Hermanas puedan disfrutar de éste logro junto conmigo.*

*A mis padres: Rubén y Eufemia por darme su confianza y apoyo, al ser un ejemplo digno de seguir.*

*A mis hermanitas: Mayra e Isaura por todo su apoyo, fuerza y aliento, y por estar junto a mí en los momentos en los que necesitaba de su compañía y amor incondicional.*

*A mi pequeña princesita Saray: por ser esa lucecita que da alegría a mi vida.*

*Esto es por y para todos ustedes.*

***Misión cumplida!!!!!!***

## **AGRADECIMIENTO**

*Este trabajo ha llegado a feliz término, gracias al aporte de varias personas a quienes quiero hacer extensivo mi agradecimiento.*

*Principalmente a Dios por darme la vida, y darme la dicha de tener una familia en la que he sido y soy inmensamente feliz.*

*A mis padres Rubén y Eufemia por brindarme un hogar cálido y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos, a mis Hermanas: Mayra e Isaura que me han apoyado sin condiciones y me han dado aliento para finalizar éste proceso.*

*A los miembros del Tribunal: Eco. Flor Quinchuela Directora e Ing. Verónica Yépez por sus valiosas sugerencias y acertados aportes durante el desarrollo de este trabajo.*

*A mi compañera y amiga Jenny Alvarado, por todo el tiempo compartido, por las experiencias y su amistad incondicional.*

*A Juan Carlos Montenegro, por su apoyo y aportes para culminar este trabajo.*

*A Saray, mi pequeña sobrinita, quien con su sonrisa y ocurrencias me ha recargado de energía.*

*A mis queridos profesores, quienes con sus enseñanzas han complementado la formación de mi vida profesional.*

*A la Escuela de Ecoturismo, que se convirtió en mi segundo hogar, donde he compartido experiencias y he obtenido la educación necesaria para ser una mejor ser humano.*

**ÍNDICE DE CONTENIDOS**

<b>I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN SALCEDO, PROCINVA DE COTOPAXI</b>	<b>1</b>
<b>II. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
A. JUSTIFICACIÓN	2
B. OBJETIVOS	3
<b>III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>4</b>
A. TURISMO	4
B. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE	5
C. HOSTERÍA	6
D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	6
E. POTENCIALIDAD TURÍSTICA	7
F. ESTUDIO DE MERCADO	8
G. ESTUDIO TÉCNICO	10
H. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	11
I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	12
J. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	13
<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>15</b>
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	15
B. MATERIALES Y EQUIPOS	16
C. METODOLOGÍA	16
<b>V. RESULTADOS</b>	<b>20</b>
A. ESTUDIO DE MERCADO	20
B. ESTUDIO TÉCNICO	82
C. ESTUDIO AMBIENTAL	126
D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	136
E. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA	163
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	<b>182</b>

<b>VII. RECOMENDACIONES</b>	<b>184</b>
<b>VIII. RESUMEN</b>	<b>185</b>
<b>IX. SUMMARY</b>	<b>186</b>
<b>X. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>187</b>
<b>XI. ANEXOS</b>	<b>189</b>

**LISTA DE CUADROS**

N°	NOMBRE	PÁG.
1	Ingreso de turistas nacionales y extranjeros al P.N. Cotopaxi	21
	<b>Turistas Nacionales</b>	
2	Edad.	23
3	Media aritmética de la edad del turista nacional	24
4	Género.	25
5	Lugar de procedencia.	26
6	Ocupación.	27
7	Nivel de educación.	28
8	Motivo de viaje.	29
9	Tiempo de permanencia.	30
10	Con quien viaja.	31
11	Considera necesario la creación de la hostería.	32
12	Servicios demandados.	33
13	Servicio de alimentación.	34
14	Cuántas personas visitarían la hostería.	35
15	Frecuencia de visita.	36
16	Gasto diario y por persona.	37
17	Organización del viaje	38
18	Forma de pago.	39
19	Medios de información.	40
	<b>Turistas Extranjeros</b>	
20	Edad.	41
21	Media aritmética de la edad del turista extranjero.	42
22	Género.	43
23	Lugar de procedencia.	44
24	Ocupación.	45
25	Nivel de educación.	46
26	Motivo de viaje.	47
27	Tiempo de permanencia.	48
28	Con quien viaja.	49

<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PÁG</b>
29	Considera necesario la creación de la hostería.	50
30	Servicios demandados.	51
31	Servicio de alimentación.	52
32	Cuántas personas visitarían la hostería.	53
33	Frecuencia de visita.	54
34	Gasto diario y por persona.	55
35	Organización del viaje.	56
36	Forma de pago.	57
37	Medios de información.	58
38	Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años.	61
39	Características de la hostería rumipamba de las rosas.	63
40	Características de la hostería el surillal.	64
41	Características de la hostería los molinos.	65
42	Características de la hostería cuello de luna.	66
43	Características de la hostería la posada del rey.	67
44	Tiendas de artesanías.	68
45	Proyección de la oferta para los próximos 5 años.	69
46	Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.	70
47	Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años.	71
48	Manual de funciones del responsable de marketing.	73
49	Remuneraciones del departamento comercial.	74
50	Activos fijos del departamento comercial.	75
51	Gastos del departamento comercial.	76
52	Número de clientes proyectado.	82
53	Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados	83
54	Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación.	84
55	Derivación y determinación del mercado por producto comida típica.	85
56	Derivación y determinación del mercado por producto comida nacional.	86
57	Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional.	87
58	Derivación y determinación del mercado por producto comida todas las opciones anteriores.	88
59	Derivación y determinación del mercado por servicio alojamiento	89



<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PÁG.</b>
60	Derivación y determinación del mercado por productos del servicio de área recreativa	90
61	Derivación y determinación del mercado por producto del servicio piscina.	91
62	Definición y organización del espacio.	98
63	Necesidades de construcción.	99
64	Presupuesto de construcción cabaña tipo 3 habitaciones.	100
65	Presupuesto de construcción del restaurant.	101
66	Presupuesto de construcción adoquinado peatonal.	102
67	Presupuesto de construcción cancha de basket	102
68	Presupuesto de construcción cancha de fulbito.	103
69	Presupuesto de construcción piscina.	103
70	Presupuesto general construcción de la hostería.	104
71	Requerimiento de mano de obra para el departamento operacional.	105
72	Requerimientos de mano de obra del departamento directivo.	105
73	Requerimientos de mano de obra para el departamento comercial.	106
74	Requerimientos de mano de obra para el departamento financiero.	106
75	Determinación de la materia prima para el plato papas con cuy.	107
76	Determinación de la materia prima para el plato llapingachos.	107
77	Determinación de la materia prima para el plato caldo de gallina.	108
78	Determinación de la materia prima para el plato loco de papa.	108
79	Determinación de la materia prima para el plato fritada.	109
80	Determinación de la materia prima para el plato caldo de pata.	109
81	Determinación de la materia prima para el plato caldo de bolas.	110
82	Determinación de la materia prima para el plato guatita.	111
83	Determinación de la materia prima para el plato seco de pollo.	112
84	Determinación de la materia prima para el plato milanesa.	112
85	Determinación de la materia prima para el plato filet mignon.	113
86	Cuadro resumen de los costos de la materia prima.	113
87	Insumos de cocina.	114
88	Insumos de limpieza.	115
89	Insumos para el servicio de alojamiento.	115
90	Insumos para el servicio de restaurante.	116
91	Insumos para el servicio de recreación.	116

<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PÁG.</b>
92	Requerimiento equipos.	117
93	Requerimientos muebles y enseres.	118
94	Requerimiento de menaje.	120
95	Requerimiento de menaje para aseo y limpieza.	122
96	Requerimiento de adquisición de plantas.	123
97	Requerimiento de combustible.	124
98	Consumo mensual aparente de energía eléctrica.	124
99	Costo mensual de servicios básicos.	125
100	Matriz de evaluación de impactos de la hostería.	131
101	Matriz de cuantificación de la hostería.	133
102	Manual de funciones.	138
103	Remuneraciones del departamento directivo.	152
104	Remuneraciones del departamento comercial.	153
105	Remuneraciones del departamento financiero.	153
106	Remuneraciones del departamento productivo.	154
107	Requisitos legales para la constitución	160
108	Obligaciones por única vez.	162
109	Obligaciones anuales.	162
110	Inversiones del proyecto.	163
111	Fuentes y usos del proyecto.	164
112	Inversiones en activos fijos.	166
113	Inversiones en activos diferidos.	166
114	Capital de trabajo.	167
115	Total de la inversión.	167
116	Financiamiento del proyecto.	168
117	Depreciación de activos fijos.	169
118	Depreciación de activos diferidos.	170
119	Calculo de la amortización del préstamo.	171
120	Estructura de costos para la vida útil del proyecto.	172
121	Estructura de ingresos.	173
122	Estado de resultados.	174
123	Balance general.	175
124	Flujo de caja.	176

<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PÁG.</b>
125	Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año.	177
126	Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año.	178
127	Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto.	179
128	Flujo de efectivo.	180
129	Cálculo del valor actual neto.	181
130	Relación costo beneficio.	181

## LISTA DE GRÁFICOS

N°	NOMBRE	PÁG.
	<b>Turistas Nacionales</b>	
1	Edad.	23
2	Género.	25
3	Lugar de procedencia.	26
4	Ocupación	27
5	Nivel de educación.	28
6	Motivo de viaje.	29
7	Tiempo de permanencia.	30
8	Con quien viaja.	31
9	Considera necesario la creación de la hostería.	32
10	Servicios demandados.	33
11	Servicio de alimentación.	34
12	Cuántas personas visitarían la hostería.	35
13	Frecuencia de visita.	36
14	Gasto diario y por persona.	37
15	Organización del viaje.	38
16	Forma de pago.	39
17	Medios de información.	40
	<b>Turistas Extranjeros</b>	
18	Edad.	41
19	Género.	43
20	Lugar de procedencia.	44
21	Ocupación.	45
22	Nivel de educación.	46
23	Motivo de viaje.	47
24	Tiempo de permanencia.	48
25	Con quien viaja.	49
26	Considera necesario la creación de la hostería.	50
27	Servicios demandados.	51

<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PÁG.</b>
28	Servicio de alimentación.	52
29	Cuántas personas visitarían la hostería.	53
30	Frecuencia de visita	54
31	Gasto diario y por persona.	55
32	Organización del viaje.	56
33	Forma de pago.	57
34	Medios de información.	58
35	Proyección de la demanda nacional y extranjera.	62
36	Logotipo de la empresa.	72
37	Macrolocalización.	92
38	Microlocalización.	93
39	Flujograma general de producción de servicios turísticos.	94
40	Flujograma del servicio de alojamiento.	95
41	Flujograma servicio de alimentación.	96
42	Flujograma del servicio de recreación.	97
43	Organigrama estructural.	136
44	Organigrama funcional.	137

**LISTA DE ANEXOS**

<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PÁG.</b>
1	Encuesta para turistas nacionales.	189
2	Encuesta para turistas extranjeros.	191
3	Planos arquitectónicos.	193
4	Minuta de la empresa.	194

# **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI.**

## **II. INTRODUCCIÓN**

La ubicación territorial del país, los factores ambientales, la Cordillera de los Andes y las corrientes marinas de Humboldt y la del niño, hace que el Ecuador sea un país con mayor biodiversidad natural y cultural, tomando en consideración la superficie de tan solo 256.370 km<sup>2</sup> y la distribución de sus 4 regiones: Costa, Sierra, Oriente e Insular, forma parte de uno de los 11 países mega-diversos a nivel mundial.

El turismo representa para Ecuador un 4,2% del PIB, pero bien podría multiplicar por dos o tres veces su aporte, puesto que las condiciones del país son excepcionales como destino turístico. Es un acierto el mercadeo internacional acentuado la riqueza de la biodiversidad del país, una de las mayores del mundo.

Los ingresos por turismo en el 2008 llegaron a los \$745 millones de dólares y en el 2009 se calcularon en \$667 millones de dólares, a pesar de la crisis financiera internacional; sin embargo, para primer semestre del presente año, el ingreso de turistas al país creció en 9.38% en relación al mismo período, del año anterior.

A la biodiversidad y la prodigiosa naturaleza en Galápagos, la Amazonía, los páramos, montañas y nevados de la Sierra, las playas de la Costa, se junta un rico patrimonio histórico en las ciudades, que en los casos de Quito y Cuenca tienen el reconocimiento de la Unesco. Pero hay condiciones previas de infraestructura, desarrollo de servicios y proyectos turísticos que deben ser implementadas para que todo aquello sea aprovechable.

La Provincia de Cotopaxi se ubica en el centro norte de la cordillera de los Andes, se asienta en la hoya central oriental del Patate.

La provincia cuenta con un clima que va desde el gélido de las cumbres andinas hasta el cálido húmedo en el subtrópico occidental, la hoya que ocupa la provincia de Cotopaxi es la cuarta desde el norte.

La provincia de Cotopaxi, a vista de propios y extraños, es poseedora de majestuosos paisajes. Su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no sólo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica.

El Turismo puede ser un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. En forma particular, en los últimos años se han venido promoviendo actividades turísticas que tienen como marco de realización el medio rural y que están dirigidas a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Este tipo de Turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, la cada vez mayor conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

La industria turística se ha mostrado dinámica durante el 2009. Pese a la crisis internacional, el sector creció, y por consiguiente el tema de promocionar los servicios ofertados por empresas turísticas se ha tornado prioritario para sector.

No obstante, el camino es arduo y la tarea es extensa. En los últimos años, el sector turístico de ha tornado muy dinámico, esto implica mayor especialización y calidad en los servicios que se brindan ya que el turista exige un trato cada vez mejor.

La implementación de una Hostería en este sector responde a la iniciativa privada. Socialmente el proyecto promueve la generación de nuevos puestos de trabajo y la activación de la economía local, ya que abre nuevos mercados.

Con el fin de mejorar el desarrollo sostenible del turismo, y poder llevar a cabo la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico, se busca establecer la implementación de la Hostería, proyecto que



ayudará a mejorar e impulsar el desarrollo turístico sustentable y ordenado del cantón. Es así que el presente trabajo de investigación se convierte en un aporte fundamental para satisfacer las necesidades de los turistas y de la población local y con ello promover el desarrollo sostenible del turismo en el cantón Salcedo.

En el cantón Salcedo no se ha desarrollado de manera planificada por lo que la ejecución del proyecto fomentaría notablemente a este sector, propiciando la creación de nuevas empresas complementarias a la nuestra. Además contribuiría a mejorar la imagen turística de la ciudad y una mayor valoración de su riqueza natural y cultural por parte de la población, de igual manera se espera que el proyecto promueva un mayor apoyo de las autoridades locales en las actividades de promoción turística.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. General**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una Hostería en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

### **2. Específicos**

- a. Realizar el estudio de mercado.
- b. Elaborar el estudio técnico.
- c. Realizar el estudio ambiental.
- d. Realizar el estudio administrativo legal.
- e. Realizar el estudio económico – financiero.

### **III. REVISIÓN DE LITERATURA**

#### **A. TURISMO**

La Organización Mundial del Turismo OMT (1999) manifiesta que; El turismo se ha convertido en uno de los principales sectores socioeconómicos del mundo y una de las primeras partidas del comercio internacional. La combinación de turismo internacional e interno está hoy en día reconocida como la “mayor industria” del mundo. La economía nacional de muchos países en desarrollo es impensable sin el turismo y en muchos es uno de los más importantes o el más importante aportador de divisas (Kenia, Costa Rica, el Caribe, Nepal).

Aníbal Fuentes (2003) manifiesta que: el sector turístico público y privado se ha visto forzado en muchas ocasiones a tomar decisiones estratégicas y a abordar líneas de actuación sin disponer previamente de conocimientos indispensables para prever y valorar adecuadamente las implicaciones de esas decisiones. El sector se ha desarrollado en muchos de los casos de forma empírica, sin la ayuda de estudios e investigaciones especializadas, sin indicadores de logros económicos rigurosos y sin la debida planificación sectorial.

La OMT (1997), define al turismo como: “Las actividades de los visitantes que viajan a un destino y permanecen en lugares diferentes a su residencia habitual por un período continuo superior a una noche e inferior a un año, para descanso, vacaciones, negocios, peregrinaciones, etc., sin desarrollar una actividad remunerada. Al respecto, diferencia entre los viajes internacionales y los domésticos o interiores, que implican -éstos últimos- desplazamientos dentro del mismo lugar de residencia.”

MITUR (2002), cita a LEIPER N. (1995), quien caracteriza al turismo como un sistema en el cual interactúan tres elementos:

### **1. El turista**

Principal actor de la actividad turística y persona que realiza el desplazamiento desde su lugar de residencia.

### **2. El elemento geográfico**

Conformado por las regiones emisoras, las regiones de tránsito y los destinos turísticos (en donde se produce la experiencia de viaje y el impacto de la actividad turística).

### **3. El sector turístico**

Gama de negocios y organizaciones involucradas en la prestación de servicios turísticos y en la configuración del turismo como un producto.

Destacando el carácter dinámico del turismo, autores como José Ignacio Arrillaga señalan que turismo es "todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organizaciones que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos; y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar" (MITUR, 2004).

## **B. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE**

RATTO, N. 2001. El concepto de sustentabilidad está relacionado a tres factores importantes: calidad, continuidad y equilibrio. El turismo sustentable es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

- ✓ Mejorar la calidad de vida de la población local, de los residentes que viven y trabajan en el destino turístico.
  
- ✓ Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.

- ✓ Mantener la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas.
- ✓ Obtener mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- ✓ Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.
- ✓ Procurar que el negocio turístico sustentable sea rentable, para que el sector privado mantenga el pacto de sustentabilidad y equilibrio.

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia del turismo alternativo. (RATTO, N. 2001).

### **C. HOSTERÍA**

Hostería es todo establecimiento hotelero , situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que está dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor a seis habitaciones. (Ley de Turismo; 2004).

### **D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

“El estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de empresa y concentrarse especialmente en el mercadeo y la viabilidad financiera.

Para elaborar un estudio de factibilidad útil no se requiere de un título en administración de empresas. Sólo se necesita disciplina para proceder conforme a los pasos descritos en este capítulo y voluntad para solicitar ayuda cuando hace falta un mayor conocimiento sobre algún tópico.” (TheNatureConservancy, 2004)

“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.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.” (LUNA R. 2001)

## **E. POTENCIALIDAD TURÍSTICA.**

Según la Organización Mundial de Turismo la evaluación del potencial ecoturístico permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

El turismo puede ser el incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las

particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes de zonas rurales y frenando a su vez el éxodo rural.

La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. (ZIMMER, P. 1996)

## **F. ESTUDIO DE MERCADO**

“El estudio de mercado o determinación y análisis de mercados turísticos es el conjunto de variables que permiten precisar cuantitativa y cualitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización. El Estudio de Mercado forma parte integral de la Estrategia de Mercadeo de cualquier proyecto o servicio (ver Área Temática: Manejo Administrativo, Herramienta: Mercadeo para una explicación detallada del término). En forma más amplia, el Estudio de Mercado es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto turístico, del oferente al demandante o consumidor, en este caso denominado turista, con el fin satisfacer las expectativas del cliente al tiempo que aumentar las utilidades netas de la empresa u organización.

Finalmente, cabe acotar que la determinación y análisis de mercados (estudio de mercado) es una de las tantas funciones de la investigación de mercados, actividad que se ocupa del estudio de las características, causas y efectos de diversos problemas mercadológicos, entre ellos, ¿a quién vender un producto o servicio?. Como resultado de una investigación de este tipo, se obtienen los mercados meta y los perfiles de los consumidores, que son una descripción detallada de las características generales de los grupos de consumidores que se han identificado.” (BÁEZ A. 2003)

## **1. Análisis de la demanda**

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos.

A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Se entiende por Análisis de la Demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (CONTRERAS, C. 2005)

## **2. Análisis de la oferta.**

“La oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer las capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto” (MENESES, E. 1998).

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio” (BACA, G. 2000).

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a

la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes (CONTRERAS, C. 2005).

#### **a. Análisis de la Competencia**

Meneses (1998) señala: “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.”

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas (CONTRERAS, C. 2005).

#### **2. Balance oferta- demanda**

Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto (YUCTA, P. 2002).

#### **G. ESTUDIO TÉCNICO.**

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?



Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora-hombre; hora-maquinaria; etc.

El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y proyecto definitivo.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

El estudio de materias primas localización general y específica del proyecto dimensionamiento o tamaño de la planta; y el estudio de ingeniería del proyecto.

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de mercado. Tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto. (RODRÍGUEZ, F. 2001).

## **H. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

“Un enfoque ecoturístico, a diferencia de un planteamiento de turismo masivo, implica una actitud responsable sobre la naturaleza misma y el volumen de turistas a recibirse, lo cual debe reflejarse en la gestión de los flujos de visitantes en el espacio y el tiempo de acuerdo al tipo de recurso.

El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por el turismo requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de esas medidas debe ser la

realización de los Estudios de Impacto Ambiental (en adelante EIA) previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

Los Estudios o Evaluaciones de Impacto Ambiental son uno de los métodos más efectivos para determinar cuándo un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados los EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.” (BÁEZ, A. 2003).

## **I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

### **1. Estudio administrativo**

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración” (VALDIVIESO, L. 2000)

“Es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionará el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en: planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboradores y otros” (LUNA, R. 2001)

## 2. Estudio legal

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio. (HERNÁNDEZ, E. 1990)

Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarros, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos (CONTRERAS, C. 2005).

## J. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos. (Cuartas, 2008).

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?., Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto

es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.(Graterol, 1997).

#### **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

##### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

###### **1. Localización**

El presente trabajo de investigación se llevara a cabo en el cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

###### **2. Ubicación Geográfica**

- a. **Altitud:** 2.683 msnm.
- b. **Longitud:** W 78° 45' / W 78° 30'
- c. **Latitud:** W 78° 45' / W 78° 30'

###### **3. Características Climáticas**

- a. **Precipitación:** En la sierra la temporada invernal no tiene fecha fija, pero la presencia de lluvias de noviembre a enero es notoria. Los fuertes vientos comienzan a partir de los meses de junio, julio y agosto.
- b. **Temperatura promedio:** 8 a 23 °C
- c. **Precipitación:** 250 a 500 mm

###### **4. Clasificación ecológica**

El cantón Salcedo se ubica en el bosque seco Montano Bajo, y una parte se ubica en la formación estepa espinosa Montano Bajo.

## B. MATERIALES Y EQUIPOS

### 1. Materiales

Papel bond formato A4, libreta de campo, grapadora, perforadora, esferos, lápices, borrador, marcadores, calculadora, CDs, casetes, pilas, lápices, tinta para impresora.

### 2. Equipos

Cámara digital, GPS, computadora, escáner, impresora, memory flash 2 GB, grabador de audio, computadora portátil.

## C. METODOLOGÍA

### 1. Realizar el estudio de mercado.

Para el cumplimiento del primer objetivo se siguió los siguientes pasos:

- a. Se definió el universo de estudio, con lo cual se determinó la segmentación, y el tamaño de la muestra.

En este punto se utilizó la fórmula de Canavos para la muestra:

$$n = \frac{(P \times Q)(N)}{(N - 1) \frac{P^2}{Q} + P \times Q}$$

N = Universo de estudio.

P = 0,5 probabilidad de ocurrencia de un evento.

Q = 0,5 probabilidad de no ocurrencia de un evento.

e = Margen de error.

k = Margen de confiabilidad.

n = Muestra.

- b. Se analizó la demanda para definir los perfiles sociodemográfico y psicográfico de los futuros consumidores mediante la aplicación de encuestas, cuyo resultado fue el perfil del turista.
- c. Se estableció la imagen corporativa del establecimiento turístico como: logotipo y slogan, en base a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los turistas nacionales que visitan la ciudad de Salcedo, sobre los medios y hábitos que estos utilizan para informarse sobre establecimientos hoteleros y de alimentación . Además se definió las estrategias y mecanismos de comercialización y promoción.

## 2. Elaborar el estudio técnico.

Para el cumplimiento del segundo objetivo se siguió los siguientes pasos:

### a. **Diseño del Producto**

El producto en el presente trabajo fue encaminado a ofrecer básicamente los servicios de: hospedaje, alimentación y un área recreacional, el mismo que pudo ser complementado con las necesidades del turista, datos que se obtuvo de la encuesta que se aplicó.

- b. Se determinó la localización, equipamiento, mano de obra y costo de la inversión, necesarios para la prestación de los servicios de hospedaje y alimentación como también para el área recreativa.
- c. Mediante el cálculo de los costos de producción, administración y operación se definió el precio de cada uno de los servicios a prestarse en el establecimiento turístico.

### **3. Realizar el estudio ambiental.**

- a. Para el cumplimiento del tercer objetivo se recurrió a la utilización de uno de los métodos de primer grado, la matriz de Lázaro Lagos. Además se determinó la problemática ambiental se identificaron en conjunto las posibles acciones para mitigar los impactos ambientales de carácter negativo. Enfatizando para ello en los daños ocasionados por los procesos de producción y actividades pre operativos.

### **4. Realizar el estudio administrativo legal.**

Para el cumplimiento del cuarto objetivo se siguió los siguientes pasos:

- a. Se definió las áreas del proyecto conjuntamente con el organigrama estructural y funcional, además se determinó el talento humano responsable en cada una de ellas, donde se estructuro fichas de trabajo donde constara las remuneraciones, funciones, responsabilidades, entre otros aspectos.
- b. Se recurrió a fuentes de información secundaria como la Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley de Turismo, para determinar las leyes que rigen para el desarrollo de este tipo de actividades, para asegurar la ejecución, operación y funcionamiento del Proyecto.

### **5. Realizar el estudio económico – financiero.**

Para el cumplimiento del último objetivo se analizaron todos los gastos que se generaron por el Proyecto, para lo cual se utilizó la información de los estudios anteriores.

A través del análisis financiero se definió los beneficios y costos estimados del proyecto, los mismos que serán un punto de partida para saber si es recomendable su implementación y posterior operación.



Se analizó:

- Activo fijo, diferido y capital de trabajo de la empresa.
- Fuentes de financiamiento y usos de fondos.
- Calculo del servicio de la deuda.
- Calculo de depreciaciones y amortizaciones.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Costos e ingresos de la empresa.
- Estado financiero "estado de resultados".
- Estado financiero flujo de caja proyectado.
- Punto de Equilibrio.
- Balance de situación inicial.
- Balances generales proyectados.

Con la evaluación financiera del proyecto, se conoció la rentabilidad del proyecto, mediante: el flujo de caja actualizado, valor actual neto, el periodo de recuperación del capital, la relación beneficio-costos y la tasa interna de retorno.

## **V. RESULTADOS**

### **A. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **1. Análisis de la Demanda**

##### **a. Segmentación del mercado.**

##### **1) Mercado Nacional**

El segmento de mercado nacional lo constituyen los turistas regionales y locales, sean estos hombres y mujeres de toda edad, que lleguen al cantón Salcedo, identificados como visitantes que viajan solos, en grupos familiares, grupos de amigos, o grupos organizados, estos principalmente atraídos hasta el momento por visitar el Parque Nacional Cotopaxi, u otros atractivos turísticos dentro de la provincia, o que pasan por la ciudad de Salcedo para visitar las provincias de Tungurahua y Chimborazo y sus alrededores; los mismos que demanden diversidad de productos en el mercado turístico, con la posibilidad de elegir de una variedad de productos como los potenciales del Cantón Salcedo.

##### **2) Mercado Internacional**

Compuesto por los turistas extranjeros especialmente del continente Europeo y Norte Americano, identificado entre hombres y mujeres de toda edad que lleguen a la Ciudad, pudiendo ser turistas que viajan solos, en grupos familiares, grupos de amigos, o grupos organizados, que vienen principalmente atraídos por productos turísticos desarrollados en la región como la visita al Parque Nacional Cotopaxi o que pasan por Salcedo para visitar la ciudad de Baños y sus alrededores; buscan nuevas alternativas de turismo para satisfacer sus necesidades de ocio y recreación.

##### **b. Universo de Estudio**

El universo de estudio para la demanda constituyen el total de los turistas nacionales y extranjeros que llegaron para visitar el Parque Nacional Cotopaxi (P.N.C.). De acuerdo al registro de visitas del parque, tiene un promedio de 97.000 turistas que lo visitan al año (registro del año 2009), de los cuales el 37% fueron turistas nacionales.

En cuanto al universo de estudio del turismo receptivo, se registró el restante 63% de turistas extranjeros que llegaron al Parque Nacional Cotopaxi, siendo principalmente la afluencia de visitantes desde diferentes partes del mundo, datos que se especifican a continuación.

**Cuadro N°1.** Ingreso de turistas nacionales y extranjeros al P. N. Cotopaxi.

Lugar	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
Parque Nacional Cotopaxi	35.890	61.110	<b>97.000</b>
Universo de Estudio (Porcentajes)	37%	63%	<b>100%</b>

**Fuente:** Registros MAE, Parque nacional Cotopaxi.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P., 2009.

### c. Cálculo de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula propuesta por Canavos (1998), con un margen de error admisible del 8% y una probabilidad de confianza del 2 de acuerdo a los estudios realizados el tamaño de la muestra para la demanda nacional y extranjera es 156 encuestas; aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el P.N.C.

#### 1) Tamaño de la Muestra para Turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi

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

$$n = \frac{97000 \times (0.5)(0.5)}{(96999) \left(\frac{0.08}{2}\right)^2 + (0.5)(0.5)}$$

$$n = 156$$

**d. Distribución de las encuestas.**

De las 156 encuestas a aplicar, 58 se realizaron a visitantes nacionales, mientras las 98 encuestas restantes fueron para los visitantes extranjeros.

**e. Instrumento**

La técnica utilizada para la investigación de campo fue la encuesta donde se elaboro un cuestionario como instrumento (Anexo 1).

**f. Resultado del estudio de mercado**

**a) Turistas Nacionales**

**Pregunta No 1. Edad**

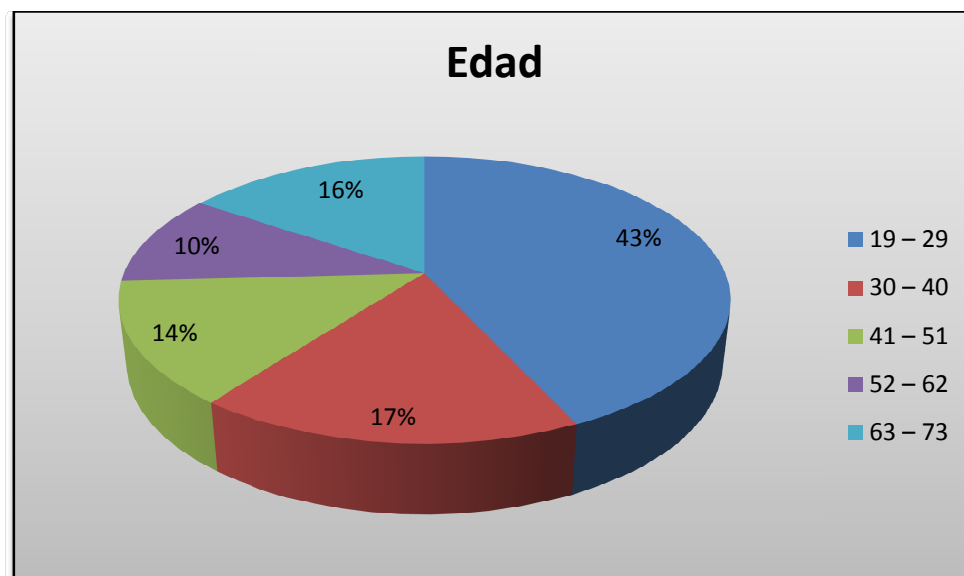
**Cuadro N° 2. Edad.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
19 – 29	25	43%
30 – 40	10	17%
41 – 51	8	14%
52 – 62	6	10%
63 – 73	9	16%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 1. Edad.**



**Fuente:** Cuadro N° 2

La mayoría de encuestados tiene un rango de edad entre 19 y 29 años representando el 43%, seguido de edades entre 30 y 40 años que representan el 17%.

**i. Media aritmética de la edad del turista nacional**

**Cuadro N° 3.** Media aritmética de la edad del turista nacional.

Variable	Frecuencia Absoluta	Media (x)	F*x
19 – 29	25	24	600
30 – 40	10	35	350
41 – 51	8	46	368
52 – 62	6	57	342
63 – 73	9	68	612
<b>Total</b>	58		2272

**Fuente:** Encuesta

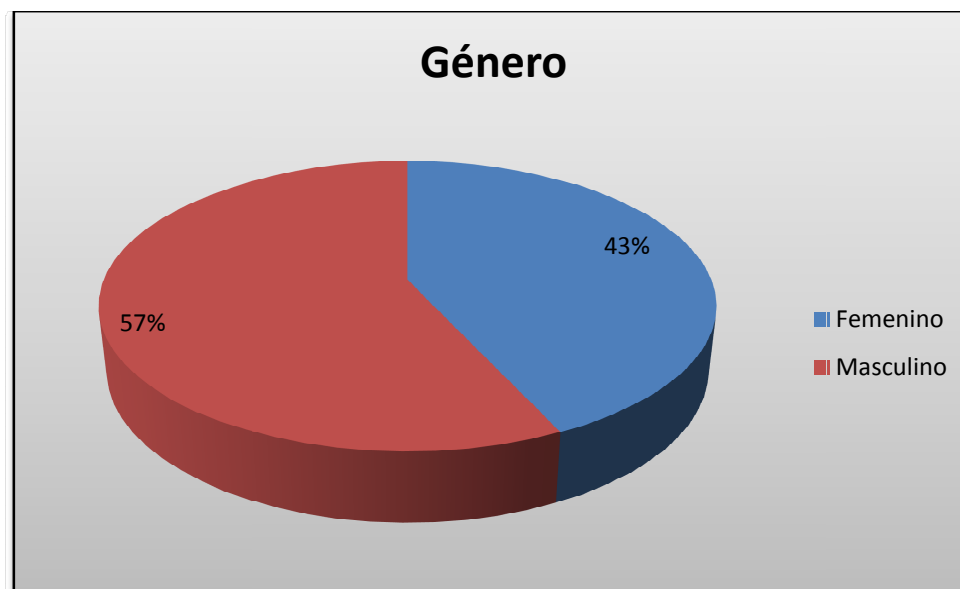
**Elaborado por:** Doris Bastidas

$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{\sum f} = \frac{2272}{58} = 39.17 = 39 \text{ años}$$

La edad promedio de los turistas nacionales que visitarán la Hostería es de 39 años sean estos hombres o mujeres.

**Pregunta No 2. Género****Cuadro N°4. Género.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Femenino</b>	25	43%
<b>Masculino</b>	33	57%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta**Elaborado por:** Doris Bastidas**Gráfico N°2. Género.****Fuente:** Cuadro N° 4

El 57% de los entrevistados pertenecen al sexo masculino representando a la mayoría, el 43% restante pertenece al sexo femenino.

**Pregunta No 3. Procedencia**

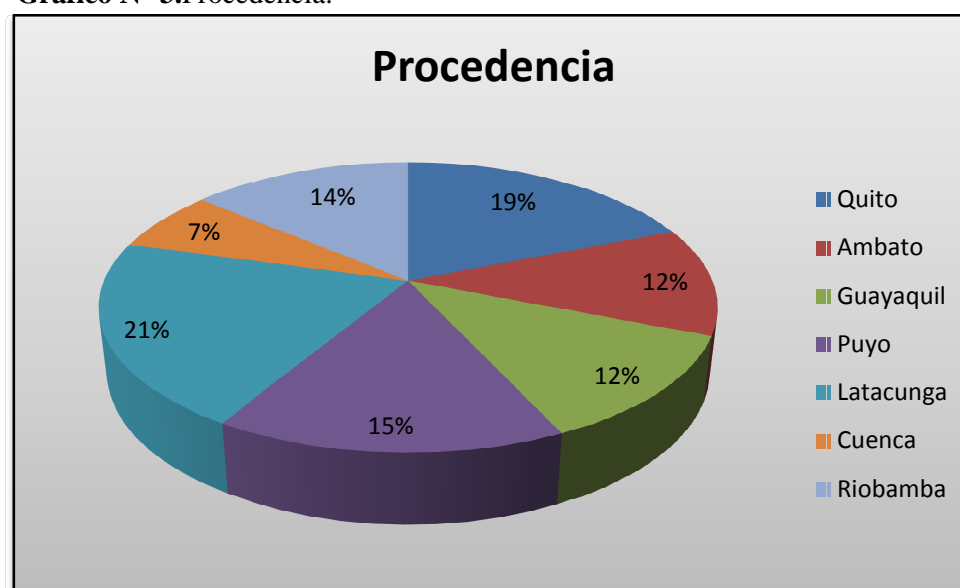
**Cuadro N° 5. Procedencia.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Quito</b>	11	19%
<b>Ambato</b>	7	12%
<b>Guayaquil</b>	7	12%
<b>Puyo</b>	9	15%
<b>Latacunga</b>	12	21%
<b>Cuenca</b>	4	7%
<b>Riobamba</b>	8	14%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 3. Procedencia.**



**Fuente:** Cuadro N° 5

El 21% de turistas nacionales entrevistados proceden de la ciudad de Latacunga, seguido del 19% y 15% que representan a las ciudades de Quito y el Puyo respectivamente.



#### Pregunta No 4. Ocupación

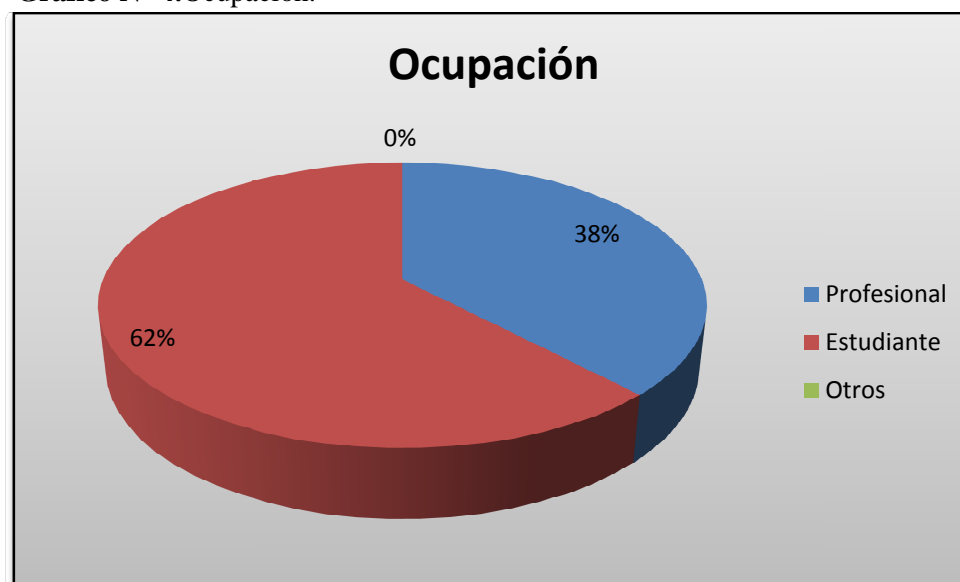
**Cuadro N° 6.** Ocupación.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Profesional	22	38%
Estudiante	36	62%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 4.** Ocupación.



**Fuente:** Cuadro N° 6

El 62% de los entrevistados son estudiantes siendo la mayoría, 38% son profesionales, cabe resaltar que ninguno de los encuestados señaló otra ocupación.

**Pregunta No 5. Nivel de Educación**

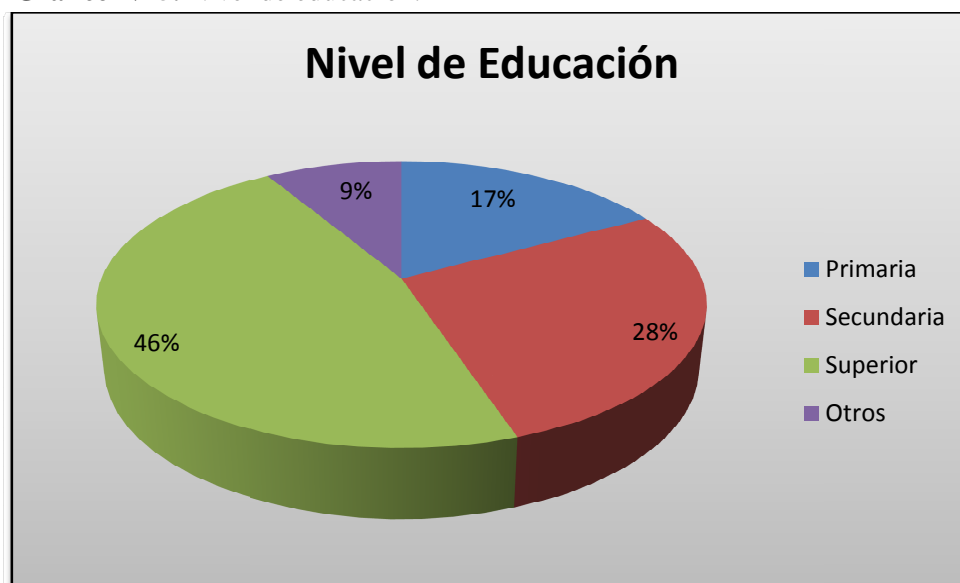
**Cuadro N° 7. Nivel de educación.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	10	17%
Secundaria	16	28%
Superior	27	46%
Otros	5	9%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 5. Nivel de educación.**



**Fuente:** Cuadro N° 7

El 46% de los encuestados tienen un nivel de educación superior, mientras que el 28 % tiene un nivel de educación secundaria.

**Pregunta No 6. Motivo de Viaje**

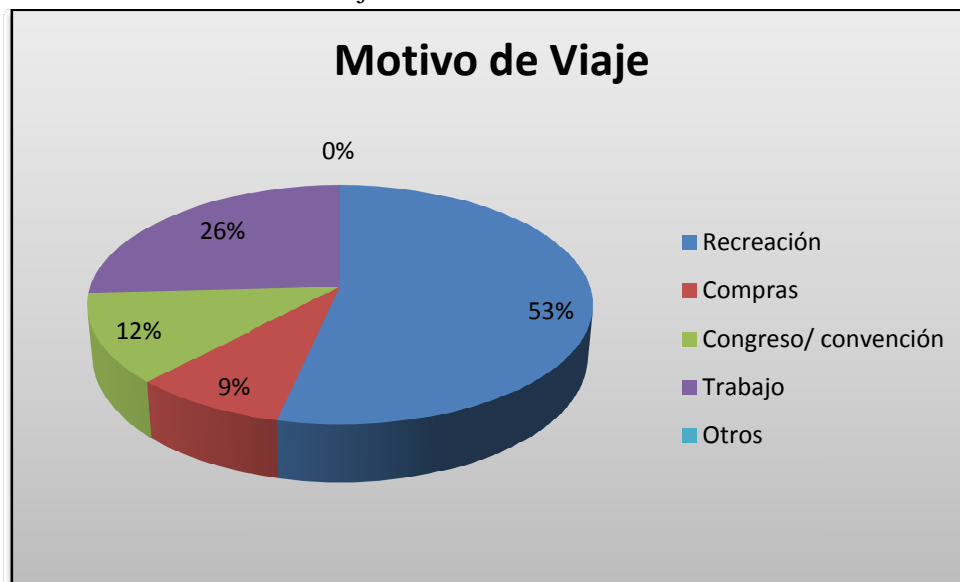
**Cuadro N° 8. Motivo de viaje.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Recreación	31	53%
Compras	5	9%
Congreso/ convención	7	12%
Trabajo	15	26%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 6. Motivo de viaje.**



**Fuente:** Cuadro N° 8

La mayoría viaja por motivos de recreación que representa el 53%, seguido del 26% que viaja por trabajo o estudio, por motivos de congresos/convenciones viaja un 12% y apenas el 9% de los encuestados viaja por compras.

**Pregunta No 7. Tiempo de Permanencia**

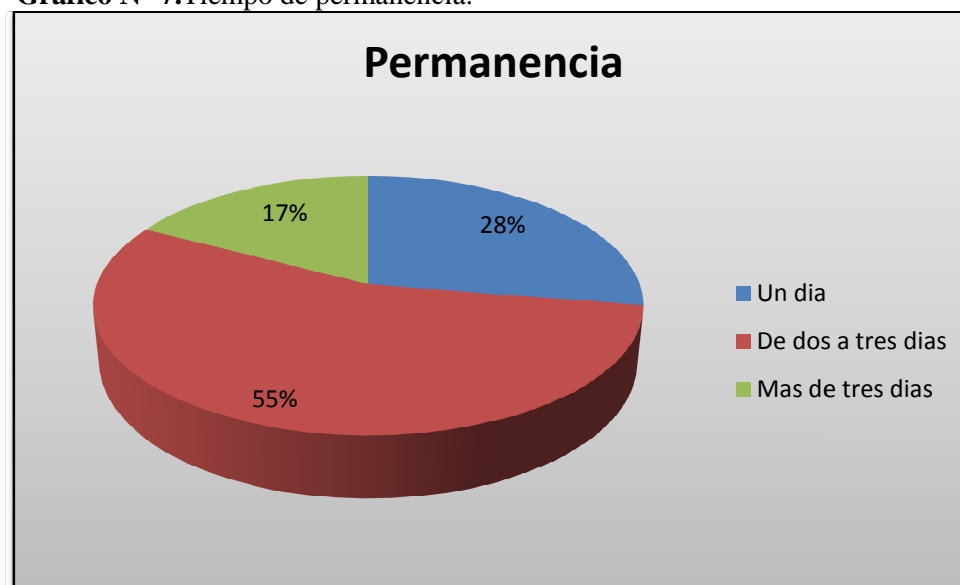
**Cuadro N° 9. Tiempo de permanencia.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Un día	16	28%
De dos a tres días	32	55%
Más de tres días	10	17%
Total	58	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 7. Tiempo de permanencia.**



**Fuente:** Cuadro N° 9

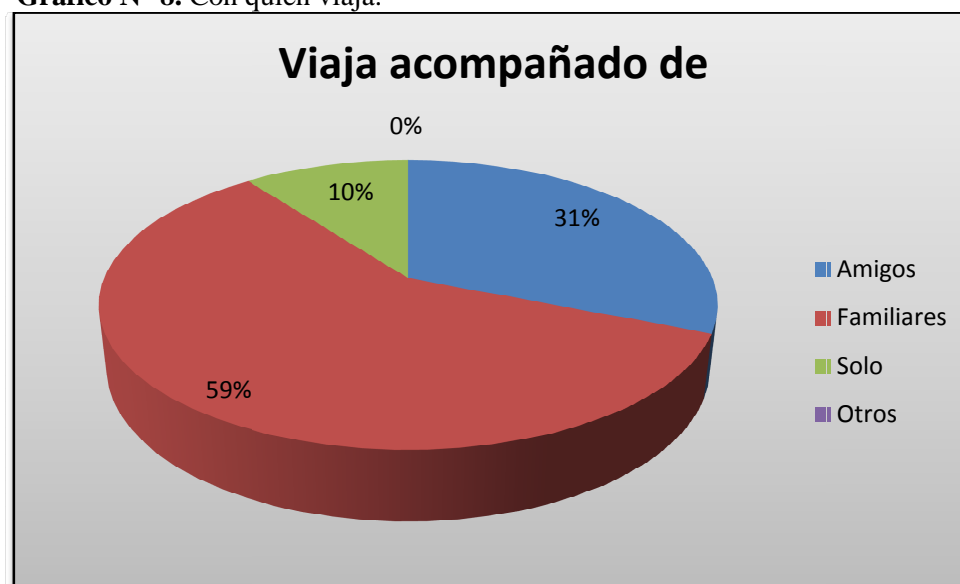
El 55% de los encuestados manifiestan que les gustaría permanecer de 2 a 3 días en la Ciudad de Salcedo representando a la mayoría y el 28% permanecería un día.

**Pregunta No 8. Con Quien Viaja****Cuadro N°10. Con quien viaja.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Amigos	18	43%
Familiares	34	49%
Solo	6	8%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 8. Con quien viaja.**

Fuente: Cuadro N° 10

El 59% de los encuestados viaja acompañado de su familia representando a la mayoría, el 31% lo hace acompañado de amigos y solo un 10% lo hace solo.

**Pregunta No 9.** Considera necesario la creación de la Hostería

**Cuadro N°11.** Considera necesario la creación de la hostería.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	53	91%
No	5	9%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 9.** Considera necesario la creación de la hostería.



**Fuente:** Cuadro N° 11

El 91% de los encuestados manifiesta que si les gustaría la creación de una Hostería que satisfaga sus necesidades de distracción representando a la mayoría.

**Pregunta No 10. Servicios Demandados**

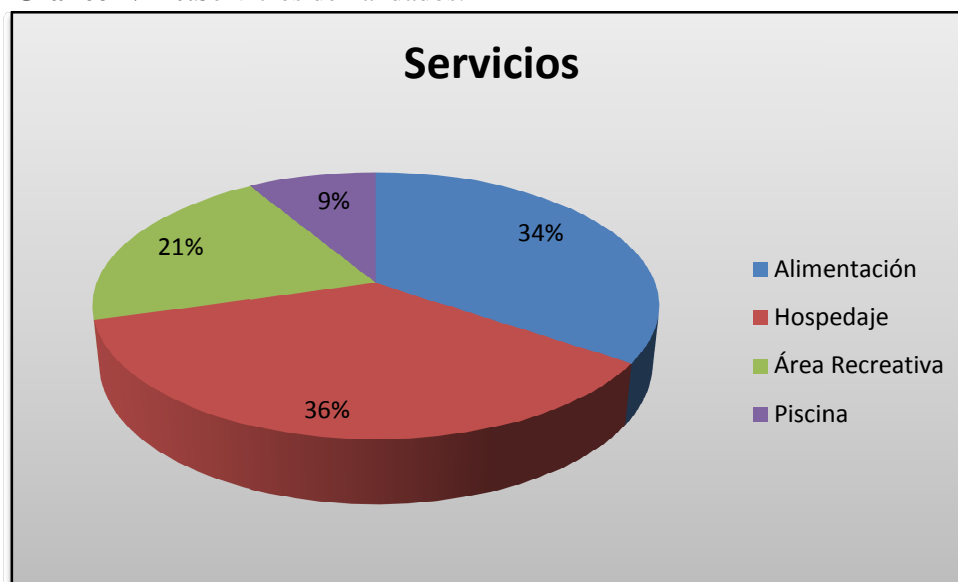
**Cuadro N° 12. Servicios demandados.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alimentación	20	34%
Hospedaje	21	36%
Área Recreativa	12	21%
Piscina	5	9%
Total	58	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 10. Servicios demandados.**



Fuente: Cuadro N° 12

A un 36% de las personas encuestadas le interesaría que la Hostería brinde el servicio de hospedaje, seguido del 34% que le interesa el servicio de Alimentación y el 21% de las personas está interesado en que exista un Área Recreativa.

**Pregunta No 11. Servicio de Alimentación**

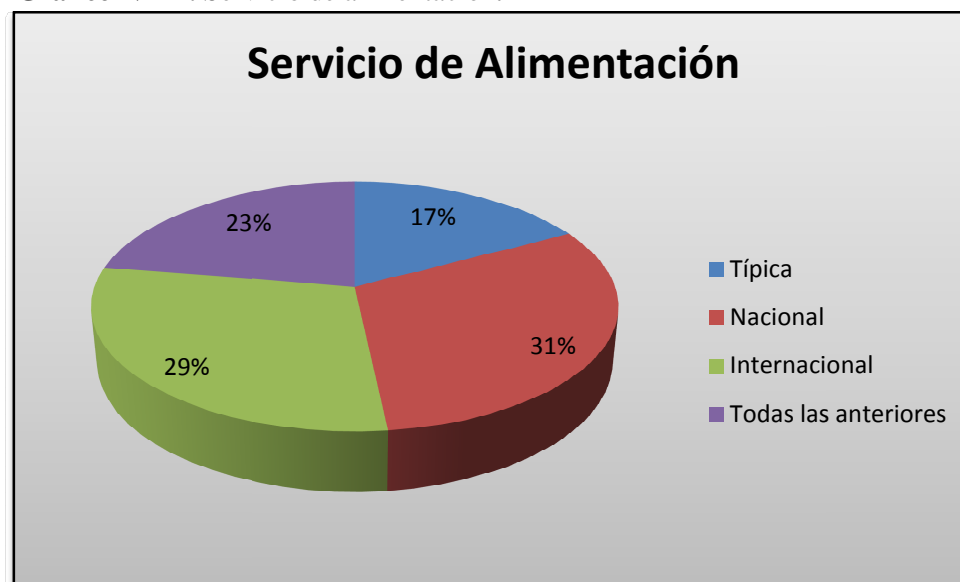
**Cuadro N° 13. Servicio de alimentación.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica	10	17%
Nacional	18	31%
Internacional	17	29%
Todas las anteriores	13	23%
Total	58	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 11. Servicio de alimentación.**



Fuente: Cuadro N° 13

El 31% de los encuestados prefiere que se brinde el Servicio de Alimentación con comida Nacional, y el 29% prefiere comida Internacional y el 23% prefiere todas las opciones.



**Pregunta No 12.** Cuántas Personas Visitarían la Hostería

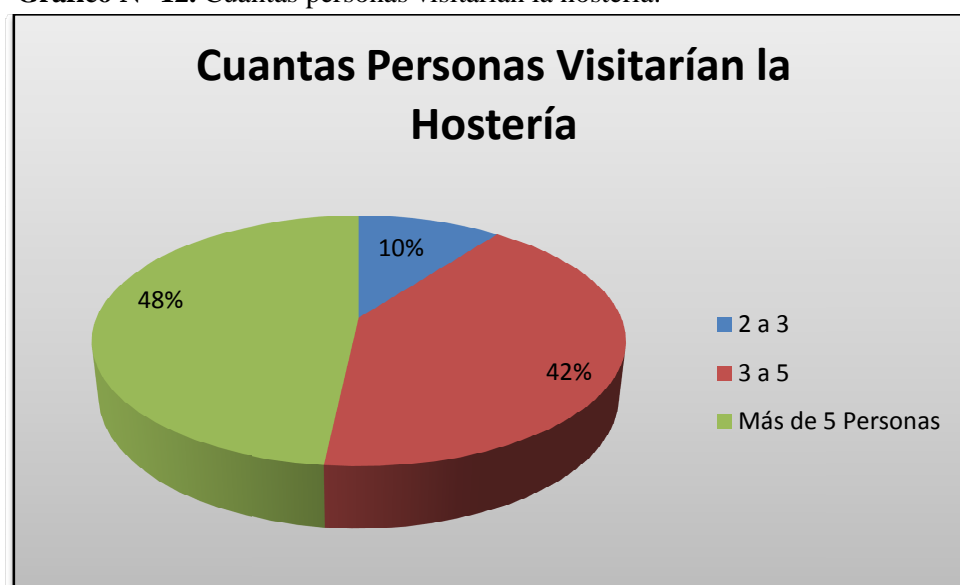
**Cuadro N° 14.** Cuántas personas visitarían la hostería.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
2 a 3	6	10%
3 a 5	24	42%
Más de 5 Personas	28	48%
Total	58	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 12.** Cuántas personas visitarían la hostería.



Fuente: Cuadro N° 14

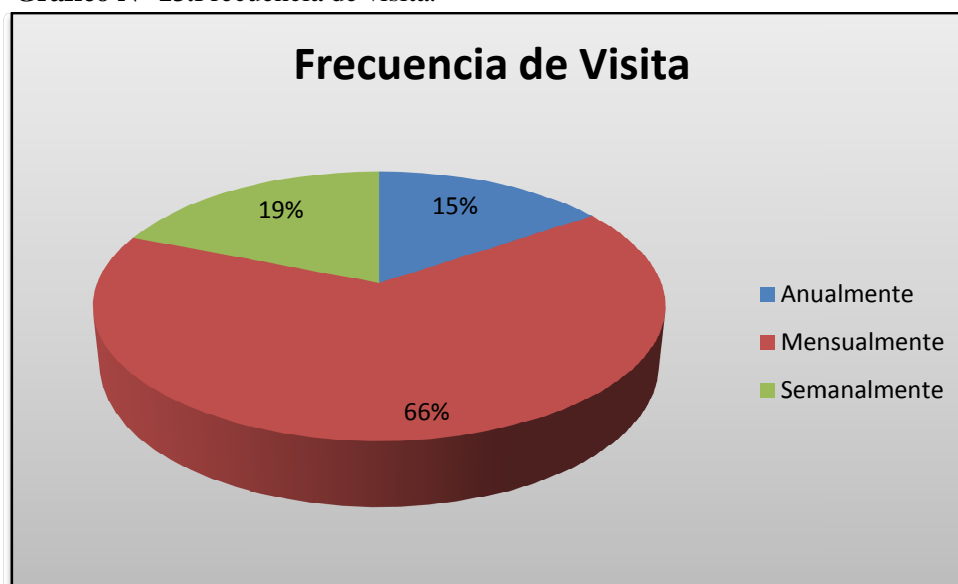
El 48% de los encuestados visitarían la Hostería acompañados con más de 5 personas, el 42% dice que lo haría acompañado de 3 a 5 personas.

**Pregunta No 13.** Frecuencia de Visita**Cuadro N° 15.** Frecuencia de visita.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Anualmente	9	15%
Mensualmente	38	66%
Semanalmente	11	19%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 13.** Frecuencia de visita.

Fuente: Cuadro N° 15

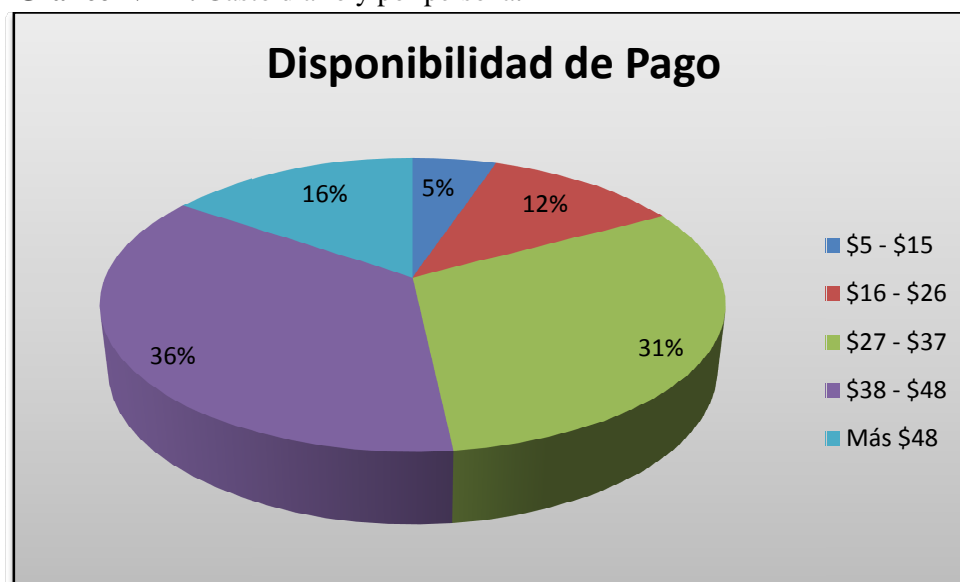
La mayoría de las personas manifiestan que les gustaría visitar la Hostería mensualmente que representa el 66%, seguidos del 19% que lo haría semanalmente.

**Pregunta No 14.** Gasto diario por persona**Cuadro N° 16.** Gasto diario y por persona.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$5 - \$15	3	5%
\$16 - \$26	7	12%
\$27 - \$37	18	31%
\$38 - \$48	21	36%
Más \$48	9	16%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 14.** Gasto diario y por persona.

Fuente: Cuadro N° 16

El 36% de los encuestados tiene un gasto diario entre \$38 a \$48, seguido del 31% que gasta entre \$27 a \$37, el 16%, 12% y 5% representan las opciones de más de \$48, \$16 a \$26, y de 5\$ a 15 \$ respectivamente.

**Pregunta No 15.** Organización del viaje.

**Cuadro N° 17.** Organización del viaje.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Agencia de Viajes	19	33%
Independientemente	39	67%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 15.** Organización del viaje.



**Fuente:** Cuadro N° 17

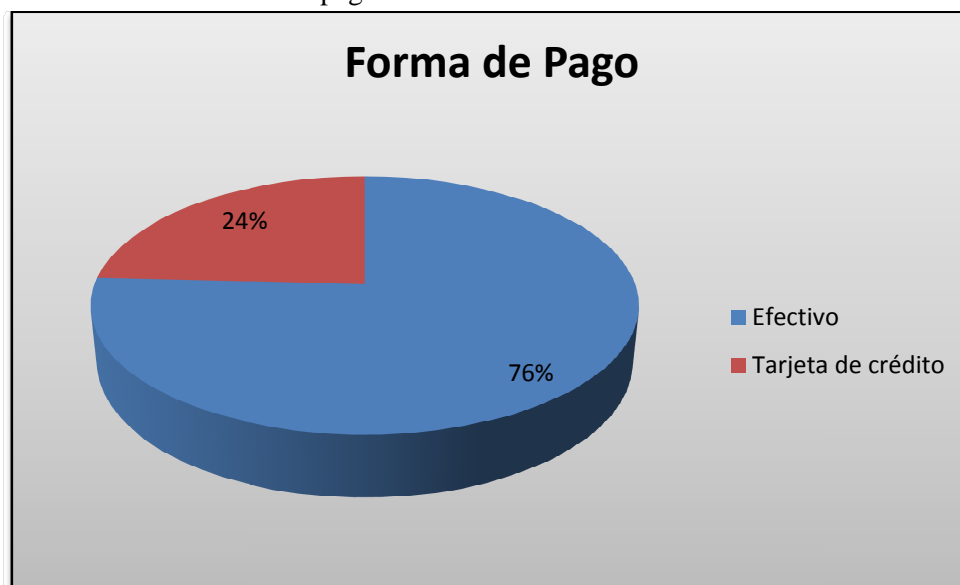
La mayoría de los encuestados viaja de forma independiente con el 67%, mientras que el restante 33% viaja por intermedio de Agencias de Viajes.

**Pregunta No 16.** Forma de Pago**Cuadro N° 18.** Forma de pago.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	44	76%
Tarjeta de crédito	14	24%
Total	58	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 16.** Forma de pago.

Fuente: Cuadro N° 18

La mayoría de turistas con el 76% prefiere pagar por los servicios prestados con dinero en efectivo, mientras que el restante 24% prefiere hacerlo con tarjeta de crédito.

**Pregunta No 17. Medios de Comunicación**

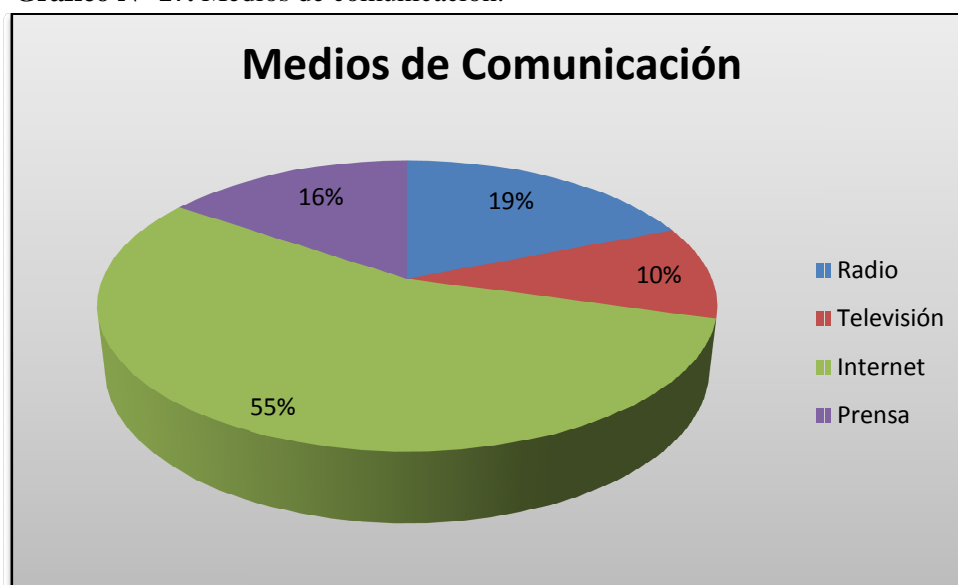
**Cuadro N° 19. Medios de comunicación.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	11	19%
Televisión	6	10%
Internet	32	55%
Prensa	9	16%
Total	58	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 17. Medios de comunicación.**



**Fuente:** Cuadro N° 19

El 55% de los encuestados se informa de los prestadores de servicios turísticos por medio del internet, y el 19% lo hace a través de la radio, y el 16% lo hace por medio de la prensa escrita.

## b) Turistas Extranjeros

### Pregunta No 1. Edad

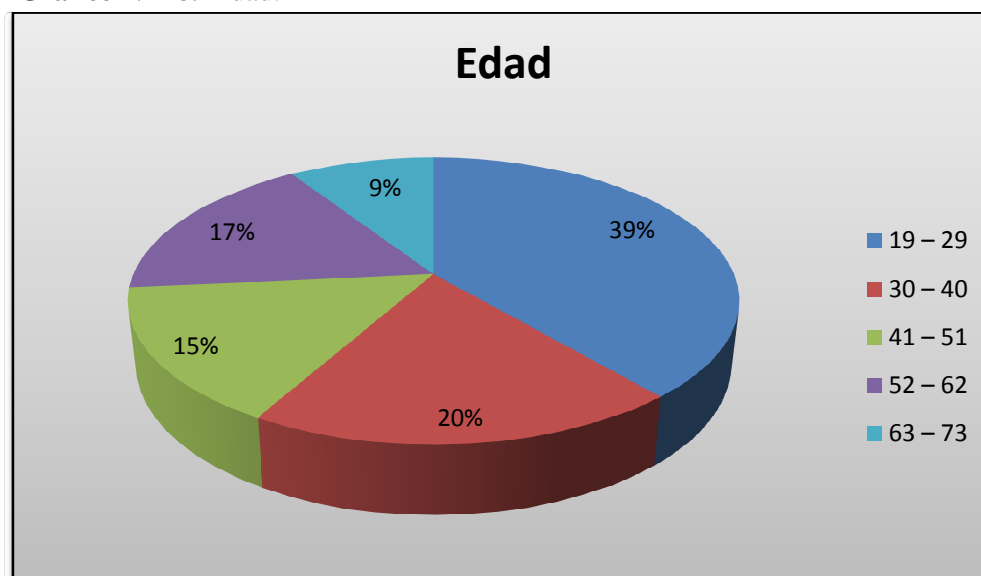
**Cuadro N°20.** Edad.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
19 – 29	38	39%
30 – 40	19	20%
41 – 51	15	15%
52 – 62	17	17%
63 – 73	9	9%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 18.** Edad.



**Fuente:** Cuadro N°20

La mayoría de encuestados tiene un rango de edad entre 19 y 29 años representando el 39%, seguido de edades entre 30 y 40 años que representan el 20%.

a) **Media aritmética de la edad del turista extranjero****Cuadro N° 21.** Media aritmética de la edad del turista extranjero.

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Media (x)</b>	<b>F*x</b>
<b>19 – 29</b>	38	24	912
<b>30 – 40</b>	19	35	665
<b>41 – 51</b>	15	46	690
<b>52 – 62</b>	17	57	969
<b>63 – 73</b>	9	68	612
<b>Total</b>	98		3848

**Fuente:** Encuesta**Elaborado por:** Doris Bastidas

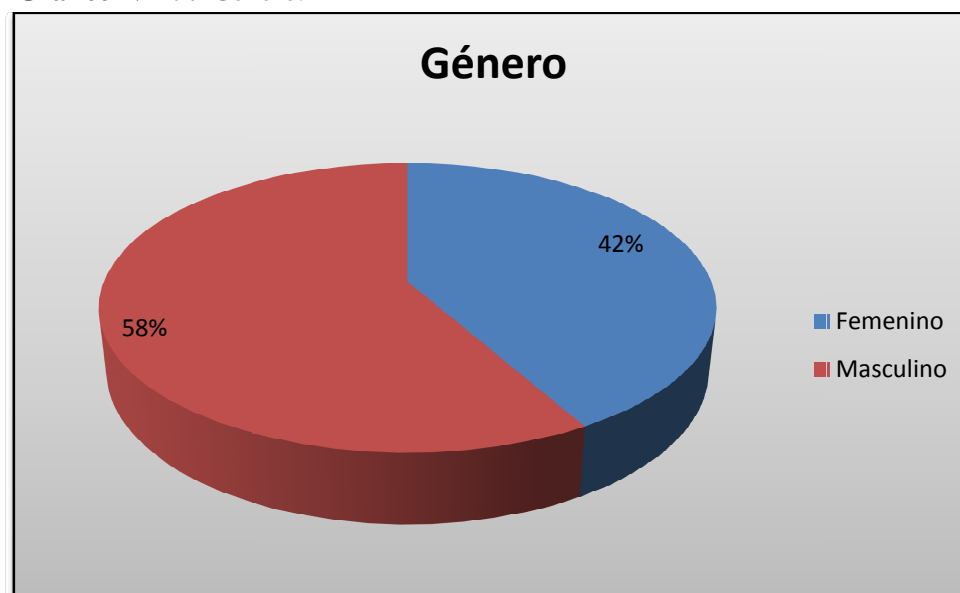
$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{\sum f} = \frac{3848}{98} = 39.27 = 39$$

La edad promedio de los turistas extranjeros que visitarán la Hostería es de 39 años sean estos hombres o mujeres.



**Pregunta No 2. Género****Cuadro N° 22. Género.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Femenino	41	42%
Masculino	57	58%
Total	98	100%

**Fuente:** Encuesta**Elaborado por:** Doris Bastidas**Gráfico N° 19. Género.****Fuente:** Cuadro N° 22

El 58% de los entrevistados pertenecen al sexo masculino representando a la mayoría, el 42% restante pertenece al sexo femenino.

**Pregunta No 3. Procedencia**

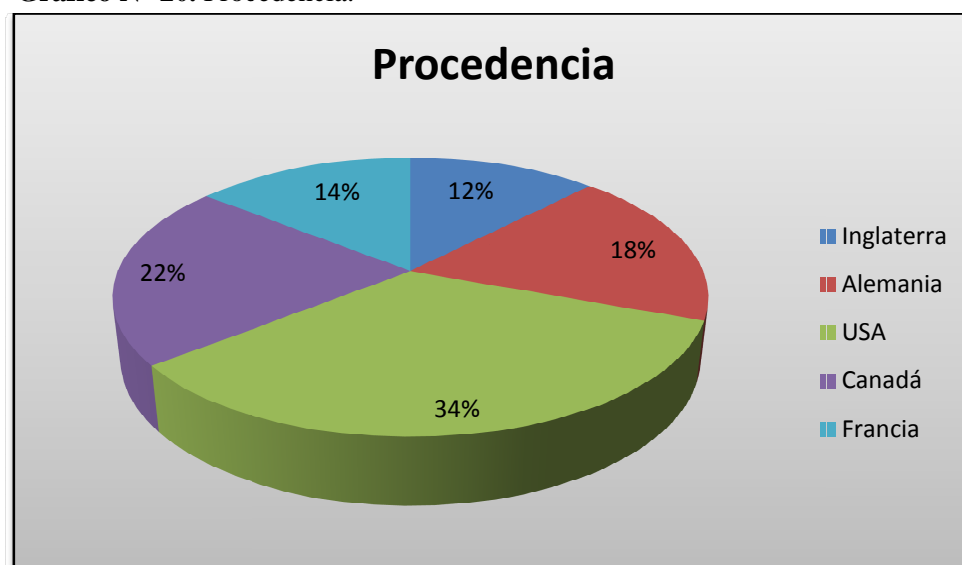
**Cuadro N°23. Procedencia.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Inglaterra	12	12%
Alemania	18	18%
USA	33	34%
Canadá	21	22%
Francia	14	14%
Total	98	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 20. Procedencia.**



**Fuente:** Cuadro N° 23

El 34% de turistas extranjeros entrevistados son de Estados Unidos, seguido del 22% y 18% que representan a Canadá y Alemania respectivamente.

**Pregunta No 4. Ocupación**

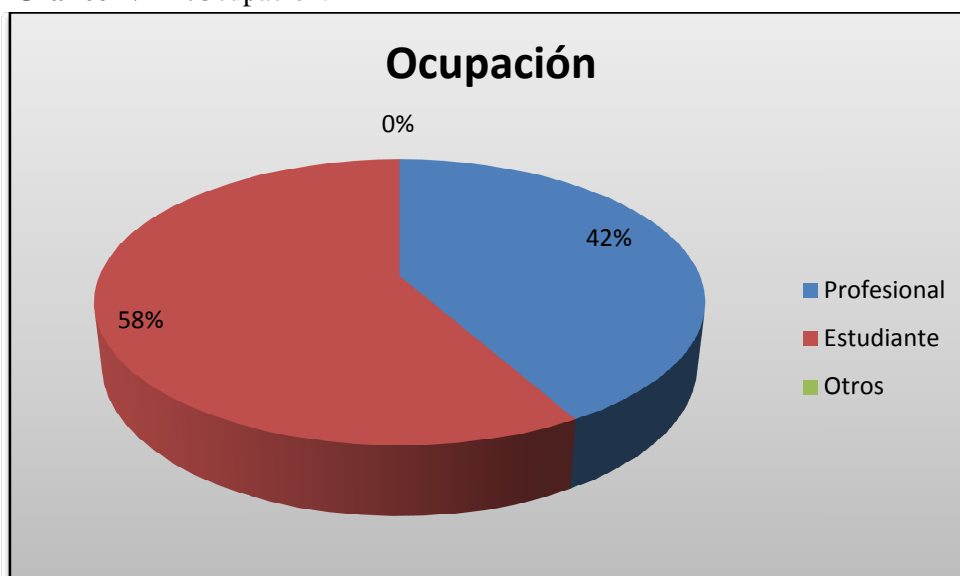
**Cuadro N° 24. Ocupación.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Profesional	41	42%
Estudiante	57	58%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 21. Ocupación.**



**Fuente:** Cuadro N° 24

El 58% de los entrevistados son estudiantes siendo la mayoría, mientras que el 42% son profesionales, cabe resaltar que ninguno de los encuestados señaló otra ocupación.

**Pregunta No 5. Nivel de Educación**

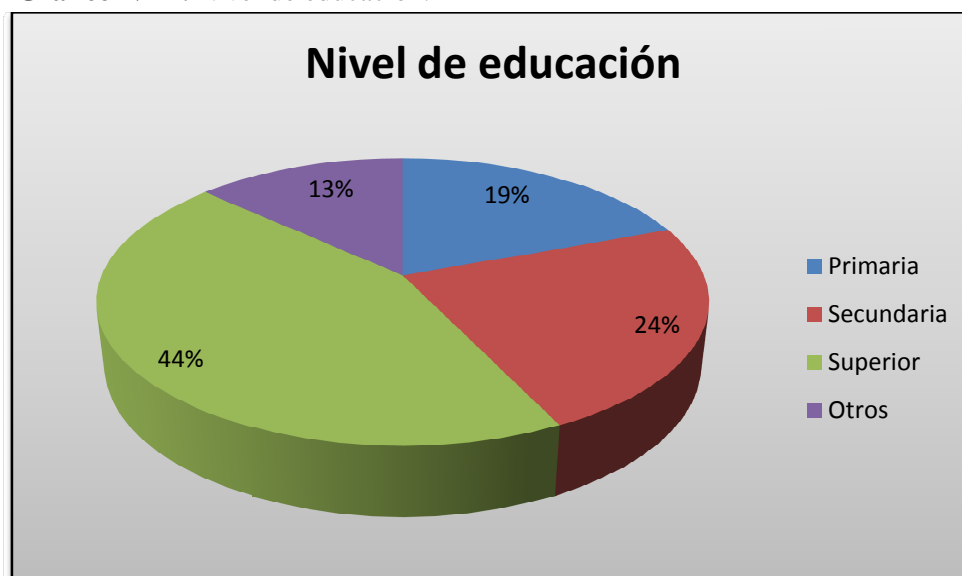
**Cuadro N° 25.** Nivel de educación.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	19	19%
Secundaria	23	24%
Superior	43	44%
Otros	13	13%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N°22.** Nivel de educación.



**Fuente:** Cuadro N° 25

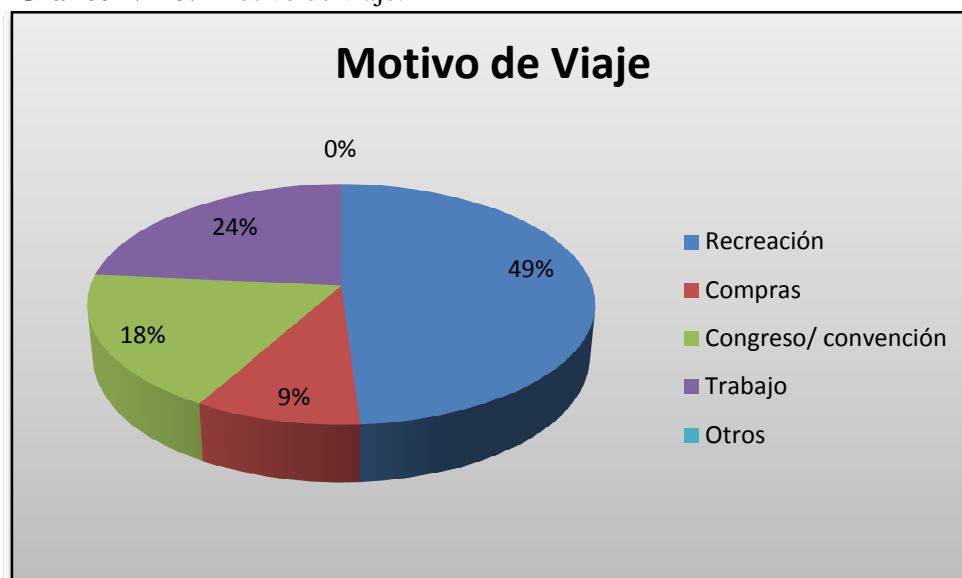
El 44% de los encuestados tienen un nivel de educación superior, mientras que el 24 % tiene un nivel de educación secundaria.

**Pregunta No 6. Motivo de Viaje****Cuadro N° 26. Motivo de viaje.**

<b>Recreación</b>	<b>48</b>	<b>49%</b>
<b>Compras</b>	9	9%
<b>Congreso/ convención</b>	18	18%
<b>Trabajo</b>	23	24%
<b>Otros</b>	0	0%
<b>Total</b>	98	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 23. Motivo de viaje.**

Fuente: Cuadro N° 26

La mayoría viaja por motivos de recreación que representa el 49%, seguido del 24% que viaja por trabajo o estudio, por motivos de congresos/convenciones viaja un 18% y apenas el 9% de los encuestados viaja por compras.

**Pregunta No 7. Permanencia**

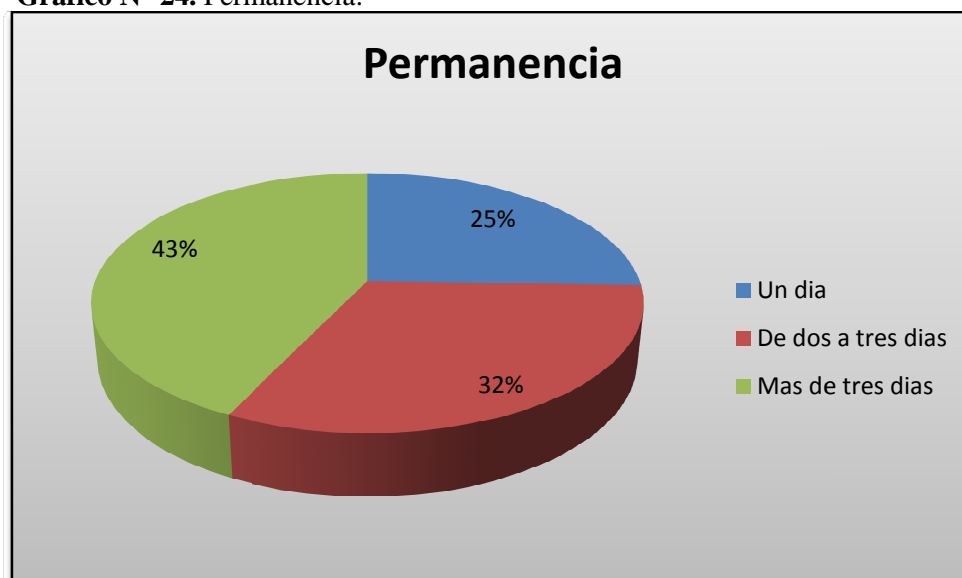
**Cuadro N° 27. Permanencia.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Un día	25	25%
De dos a tres días	31	32%
Más de tres días	42	43%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 24. Permanencia.**



**Fuente:** Cuadro N° 27

El 43% de los encuestados manifiestan que les gustaría permanecer por más de 3 días en la Ciudad de Salcedo representando a la mayoría y el 32% permanecería de 2 a 3 días.

**Pregunta No 8. Con Quien Viaja****Cuadro N°28. Con quien viaja.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Amigos	35	36%
Familiares	46	47%
Solo	17	17%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 25. Con quien viaja.**

Fuente: Cuadro N° 28

El 47% de los encuestados viaja acompañado de su familia representando a la mayoría, el 36% lo hace acompañado de amigos y solo un 17% lo hace solo.

**Pregunta No 9.** Considera necesario la creación de la Hostería

**Cuadro N° 29.** Considera necesario la creación de la hostería.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	90	92%
No	8	8%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N°26.** Considera necesario la creación de la hostería.



**Fuente:** Cuadro N° 29

El 92% de los encuestados manifiesta que si les gustaría la creación de una Hostería que satisfaga sus necesidades de distracción representando a la mayoría.

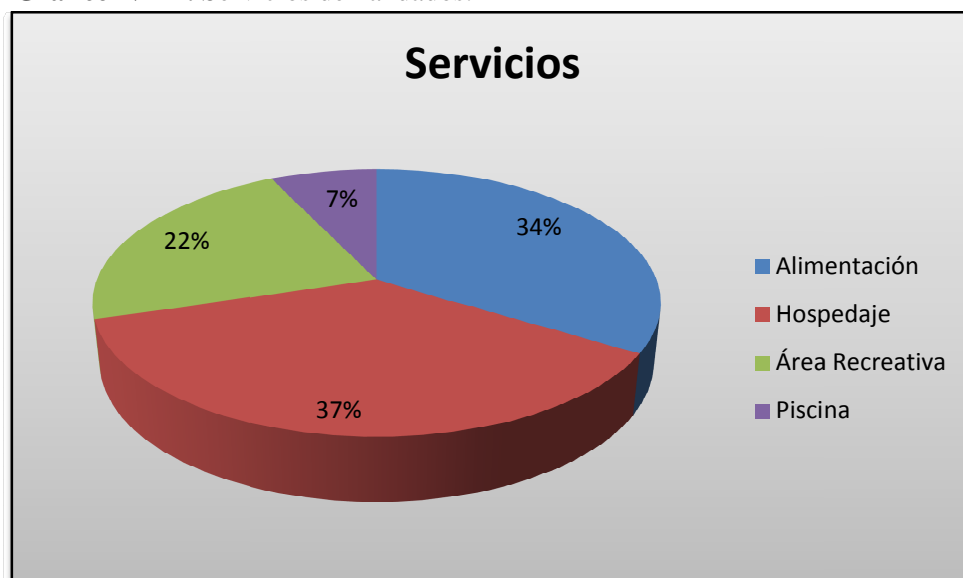


**Pregunta No 10.** Servicios demandados.**Cuadro N° 30.** Servicios demandados.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alimentación	33	34%
Hospedaje	36	37%
Área Recreativa	22	22%
Piscina	7	7%
Total	98	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 27.** Servicios demandados.

Fuente: Cuadro N° 30

A un 37% de las personas encuestadas le interesaría que la Hostería brinde el servicio de hospedaje, seguido del 34% que le interesa el servicio de Alimentación y el 22% de las personas está interesado en que exista un Área Recreativa.

**Pregunta No 11. Servicio de Alimentación**

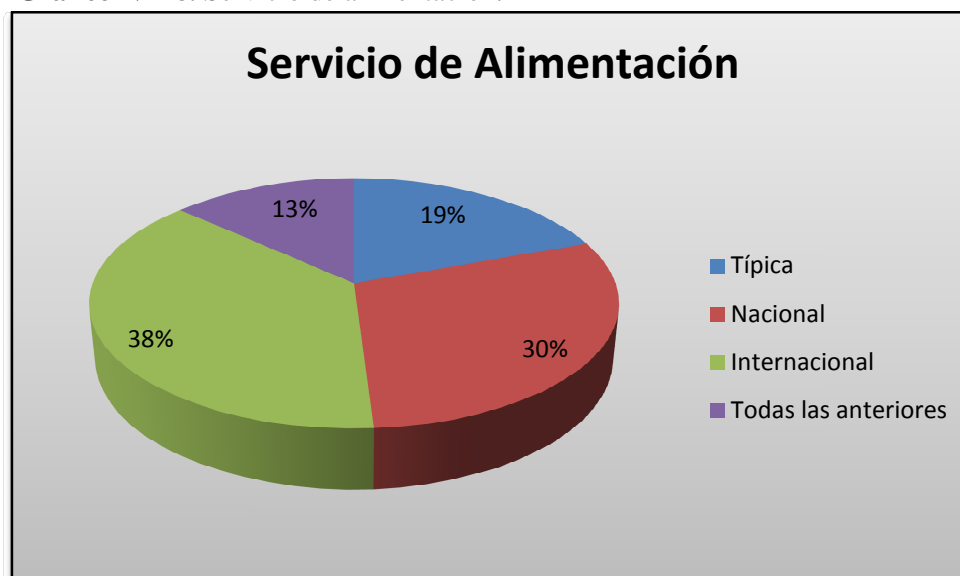
**Cuadro N° 31. Servicio de alimentación.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica	19	19%
Nacional	29	30%
Internacional	37	38%
Todas las anteriores	13	13%
Total	98	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N° 28. Servicio de alimentación.**



Fuente: cuadro N° 31

El 38% de los encuestados prefiere que se brinde el Servicio de Alimentación con comida Internacional, y el 30% prefiere comida Nacional y el 19% prefiere comida Típica.

**Pregunta No 12.** Cuántas Personas Visitarían la Hostería

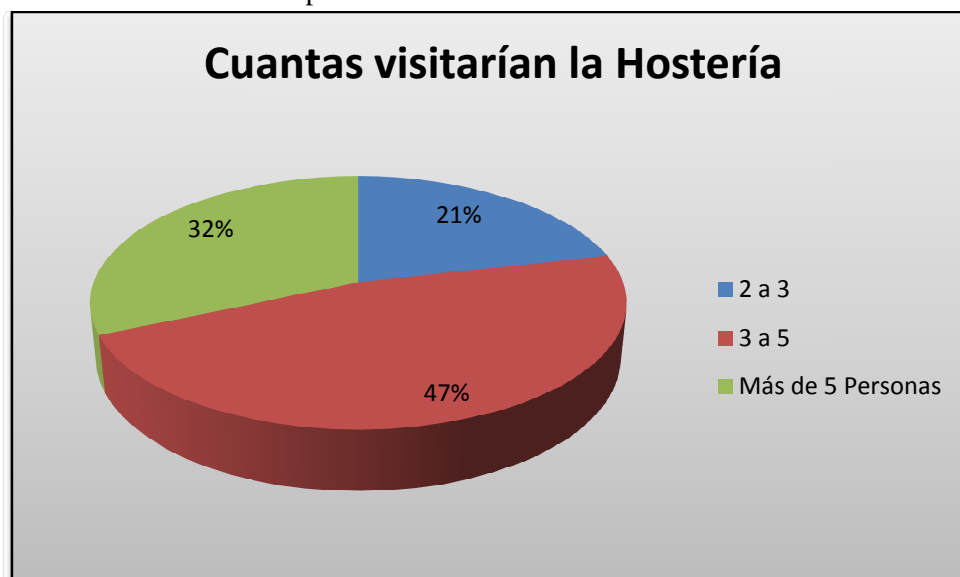
**Cuadro N° 32.** Cuántas personas visitarían la hostería.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
2 a 3	21	21%
3 a 5	46	47%
Más de 5 Personas	31	32%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 29.** Cuántas personas visitarían la hostería.



**Fuente:** Cuadro N° 32

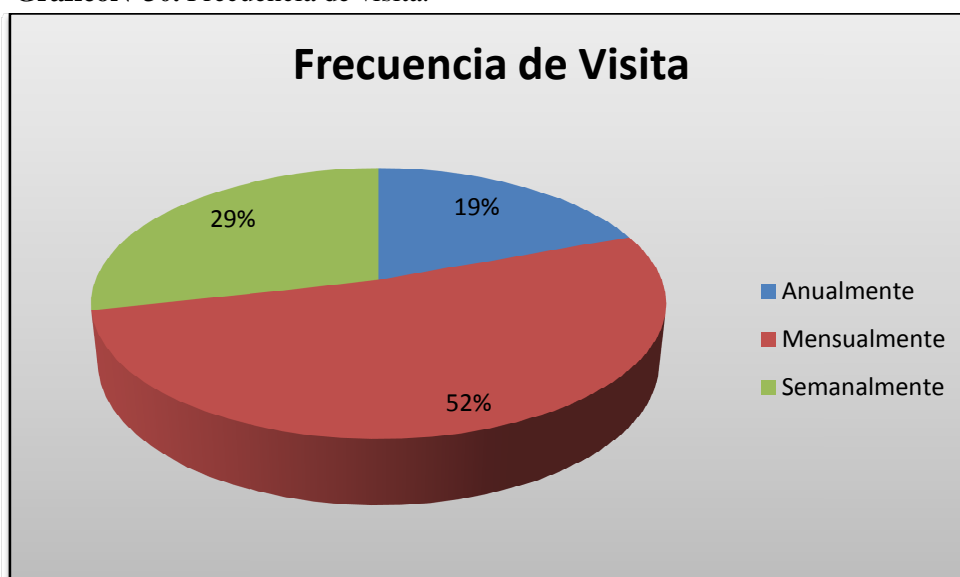
El 47% de los encuestados visitarían la Hostería acompañados con más de 5 personas, el 32% dice que lo haría acompañado de 3 a 5 personas.

**Pregunta No 13.** Frecuencia de Visita**Cuadro N° 33.** Frecuencia de visita.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Anualmente	19	19%
Mensualmente	51	52%
Semanalmente	28	29%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Doris Bastidas

**Gráfico N°30.** Frecuencia de visita.

Fuente: Cuadro N° 33

La mayoría de las personas manifiestan que les gustaría visitar la Hostería mensualmente que representa el 52%, seguidos del 29% que lo haría semanalmente.

**Pregunta No 14.** Gasto diario por persona

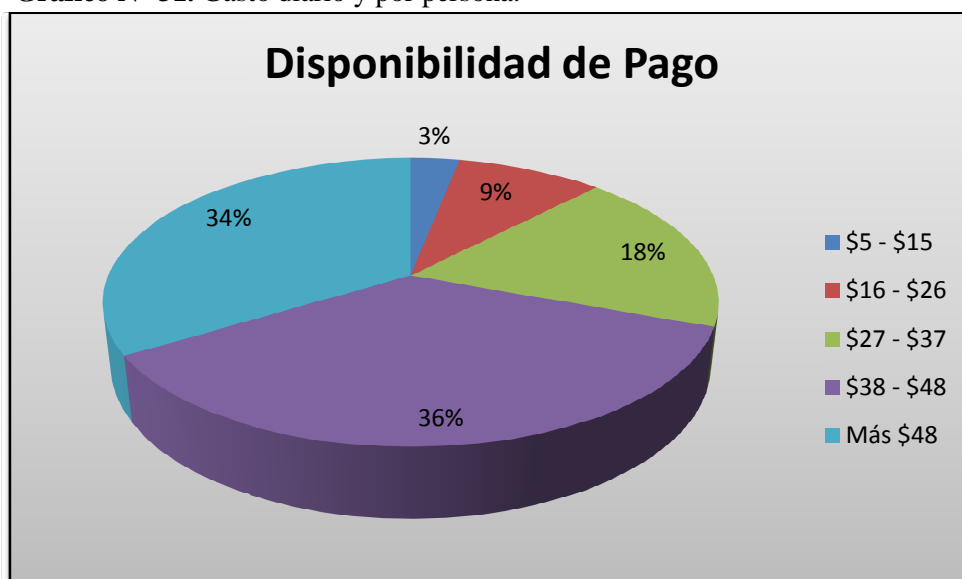
**Cuadro N° 34.** Gasto diario y por persona.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$5 - \$15	3	3%
\$16 - \$26	9	9%
\$27 - \$37	18	18%
\$38 - \$48	35	36%
Más \$48	33	34%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 31.** Gasto diario y por persona.



**Fuente:** Cuadro N° 34

El 36% de los encuestados tiene un gasto diario entre \$38 a \$48, seguido del 34% que gasta más de \$48, el 18%, 9% y 3% representan las opciones de \$27 a \$37, \$16 a \$26, y de \$5 a 15 \$ respectivamente.

**Pregunta No 15. Organización del Viaje**

**Cuadro N° 35. Organización del viaje.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Agencia de Viajes	36	37%
Independientemente	62	63%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N°32. Organización del viaje.**

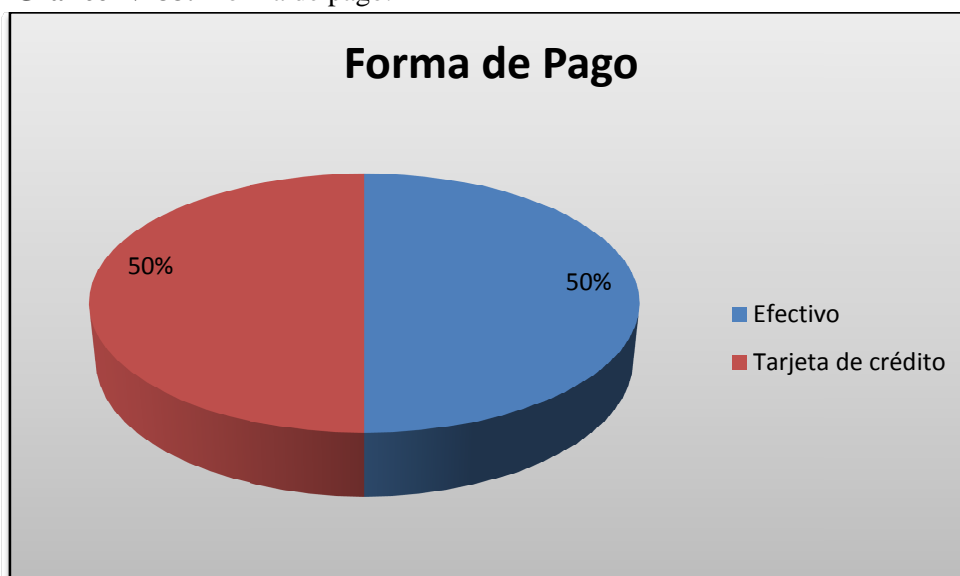


**Fuente:** Cuadro N° 35

La mayoría de los encuestados viaja de forma independiente con el 63%, mientras que el restante 37% viaja por intermedio de Agencias de Viajes.

**Pregunta No 16.** Forma de Pago**Cuadro N° 36.** Forma de pago.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	49	50%
Tarjeta de crédito	49	50%
Total	98	100%

**Fuente:** Encuesta**Elaborado por:** Doris Bastidas**Gráfico N° 33.** Forma de pago.**Fuente:** Cuadro N° 36

El 50% de turistas prefiere pagar por los servicios prestados con dinero en efectivo y el 50% prefiere hacerlo con tarjeta de crédito.

**Pregunta No 17. Medios de Comunicación**

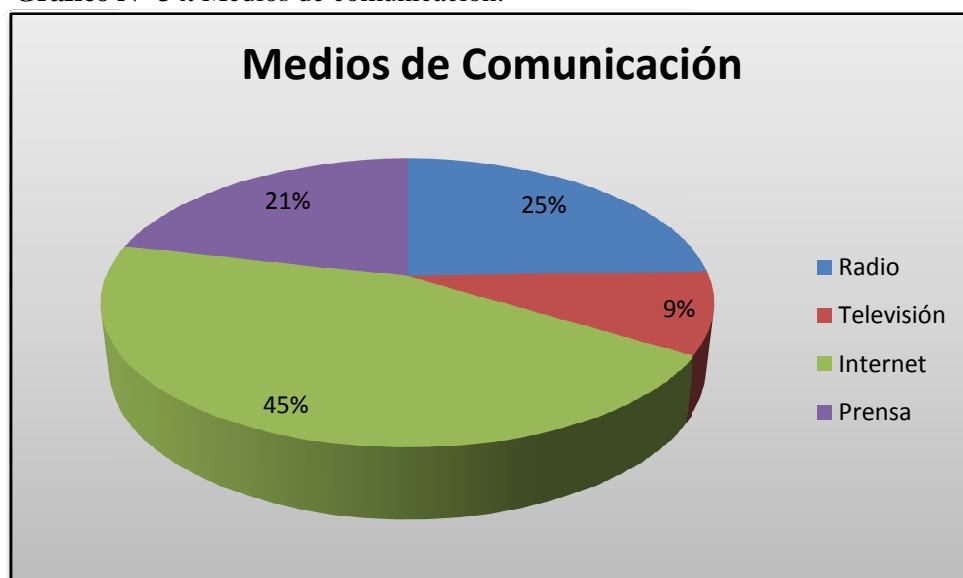
**Cuadro N° 37. Medios de comunicación.**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	24	25%
Televisión	9	9%
Internet	44	45%
Prensa	21	21%
Total	98	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Doris Bastidas

**Gráfico N° 34. Medios de comunicación.**



**Fuente:** Cuadro N° 37

El 45% de los encuestados se informa de los prestadores de servicios turísticos por medio del internet, y el 25% lo hace a través de la radio, y el 21% lo hace por medio de la prensa escrita.



## **g. Perfil de los consumidores**

### **1) Turistas nacionales**

En cuanto a turistas Nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi tienen un rango de edad entre los 19 a 29 años, lo que significa que son turistas jóvenes; en cuanto al género existen mayor afluencia del género masculino; provienen la mayoría de las ciudades de Latacunga, Quito y el Puyo, la mayor parte de los turistas tienen un nivel de educación superior; el 53% de los turistas realizan el viaje por motivos de recreación, el mayor porcentaje de los turistas indican que permanecerían en la ciudad de Salcedo de 2 a 3 días, la mayoría viajan acompañados de su familia con más de 5 personas, el 91% mencionan que están de acuerdo con la implementación de la Hostería, los servicios que más les interesan son: hospedaje, alimentación y un área recreativa, entre los más sobresalientes. Les gustaría que se oferte comida nacional, están dispuestos a pagar por los servicios de \$38 a \$48, les gustaría visitar la Hostería mensualmente y lo pagarían en efectivo, los medios de comunicación que más utilizan son el internet, la radio y prensa escrita, el 67% viajan independientemente.

### **2) Turistas extranjeros**

Los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi están en un rango de edad entre los 19 a 29 años, lo que significa que son turistas jóvenes; en cuanto al género existe mayor afluencia del género masculino; provienen la mayoría de los países de los Estados Unidos, Canadá y Alemania, la mayor parte de los turistas tienen un nivel de educación superior; el viaje lo hacen exclusivamente por motivos de recreación con el 49%, están dispuestos a permanecer por más de 3 días en la ciudad de Salcedo, la mayoría viajan acompañados de su familia acompañados con más de 5 personas, el 92% de los turistas encuestados están de acuerdo con la implementación de la Hostería, donde les gustaría que se brinde los siguientes servicios: hospedaje, alimentación y un área recreativa entre los más importantes, en el servicio de alimentación les gustaría que se oferte comida internacional, están dispuestos a pagar de \$ 38 a \$48 por persona, visitarían mensualmente la Hostería, la forma de pago que suelen utilizar es en efectivo, la mayoría viajan independientemente, los medios de comunicación que utilizan para informarse es el internet como medio principal.

#### **h. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años**

Se realizó la proyección de la demanda para los próximos 5 años tomando como referencia los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas. De los 97000 (35890 nacionales y 61110 extranjeros) turistas que ingresaron al Parque Nacional Cotopaxi en el año 2009 según las estadísticas del Ministerio de Turismo; de los cuales el 91% correspondiente a 32660 turistas nacionales y el 92% equivalente a 56221 turistas extranjeros manifestaron que les gustaría que existiera una Hostería en el Cantón Salcedo en donde puedan hospedarse y realizar actividades turísticas. Es decir un total de 88881 serían nuestros clientes potenciales.

Para la proyección de la demanda se utilizó un Índice de Crecimiento Anual (ICA): turista nacional del 7%, y extranjero el 6,5% según la base de datos del MINTUR para el año 2009, en base a estos datos y al uso de la fórmula del interés compuesto se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años; obteniendo los siguientes resultados:

Fórmula:

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

$C_o$  = Años a proyectar (2010 – 2015)

$C_n$  = Demanda actual: turistas (32660 nacionales, 56221 extranjeros)

$i$  = Incremento anual de turismo Nacional (7%); extranjero (6,5%)

$n$  = El año a proyectarse (1–5)

**Cuadro N°38.** Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años.

<b>Año</b>	<b>Demanda Turística Nacional (ICA= 7%)</b>	<b>Demanda Turística Extranjera (ICA = 6,5%)</b>	<b>Demanda Turística (# turistas)</b>
2010	32.660	56.221	88.881
2011	34.946	59.875	94.821
2012	40.009	67.912	107.921
2013	49.013	82.034	131.047
2014	64.246	105.534	169.780
2015	90.108	144.591	234.699

**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Gráfico N° 35.** Proyección de la demanda nacional y extranjera.



**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

## 2. Análisis de la Oferta

### a. **Oferta Sustitutiva**

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado aquellos establecimientos turísticos con características semejantes.

#### 1) **Características de Hosterías**

Se analizaron las 3 Hosterías de la Ciudad de Salcedo y 2 Hosterías de la Ciudad de Lasso.

**Cuadro N°39.** Características de la hostería Rumipamba de las Rosas.

Razón Social: HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS(Salcedo)	
Ubicación	AV. Norte 3501 y AV Eloy Alfaro Yerovi
Categoría	Primera
N° Habitaciones	34
N° Plazas	160
Servicios ofertados	Alojamiento(habitaciones con chimenea) Restaurante Bar Cafetería Piscinas Discoteca Juegos Canchas Parque Temático Centro Artesanal Jardines Áreas Verdes Lago artificial Animales Parqueadero
Precio habitación	Doble y Matrimonial: \$101.26 incluye impuestos Simple: \$76,86 incluye impuestos
Clientes anuales	5.400 (afluencia alta julio, agosto, diciembre, enero y febrero)

**Fuente:** Entrevista e información secundaria

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 40.** Características de la hostería el surillal.

Razón Social: HOSTERIA EL SURILLAL	
Ubicación	Calle Principal Barrio Yanayacu (Salcedo)
Categoría	Segunda
N° Habitaciones N° Plazas	10 65
Servicios ofertados	Cabañas: Habitaciones, Suit Piscinas Sauna Turco Hidromasaje Restaurante 2 Salas de Recepciones Bar Paseo en Chiva Canchas Deportivas Espacios Verdes Caminatas
Precio habitación	Doble y Matrimonial: \$48,80 incluye impuestos Simple: \$30,50 incluye impuestos
Clientes anuales	2.000 (temporada alta julio, agosto, diciembre y enero)

**Fuente:** Entrevista e información secundaria

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 41.** Características de la hostería los molinos.

Razón Social: HOSTERIA LOS MOLINOS	
Ubicación	Calle Principal Barrio Yanayacu (Se encuentra funcionado desde finales del 2010) (Salcedo)
Categoría	Primera
N° Habitaciones	17
N° Plazas	80
Servicios ofertados	Alojamiento Restaurante Piscinas Sauna Turco Hidromasaje Baños de Cajón Pesca Deportiva Canchas Jardines Espacios Verdes
Precio habitación	Doble y Matrimonial: \$66 incluye impuestos Simple \$ 55 incluye impuestos
Clientes anuales	1.000 aprox.(afluencia alta noviembre, diciembre, enero)

**Fuente:** Entrevista e información secundaria

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 42.** Características de la hostería cuello de luna.

Razón Social: HOSTERÍA CUELLO DE LUNA (Lasso)	
Ubicación	El Chasqui, Panamericana Sur Km 44. Frente a la entrada al Parque Nacional Cotopaxi, Lasso.
Categoría	Segunda
N° Habitaciones	25
N° Plazas	120
Servicios ofertados	<p>Alojamiento(habitaciones con baño privado y chimenea)          Sitios para Camping          Excursiones y Cabalgatas en las inmediaciones del lugar.          Restaurante          Traslado en transporte privado          Parqueadero</p> <p>Cuello de Luna es un lugar ideal para caminatas y excursiones al Parque Nacional Cotopaxi, al cráter del Quilotoa, a las ferias indígenas de Zumbahua, Pujli y Saquisilí. Ofrece condiciones óptimas para una aclimatación para ascensionistas, andinistas y alpinistas. Cuello de Luna es seguramente un de los mejores puntos de partida para ascensiones a los volcanes nevados Cotopaxi, Iliniza y también Chimborazo - la montaña más alta de Ecuador. Y de regreso de sus aventuras y esfuerzos disfrute de la comodidad que ofrece nuestra casa.</p>
Precio habitación	<p>Habitación Simple: "Standard" \$ 40.00 , "Superior": \$ 60.00          Habitación Doble: "Standard" \$ 50.00 , "Superior" : \$ 75.00          Habitación Triple \$66.00 , "Superior": \$ 90.00          Habitación Cuádruple "Standard": \$ 70.00 , "Superior" \$ 105.00          Habitación Familiar (4 personas) \$ 82.00          Habitación Familiar (5 personas) \$ 95.00</p>
Clientes anuales	3.700(afluencia alta diciembre, enero y febrero)

**Fuente:** Entrevista e información secundaria

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



**Cuadro N° 43.** Características de la hostería la posada del rey.

Razón Social: HOSTERIA LA POSADA DEL REY (Lasso)	
Ubicación	Panamericana Sur Km.20
Categoría	Segunda
N° Habitaciones	11
N° Plazas	30
Servicios ofertados	<p>Las instalaciones incluyen una piscina cubierta y de agua temperada, un amplio restaurante donde se puede disfrutar de comida nacional e internacional y una sala de juegos bien equipada para que usted disfrute todo el tiempo de lo mejor que podemos ofrecer.</p> <p>Ofrece, paseos en bicicleta, en donde puede decidir su recorrido, con asesoramiento.</p> <p>Además se incorporará paseos guiados a pie a diferentes lugares del sector, y próximamente ofrecerá paint-ball y recorridos en pilots o cuadrones.</p> <p>Alojamiento(habitaciones con chimenea)</p> <p>Parqueadero</p>
Precio habitación	<p>Simple: \$24,40</p> <p>Doble : \$48,80</p> <p>Triple: \$73,20</p> <p>Cuadruple: \$97,60</p>
Clientes anuales	3.026 (afluencia alta agosto, diciembre, enero y febrero)

**Fuente:** Entrevista e información secundaria

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**b. Oferta complementaria**

**1) Características de los Complejos Turísticos ubicados en el Cantón Salcedo**

**a) Paraíso de María**

El Complejo turístico Paraíso de María, está ubicado en la avenida Jaime Mata Yerovi, al sur de la ciudad de Salcedo.

Cuenta con los servicios de: juegos infantiles, canchas deportivas, garaje, espacios verdes, discoteca.

**b) Virgen del Cisne**

Se encuentra ubicado en las calles Luis A. Martínez entre 24 de Mayo y Rocafuerte, en el centro de la Ciudad.

Ofrece los servicios: canchas deportivas, piscina, sauna, turco, baños de cajón, gimnasio y espacios verdes.

**2) Tiendas de Artesanías**

En el trabajo de campo realizado se registro los siguientes establecimientos:

**Cuadro 44.** Tiendas de artesanías.

Nº	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	Artesanías	Príncipe	24 de Mayo y García Moreno
2	Artesanías	El Arca	Sucre y Bolívar
3	Artesanías	Tagua	Olmedo y González Suárez

**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**c. Proyección de la oferta**

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos 5 años, en base a la demanda de las 3 hosterías existentes en la ciudad de Salcedo y de 2 hosterías de la Ciudad de Lasso. Luego de realizar la respectiva investigación de campo se obtuvo un total de 15.126 turistas que consumen la oferta existente, de los cuales el 62% son nacionales y el 38% extranjeros.

Para la proyección de la oferta se utilizó la fórmula del incremento compuesto.

**Cuadro N° 45.** Proyección de la oferta para los próximos 5 años.

<b>Año</b>	<b>Turistas Nacionales (ICA= 7%)</b>	<b>Turistas Extranjeros (ICA = 6,5%)</b>	<b>Total</b>
2010	9.378	5.748	15.126
2011	10.034	6.122	16.156
2012	11.488	6.944	18.432
2013	14.073	8.388	22.461
2014	18.447	8.933	27.380
2015	25.872	12.239	38.111

**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

### 3. Confrontación demanda - oferta

#### a. Proyección de la demanda insatisfecha

**Cuadro N° 46.** Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2010	88.881	15.126	73.755
2011	94.821	16.156	78.665
2012	107.921	18.432	89.489
2013	131.047	22.461	108.586
2014	169.780	27.380	142.400
2015	234.699	38.111	196.588

**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**b. Proyección demanda objetivo**

En el presente proyecto se trabajará estimando captar el 12% de la demanda insatisfecha.

**Cuadro N° 47.** Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años.

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetiva (12%)</b>
2010	73.755	8.851
2011	78.665	9.440
2012	89.489	10.739
2013	108.586	13.030
2014	142.400	17.088
2015	196.588	23.590

**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

#### 4. Análisis mercadotécnico – Área Comercial

##### a. Canales de Distribución

Para llegar a los consumidores se utilizarán dos canales de distribución: canal directo y canal detallista.

##### b. Estrategias de promoción y publicidad

###### 1) Medios publicitarios para la empresa

Debido a que la mayoría de turistas nacionales y extranjeros utilizan internet como medio para conocer acerca de nuevos lugares turísticos se diseñará una página web, además, se publicara en las principales redes sociales. Se diseñarán tarjetas de presentación de la empresa, las cuales serán coloradas en las unidades de turismo a nivel nacional.

Para el consumo local se realizará cuñas publicitarias en la radio y promoción directa a medios educativos, oficinas y otros lugares de interés. En días de feriados nacionales se realizarán cuñas publicitarias en radios a nivel nacional.

###### 2) Slogan

Creemos en la vida, creemos en la naturaleza. **SUYAY HOSTERÍA** le da la Bienvenida.

###### 3) Logotipo

**Grafico N°36.** Logotipo de la empresa.



**Elaborado por:** Ing. Juan Carlos Montenegro.

#### 4) Colores que identificarán a la empresa

Café: Manifestación de la calidad del suelo.

Verde: Simboliza la naturaleza y la fertilidad de la tierra.

Plomo: Resalta el poder de la naturaleza.

Naranja: Significa la caída de la hoja y de la cosecha.

Amarillo: Simboliza la luz del sol y la riqueza de la naturaleza.

Blanco: Representa la frescura y la limpieza por ser el color de nieve del Cotopaxi.

#### c. Cargos y responsabilidades del departamento comercial

##### 1) Cargos y funciones del departamento comercial

**Cuadro N° 48.** Manual de funciones del responsable de marketing.

<b>DEPARTAMENTO COMERCIAL</b>	
<b>CARGO</b>	<b>FUNCIÓN</b>
<b>RESPONSABLE E MARKETING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Conocimiento del mercado turístico</li> <li>◆ Promoción y publicidad de la empresa en diferentes medios publicitarios</li> <li>◆ Elaborar el material necesario para el marketing de los servicios</li> <li>◆ Ofertar y vender productos en instituciones, empresas y otras dentro y fuera de la ciudad</li> <li>◆ Colaborar con el contador en los ejercicios contables que incluyan sus ventas</li> <li>◆ Colaborar con el Gerente General en la participación de licitaciones, ferias y bolsas de turismo, concursos de precios y ofertas</li> <li>◆ Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Jerárquicamente depende del Gerente General</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**2) Políticas de remuneración para el departamento comercial****Cuadro N°49.** Remuneraciones del departamento comercial.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Encargado de Marketing	1	400	5600
<b>TOTAL</b>			<b>5600</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



### 3) Determinación de inversiones y gastos del departamento comercial

#### a) Activos fijos del departamento comercial

**Cuadro N° 50.** Activos fijos del departamento comercial.

<b>ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA COMERCIAL</b>			
<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD (u)</b>	<b>COSTO UNITARIO (usd)</b>	<b>COSTO TOTAL (usd)</b>
<b>Área de Marketing</b>			
<b>Equipos de oficina</b>			
Equipos de computo (computador e impresora)	2	900,00	1800,00
Teléfono Panasonic	2	45,00	90,00
Calculadora	2	20,00	40,00
Caja registradora Casio	1	460,00	460,00
<b>Sub total 1</b>			<b>2390,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Counter(2m x1,18)	1	285,00	285,00
Decoración	2	200,00	400,00
Silla giratorias	2	55,00	110,00
Escritorios	1	175,00	175,00
Silla	2	22,00	44,00
Archivadores aéreos	1	82,00	82,00
<b>Sub total 2</b>			<b>1096,00</b>
<b>Subtotal 1+2</b>			<b>3486,00</b>
Imprevistos 10%			348,60
<b>TOTAL</b>			<b>3834,60</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**b) Gastos del departamento comercial**

**Cuadro N° 51.** Gastos del departamento comercial.

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD (u)</b>	<b>COSTO ANUAL (usd)</b>
Página web	1	450,00
Trípticos papel couché tamaño A5	1000	100,00
Tarjetas de presentación papel couché de 300g	1000	80,00
Cuña publicitaria en radio local	1	200,00
Promoción semanal 6 veces cada fin de semana	52	1000,00
<b>TOTAL</b>		<b>1830,00</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**5) Diseño de la Página Web**

Página web (cubre el posicionamiento derecho de su dominio personal y demás conexiones en Internet y motores de búsquedas en los sitios webs).



SAN PABLO  
SALCEDO  
ECUADOR

Inicio
Cabañas
Recreación
Restaurante
Eventos
Contactos
Reservaciones




**Nuestras Cabañas**



Si comodidad es nuestro futuro, sea su placer presente.

[Leer Más](#)

**Sus Encuentros & Banquetes**



Sea su placer atendido, en nuestro acogido salón de eventos.

[Leer Más](#)

**Nuestro Restaurante**



Ofrece una elaborada carta de cocina tradicional preparadas por las expertas manos de nuestro Chef.

[Leer Más](#)

**Suyay Hosteria**



CREEMOS EN LA VIDA  
CREEMOS EN LA NATURALEZA  
**SUYAY HOSTERIA**  
SUYAY HOSTERIA  
LE DA LA BIENVENIDA



- Inicio | Inicio
- Cabañas
- Recreación
- Restaurante
- Eventos
- Contactos
- Reservaciones

**Registro**

Recordarme

¿Olvidó la contraseña?

¿Olvidó el nombre de usuario?

¿Otra vez aquí?

**Suyay Facilidades**

- Parqueadero >
- Empleados >
- Restaurante >
- Cabañas >
- Áreas recreativas >
- Internet wireless >
- Eco Tours >

**Suyay Encuesta**

*Cuál es la más importante cualidad para usted en una hostería?*

- Cuartos
- Dining
- Mantenga
- Servicio
- Limpieza
- Número de estancias
- Otros

**Visitanes**

También le invitado conectado

Copyright © 2013 Suyay Hosteria. Todos los derechos reservados.





## CABAÑAS SIMPLES



Cuidadas al detalle y equipadas con con caja fuerte, minibar, teléfono, TV Satélite Digital, aire acondicionado, calefacción, Room Service y baño completo.

Nuestros cochonnes especiales garantizan un descanso absoluto en un ambiente perfecto.

- Inicio | [Inicio](#)
- Cabañas
  - Cabañas Simples
  - Cabañas Dobles
  - Cabañas Triples
- Recreación
- Restaurante
- Eventos
- Contactos
- Reservaciones

## CABAÑAS DOBLES



Cuidadas al detalle y equipadas con con caja fuerte, minibar, teléfono, TV Satélite Digital, aire acondicionado, calefacción, Room Service y baño completo.

Nuestros cochonnes especiales garantizan un descanso absoluto en un ambiente perfecto.

- Inicio | [Inicio](#)
- Cabañas
  - Cabañas Simples
  - Cabañas Dobles
  - Cabañas Triples
- Recreación
- Restaurante
- Eventos
- Contactos
- Reservaciones

## CABAÑAS TRIPLES



Cuidadas al detalle y equipadas con con caja fuerte, minibar, teléfono, TV Satélite Digital, aire acondicionado, calefacción, Room Service y baño completo.

Nuestros cochonnes especiales garantizan un descanso absoluto en un ambiente perfecto.

- Inicio | [Inicio](#)
- Cabañas
  - Cabañas Simples
  - Cabañas Dobles
  - Cabañas Triples
- Recreación
- Restaurante
- Eventos
- Contactos
- Reservaciones



## CANCHA DE BASKET

**Canchas de Basket**

Para su recreación contamos con canchas de basket, que le permitirán disfrutar más de su estancia, en SUWAY.



- Inicio | suway
- Cabañas
- Recreación
  - Canchas de Basket
  - Piscina
  - Cancha de Futbol
- Restaurante
- Eventos
- Contactos
- Reservas

## CANCHA DE FUTBOL

**Canchas de Futbol**

Nuestras modernas canchas de futbol, le permitirán disfrutar de momentos de esparcimiento, junto a nuestros huéspedes empadronados para socializar.



- Inicio | suway
- Cabañas
- Recreación
  - Canchas de Basket
  - Piscina
  - Cancha de Futbol
- Restaurante
- Eventos
- Contactos
- Reservas

## PISCINA

**Piscina**

Para un momento de relax, nuestra amplia piscina, le permitirá hacer deporte y relajarse.



- Inicio | suway
- Cabañas
- Recreación
  - Canchas de Basket
  - Piscina
  - Cancha de Futbol
- Restaurante
- Eventos
- Contactos
- Reservas

## Restaurante



Nuestro restaurante, abierto al público, ofrece una elaborada carta de cocina tradicional de tintas creativos preparados por las expertas manos de nuestro Chef.

Contáctenos con Menús Estacionales, Jornadas Gastronómicas, Enológicas, Románticas.

Para ello poseemos a su disposición nuestro acogedor comedor.



- Inicio | Inicio
- Cobijas
- Recreación
- Restaurantes
- Eventos
- Contacto
- Reservas

### Registro

Usuario:

\*\*\*\*\*

Recordarme

¿Olvidó la contraseña?

¿Olvidó el nombre de usuario?

[Crear una cuenta](#)

## Eventos



**Dispositivos de Salones**  
Adaptados para celebraciones, reuniones y cualquier tipo de Eventos. Totalmente equipados y con conexión Internet (WiFi gratuita). Nuestro equipo le proporcionará los servicios externos a cualquier complemento que necesite.

Nuestros salones admiten hasta 150 personas.

Haremos que ese Momento sea inolvidable.



- Inicio | Inicio
- Cobijas
- Recreación
- Restaurantes
- Eventos
- Contacto
- Reservas

### Registro

Usuario:

\*\*\*\*\*

Recordarme

¿Olvidó la contraseña?

¿Olvidó el nombre de usuario?

## CONTACTOS

[Inicio](#) | [Inicio](#)  
[Cafetería](#)  
[Recreación](#)  
[Restaurantes](#)  
[Eventos](#)  
[Contactos](#)  
[Reservaciones](#)

Nombre  
 Email  
 Teléfono  
 Detalle  
 Mensaje

San Pablo  
 Bolívar  
 Ecuador  
[www.muyahotela.com.ec](http://www.muyahotela.com.ec)


**MUYAHOTELERIA**  
 MUYAHOTELERIA

Recordarme

¿Olvidó la contraseña?  
 ¿Olvidó el nombre de usuario?  
[Crear una cuenta](#)

[Inicio](#) | [Inicio](#)  
[Cafetería](#)  
[Recreación](#)  
[Restaurantes](#)  
[Eventos](#)  
[Contactos](#)  
[Reservaciones](#)

**Reservaciones**

Escriba su nombre y apellido:   
 Dirección de correo electrónico:   
 Asunto del mensaje:   
 Escriba su mensaje:

Enviar una copia de este mensaje a su grupo correo electrónico

Recordarme

¿Olvidó la contraseña?  
 ¿Olvidó el nombre de usuario?  
[Crear una cuenta](#)

## B. ESTUDIO TÉCNICO

### 1. Tamaño de la empresa

#### a. Número de clientes proyectado

**Cuadro N° 52.** Número de clientes proyectado.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	8.851	4.426	738	369	184	25
2011	9.440	4.720	787	393	197	26
2012	10.739	5.370	895	447	224	29
2013	13.030	6.515	1.086	543	271	35
2014	17.088	8.544	1.424	712	356	46
2015	23.590	11.795	1.965	982	491	64

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



b. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

**Cuadro N° 53.**Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados.

Año	Demanda objetivo	Índices			
		Servicio Alimentación 34%	Servicio Hospedaje 37%	Servicio Área Recreativa 21%	Servicio Piscina 8%
2010	8.851	3.009	3.275	1.859	708
2011	9.440	3.210	3.493	1.982	755
2012	10.739	3.651	3.973	2.255	859
2013	13.030	4.430	4.821	2.736	1.042
2014	17.088	5.809	6.323	3.588	1.367
2015	23.590	8.020	8.728	4.954	1.887

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

c. Consumo aparente del servicio alimentación

1) Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación

**Cuadro N° 54.**Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación.

Año	Demanda objetivo	Índices			
		Típica 18%	Nacional 31%	Internacional 33%	Todas las anteriores 18%
2010	3.009	542	933	993	542
2011	3.210	578	995	1.059	578
2012	3.651	657	1.132	1.205	657
2013	4.430	797	1.373	1.462	797
2014	5.809	1.046	1.801	1.917	1.046
2015	8.020	1.444	2.486	2.647	1.444

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

2) **Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio alimentación**

a) **Producto comida típica**

**Cuadro N° 55.** Derivación y determinación del mercado por producto comida típica.

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
2010	542	271	45	23	11	2
2011	578	289	48	24	12	2
2012	657	329	55	27	14	2
2013	797	399	66	33	17	2
2014	1.046	523	87	44	22	3
2015	1.444	722	120	60	30	4

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

b) **Producto comida nacional****Cuadro N° 56.** Derivación y determinación del mercado por producto comida nacional.

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
2010	933	467	78	39	19	3
2011	995	498	83	41	21	3
2012	1.132	566	94	47	24	3
2013	1.373	687	114	57	29	4
2014	1.801	901	150	75	38	5
2015	2.486	1.243	207	104	52	7

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

c) **Producto comida internacional****Cuadro N° 57.** Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional.

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
2010	993	497	83	41	21	3
2011	1.059	530	88	44	22	3
2012	1.205	603	100	50	25	3
2013	1.462	731	122	61	30	4
2014	1.917	959	160	79	40	5
2015	2.647	1.324	221	110	55	7

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

d) **Producto de comida todas las opciones anteriores**

**Cuadro N° 58.** Derivación y determinación del mercado por producto comida todas las opciones anteriores.

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
2010	542	271	45	23	11	2
2011	578	289	48	24	12	2
2012	657	329	55	27	14	2
2013	797	399	66	33	17	2
2014	1.046	523	87	44	22	3
2015	1.444	722	120	60	30	4

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

d. Consumo aparente del servicio alojamiento

1) Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio alojamiento

**Cuadro N°59.** Derivación y determinación del mercado por servicio alojamiento.

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
2010	3.275	1.638	273	136	68	9
2011	3.493	1.747	291	146	73	10
2012	3.973	1.987	331	166	83	11
2013	4.821	2.411	402	201	100	13
2014	6.323	3.162	527	263	132	17
2015	8.728	4.364	727	364	182	24

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

e. **Consumo aparente del servicio área recreativa**

1) **Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio área recreativa**

**Cuadro N°60.** Derivación y determinación del mercado por productos del servicio área recreativa.

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
2010	1.859	930	155	77	39	5
2011	1.982	991	165	83	41	5
2012	2.255	1.128	188	94	47	6
2013	2.736	1.368	228	114	57	7
2014	3.588	1.794	299	150	75	10
2015	4.954	2.477	413	206	103	14

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



**f. Consumo aparente del servicio piscina**

**1) Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio piscina**

**Cuadro N° 61.** Derivación y determinación del mercado por producto del servicio piscina.

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
2010	708	354	59	30	15	2
2011	755	378	63	31	16	2
2012	859	430	72	36	18	3
2013	1.042	521	87	43	22	3
2014	1.367	684	114	57	28	4
2015	1.887	944	157	79	39	5

**Fuente:** Estudio de Mercado.

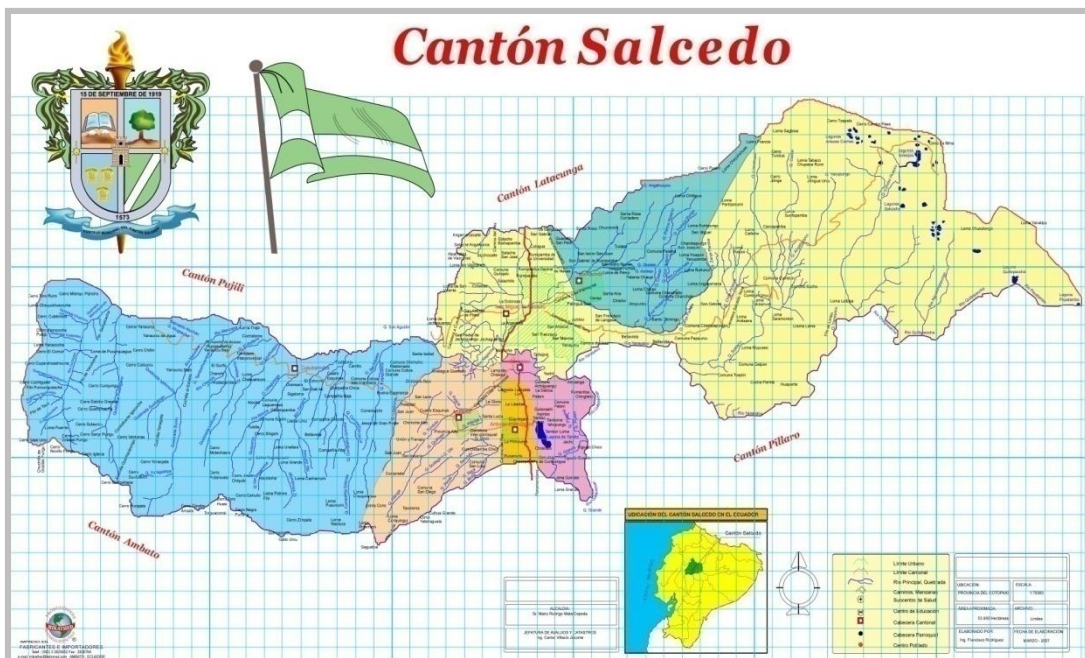
**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

## 2. Localización del proyecto

### a. Macrolocalización

El proyecto estará ubicado en el Cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, República de Ecuador.

Gráfico N° 37. Macrolocalización.



**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**b. Microlocalización**

El terreno que se utilizará para el proyecto se encuentra en el barrio Yanayacu, vía a Pillaro.

**Gráfico N° 38.** Microlocalización.



**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

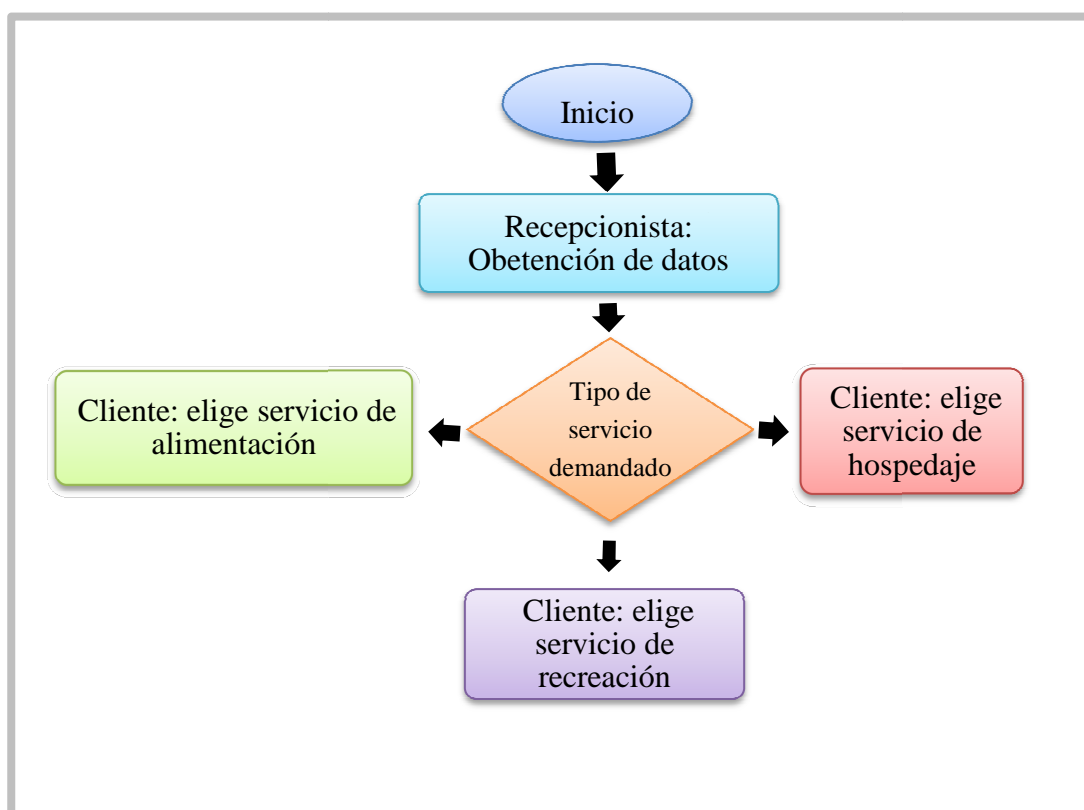
**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

### 3. Proceso de producción

#### a. **Flujograma del proceso productivo general de los servicios del proyecto turístico**

El presente proyecto por ser una empresa turística se basa en la producción de tres servicios principales: alimentación, hospedaje y recreación cuyas características principales son las siguientes: flexibilidad, pues deben ser adaptados rápidamente al deseo del cliente; importancia del factor humano, debido a que los servicios los prestan los trabajadores por cuanto la capacitación es clave para asegurar el éxito de la empresa.

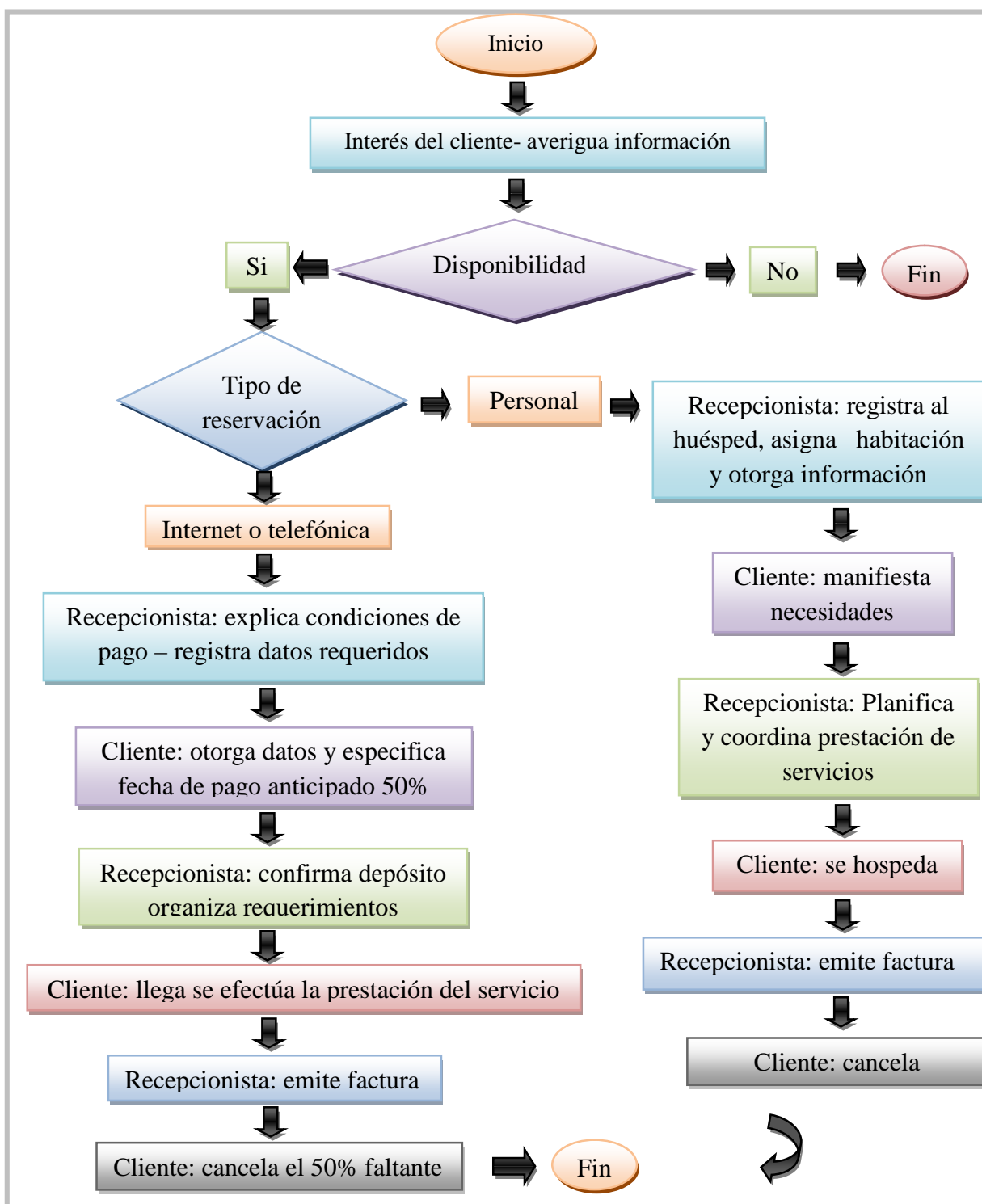
**Gráfico N° 39.** Flujograma general de producción de servicios turísticos.



**Fuente:** Trabajo de campo, 2009.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

1) **Servicio de alojamiento**  
**Gráfico No 40.** Flujograma del servicio de alojamiento.

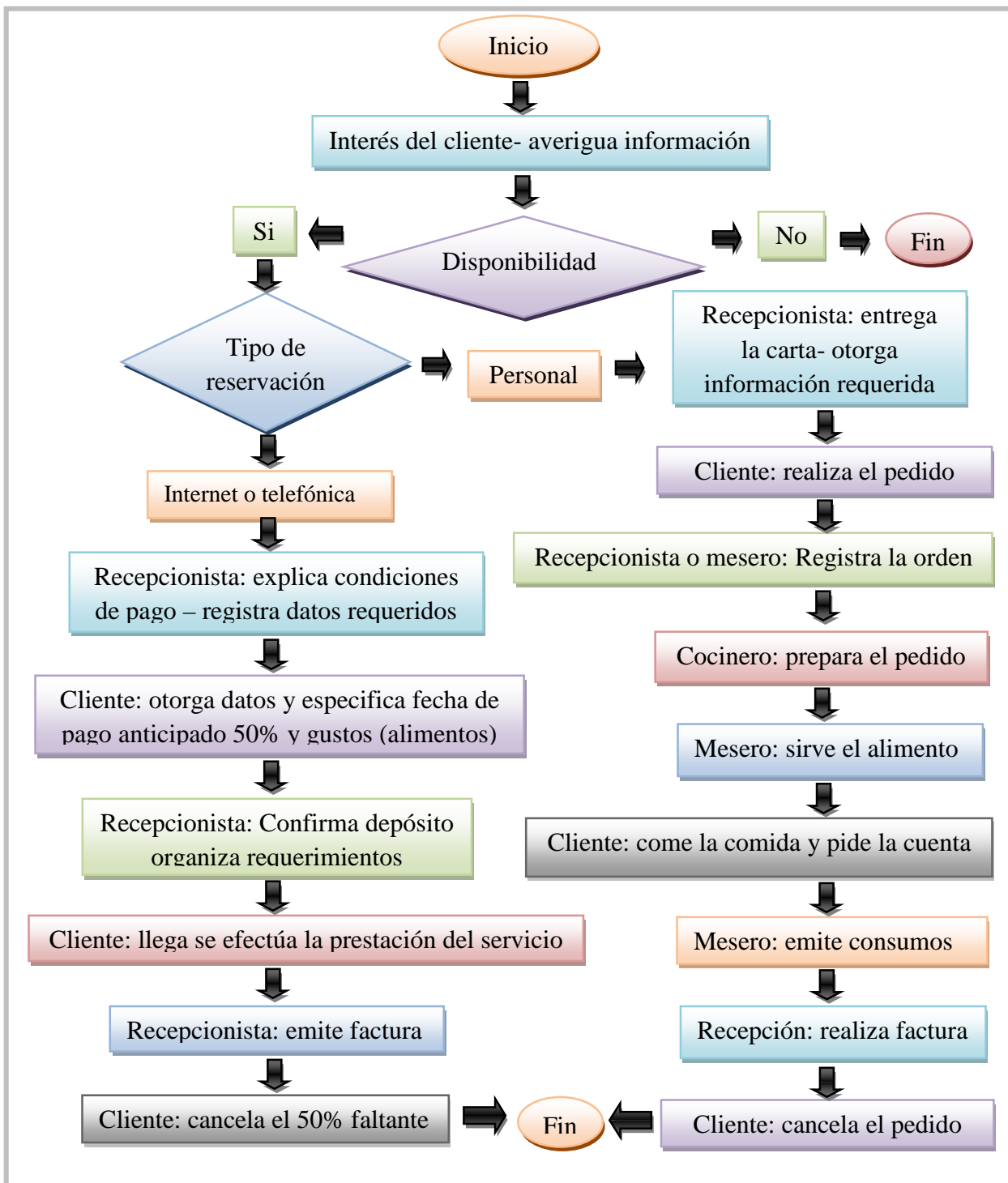


Fuente: Trabajo de campo, 2009.

Elaborado por: Doris Bastidas P.

2) **Servicio de alimentación**

Gráfico N° 41. Flujograma del servicio de alimentación.

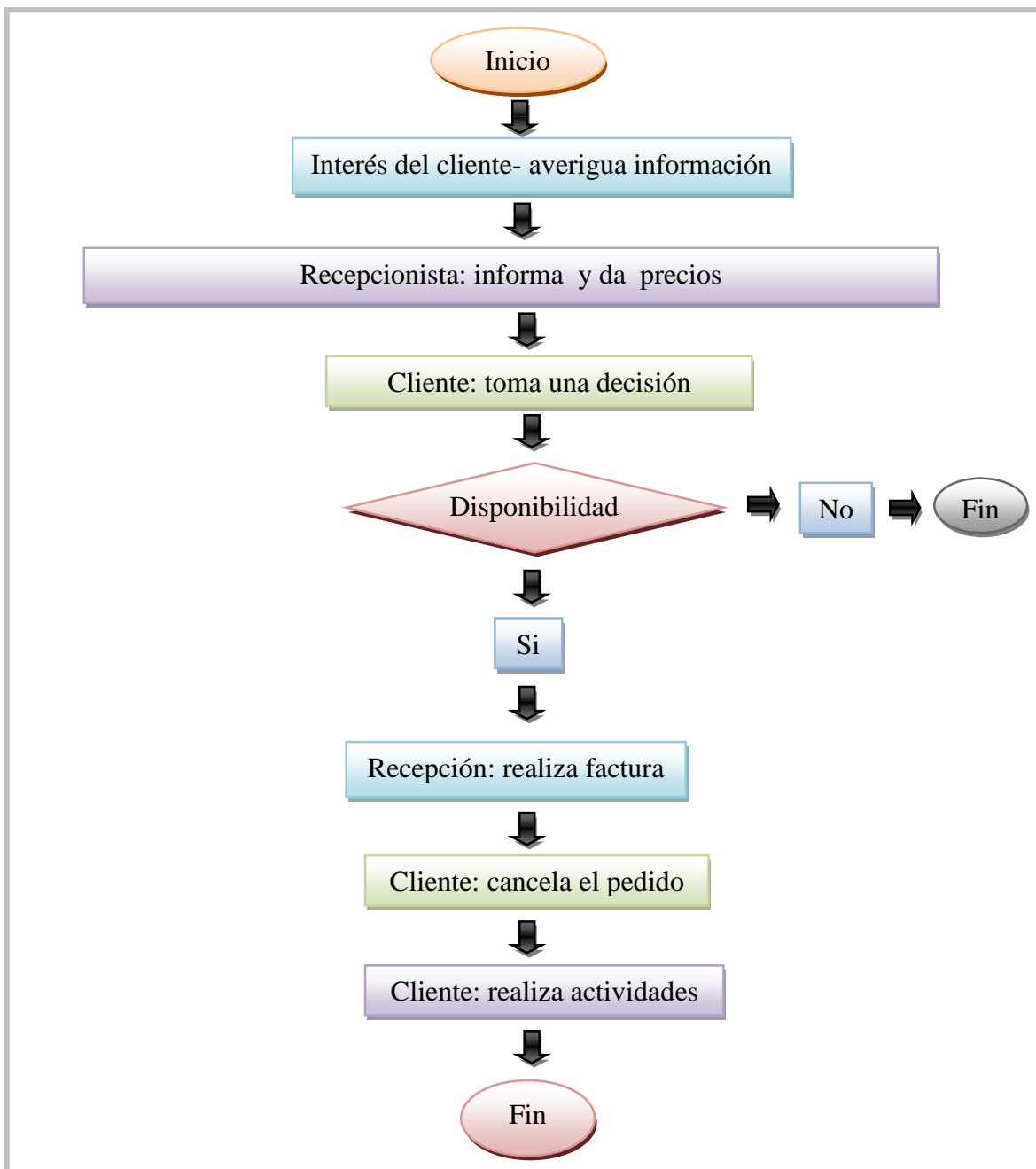


Fuente: Trabajo de campo, 2009.

Elaborado por: Doris Bastidas P.

## 3) Servicio de recreación

Gráfico N° 42. Flujograma del servicio de recreación.



Fuente: Trabajo de campo, 2009.

Elaborado por: Doris Bastidas P.

**b. Requerimiento de instalaciones**

**1) Definición y organización del espacio**

**Cuadro N° 62.** Definición y organización del espacio.

<b>ÁREA TOTAL(m<sup>2</sup>)</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	
<b>10.491,42</b>	Parqueadero Público	200 m <sup>2</sup>
	Parqueadero Privado	100m <sup>2</sup>
	Cabaña tipo 3 habitaciones	47,52m <sup>2</sup>
	Área de Restaurante	194,68m <sup>2</sup>
	Cancha de Basket	448 m <sup>2</sup>
	Cancha de Fulbito	658,4m <sup>2</sup>
	Piscina	200m <sup>2</sup>

**Fuente:** Arq. Fabián Trujillo Toro.

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**2) Necesidades de construcción**

Se identificaron las necesidades de construcción en función de los requerimientos básicos que nos permitan brindar los servicios demandados y de las características dimensionales de los recursos físicos que se pretenden colocar en las construcciones.



**Cuadro N°63.** Necesidades de construcción.

Terreno	<p><b>Construcciones Generales:</b></p> <p><b>Área de Hospedaje</b>  12 habitaciones – simples, dobles y triples con baño privado cada una  En habitaciones triples: 1 cama de 2 plazas (medidas 1,90cm. x1,35 cm.)  1 litera  1 velador pequeño ( 35cmx40cm)  1 ropero pequeño  1 mesa pequeña (redonda de 40cm de diámetro)  2 sillas</p> <p>12 baños (uno en cada habitación)</p> <p>1 área de recepción: un juego de muebles  1 counter (2m x 1,18cm.)</p> <p>1 dormitorio privado</p> <p><b>Área de Restaurante</b>  1 área de restaurante donde quepan: 25 mesas de 80cm x 80cm  100 sillas de 0,35cm x0,37  1 cocina  1 baño</p> <p><b>Área de Recreación</b>  1 salón de recepciones  1 baño adicional (trabajadores)</p>
---------	---

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

### 3) Presupuesto de instalaciones

#### a) Construcción cabaña tipo 3 habitaciones

#### Cuadro N° 64. Presupuesto de construcción cabaña tipo 3 habitaciones.

UBICACIÓN: PARROQUIA MATRIZ, CANTON SALCEDO, PROVINCIA DEL COTOPAXI

CALCULO: ARQ. FABIAN TRUJILLO

FECHA ELABORACION: abril-2011

HOJA: 1 de 1

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
1	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	47,52	0,65	30,89
2	EXCABACION MANUAL DE CIMIENTOS	M3	15,10	5,20	78,52
3	RELLENO COMPACTADO	M3	8,02	5,00	40,10
4	DESALOJO MATERIAL RESTANTE	M3	8,50	6,00	50,98
5	REPLANTILLO H. SIMPLE	M3	0,45	95,00	42,75
6	PLINTOS H. SIMPLE	M3	2,70	165,00	445,50
7	HORMIGON CICLOPEO	M3	3,40	125,00	425,00
8	COLUMNAS H. SIMPLE	M3	0,53	185,00	98,86
9	CADENAS H. SIMPLE	M3	1,51	175,00	264,60
10	ACERO DE REFUERZO	KG	375,52	2,20	826,15
11	COLUMNAS DE MADERA 0,15x0,15	ML	22,50	15,00	337,50
12	VIGAS DE MADERA 0,06x0,15	ML	82,80	6,00	496,80
13	CUBIERTA DE MADERA	M2	67,55	35,00	2364,18
14	PISO DE DUELA DE EUCALIPTO	M2	34,82	25,00	870,44
15	CONTRAPISO H.SIMPLE	M2	39,60	16,00	633,60
16	MAMPOSTERIA DE LADRILLO	M2	100,50	14,00	633,60
17	CERAMICA DE PARED	M2	21,06	15,00	315,90
18	CERAMICA PARA PISO	M2	6,77	18,00	121,77
19	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 110mm	PTO	3,00	23,50	70,50
20	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 75mm	PTO	9,00	21,00	189,00
21	CAJA DE REVISION	U	5,00	65,00	325,00
22	TUBERIA PVC Ø 150mm	ML	24,00	7,00	168,00
23	PUNTOS AGUA POTABLE	PTO	9,00	25,00	225,00
24	INODORO TANQUE BAJO	U	3,00	80,00	240,00
25	LAVAMANOS	U	3,00	40,00	120,00
26	ACCESORIOS DE BAÑO Y LLAVES	U	3,00	25,00	75,00
27	INSTALACION LUMINARIAS	PTO	8,00	26,00	208,00
28	TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	7,00	28,00	196,00
29	CAJA TERMICA 4 BRK	U	1,00	75,00	75,00
30	VENTANAS DE MADERA EUCALIPTO	M2	7,22	45,00	324,68
31	VIDRIO 4mm	M2	7,22	15,00	108,23
32	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,90x2,10)	U	11,22	175,00	1962,63
33	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,70x2,10)	U	14,22	145,00	2061,18
34	ENTECHADO DE TEJA DE ARCILLA	M2	67,55	14,50	979,45
35	VEREDA PAVIMENTADA	M2	18,00	12,50	225,00
				<b>TOTAL</b>	<b>15.598,89</b>

**SON: QUINCE MIL QUINIENTOS NOVENTA Y OCHO DOLARES CON 89/100**

**Fuente:** Fabián Trujillo Toro

## b) Construcción del Restaurante

## Cuadro N° 65. Presupuesto de construcción del restaurante.

ARQUITECTOS &amp; INGENIEROS CONSTRUCTORES

## PRESUPUESTO DE OBRA

PROYECTO: CONSTRUCCION HOSTERIA

PRESUPUESTO: RESTAURANTE CAP. 100 PERSONAS

UBICACIÓN: PARROQUIA MATRIZ, CANTON SALCEDO, PROV. COTOPAXI

CALCULO: ARQ. FABIAN TRUJILLO

FECHA ELABORACION: abril-2011

HOJA: 1 de 1

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
1	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	219,48	0,65	142,662
2	EXCABACION MANUAL DE CIMENTOS	M3	37,89	5,20	197,03
3	RELLENO COMPACTADO	M3	30,16	5,00	150,80
4	DESALOJO MATERIAL RESTANTE	M3	9,28	6,00	55,66
5	REPLANTILLO H. SIMPLE	M3	1,15	95,00	109,25
6	PLINTOS H. SIMPLE	M3	6,90	165,00	1138,50
7	HORMIGON CICLOPEO	M3	9,14	125,00	1142,50
8	COLUMNAS H. SIMPLE	M3	0,83	185,00	153,18
9	CADENAS H. SIMPLE	M3	5,81	175,00	1016,40
10	LOSETA H. ARMADO e=0,10mm	M2	5,03	75,00	377,25
11	ACERO DE REFUERZO	KG	1119,62	2,20	2463,17
12	COLUMNAS DE MADERA 0,20x0,20	ML	64,40	15,00	966,00
13	VIGAS DE MADERA 0,06x0,15	ML	270,00	6,00	1620,00
14	CUBIERTA DE MADERA	M2	257,00	35,00	8995,00
15	PISO DE DUELA DE EUCALIPTO	M2	21,88	25,00	546,88
16	CONTRAPISO H. SIMPLE	M2	168,60	16,00	2697,60
17	MAMPOSTERIA DE LADRILLO REVOCADO	M2	184,49	14,00	2582,90
18	PAREDES DE FIBRA ACRILICA	M2	7,20	42,00	302,40
19	CERAMICA DE PARED	M2	73,90	15,00	1108,43
20	CERAMICA PARA PISO	M2	154,72	18,00	2784,97
21	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 110mm	PTO	5,00	23,50	117,50
22	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 75mm	PTO	13,00	21,00	273,00
23	CAJA DE REVISION	U	5,00	65,00	325,00
24	TUBERIA PVC Ø 150mm	ML	23,00	7,00	161,00
25	PUNTOS AGUA POTABLE	PTO	13,00	25,00	325,00
26	INODORO TANQUE BAJO	U	4,00	80,00	320,00
27	LAVAMANOS	U	4,00	40,00	160,00
28	URINARIO CON VALVULA DE PRESION	U	2,00	154,00	308,00
29	INSTALACION LUMINARIAS	PTO	22,00	26,00	572,00
30	TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	12,00	28,00	336,00
31	CAJA TERMICA 6 BRK	U	2,00	95,00	190,00
32	VENTANAS DE MADERA EUCALIPTO	M2	70,05	45,00	3152,30
33	VIDRIO 4mm	M2	70,05	15,00	1050,77
34	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,90x2,10)	U	4,00	175,00	700,00
35	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,70x2,10)	U	3,00	145,00	435,00
36	PUERTAS DE FIBRA ACRILICA (0,70x1,80)	U	4,00	120,00	480,00
37	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO TIPO MAMPARA CON VIDRIO	M2	4,62	84,00	388,08
38	ENTECHADO DE TEJA DE ARCILLA	M2	327,41	14,50	4747,45
39	VEREDA PAVIMENTADA	M2	68,16	12,50	852,00
				<b>TOTAL</b>	<b>43.443,65</b>

SON: CUARENTA Y TRES MIL CUATROCIENTOS CUARENTA Y TRES DOLARES CON 65/100

Fuente: Fabián Trujillo Toro

### c) Construcción del Adoquinado Peatonal

#### Cuadro N°66. Presupuesto de construcción adoquinado peatonal.

ARQUITECTOS &amp; INGENIEROS CONSTRUCTORES

<b>PRESUPUESTO DE OBRA</b>
----------------------------

PROYECTO: CONSTRUCCION HOSTERIA  
 PRESUPUESTO: ADOQUINADO PEATONAL

UBICACIÓN: PARROQUIA MATRIZ, CANTON SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI

CALCULO: ARQ. FABIAN TRUJILLO

FECHA ELABORACION: abril-2011

HOJA: 1 de 1

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
<b>RESTAURANTE</b>					
1	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	510,98	0,65	332,14
2	RASANTEO DEL SUELO	M2	510,98	2,00	1021,96
3	BORDILLOS H. SIMPLE (0,10x0,30m)	ML	412,80	12,00	4953,60
4	ADOQUINADO PEATONAL	M2	510,98	18,00	9197,64
				<b>TOTAL</b>	<b>15.505,34</b>

<b>SON: QUINCE MIL QUINIENTOS CINCO DOLARES CON 34/100</b>
--

Fuente: Fabián Trujillo Toro

### d) Construcción Cancha de Basket

#### Cuadro N° 67. Presupuesto de construcción cancha de basket.

ARQUITECTOS &amp; INGENIEROS CONSTRUCTORES

<b>PRESUPUESTO DE OBRA</b>
----------------------------

PROYECTO: CONSTRUCCION HOSTERIA  
 PRESUPUESTO: CANCHA DE BASKET

UBICACIÓN: PARROQUIA MATRIZ, CANTON SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI

CALCULO: ARQ. FABIAN TRUJILLO

FECHA ELABORACION: abril-2011

HOJA: 1 de 1

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
<b>CANCHA DE BASKET</b>					
1	REPLANTEO Y NIVELACION	M3	448,00	0,65	291,20
2	CONFORMACION PLATAFORMA	M3	60,00	4,80	288,00
3	DESALOJO MATERIAL RESTANTE	M3	72,00	6,00	432,00
4	CONTRAPISO H. SIMPLE 180Kg/cm2, PIEDRA e=15cm	M3	448,00	16,00	7168,00
5	MASILLADO DE PISO MORTE 1:3	M3	448,00	6,50	2912,00
6	TABLERO DE BASKET, TUBO Ø 6"	M3	2,00	250,00	500,00
7	DELINEADO CANCHA	M3	204,04	2,00	408,08
8	GRADERIOS H. CICLOPEO, MASILLADO 1:3	M2	12,00	120,00	1440,00
				<b>TOTAL</b>	<b>13.439,28</b>

<b>SON: TRECE MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y NUEVE DOLARES CON 28/100</b>
--

Fuente: Fabián Trujillo Toro

## e) Construcción Cancha de Fútbol

Cuadro N° 68. Presupuesto de construcción cancha de fútbol.

PRESUPUESTO					
PROYECTO : CONSTRUCCION HOSTERIA					
PRESUPUESTO: ENCESPADO CANCHA DE FULBITO					
UBICACIÓN : PARROQUIA MATRIZ, CANTON SALCEDO, PROVINCIA DEL COTOPAXI					
CALCULO : ARQ. FABIAN TRUJILLO			FECHA ELABORACION: abril-2011		HOJA: 1 de 1
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
<b>ENCESPADO CANCHA FULBITO</b>					
1	REPLANTEO	M2	658,40	0,25	164,60
2	CONFORMACION PLATAFORMA	M2	875,00	0,50	437,50
3	SUELO AGRICOLA e=7cm (tierra negra, humus,urea)	M2	658,40	2,30	1.514,32
4	ENCHAMPADO	M2	658,40	2,00	1.316,80
TOTAL:					<b>3.433,22</b>
<b>SON: TRES MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y TRES DOLARES CON 22/100</b>					

Fuente: Fabián Trujillo Toro

## f) Construcción Piscina

Cuadro N° 69. Presupuesto de construcción piscina.

PRESUPUESTO DE OBRA					
ARQUITECTOS & INGENIEROS CONSTRUCTORES					
PROYECTO: CONSTRUCCION HOSTERIA					
PRESUPUESTO: PISCINA					
UBICACIÓN: PARROQUIA MATRIZ, CANTON SALCEDO, PROVINCIA DEL COTOPAXI					
CALCULO: ARQ. FABIAN TRUJILLO			FECHA ELABORACION: abril-2011		HOJA: 1 de 1
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
<b>PISCINA</b>					
1	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	288,83	0,65	187,74
2	EXCABACION MANUAL DE CIMENTOS	M3	505,45	5,20	2628,35
3	DESALOJO MATERIAL RESTANTE	M3	556,00	6,00	3335,99
4	REPLANTILLO H. SIMPLE	M3	14,44	95,00	1371,94
5	HORMIGON SIMPLE 210 Kg/cm2	M3	82,70	165,00	13645,50
6	HORMIGON CICLOPEO	M3	70,59	125,00	8823,75
7	ACERO DE REFUERZO	KG	1538,30	2,20	3384,27
8	MASILLADO MORTERO 1:3	M2	516,77	6,50	3358,98
9	CERAMICA DE PARED	M2	288,83	15,00	4332,45
10	PAREDES DE TABLERO DE ASBESTO EUROLIT	M2	64,96	17,00	1104,32
11	ENTECHADO DE EUROLIT	M2	27,30	9,00	245,70
12	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 150mm	PTO	4,00	23,50	94,00
13	TUBERIA PVC Ø 150mm	ML	60,00	7,00	420,00
14	PUNTOS AGUA POTABLE	PTO	2,00	25,00	50,00
15	PUERTAS DE MDF (0,6x1,70)	U	10,00	95,00	50,00
16	CONTRAPISO DE HORMIGON SIMPLE	M2	29,28	16,00	468,48
17	MASILLADO DE PISO	M2	29,28	6,50	190,32
18	PINTURA DE CAUCHO VINIL-ACRILICA	M2	139,39	5,00	696,96
19	PINTURA PARA EUROLIT-ASBESTO	M2	63,00	6,50	409,50
20	BANCOS DE MADERA L=1,00m	U	10,00	50,00	500,00
TOTAL					<b>45.298,25</b>
<b>SON: CUARENTA Y CINCO MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y OCHO DOLARES CON 25/100</b>					

Fuente: Fabián Trujillo Toro

**g) Presupuesto General Construcción Hostería**

**Cuadro N° 70.** Presupuesto general construcción de la hostería.

**PRESUPUESTO**

PROYECTO : CONSTRUCCION HOSTERIA

PRESUPUESTO: GENERAL

UBICACIÓN : PARROQUIA MATRIZ, CANTON SALCEDO, PROVINCIA DEL COTOPAXI

CALCULO : ARQ. FABIAN TRUJILLO

FECHA ELABORACION: abril-2011

HOJA: 1 de 1

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
	<b>DETALLE PRESUPUESTOS</b>				
1	RESTAURANTE	U	1,00	43.443,65	43.443,65
2	CABAÑA TIPO 3 HAB.	U	4,00	15.598,89	62.395,56
3	CANCHA DE BASKET	U	1,00	13.439,28	13.439,28
4	ENCESPADO CANCHA DE FULBITO	U	1,00	3.433,22	3.433,22
5	PISCINA	U	1,00	45.298,25	45.298,25
6	ADOQUINADO PEATONAL	U	1,00	15.505,34	15.505,34
<b>TOTAL:</b>					<b>183.515,30</b>

**SON: CIENTO OCHENTA Y TRES MIL QUINIENTOS QUINCE DOLARES CON 30/100**

**Fuente:** Fabián Trujillo Toro

**c. Requerimientos de Mano de Obra**

**1) Requerimiento de mano de obra para el departamento operacional**

**Cuadro N° 71.** Requerimiento de mano de obra para el departamento operacional.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Administrador	1	400	5.600
Recepcionista	1	350	4.900
Encargado de Bodega	1	260	3.640
Gobernanta	1	300	4.200
Mucamas	2	260	7.280
Chef	1	400	5.600
Ayudante de cocina	1	260	3.640
Cajera	1	260	3.640
Mesero	1	280	3.920
Encargado del áreas deportivas	1	260	3.640
Jardinero	1	260	3.640
Encargado piscina	1	260	3.640
Lavandera	2	260	7.280
Encargado de Mantenimiento	2	260	7.280
Guardia	1	260	3.640
<b>TOTAL</b>			<b>71.540</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**2) Requerimiento de mano de obra para el departamento directivo**

**Cuadro N° 72.** Requerimientos de mano de obra del departamento directivo.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Gerente General	1	500	7.000
<b>TOTAL</b>			<b>7.000</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

3) **Requerimiento de mano de obra para el departamento comercial**

**Cuadro N° 73.** Requerimientos de mano de obra para el departamento comercial.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Encargado de Marketing	1	400	5.600
<b>TOTAL</b>			<b>5.600</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

4) **Requerimiento de mano de obra para el departamento financiero**

**Cuadro N° 74.** Requerimientos de mano de obra para el departamento financiero.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Contador	1	450	6.300
<b>TOTAL</b>			<b>6.300</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



d. **Requerimiento de materia prima e insumos, suministros para el proyecto**

1) **Requerimiento de materia prima para el servicio de alimentación**

a) **Recetas comida típica**

**Cuadro N°75.** Determinación de la materia prima para el plato papas con cuy.

<b>Papas con cuy ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Cuy	2	u	6,00	12,00
Papas	5	libras	0,20	1,00
Cebolla Blanca	4	u	0,10	0,40
Ajo Machacado	4	u	0,10	0,40
Salsa de Maní	1	taza	1,50	1,50
Lechuga	2	u	0,50	0,50
Sal, pimienta, comino	Al gusto		0,08	0,24
<b>Costo total de materia prima</b>				<b>16,04</b>
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>2,00</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°76.** Determinación de la materia prima para el plato llapingachos.

<b>Llapingachos ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Papas	6	libras	0,20	1,20
Huevos	8	u	0,10	0,80
Queso	½	u	2,30	1,15
Mantequilla	2	cucharadas	0,10	0,20
Sal	Al gusto		0,10	0,20
Chorizo	2	libras	1,80	3,60
Tomate	6	u	0,10	0,60
Cebolla paiteña	4	u	0,10	0,40
Lechuga	2	u	0,25	0,50
Pepinillo	2	u	0,25	0,50
Limón	3	u	0,10	0,30
<b>Costo total de materia prima</b>				<b>9,45</b>
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>1,18</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°77.** Determinación de la materia prima para el plato caldo de gallina.

<b>Caldo de gallina ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Gallina	1	u	6	7
Arvejas	½	libra	1,00	0,50
Zanahoria	2	u	0,05	0,10
Tomate riñón	1	u	0,10	0,10
Arroz	½	libra	0,50	0,25
Cilantro	2	ramitas	0,10	0,20
Cebolla blanca	4	u	0,10	0,40
Ajo	4	u	0,10	0,40
Apio	1	ramita	0,10	0,10
Papas	3	libras	0,20	0,60
Costo total de materia prima				9,65
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>1,21</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

**b) Recetas comida nacional****Cuadro N°78.** Determinación de la materia prima para el plato loco de papa.

<b>Locro de papa ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Aguacate	2	u	0,50	1,00
Cilantro	3	ramitas	0,10	0,30
Cebolla blanca	4	u	0,10	0,40
Ajo	4	u	0,10	0,40
Leche	½	litro	0,75	0,35
Queso	½	u	2,30	1,15
Papas	6	libras	0,20	1,2
Costo total de materia prima				4,80
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>0,60</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

**Cuadro N°79.** Determinación de la materia prima para el plato fritada.

<b>Fritada ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Carne de cerdo	6	libras	1,80	10,80
Maduro	4	u	0,10	0,40
Ajo	10	u	0,10	1,00
Cebolla paiteña	5	u	0,10	0,50
Pimiento	1	u	0,10	0,10
Limón	2	u	0,10	0,20
Cebolla blanca	3	u	0,10	0,30
Cilantro	2	Ramitas	0,10	0,20
Tostado	1	libra	1,00	1,00
Mote	3	libras	0,80	2,40
Costo total de materia prima				16,90
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>2,11</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°80.** Determinación de la materia prima para el plato caldo de pata.

<b>Caldo de pata ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Pata de res	1	u	3,00	3,00
Mote cocido	1	libra	0,80	0,80
Achiote	1	cuchara	0,10	0,10
Cebolla blanca	3	u	0,10	0,30
Perejil	2	ramitas	0,05	0,10
Cilantro	2	ramitas	0,10	0,20
Ajo	3	u	0,10	0,30
Leche	1/2	litro	0,75	0,35
Maní	1	taza	1,50	1,50
Sal	Al gusto		0,10	0,10
Costo total de materia prima				6,75
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>0,84</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°81.** Determinación de la materia prima para el plato caldo de bolas.

<b>Caldo de bolas ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Hueso de res	1	libra	1,30	1,30
Verdes	5cocidos y 3 crudos	u	0,10	0,80
Col	1/2	u	0,50	0,25
Ajo	3	u	0,10	0,30
Achiote	2	cucharadas	0,10	0,20
Choclos	2	u	0,15	0,30
Pimiento	1	u	0,10	0,10
Cebolla paiteña	1	u	0,10	0,10
Papas	1	libra	0,20	0,20
Zanahoria	1	u	0,10	0,10
Cilantro	1	ramita	0,10	0,10
Sal, pimienta y comino	Al gusto		0,08	0,24
<b>Para las bolas de verde</b>				
Cebolla paiteña	1	u	0,10	0,10
Pimiento	1	u	0,10	0,10
Mantequilla	3	cucharadas	0,10	0,30
Achiote	3	cucharadas	0,10	0,30
Huevos	2	u	0,10	0,20
Arvejas	1/2	libra	1,00	0,50
Pulpa de res	2	libras	1,80	3,60
Sal, pimienta, comino y orégano	Al gusto		0,08	0,32
Costo total de materia prima				9,41
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>1,18</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°82.** Determinación de la materia prima para el plato guatita.

<b>Guatita ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Panzita	2	libras	1,80	3,60
Papas	2	libras	0,20	0,40
Cebolla blanca	3	u	0,10	0,30
Cebolla paiteña	3	u	0,10	0,30
Cilantro	3	ramitas	0,10	0,30
Perejil	3	ramitas	0,05	0,15
Tomate	2	u	0,10	0,20
Pimiento	2	u	0,10	0,20
Ajo	3	u	0,10	0,30
Maní	1	taza	1,50	1,50
Achiote	4	cucharadas	0,10	0,40
Sal, comino y pimienta	Al gusto		0,08	0,24
Costo total de materia prima				7,89
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>0,99</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 83.** Determinación de la materia prima para el plato seco de pollo.

<b>Seco de pollo ( 8 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Pollo	1	u	7,00	7,00
Tomate	2	u	0,10	0,20
Pimiento	1	u	0,10	0,10
Perejil	1	ramita	0,05	0,05
Cilantro	2	ramitas	0,10	0,20
Ají	1	u	0,10	0,10
Cebolla paitaña	2	u	0,10	0,20
Ajo	4	u	0,10	0,40
Laurel	2	hojas	0,05	0,10
Achiote	2	cucharadas	0,10	0,20
Cerveza	1	u	1,00	1,00
Cubito de caldo de gallina	1	u	0,10	0,10
Sal, comino y pimienta	Al gusto		0,08	0,24
Costo total de materia prima				9,89
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>1,24</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

c) **Recetas comida internacional****Cuadro N° 84.** Determinación de la materia prima para el plato milanesa.

<b>Milanesa ( 4 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Lomo de res de grosor de 1/2cm.	3	libras	1,80	5,40
Huevos	2	u	0,10	0,20
Papa	3	libras	0,20	0,60
Biscocho	4	u	0,10	0,40
Ajo	3	u	0,10	0,30
Arveja	1/2	libra	1,00	0,50
Zanahoria	4	u	0,10	0,40
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Costo total de materia prima				8,05
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>2,01</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 85.** Determinación de la materia prima para el plato filet mignon.

<b>Filet Mignon ( 4 porciones)</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Costo unitario (usd)</b>	<b>Costo total (usd)</b>
Lomo fino cortado en medallones	2	libras	2	4
Papa	3	libras	0,20	0,60
Arveja	½	libra	1,00	0,50
Zanahoria	4	u	0,10	0,40
Rábano	4	u	0,05	0,20
Coliflor	1	u	0,25	0,25
Costo total de materia prima				5,95
<b>Costo total de materia prima por plato</b>				<b>1,49</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

2) **Cuadro resumen de los costos de la materia prima**

**Cuadro N°86.** Cuadro resumen de los costos de la materia prima.

<b>Denominación</b>	<b>Porcentaje aparente de consumo</b>	<b>N° clientes al año</b>	<b>Costo materia prima/por plato</b>	<b>Costo anual clientes/plato</b>
<b>Típica de la zona</b>	<b>4.062</b>			
Papas con cuy	34%	1.381	2,00	2.762
Llapingachos	33%	1.340	1,18	1.581,20
Caldo de gallina	33%	1.340	1,21	1.621,40
<b>Sub total 1</b>				<b>5.964,60</b>
<b>Nacional</b>	<b>6.996</b>			
Locro de papas	17%	1.189	0,60	713,40
Fritada	16%	1.119	2,11	2.361,09
Caldo de pata	16%	1.119	0,84	939,96
Caldo de bolas	16%	1.119	1,18	1.320,42
Guatita	16%	1.119	0,99	1.107,81
Seco de pollo	16%	1.119	1,24	1.387,56
<b>Sub total 2</b>				<b>7.830,24</b>
<b>Internacional</b>	<b>7.448</b>			
Milanesa	50%	3.724	2,01	7.485,24
Filet Mignon	50%	3.724	1,49	5.548,76
<b>Sub total 3</b>				<b>13.034</b>
<b>Sub total</b>				<b>26.828,84</b>
10% imprevistos				2.682,88
<b>TOTAL</b>				<b>29.511,72</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

## e. Insumos de Cocina

Cuadro N°87. Insumos de cocina.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
<b>Insumos generales para la cocina</b>				
Fósforos el sol paquete de diez cajas	5	0,60	0,25	3,00
Aceite alesol 1lt – funda	24	1,85	3,70	44,40
Achiote en grano el sabor 40g	12	0,45	0,45	5,40
Chocolate en polvo universal 500g	12	1,80	1,80	21,60
Aliño condimensa 380 g	12	0,89	0,89	10,68
Anís estrellado el sabor 12g	6	0,65	0,33	3,90
Café nescafé85gr	12	4,89	4,89	58,68
Canela en rama el sabor 30 G	6	0,79	0,40	4,74
Hierbas aromáticas hormimans 25 sobres	12	1,09	1,09	13,08
Sal pacífico yodada 1 k	24	0,6	1,20	14,40
Pimienta molida 500 g	24	0,50	1,00	12,00
Margarina Bonella 1 k	12	3,00	3,00	36,00
Cerveza	48	1,00	4,00	48,00
Vinagre blanco San Jorge 500 cc	6	0,95	0,48	5,70
Harina de trigo ya 1 kg	6	2,45	1,23	14,70
Pimienta negra	12	0,60	0,60	7,20
Pasta de maní condimensa 200g	12	1,50	1,50	18,00
Cañac 1 botella	12	2,6	2,60	31,20
Arroz conejo 50kg	6	48,00	24,00	288,00
Azúcar valdez 50Kg	3	45,00	11,25	135,00
<b>Sub total</b>				<b>775,68</b>
10% Imprevistos				77,57
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>853,25</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.



## f. Insumos de limpieza

Cuadro N°88. Insumos de limpieza.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Esponja mixta estrella salvaunas 10g	12	0,60	0,60	7,20
Estropajo de alambre estrella x 3 unds.	12	0,80	0,80	9,60
Cloro ajax 2000 cc clásico	48	2,36	9,44	113,28
Limpiador pato tanque purificante pastilla 48 g	200	2,79	46,50	558,00
Desinfectante fresklin 1000cc floral	24	2,51	5,02	60,24
Detergente deja 1000 g floral	48	2,50	10,00	120,00
Jabón de lavar lava todo 6 250 g x 2 unidades.	48	1,10	4,40	52,80
Lavavajilla en crema axion 900 g limón	24	2,79	5,58	66,96
Fundas para basura 10 U	300	0,60	15,00	180,00
<b>Sub Total</b>				<b>1.168,08</b>
10% imprevistos				116,81
<b>COSTO ANUAL</b>				<b>1.284,89</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

## g. Insumos para el servicio de alojamiento

Cuadro N°89. Insumos para el servicio de alojamiento.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico familia económico x 12 rollos	200	2,99	50,00	598,00
Shampoo en sachet	400	0,15	5,00	60,00
Jabón	400	0,15	5,00	60,00
<b>Sub Total</b>				<b>718,00</b>
10% imprevistos				71,80
<b>COSTO ANUAL</b>				<b>789,80</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

#### h. Insumos para el servicio de restaurante

**Cuadro N°90.** Insumos para el servicio de restaurante.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico familia económico x 12 rollos	200	2,99	50,00	598,00
Jabón	100	0,15	1,25	15,00
Servilletas familia económica 100u	200	0,70	12,00	140,00
<b>Sub Total</b>				<b>753,00</b>
10% imprevistos				75,30
<b>COSTO ANUAL</b>				<b>828,30</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

#### i. Insumos para el servicio de recreación

**Cuadro N°91.** Insumos para el servicio de recreación.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico familia económico x 12 rollos	120	2,99	29,90	358,80
Jabón	100	0,15	1,25	15,00
<b>Sub Total</b>				<b>373,80</b>
10% imprevistos				37,38
<b>COSTO ANUAL</b>				<b>411,18</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

j. **Requerimiento activos fijos**1) **Requerimiento equipos****Cuadro N°92.** Requerimiento equipos.

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Área de Restaurante</b>			
Congelador Horizontal Luxor	2	600,00	1.200,00
Refrigeradora blanco Durex	1	886,00	886,00
Cocina industrial de 6 quemadores	1	800,00	800,00
Horno industrial	1	400	400,00
Tostador Imaco	1	17,78	17,78
Licuadaora 14 velocidades Oster	2	90,00	180,00
Sanduchera Tostadora Imaco	1	22,00	22,00
Mini componente LG	1	325,00	325,00
Televisión LCD Sony 32 pulgadas	1	1.100,00	1.100,00
Caja registradora Casio	1	460,00	460,00
Batidora extreme 2ltr. Con base y recipiente	1	20,00	20,00
<b>Sub total 1</b>			<b>5.410,78</b>
<b>Área de Hospedaje</b>			
Secador de cabello Oster	4	30,00	120,00
Plancha Oster	2	34	68,00
<b>Sub total 2</b>			<b>188,00</b>
<b>Área de Recreación</b>			
Kit equipo de mantención	1	30,00	30,00
<b>Sub total 3</b>			<b>30,00</b>
<b>Departamento Directivo</b>			
Computadora	1	900,00	900,00
Teléfono Panasonic	1	45,00	45,00
<b>Departamento Financiero</b>			
Computadora	1	900,00	900,00
Teléfono Panasonic	1	45,00	45,00
Calculadora	1	20,00	20,00
<b>Departamento Comercial</b>			
Computadora	1	900,00	900,00
Teléfono Panasonic	1	45,00	45,00
<b>Departamento Operativo</b>			
Computadoras	2	900,00	1.800,00
Teléfono Panasonic	2	45,00	90,00
Calculadoras	2	20,00	40,00
<b>Subtotal 4</b>			<b>4.785,00</b>

<b>TOTAL 1+2+3+4</b>	<b>10,413,78</b>
10% Imprevistos	1.041,40
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>11.455,18</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

## 2) Requerimientos muebles y enseres

**Cuadro N°93.** Requerimientos muebles y enseres.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
<b>Área de Restaurante</b>			
Mesas de madera lacadas (80cmX80 cm)	25	21	525
Sillas de madera con espaldar	100	15	1.500
Mesas para niños	4	36	144
Alacenas para la cocina (2metros)	4	78	320
<b>Sub Total 1</b>			<b>2.489</b>
<b>Área de Hospedaje</b>			
Camas de 2 plazas 1,90 X1,35	10	120	1.200
Literas de madera de 1 plaza	8	250	2.000
Roperos de madera	7	15	105
Peinadores (repisa de madera y marco para espejo)	7	18	126
Mesas redondas (40 cm de diámetro)	8	24	192
Veladores de madera (35cmx40cm)	15	37	555
Sillas de madera (para las habitaciones)	14	25	350
Colchones de 2 plazas chaidechaide 27cm. (1,35X1,90)	10	110	1.100
15 colchones de 1 y media plaza (1,05X1,90)	15	93	1.395
<b>Sub Total 2</b>			<b>7.023</b>
<b>Área de Recreación</b>			
Sillas plásticas Italo con brazos	10	5	50
Mueble para canastas	1	500	500
Estaciones de juegos	3	1.100	3.300
Bancas forjadas de metal y madera	6	20	120
Balones de baloncesto sala # 7 Spalding	3	450	1.350
Red de ecua-voley	3	25	75
Mini bomba inflador de aluminio	2	8	16
Balones de ecua-voley # 5 Mikasa	6	29	174
Balones de indor	4	20	80
<b>Subtotal 3</b>			<b>5.665</b>
<b>Departamento Directivo</b>			
Decoraciones	1	200	200

Silla giratoria	1	55	55
Escritorio	175	175	175
Sillas	2	22	44
Archivadores aéreos	2	82	164
<b>Departamento financiero</b>			
Decoraciones	1	200	200
Silla giratoria	1	55	55
Escritorio	1	175	175
Archivadores aéreos	1	82	82
Sillas	2	22	44
<b>Departamento comercial</b>			
Decoraciones	1	200	200
Silla giratoria	1	55	55
Escritorio	1	175	175
Archivadores aéreos	1	82	82
Sillas	2	22	44
<b>Departamento operativo</b>			
Decoraciones	2	400	400
Sillas giratorias	2	55	110
Escritorios	2	175	350
Archivadores aéreos	2	82	164
Sillas	4	22	88
<b>Sub total 4</b>			<b>2.862</b>
<b>TOTAL</b>			<b>18.039</b>
10% Imprevistos			1.803,90
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>19.842,90</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

3) **Requerimientos de menaje****Cuadro N°94.** Requerimientos de menaje.

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Área de Restaurante</b>			
<b>Textil</b>			
Chaleco de mesero	5	10	50
Manteles de mesa	40	4	160
Cubre mantel	40	6	240
Servilletas de tela	120	1,5	180
<b>Sub total 1</b>			<b>630,00</b>
<b>Menaje de cocina</b>			
Achiotero de aluminio indalum con tapa	1	3	3
Aislante de calor grande aluminio fundido	1	6,95	6,95
Balde plástico 10lts s tapa 901206	1	3,59	3,59
Balde plástico 12lts	1	1,59	1,59
Balde plástico 8lts	1	1,59	1,59
Banco plástico	3	2,99	8,97
Cesto plástico calado	2	2,59	5,18
Colador de hierro	2	3,2	6,40
Ensaladera de acero inoxidable	2	1,59	3,18
Escurreidor plástico multiuso 27cms	2	1,59	3,18
Espátula de madera mediana espátula mediana	2	1,49	2,98
Exprimidor de limón de aluminio fundido	1	4,59	4,59
Canasta plástico	2	3,99	7,98
Basureros de metal	2	5	10,00
Tacho plástico megafuerte	5	6,87	34,35
Tanque de gas	4	35	140,00
Jarra plástica 1 litro	4	0,99	3,96
Jarra plástica 2 litros	4	2,99	11,96
Sartén mediado de teflón	2	5,45	10,90
Sartén asador Umco 28 cm	1	27	27,00
Juego de 2 sartenes Umco de 20 y 24 cm	1	22	22,00
Cuchillos medianos Tramontina	3	9	27,00
Cuchillos grandes Tramontina	3	12	36,00
Set de toallas de cocina 3 unidades 30x30	4	7,99	31,96
Paila gruesa	2	19,10	38,20
Olla marca Umco número 32	2	38,8	72,60
Olla marca Umco número 36	2	52,2	104,40
Olla marca Umco número 40	1	64,25	64,25

Set de cuchillos mas tabla	2	8	16,00
<b>Sub total 2</b>			<b>709,76</b>
<b>Cristalería</b>			
Vasos de vidrio liso 14 onzas	100	0,42	42,00
Jarra de vidrio	25	2,87	71,75
Copas de cristal	100	1,00	100,00
<b>Sub total 3</b>			<b>213,75</b>
<b>Menaje de mesa</b>			
Servilletero	30	1,29	38,70
Ajicero	30	2,25	67,50
Salero y pimentero	60	2	120,00
<b>Sub total 4</b>			<b>226,20</b>
<b>Cubertería</b>			
Tenedores docena	10	10,50	105,00
Cuchillos docena	10	13,5	135,00
Cuchara docena	10	10,5	105,00
Cucharita	10	6	60,00
<b>Sub total 5</b>			<b>405,00</b>
<b>Vajilla</b>			
Plato base de 30cm. de diámetro	100	6,50	650,00
Plato llano de 27cm. de diámetro	100	4,80	480,00
Plato medio de 25 cm. de diámetro	100	4	400,00
Plato medio de 17,5 cm de diámetro	100	2	200,00
Plato hondo de 18,7 cm. de diámetro	100	2,1	210,00
Plato para pan de 16cm. de diámetro	100	1,8	180,00
Plato de 8 cm de diámetro	100	1,5	150,00
Plato de 16cm. de diámetro	100	1,9	190,00
Tasa	100	2,25	225,00
Plato base de tasa	100	1,5	150,00
<b>Sub total 6</b>			<b>2.835,00</b>
<b>Área de Hospedaje</b>			
Basureros pequeños de plástico	20	2	40,00
Alfombra	9	4	36,00
Cortinas para el baño	10	5	50,00
Cortinas habitaciones de 2 m.	20	14	280,00
Almohadas de plumón	32	2,2	70,40
Cobijas	64	12	768,00
Colchas	32	18	576,00
Sábanas el juego de 2 plazas	20	15	300,00
Sábanas el juego de 1 plaza y media	20	12	240,00
Toallas	40	4	160,00
Espejos para las peinadoras (60 cm. x 50xm.)	8	3,8	30,40

Espejos redondos (40cm de diámetro)	9	6	54,00
Armadores (paquete de 10 unidades)	10	2	20,00
Lámparas	7	12,47	87,29
<b>Sub total 7</b>			<b>2712,09</b>
<b>Área de Recreación</b>			
Herramientas jardinería			
Manguera 20m	2	16	32,00
Azadón mediano	1	10,87	10,87
Fumigadora	1	30	30
Paleta de jardinería	1	3,50	3,50
Corta césped	1	4,8	4,8
Rastrillo	2	4,1	8,2
Podadora	2	5	10
Botas de caucho	2 pares	7	14
Canastas para ropa	20	4	80
<b>Sub total 8</b>			<b>193,37</b>
<b>TOTAL</b>			<b>7.925,17</b>
<b>10% Imprevistos</b>			<b>795.52</b>
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>8.720,69</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

#### 4) Requerimiento de menaje para aseo y limpieza

**Cuadro N°95.** Requerimiento de menaje para aseo y limpieza .

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Botella con atomizador	10	0,99	9,90
Cepillo para lavar ropa	5	1	5,00
Trapeadores	8	2,89	23,12
Guantes de caucho negro	10 pares	1,40	14,00
Pala para basura pica	4	0,99	3,96
Destapa cañerías	4	2	8,00
Escobas	8	2,54	20,32
Escobillas	4	2	120,00
Basureros verdes	15	25,00	375,00
Basureros azules	15	25,00	375,00
Basureros negros	15	25,00	375,00
Basureros metálicos parar oficina	5	12,00	60,00
Basurero de baño 12 litros	40	3,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.509,30</b>
<b>10% Imprevistos</b>			<b>150,93</b>
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>1.660,23</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



**k. Requerimiento adquisición de plantas**

**Cuadro N°96.** Requerimiento de adquisición de plantas.

PLANTA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>Plantas arbustivas</b>			
Tilo ( <i>Sambucusnigra</i> )	2	0,25	0,50
Romerillo ( <i>Podocarpusoleifolius</i> )	5	0,30	1,50
Lupina( <i>Lupinus</i> sp.)	30	0,20	6,00
Perrito ( <i>Bistropogonmollis</i> )	7	0,30	2,10
Sub total 1			<b>10,10</b>
<b>Plantas ornamentales</b>			
Rosa ( <i>Prunusspinosa</i> )	10	0,50	5,00
Clavel ( <i>Dianthuscaryophyllus</i> )	10	0,50	5,00
Lirio ( <i>Iris germanica</i> )	10	0,50	5,00
Gladiolo (Genero <i>Gladiolus</i> )	10	0,50	5,00
Geranio ( <i>Pelargoniumpeltatum</i> )	10	0,50	5,00
Girasol ( <i>Helianthusannuus</i> )	10	0,50	5,00
Azucena ( <i>Liliumcandidum</i> )	10	0,50	5,00
Crisantemo ( <i>Chysanthemumhortorum</i> )	10	0,50	5,00
Dalia ( <i>Dahliavariabilis</i> )	10	0,50	5,00
Hiedra ( <i>Hederahelix</i> )	10	0,50	5,00
Jasmín ( <i>Jasminumofficinale</i> )	10	0,50	5,00
Margarita ( <i>Bellisperennis</i> )	10	0,50	5,00
Sabila ( <i>Aloe vera</i> )	10	0,50	5,50
Alhelí ( <i>Matthiolaincana</i> )	10	0,50	5,00
<b>sub total 2</b>			<b>70,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>80,10</b>
Imprevistos 10%			8,01
<b>TOTAL</b>			<b>88,11</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

### I. Requerimiento de combustible

Este requerimiento se determinó en base al consumo de combustible que será utilizado para la adquisición de productos, movilización administrativa, etc. El precio de la gasolina extra es 1,29 el galón.

**Cuadro N°97.** Requerimiento de combustible.

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	CONTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasolina Extra	20 galones (al mes)	1,29	25,80	309,60
<b>Subtotal</b>				309,60
Imprevistos 10%				30,96
<b>TOTAL</b>				<b>340,56</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

### m. Servicios Básicos

Actualmente la tarifa del kilovatio/hora se ubica en 0,0868 ctv.

**Cuadro N°98.** Consumo mensual aparente de energía eléctrica.

Carga	Potencia	tiempo/uso (horas/día)	Consumo mensual (Kwh)	Consumo (usd)
Foco Ahorrador (30 focos)	20	5	90,00	7,81
Computador x5	300	4	180,00	15,62
Lámparas exteriores led(150)	50	6	1.350	117,18
Ducha	3000	1	54,00	4,69
Refrigerador	300	8	72,00	6,25
Congelador x2	300	8	144,00	12,50
Plancha	1000	1	12,00	1,04
Secadora	700	1	12,60	1,09
Licuadora	200	1	6,00	0,52
Sanduchera	700	1/2	10,50	0,91
Mini componente	100	6	18,00	1,56
Batidora	100	1	3,00	0,26
Televisión	85	6	15,30	1,33
Caja registradora	25	1	0,75	0,07
<b>Costo total mensual</b>				<b>170,83</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°99.** Costo mensual de servicios básicos.

<b>SERVICIO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Energía eléctrica	170,83	2.049,96
Agua	15	180,00
Consumo gas	6	72,00
Teléfono Fijo	20	240,00
Teléfono celular	20	240,00
<b>Subtotal</b>		<b>2.781,96</b>
Imprevistos 10%		278,20
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>3.060,16</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

#### **n. Diseño Técnico**

El diseño técnico (Ver anexo N° 2. Planos arquitectónicos) se realizó con la colaboración del Arquitecto Fabián Trujillo Toro, en función de la planificación constructiva (determinación de necesidades de construcción y dimensión de objetos que serán colocados en cada área del proyecto).

## C. ESTUDIO AMBIENTAL

Se utilizó la Matriz de Lázaro Lagos la cual es una "Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos" en la que se explica la evaluación matricial de impactos y "Línea Base Ambiental para Proyectos de Obra o Actividad" que da detalles generales de este proceso.

### 1. Identificación de acciones que pueden causar impacto.

#### a. Fase de instalación

##### 1) Movimiento de tierra

Debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra como excavaciones, aplanamiento, deforestación, entre otras. Las cuales son acciones inevitables por lo cual en el futuro se deberá realizar medidas que recompensen dicha acción.

##### 2) Montaje de la obra

Esta acción se refiere a la fase de construcción de planta turística. En esta hay como resultado varios impactos, lo que es importante analizar con detalles este paso del proyecto.

#### b. Fase de Operación

##### 1) Operación turística

Debido a que la operación requiere actividad humana habrá impactos en el momento de realizar dicha actividad. Por tal motivo se involucra en este estudio esta acción del proyecto.

## **2) Actividades turísticas (Alojamiento y restaurante)**

La presente acción es la principal actividad que se debe tomar en cuenta ya que la afluencia de los visitantes será un impacto que generara el proyecto siendo positivo como negativo.

## **3) Actividades recreacionales**

Esta acción al igual que la anterior es importante ya que las dos serán el principal motivo de visita al centro recreacional por lo cual tendrán impactos sociales y ambientales en el desarrollo del proyecto.

## **4) Educación ambiental**

Es una actividad que nos ayuda a explicar adecuadamente la importancia de la flora y fauna del lugar, a demás permite sensibilizar a los visitantes acerca de la importancia de proteger el medio ambiente

## **5) Eliminación de desechos**

La operación turística en la zona supone la generación de desechos orgánicos e inorgánicos, el problema se genera a partir de su eliminación, porque en la recolección y eliminación de basura no existe un procedimiento adecuado de tratamiento para el efecto.

## **6) Fuentes de trabajo**

Efectivamente este factor será el que más beneficie a la localidad pues se pretende que el personal que labore en la Hostería sea quienes forman parte de la localidad. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo, además, los negocios locales serán beneficiados por ser proveedores de los recursos que se necesite para la operación.

## **2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptibles a recibir impactos**

### **a. Aire**

Es uno de los factores más susceptibles a sufrir impactos por las actividades turísticas realizadas en un determinado lugar, al ser un elemento vital para el ser humano, se debe hacer un estudio responsable del mismo. La utilización de vehículos tanto en la fase de construcción y de operación produce un efecto negativo sobre este elemento. El principal impacto a ser evaluado en este factor ambiental es:

Emisión de gases contaminantes

### **b. Suelo**

La utilización de la Hostería y más aun la construcción de la planta turística pueden causar impactos ambientales tales como compactación, contaminación por desechos sólidos. Los principales impacto a ser evaluado en este factor ambiental son:

Compactación

Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos

### **c. Agua**

Dentro de la planta turística siendo la principal actividad el hospedaje, la utilización del recurso agua es indispensable. Además, como el objetivo de las actividades es de interpretación ambiental, dando a conocer la importancia de dicho recurso. El principal impacto a ser evaluado en este factor ambiental es:

Revalorizar la naturaleza

**d. Flora y Fauna**

La presencia de turistas en el sector de influencia del proyecto, puede causar impactos negativos tanto en flora como en fauna, aun mas en la etapa de construcción mediante la modificación del hábitad.

En flora la perdida de especies en la etapa de construcción, lo cual es necesario que la reforestación para recompensar el daño causado. En fauna la alteración del hábitad y comportamiento de las especies dará como resultado el alejamiento de especies.

La implementación de la señalética favorece para que no se originen efectos mayores en estos elementos, brindando una educación ambiental que reduce los posibles impactos negativos. Los principales impactos a ser evaluado en este factor ambiental son:

Modificación del hábitat

Alejamiento de especies de fauna

Perdida de flora

Reforestación de especies nativas

**e. Socio económico**

El turismo contribuye a crear un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultura local, como resultado de un intercambio de costumbres. Otro factor del presente proyecto es que contribuirá al incremento de ingresos económicos para la localidad mediante generación de empleos y por el consumo que el proyecto tendrá.

El proyecto generara una cultura de una vida más sana mediante el fomento de deportes y esparcimiento, además, tendrá como resultado principal el amor a la naturaleza y a una vida sin estrés. Los principales impacto a ser evaluado en este factor ambiental son:

Aumento de turismo en la zona

Sensibilización de turistas

Intercambio cultural

Dinamización de la economía local

Fomento de deportes y esparcimiento

#### **f. Paisaje**

Como toda creación humana tiene efectos, uno de ellos es la modificación del entorno debido a la distorsión tanto en la etapa de construcción y en la de operación. Otras son la generación de basura y la perturbación por ruido. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Generación y eliminación de Basura

Perturbación por ruido

Modificación del Entorno



### 3. Matriz de evaluación de impactos

**Cuadro N° 100.** Matriz de evaluación de impactos de la hostería.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Movimiento de tierras	2. Montaje de la obra	3. Operación turística	4. Actividades turísticas	5. Actividades recreacionales	6. Educación ambiental	7. Eliminación de desechos	8. Fuentes de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
<b>A. AIRE</b>	X	X	X						Emisión de gases contaminantes	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	N	7
<b>B. SUELO</b>	X	X							Compactación	(-)	2	1	D	Pr	2	3	M	N	7
	X	X		X	X		X		Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	2	1	C	Sc	1	3	C	N	6
<b>C. AGUA</b>					X	X			Revalorizar la naturaleza	+	1	3	D	Pr	1	1	C	S	5
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	X	X					X		Modificación del hábitat	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	N	6
	X	X		X	X		X		Alejamiento de especies de fauna	(-)	2	2	C	Sc	2	2	C	N	8
	X	X		X					Perdida de flora	(-)	2	2	C	Sc	2	3	C	N	9
		X				X			Reforestación de especies nativas	+	1	3	C	Pr	2	1	M	S	6
<b>E. SOCIO-ECONÓMICO</b>				X	X	X			Aumento de turismo en la zona	+	2	3	D	Pr	2	3	L	S	11
					X	X			Sensibilización de turistas	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9

				X	X	X			Intercambio cultural	+	2	1	C	Pr	2	3	M	S	7
	X	X	X	X	X			X	Dinamización de la economía local	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
					X				Fomento de deportes y esparcimiento	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
<b>F. PAISAJE</b>	X	X		X	X		X		Generación y eliminación de Basura	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	N	6
	X	X		X	X				Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3
	X	X					X		Modificación del Entorno	(-)	2	2	C	Pr	1	3	C	N	8

Elaborado por: Doris Bastidas P.

|

Cuadro N° 101. Matriz de cuantificación de la hostería.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8			
<b>A</b>	-7	-7	-7						-	<b>21</b>	<b>21</b>
<b>B</b>	-7, -6	-7, -6		-6	-6		-6		-	<b>44</b>	<b>44</b>
<b>C</b>					+5	+5			<b>10</b>	-	<b>10</b>
<b>D</b>	-6, -8, - 9	-6, -8, - 9, +6		-8, -9	-8	+6	-6, -8		<b>12</b>	<b>85</b>	<b>97</b>
<b>E</b>	+9	+9	+9	+11, +7, +9	+11, +9, +7, +9, +9	+11, +9, +7		+7	<b>133</b>	-	<b>133</b>
<b>F</b>	-6, -3, - 8	-6, -3, - 8		-6, -3	-6, -3		-6, -8		-	<b>66</b>	<b>66</b>
<b>TOTAL (+)</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>50</b>	<b>38</b>	-	<b>7</b>	<b>155</b>		
<b>TOTAL (-)</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>7</b>	<b>32</b>	<b>23</b>	-	<b>34</b>	-		<b>216</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>75</b>	<b>16</b>	<b>59</b>	<b>73</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>7</b>			<b>371</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

#### **4. Interpretación de la Matriz.**

Para evaluar el presente proyecto de implementación de una Hostería es ambientalmente factible se construyeron dos matrices las cuales permiten interpretar de manera fácil y real los posibles actividades que van en detrimento del medio ambiente.

En general, los resultados obtenidos de la matriz son negativos; arrojando un valor de 155 positivo, frente a la variable negativa con un valor de 216, es un resultado lógico ya que el presente proyecto en esencia en el primer año se realizara muchos impactos con la construcción del proyecto.

En cuanto a las acciones, se pudo demostrar por medio de la matriz que las actividades recreacionales son las más beneficiosas del proyecto con un valor positivo de 50, en primer lugar por el aporte que da a lo sociocultural como crear fuentes alternativas de trabajo para la gente de la localidad, implementar una cultura de deporte y dando sensibilidad al turista sobre el medio ambiente, que en el futuro creará una conciencia ecológica profunda tanto en los pobladores de la zona como en los turistas que van a ser los potenciales clientes.

En cambio las acciones más perjudiciales son el movimiento de tierras y construcción de la obra con una calificación negativa de 60, sin embargo, una responsable operación turística y un seguimiento del proyecto será el factor que determine que el daño causado no sea importante ni nocivo para el medio ambiente.

En cuanto a componentes ambientales, la parte socio-económica con un valor de 133 es la más beneficiada, puesto que se crean fuentes alternativas de trabajo, también se busca por medio del presente proyecto una sensibilización frente al entorno lo cual además supone un beneficio directo para el medio ambiente. El aumento de turismo en la zona beneficiará no solo a los involucrados directamente con el turismo sino a todas aquellas personas que brinden servicios complementarios al mismo, sin embargo, el intercambio cultural con el turista puede causar erosión cultural, es por ello que el encuentro entre el turista y los pobladores locales debe enmarcarse dentro del respeto mutuo, solo así se logrará que el intercambio cultural llegue a ser una experiencia positiva para ambas partes.

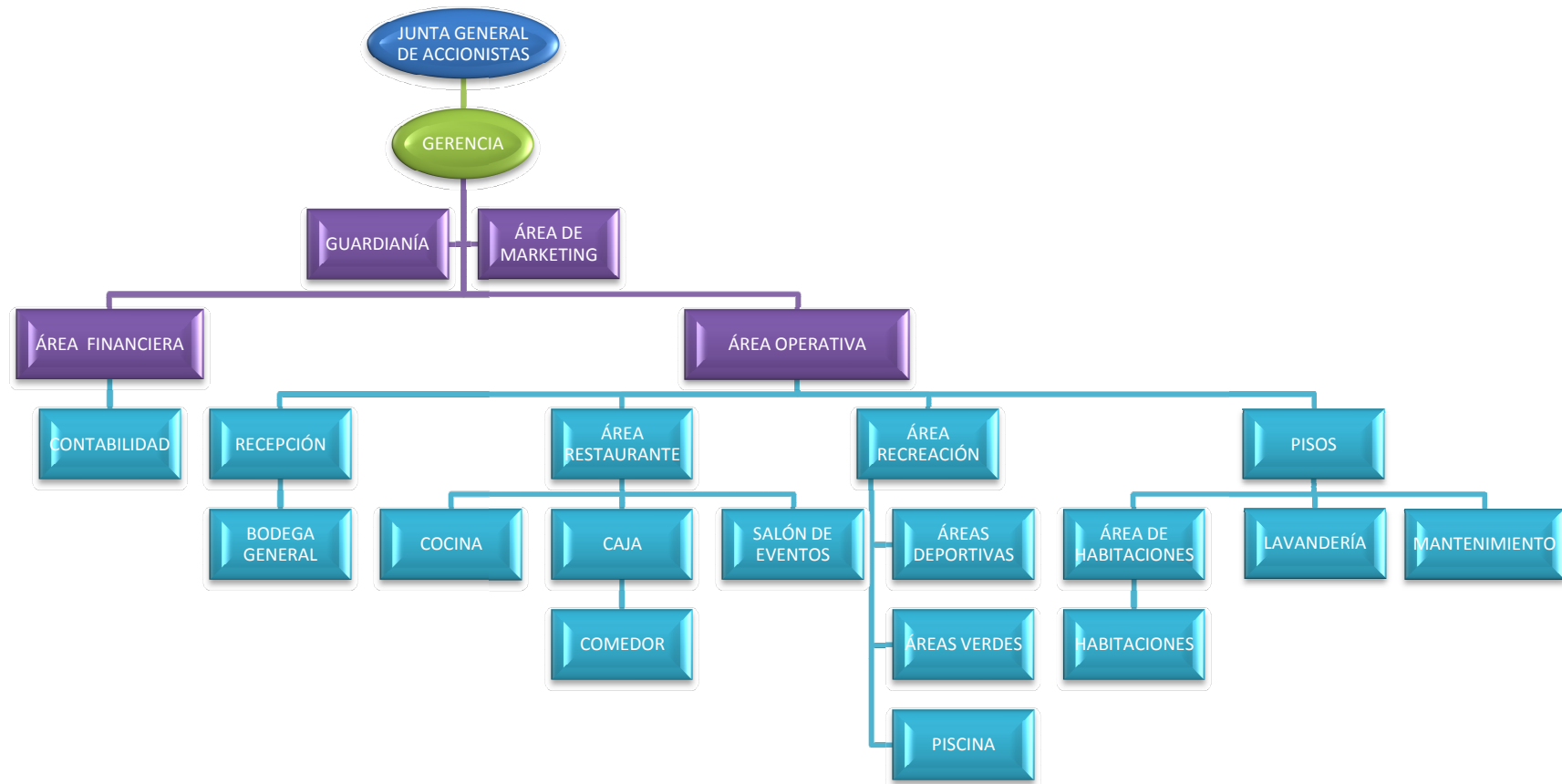
En cuanto a aspectos negativos, la matriz arrojó un valor negativo de 85 para el componente flora y fauna, esto básicamente por la modificación del hábitat que la implementación del proyecto en la zona trae consigo, es por esto que la reforestación es la actividad fundamental para mitigar este grave impacto ambiental que perjudicará principalmente la estética del paisaje que en el futuro podría frenar considerablemente el crecimiento turístico de la zona.

## D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

### 1. Estructura organizativa de la empresa

#### a. Organización Estructural

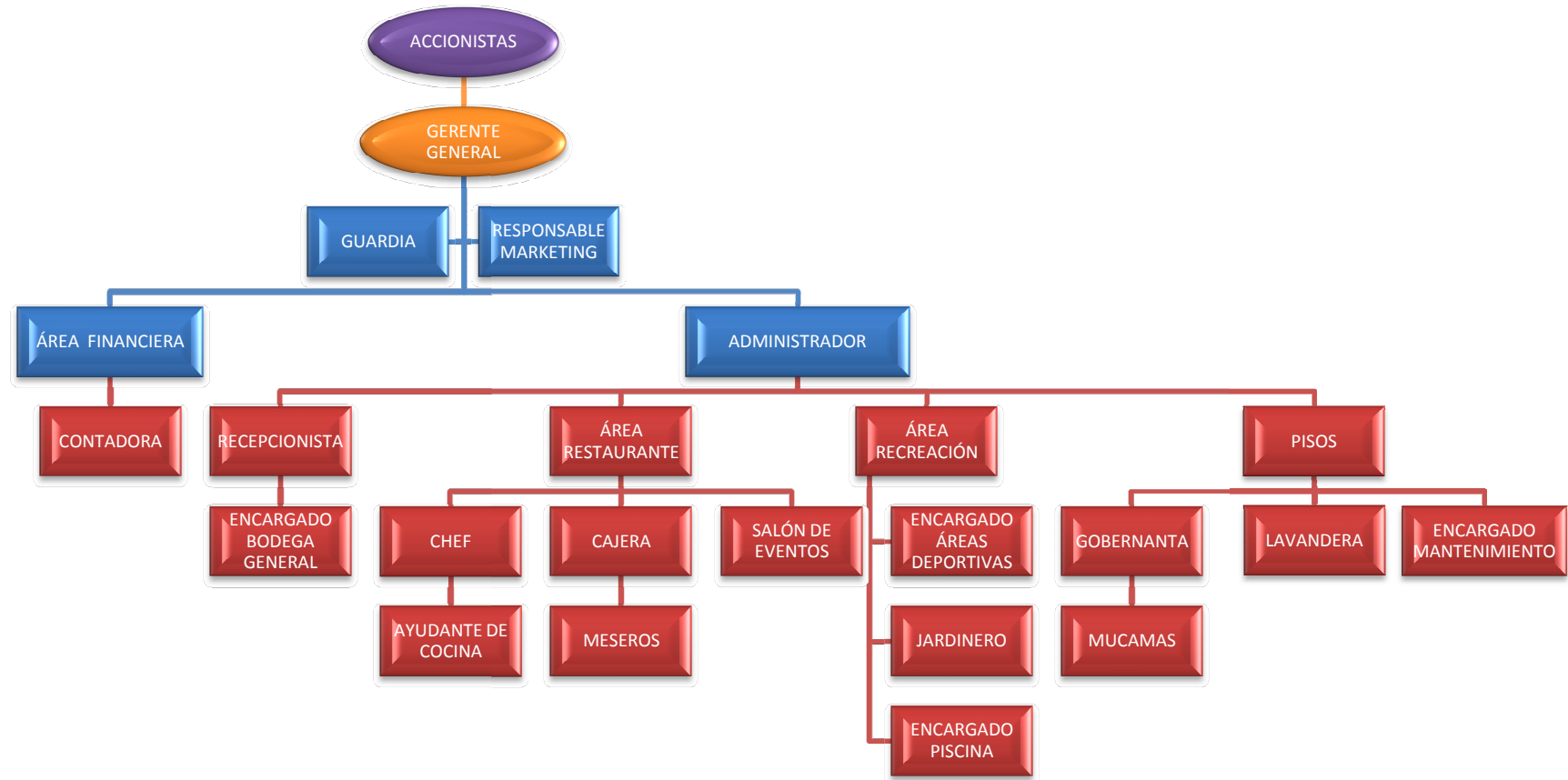
Grafico No 43. Organigrama estructural.



Elaborado por: Doris Bastidas P.

## b. Organización Funcional

Grafico No 44. Organigrama funcional.



Elaborado por: Doris Bastidas P.

## 2. Manual de funciones

Cuadro N° 102. Manual de funciones.

<b>DEPARTAMENTO DIRECTIVO/ GERENCIAL</b>	
<b>CARGO</b>	<b>FUNCIÓN</b>
<b>GERENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Elección del personal calificado y conducción del mismo</li> <li>♦ Delegación de funciones a las personas capacitadas para realizarlas</li> <li>♦ Establecimiento de las pautas de actuación para cada área operativa</li> <li>♦ Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir</li> <li>♦ Control de todas y cada una de las áreas en que se divide el establecimiento</li> <li>♦ Control y coordinación de la comunicación interna de la empresa</li> <li>♦ Motivación del personal a su cargo</li> <li>♦ Establecimiento de políticas e incentivos</li> <li>♦ Aportación de nuevas ideas y soluciones</li> <li>♦ Control de horarios licencias y vacaciones</li> <li>♦ Establecimiento de políticas empresariales</li> <li>♦ Fijación de sanciones e incentivos para el personal</li> <li>♦ Establecimiento de descuentos especiales</li> <li>♦ Relaciones públicas</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende de la Junta General de Accionistas y ante el responderá por el cumplimiento de sus deberes y atribuciones.</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazado por el Presidente de la Junta General de Accionistas, con todas sus atribuciones, hasta que la misma resuelva lo conveniente.</li> </ul>
<b>DEPARTAMENTO COMERCIAL</b>	
<b>CARGO</b>	<b>FUNCIÓN</b>
<b>RESPONSABLE MARKETING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Conocimiento del mercado turístico</li> <li>♦ Promoción y publicidad de la empresa en diferentes medios publicitarios</li> <li>♦ Elaborar el material necesario para el marketing de los servicios</li> <li>♦ Ofertar y vender productos en instituciones, empresas y otras dentro y fuera de la ciudad</li> <li>♦ Colaborar con el contador en los ejercicios contables que incluyan sus ventas</li> <li>♦ Colaborar con el Gerente General en la participación de licitaciones, ferias y bolsas de turismo, concursos de precios y ofertas</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Gerente General</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>DEPARTAMENTO FINANCIERO</b>	
<b>CARGO</b>	<b>FUNCIÓN</b>
<b>CONTADORA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Control de las compras de mercancías realizadas por los distintos departamentos</li> <li>♦ Control del inventario de las distintas áreas</li> <li>♦ Control de compras y adquisiciones</li> <li>♦ Revisión de facturación de adquisiciones y entrega de copias a cada área</li> <li>♦ Contabilidad de la empresa</li> <li>♦ Elaboración de libros y documentos legales</li> <li>♦ Distribución de las diversas actividades contables entre el personal del departamento</li> <li>♦ Confección de presupuestos</li> <li>♦ Pagos y cobros</li> <li>♦ Control de créditos</li> <li>♦ Gestiones bancarias</li> <li>♦ Pago de nóminas</li> <li>♦ Liquidaciones de impuestos y tasas</li> <li>♦ Control de actividades económicas de distintas áreas</li> <li>♦ Control de hoja de cierre y caja chica de cada área</li> <li>♦ Arqueomensual a cada área</li> <li>♦ Elaboración de liquidación de caja diaria</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Gerente General</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>DEPARTAMENTO OPERACIONAL</b>	
<b>CARGO</b>	<b>FUNCIÓN</b>

<p><b>ADMINISTRADO R</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ <b>Planificar objetivos y estrategias:</b></li> <li>♦ Establecer objetivos, metas, estrategias y políticas para la gestión y desempeño de la empresa</li> <li>♦ Definir necesidades y prioridades para la disposición y optimización de recursos humanos y económicos</li> <li>♦ Planear y desarrollar nuevos productos y procesos</li> <li>♦ Indicar las necesidades de inversión</li> <li>♦ Establecer cronogramas, plazos y presupuestos</li> <li>♦ Establecer segmentos de mercado.</li> <li>♦ <b>Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing):</b></li> <li>♦ Investigar y analizar tendencias del mercado;</li> <li>♦ Definir objetivos y metas periódicas;</li> <li>♦ Analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios;</li> <li>♦ Definir política de precios;</li> <li>♦ Promover las ventas;</li> <li>♦ Construir y mantener la imagen de la empresa de alojamiento;</li> <li>♦ Identificar oportunidades de mejora y buscar nuevos mercados;</li> <li>♦ Determinar perfil de los clientes;</li> <li>♦ Determinar datos de los clientes para la generación de estadísticas;</li> <li>♦ Negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales.</li> <li>♦ <b>Analizar y evaluar resultados para proponer acciones:</b></li> <li>♦ Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad definidos;</li> <li>♦ Controlar costos;</li> <li>♦ Analizar proyecciones financieras;</li> <li>♦ Analizar índices estadísticos de productividad y rentabilidad;</li> <li>♦ Determinar el flujo de informaciones;</li> <li>♦ Analizar resúmenes gerenciales contables, financieros, patrimoniales y de personal;</li> <li>♦ Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia.</li> <li>♦ <b>Alcanzar objetivos esperados:</b></li> <li>♦ Lograr la máxima rentabilidad;</li> <li>♦ Mantener el valor comercial del hotel;</li> <li>♦ Aumentar la proyección de desarrollo en el mercado;</li> <li>♦ Impulsar nuevos negocios;</li> <li>♦ Mantener información sobre nuevas tecnologías y todos los aspectos del establecimiento, del objeto del negocio y afines;</li> <li>♦ Representar a la empresa en eventos y en la comunidad;</li> <li>♦ Establecer y mantener una red de contactos con asociaciones, sindicatos, instituciones públicas y privadas;</li> </ul>
----------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Trabajar en alianza con empresas del sector;</li> <li>♦ Participar en las soluciones de conflictos laborales y judiciales;</li> <li>♦ Elaborar resúmenes e informes escritos y orales;</li> <li>♦ Participar en la definición y administración de contratos y acuerdos; asegurar el cumplimiento de las leyes y legislaciones en todas las esferas.</li> <li>♦ <b>Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento:</b></li> <li>♦ Planear, organizar e implementar reformas y mejoras;</li> <li>♦ Definir y aplicar procedimientos de seguridad;</li> <li>♦ Promover el entrenamiento para emergencias;</li> <li>♦ Implementar un programa de conservación ambiental;</li> <li>♦ Monitorear la condición de uso de muebles, decoración, equipos y utensilios;</li> <li>♦ Implementar procedimientos de prevención de fraude y transgresión contra el establecimiento, los huéspedes, funcionarios y colaboradores.</li> <li>♦ <b>Asegurar la satisfacción del cliente:</b></li> <li>♦ Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y proporcionar recursos para gestionar mejoras;</li> <li>♦ Mantener contacto permanente con el cliente;</li> <li>♦ Supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped;</li> <li>♦ Controlar estándares de calidad;</li> <li>♦ Establecer políticas de seguridad y privacidad para el cliente;</li> <li>♦ Reorientar el proceso y procedimiento que eleve la calidad del servicio prestado al cliente.</li> <li>♦ <b>Liderar el equipo humano de trabajo:</b></li> <li>♦ Incentivar la cooperación, la participación y el compromiso de sus colaboradores;</li> <li>♦ Desarrollar acciones motivadoras;</li> <li>♦ Brindar un buen ambiente físico y humano de trabajo;</li> <li>♦ Definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo;</li> <li>♦ Promover el entrenamiento continuo del personal de las diversas áreas;</li> <li>♦ Establecer una política de remuneración e incentivo;</li> <li>♦ Estimular el desarrollo del equipo humano de trabajo;</li> <li>♦ Promover cambios orientados a la consecución de los objetivos;</li> <li>♦ Solucionar diferencias entre los colaboradores.</li> <li>♦ <b>Competencia</b></li> <li>♦ El administrador de empresas de alojamiento, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.</li> <li>♦ <b>Conocimientos:</b></li> <li>♦ Procesos y procedimientos administrativos y contables;</li> <li>♦ Técnicas de definición de precios, productos y servicios;</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo;</li> <li>◆ Procesos de mejora continua;</li> <li>◆ Técnicas de negociación y administración de contratos;</li> <li>◆ Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad;</li> <li>◆ Aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera;</li> <li>◆ Técnicas de liderazgo y jefatura;</li> <li>◆ Métodos de evaluación de desempeño de personal;</li> <li>◆ Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento;</li> <li>◆ Técnicas de mercadeo.</li> <li>◆ <b>Habilidades:</b></li> <li>◆ Planificación de corto y largo plazo;</li> <li>◆ Toma de decisiones;</li> <li>◆ Raciocinio numérico aplicado a negocios;</li> <li>◆ Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita;</li> <li>◆ Interpretación del lenguaje corporal.</li> <li>◆ <b>Actitudes:</b></li> <li>◆ <i>Innovador.</i> Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.</li> <li>◆ <i>Perseverante.</i> Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.</li> <li>◆ <i>Atento.</i> Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.</li> <li>◆ <i>Detallista.</i> Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.</li> <li>◆ <i>Previsor.</i> Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.</li> <li>◆ <i>Orientado al cambio.</i> Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Jerárquicamente depende del Gerente General</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>RECEPCIONISTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Atención de reservas</li> <li>◆ Elaborar el planning de reservas</li> <li>◆ Captación del cliente, Registro de solicitud de reserva</li> <li>◆ Información y asesoría al cliente venta del servicio</li> </ul>

- ♦ Elaboración de slip de reserva
- ♦ Elaboración del planning de reservas anuales y mensuales
- ♦ Registro, control, cambios, extensiones, notificaciones, y cancelación de las reservas
- ♦ Control del depósito de cuenta de reservaciones que reciba de los clientes
- ♦ Recibimiento y atención al cliente
- ♦ Asignación de habitaciones, entrega de tarjeta de bienvenida
- ♦ Atención y solución a problemas y quejas presentadas
- ♦ Cerciorarse de la correcta identidad de los clientes
- ♦ Resolución a problemas o quejas del establecimiento
- ♦ Control reservas
- ♦ Elaboración del cardex
- ♦ Informe diario de reservas a cocina y habitaciones
- ♦ Comunicación con otras áreas para controlar servicios
- ♦ Seguimiento post venta de los clientes
- ♦ Aplicación de políticas que marquen las normas de la empresa
- ♦ Mantener al día el cuadro de disponibilidad de habitaciones
- ♦ Conocerá las características del establecimiento y sus servicios
- ♦ Elaborar reportes de reservaciones y ocupaciones
- ♦ Solicitar suministros
- ♦ Controlar las tarjetas de historia del huésped
- ♦ Controlar paquetes y planes especiales
- ♦ Verificación de depósito de pago y cobro de saldo pendiente a los clientes
- ♦ Información de servicios a los clientes, y de todas las actividades que podrían realizar
- ♦ Recepción de llamadas
- ♦ Atención a las solicitudes de llamadas
- ♦ Elaboración de la nota de cargo o vale del servicio telefónico
- ♦ Elaboración del parte del mensaje o comunicación
- ♦ Revisar y archivar el reporte de llamadas
- ♦ Atención de las personas que llegan a la oficina
- ♦ Recibimiento de solicitudes de reservaciones
- ♦ Promover servicios del establecimiento
- ♦ Elaboración de oficios
- ♦ Actualizar la hoja del control de ocupación
- ♦ Elaborar reportes, archivar
- ♦ Recibir y enviar mensajes por fax
- ♦ Llevar correspondencia del departamento de reservaciones a otros departamentos (reportes, memorándums, circulares etc.)
- ♦ Cuidar de mantener la oficina siempre limpia

	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Resguardo y entrega de llaves</li> <li>♦ Entrega de recados</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Gerente General</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>ENCARGADO BODEGA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Inventariación de bodega</li> <li>♦ Control de las compras de los productos</li> <li>♦ Dar de baja los géneros que no estuvieran en condiciones de ser consumidos</li> <li>♦ Recepción y almacenamiento de alimentos y bebidas</li> <li>♦ Control de provisiones existentes</li> <li>♦ Suministrar provisiones diarias</li> <li>♦ Control de provisiones necesarias para la confección de platos</li> <li>♦ Supervisión de calidad y precio de provisiones</li> <li>♦ Supervisión de facturas de proveedores en base a los productos despachados</li> <li>♦ Elaboración de pedidos semanales</li> <li>♦ Manejo del sistema</li> <li>♦ Selección de proveedores</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Administrador</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>CHEF</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Confección del menú diario</li> <li>♦ Comprobación del estado de las instalaciones de la cocina y solicita su reparación</li> <li>♦ Petición de personal extra en ocasiones especiales</li> <li>♦ Control diario de reservaciones, revisión del planning de reservas</li> <li>♦ Verifica y aprueba la compra de insumos</li> <li>♦ Revisa permanentemente la calidad y porción de los platos que se sirven al cliente</li> <li>♦ Elaboración de platos</li> <li>♦ Control de presentación de alimentos y bebidas</li> <li>♦ Inspección de las instalaciones y equipos necesarios</li> <li>♦ Limpieza general del área</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Administrador</li> </ul>

<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>AYUDANTE DE COCINA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Asistencia en la confección del menú y elaboración de los platos</li> <li>♦ Lavado de vajilla</li> <li>♦ Disponer adecuadamente las herramientas, utensilios y materiales de trabajo</li> <li>♦ Organizar neveras y armarios</li> <li>♦ Lavar, pelar, tornear y cortar legumbres, hortalizas, carnes, pescados y mariscos.</li> <li>♦ Preparar fondos, ensaladas, salsas y participar en los inventarios.</li> <li>♦ Colaborar con el chef en el servicio.</li> <li>♦ Limpiar y ordenar su puesto de trabajo y colaborar en el arreglo general de la cocina.</li> <li>♦ Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Chef</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>CAJERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Elabora la cuenta, factura o vale comanda del cliente</li> <li>♦ Traslada a la contadora el respectivo documento de consumo del cliente</li> <li>♦ Cobro, facturación de cuentas</li> <li>♦ Responder durante la jornada laboral por el fondo de cambio y la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende de la Contadora</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>MESEROS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Decoración de las instalaciones del lugar</li> <li>♦ Preparación de mesas y utensilios</li> <li>♦ Atención al cliente, bienvenida y asignación mesas</li> <li>♦ Información sobre menú del día</li> <li>♦ Toma de órdenes</li> <li>♦ Solicita pedidos a cocina</li> <li>♦ Debe tener conocimientos elementales de cocina</li> <li>♦ Responsable del desmontaje de vajilla, cristalería y cubertería</li> <li>♦ Promueve la venta de determinados platos</li> <li>♦ Presenta la cuenta al cliente</li> <li>♦ Revisa la cuenta</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía</li> <li>♦ Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende de la Chef</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>ENCARGADO ÁREA DEPORTIVA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Comprobación el estado de las instalaciones y solicita la reparación de los deterioros que pudieran haber surgido</li> <li>♦ Limpieza general y mantenimiento diario de las instalaciones</li> <li>♦ Administrar el Área</li> <li>♦ Controlar la utilización del área</li> <li>♦ Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Administrador</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>ENCARGADA ÁREAS VERDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Cuidar los jardines.</li> <li>♦ Podar.</li> <li>♦ Reconocer malezas.</li> <li>♦ Detectar plagas y enfermedades.</li> <li>♦ Regar.</li> <li>♦ Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Administrador</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>ENCARGADO PISCINA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Comprobación el estado de las instalaciones y solicita la reparación de las averías que pudieran haber surgido</li> <li>♦ Limpieza general y mantenimiento diario de las instalaciones</li> <li>♦ Adecuación y ornamentación del lugar</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Administrador</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>GOBERNANTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Comprobar el estado de las instalaciones</li> <li>♦ Solicitar la reparación de las averías que pudieran surgir</li> <li>♦ Informe de anomalías a administrativo</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Atención al cliente</li> <li>♦ Ubicación del cliente en su habitación</li> <li>♦ Revisión del planning de reservas</li> <li>♦ Selección de suministros de limpieza</li> <li>♦ Inventariación de elementos existentes y faltantes</li> <li>♦ Recorrido y supervisión de las habitaciones</li> <li>♦ Elaboración de programas de limpieza</li> <li>♦ Asistencia a juntas cada vez que sea solicitado</li> <li>♦ Enviar reportes que la administración requiera</li> <li>♦ Inspección de habitaciones, corredores, baños y escaleras</li> <li>♦ Limpiar las habitaciones en el horario pertinente</li> <li>♦ Chequear las habitaciones para verificar que no falten suministros</li> <li>♦ Limpieza y preparación de habitaciones</li> <li>♦ Control de ocupación de habitaciones</li> <li>♦ Elaboración del parte de ocupación de habitaciones</li> <li>♦ Bloqueo y desbloqueo de las habitaciones</li> <li>♦ Entrega de llaves de habitación y control de tv</li> <li>♦ Informe de servicios complementarios a los clientes</li> <li>♦ Establecimiento de suministros requeridos para cada habitación</li> <li>♦ Resolución de quejas de clientes</li> <li>♦ Elaboración del checkout</li> <li>♦ Control absoluto de las llaves</li> <li>♦ Escoltar al cliente y sus pertenencias a la habitación</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	♦ Jerárquicamente depende del Administrador
<b>Subrogación</b>	♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito
<b>CAMARERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Auxiliar de limpieza en todas las áreas del establecimiento</li> <li>♦ Comprobación del estado de las instalaciones y solicita la reparación de las averías pudieran a ver surgido</li> <li>♦ Mantenimiento de instalaciones</li> <li>♦ Informe de anomalías a administrativo</li> <li>♦ Selección de suministros de limpieza</li> <li>♦ Inventariación de elementos de limpieza existentes y faltantes</li> <li>♦ Recorrido y supervisión de áreas para intervenir su limpieza</li> <li>♦ Integrar los programas de limpieza</li> <li>♦ Asistencia a juntas cada vez que sea solicitado</li> <li>♦ Informe de servicios complementarios a los clientes</li> <li>♦ Resolución de quejas de clientes</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	♦ Jerárquicamente depende del Administrador
<b>Subrogación</b>	♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito

	escrito
<b>LAVANDERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Control de inventarios de ropa del establecimiento (habitaciones, comedor, salón, uniformes del personal, etc.)</li> <li>♦ Limpieza de ropa del establecimiento</li> <li>♦ Atención a la ropa de clientes (lavado, planchado)</li> <li>♦ Comprobar el estado de las instalaciones y solicitar la reparación de las averías que pudieran a ver surgido</li> <li>♦ Mantenimiento de instalaciones</li> <li>♦ Informe de anomalías a administrativo</li> <li>♦ Selección de suministros de limpieza</li> <li>♦ Inventariación de elementos de limpieza existentes y faltantes</li> <li>♦ Asistencia a juntas cada vez que sea solicitado</li> <li>♦ Resolución de quejas de clientes</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	♦ Jerárquicamente depende del Administrador
<b>Subrogación</b>	♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito
<b>ENCARGADO MANTENIMIENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ <b>DISPOSICIONES GENERALES</b></li> <li>♦ <b>Descripción de la ocupación.</b> 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.</li> <li>♦ <b>REQUISITOS</b></li> <li>♦ <b>Resultados esperados</b></li> <li>♦ <i>El encargado de mantenimiento debe:</i></li> <li>♦ <b>Diagnosticar el servicio a ser ejecutado:</b></li> <li>♦ Probar el funcionamiento del equipo o la instalación;</li> <li>♦ identificar el tipo y la magnitud del daño o defecto;</li> <li>♦ decidir sobre el procedimiento a utilizar;</li> <li>♦ determinar el presupuesto para la reparación;</li> <li>♦ determinar el listado de repuestos o materiales, tiempo de reparación y la necesidad de ejecutar el mantenimiento;</li> <li>♦ generar el reporte de daños y llenar la memoria técnica del equipo, habitación o área afectada.</li> <li>♦ <b>Reparar fallas eléctricas:</b></li> <li>♦ Reparar lámparas, toma corrientes, boquillas, cajas térmicas, fusibles, duchas eléctricas, resistencias, canales de agua, extensiones eléctricas, transformadores, reguladores de voltaje, hacer tierra y aislar la fuga de corriente, entre otros;</li> <li>♦ cambiar el tendido eléctrico, colocación de canaletas externas para</li> </ul>

	<p>conexiones eléctricas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ <b>Reparar fallas hidráulicas:</b></li> <li>♦ Cerrar la llave de paso que interrumpe el flujo al área afectada;</li> <li>♦ sustituir red de válvulas y medidores hidráulicos;</li> <li>♦ reparar los lavaderos de cocina, canastillas, sifones, sanitarios, filtros de agua, tubería y otras instalaciones;</li> <li>♦ retirar el aire de la bomba hidráulica;</li> <li>♦ realizar mantenimiento preventivo y correctivo para la operación de cisternas y pozos sépticos.</li> <li>♦ <b>Reparar fallas mecánicas:</b></li> <li>♦ Destrobar o cambiar cerraduras, ventanas, gavetas y equipo de gimnasio;</li> <li>♦ reducir ruido en camas, ventanas, equipo de aire acondicionado, puertas y otras piezas móviles;</li> <li>♦ realizar la lubricación preventiva de piezas móviles, cambio de garruchas y alcayatas;</li> <li>♦ reparar o realizar el mantenimiento preventivo de extractores de olores, equipos de limpieza;</li> <li>♦ realizar mantenimiento preventivo de equipos de cocina, calderos, elevadores, carpintería.</li> <li>♦ <b>Reparar fallas telefónicas:</b></li> <li>♦ Instalar extensiones telefónicas;</li> <li>♦ sustituir la toma de un aparato defectuoso;</li> <li>♦ componer el adaptador para conmutador;</li> <li>♦ verificar las líneas hasta la central telefónica;</li> <li>♦ llamar y solicitar servicios técnicos de ingeniería en telecomunicaciones a la empresa competente.</li> <li>♦ <b>Hacer reparaciones prediales:</b></li> <li>♦ Reparar pisos;</li> <li>♦ retocar la pintura;</li> <li>♦ reparar revestimientos como: alfombra, yeso, papel de pared, azulejo, vinyl y piezas de aluminio;</li> <li>♦ reparar tumbados y dar soluciones provisionales o definitivas a goteras o fugas de agua en los techos;</li> <li>♦ limpiar rótulos.</li> <li>♦ <b>Hacer instalaciones provisionales:</b></li> <li>♦ Instalar extensiones para energía y teléfono;</li> <li>♦ montar y desmontar camas, mesas y soportes para aparatos eléctricos;</li> <li>♦ instalación, montaje y desmontaje de equipos para eventos.</li> <li>♦ <b>Manejar y controlar existencia (stock) de materiales del área de mantenimiento:</b></li> <li>♦ Manejar inventarios de los equipos y materiales del departamento;</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ manejar ficha técnica de todos los equipos y maquinaria del establecimiento;</li> <li>♦ manejar una hoja de inventario por área, oficina y habitación;</li> <li>♦ establecer las características de los productos a adquirir.</li> <li>♦ <b><i>Cuidar el área de trabajo:</i></b></li> <li>♦ Mantener limpio y organizado el lugar de trabajo;</li> <li>♦ evitar la contaminación de otra área, ruido y movimientos que molesten la permanencia de los huéspedes o clientes del establecimiento;</li> <li>♦ revisar las condiciones de higiene y seguridad en el trabajo.</li> <li>♦ <b><i>Operar equipos:</i></b></li> <li>♦ Operar multímetro, voltímetro y amperímetro, llave de pruebas, detector de señales, taladro y aparatos de uso del huésped;</li> <li>♦ identificar las características de operación de cada equipo o maquinaria y respetar las sugerencias del proveedor.</li> <li>♦ <b><i>Participar en programas de mantenimiento:</i></b></li> <li>♦ Asistir y cumplir con la capacitación sobre el uso de equipos, materiales y maquinaria;</li> <li>♦ colaborar con el programa;</li> <li>♦ realizar control de plagas, mantenimiento preventivo de equipos y maquinaria de las diferentes áreas del establecimiento, exceptuando equipos de computación.</li> <li>♦ <b><i>Aplicar procedimientos de seguridad industrial:</i></b></li> <li>♦ Cumplir y hacer cumplir las exigencias en los modos de uso de químicos, equipo y maquinaria, de acuerdo a las recomendaciones del proveedor;</li> <li>♦ dar a conocer los procedimientos de seguridad industrial al personal que tiene acceso a estos materiales, equipos o maquinaria.</li> <li>♦ <b><i>Actuar en emergencias:</i></b></li> <li>♦ Rescatar personas de un elevador averiado;</li> <li>♦ operar equipos de incendio;</li> <li>♦ accionar el generador de emergencia;</li> <li>♦ conocer y ejecutar los planes de emergencia que posee el establecimiento;</li> <li>♦ formar parte de una de las brigadas de emergencia.</li> <li>♦ <b><i>Actuar como nexo entre las áreas de mantenimiento y ama de llaves:</i></b></li> <li>♦ Realizar los servicios encomendados;</li> <li>♦ informar al ama de llaves y al personal de mantenimiento sobre la situación de los servicios.</li> <li>♦ <b><i>Cuidar la apariencia personal:</i></b></li> <li>♦ Cuidar la imagen personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.</li> <li>♦ <b><i>Apoyar al equipo humano de trabajo:</i></b></li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Colaborar en reparaciones más complejas;</li> <li>♦ atender prioridades solicitadas por otro sector del establecimiento;</li> <li>♦ dar instrucciones sobre el uso adecuado de equipos a todo el personal del establecimiento.</li> <li>♦ <b>COMPETENCIA</b></li> <li>♦ El encargado de mantenimiento, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.</li> <li>♦ <b>Conocimientos:</b></li> <li>♦ Técnicas de diagnóstico y reparación de aparatos electrónicos, eléctricos, mecánicos e hidráulicos;</li> <li>♦ herramientas y suministros de uso común en electricidad y en mecánica básica;</li> <li>♦ requisitos de higiene y seguridad en el trabajo;</li> <li>♦ operación y mecanismo de ajuste de los equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;</li> <li>♦ conocimientos básicos de plomería, carpintería, albañilería y pintura;</li> <li>♦ manejo de formularios de servicio de mantenimiento;</li> <li>♦ funciones generales de cada área de un establecimiento de alojamiento.</li> <li>♦ <b>Habilidades:</b></li> <li>♦ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;</li> <li>♦ lectura y escritura para el llenado de formularios y registro de novedades simples;</li> <li>♦ comunicación clara de manera oral y escrita;</li> <li>♦ rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo;</li> <li>♦ improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos que se tienen disponibles;</li> <li>♦ identificar los detalles de roturas o características en objetos y piezas;</li> <li>♦ diagnosticar ruidos que indiquen defectos;</li> <li>♦ coordinación motora con los dedos y las manos, firmeza para manipular objetos.</li> <li>♦ <b>Actitudes:</b></li> <li>♦ <i>Práctico.</i> Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.</li> <li>♦ <i>Atento.</i> Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.</li> <li>♦ <i>Equilibrado emocionalmente.</i> No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.</li> <li>♦ <i>Previsor.</i> Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos</li> <li>♦ <i>Activo.</i> Tiene energía, necesita movimiento y actividad.</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ <i>Perseverante.</i> Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Administrador</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>
<b>GUARDIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Custodiar el establecimiento</li> <li>♦ Cuidar el buen orden, funcionamiento y cumplimiento por parte de los clientes</li> <li>♦ Recorrer las instalaciones para comprobar el estado en que se encuentran y recoger, si fuere del caso, los objetos que hubieren sido extraviados</li> <li>♦ Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato</li> </ul>
<b>Dependencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Jerárquicamente depende del Gerente General</li> </ul>
<b>Subrogación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito</li> </ul>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

### 3. Políticas de Remuneración

**Cuadro N° 103.** Remuneraciones del departamento directivo.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Gerente General	1	500	7000
<b>TOTAL</b>			<b>7000</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

**Cuadro N°104.** Remuneraciones del departamento comercial.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Encargado de Marketing	1	400	5600
<b>TOTAL</b>			<b>5600</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°105.** Remuneraciones del departamento financiero.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Contador	1	450	6300
<b>TOTAL</b>			<b>6300</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N°106.** Remuneraciones del departamento productivo.

<b>CARGO</b>	<b>N°</b>	<b>COSTO MENSUAL (\$)</b>	<b>COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)</b>
Administrador	1	400	5600
Recepcionista	1	350	4900
Encargado de Bodega	1	260	3640
Gobernanta	1	300	4200
Mucamas	2	260	7280
Chef	1	400	5600
Ayudante de cocina	1	260	3640
Cajera	1	260	3640
Mesero	1	280	3920
Encargado del áreas deportivas	1	260	3640
Jardinero	1	260	3640
Encargado piscina	1	260	3640
Lavandera	2	260	7280
Encargado de Mantenimiento	2	260	7280
Guardia	1	260	3640
<b>TOTAL</b>			<b>71540</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



#### **4. Viabilidad legal**

##### **a. Extractos de ley que abalicen la creación de la empresa y leyes requeridas**

##### **1) Constitución política de la República del Ecuador**

- a)** Art. 66, numeral 13: El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria
- b)** 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.
- c)** 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.
- d)** 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.
- e)** 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.

##### **2) Ley de turismo**

- a)** 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:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**b)** 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.

**c)** 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.

**d)** 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.

### **3) Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo**

**a)** 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, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

#### **b) Del registro único de turismo**

**i)** 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.

**ii)** 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.

**c) De la licencia única anual de funcionamiento**

**i)** 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.

**ii)** 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.

**iii)** 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.

**4) Reglamento General de actividades turísticas**

**a)** 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.

**b)** 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.

**c)** Art. 28.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción;

Botiquín de primeros auxilios.

**d)** Art. 29.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;

Teléfono público en la recepción;

Botiquín de primeros auxilios.

**e)** Art. 30.- 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.

## 5) Ley de las 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.

### 5. El reglamento de la empresa

Se realizaron los Estatutos de la empresa compañía anónima, en base a la Ley de Compañías. Este documento se encuentra en el Anexo N° 3.

## 6. Requisitos legales para la constitución

**Cuadro N°107.** 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.
Certificado del Cuerpo de Bomberos
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
Copia de la Licencia Única Anual de Funcionamiento
Formulario "Solicitud patente"
Certificado Factibilidad Gestión Ambiental.
Copia del Permiso de la Intendencia
Constitución como una empresa compañía anónima
Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).
De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más

nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.
La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).
Invención en Ecuador
Solicitud en Formato IEPI
Tasa de Solicitud
Memoria Descriptiva en Español
Reivindicaciones en Español
Dibujos
Cesión de Derechos
Copia de Prioridad
Tasa de Mantenimiento
Nombramiento del Representante Legal
Inscripción del RUC
Formulario RUC 01-A lleno con los datos de la compañía
Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
Original y copia del nombramiento del representante legal
Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal
Planilla anual de pago de servicios
Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Fuente:** Ministerio de Turismo

## 7. Obligaciones fiscales

### a. Obligaciones por única vez

**Cuadro N°108.** 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 del la empresa turística). Para el presente estudio se estimó la implementación de una hostería de segunda categoría de tres 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
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>641,30</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Fuente:** Ministerio de Turismo

## 8. Obligaciones anuales

**Cuadro N°109.** Obligaciones anuales.

Obligaciones	Costo
Licencia anual de funcionamiento (el valor fija en 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.	106,00
Otras instituciones	30,00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>136,00</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Fuente:** Ministerio de Turismo.



## F. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

### 1. Análisis Financiero

#### a. Inversiones del Proyecto

**Cuadro N°110.**Inversiones del proyecto.

<b>RUBRO</b>	<b>Inversión realizada</b>	<b>Inversión por realizar</b>	<b>Total de la inversión</b>
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>339.742,60</b>	<b>226.630,99</b>	<b>566.373,59</b>
Terreno	314.742,60		314.742,60
Vehículo	25.000,00		25.000,00
Construcción 4 cabañas tipo 3 habitaciones		62.395,56	62.395,56
Construcción restaurante		43.443,65	43.443,65
Construcción adoquinado peatonal		15,505,34	15,505,34
Construcción cancha de basket		13.439,28	13.439,28
Construcción cancha de fulbito		3.433,22	3.433,22
Construcción piscina		45.298,25	45.298,25
Equipo de computo		4950,00	4950,00
Muebles y enseres		21.048,50	21.048,50
Equipos de oficina		456,50	456,50
Equipos		6.191,66	6.191,66
Menaje		10.380,92	10.380,92
Adquisición de plantas		88,11	88,11
<b>Activos Diferidos</b>	<b>950,00</b>	<b>3.015,25</b>	<b>3.965,25</b>
Gasto de organización y constitución		777,30	777,30
Gasto por estudios de factibilidad	950,00		950,00
Gastos de promoción		1.830,00	1.830,00
Imprevistos		407,95	407,95
<b>RUBRO</b>	<b>Inversión realizada</b>	<b>Inversión por realizar</b>	<b>Total de la inversión</b>
<b>Capital de trabajo</b>		<b>17.879,21</b>	<b>17.879,21</b>

Materia prima		4.471,47	4.471,47
Insumos cocina		129,28	129,28
Insumo de limpieza		194,68	194,68
Insumo de alojamiento		119,67	119,67
Insumo de recreación		62,30	62,30
Insumo de restaurante		125,50	125,50
Mano de obra Directa		1.609,00	1.609,00
Mano de obra Indirecta		5.060,00	5.060,00
Sueldos y salarios		3.966,67	3.966,67
Servicios básicos		463,66	463,66
Combustible		51,60	51,60
Contingencias		1.625,38	1.625,38
<b>TOTAL</b>	<b>340.692,60</b>	<b>247.525,45</b>	<b>588.218,05</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

## b. Fuentes y Usos del Proyecto

**Cuadro N° 111.** Fuentes y usos del proyecto.

<b>RUBRO</b>	<b>Uso de fondos</b>	<b>capital propio</b>	<b>Banco</b>
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>566.373,59</b>	<b>461.670,26</b>	<b>100.248,33</b>
Terreno	314.742,60	314.742,60	
Vehículo	25.000,00	25.000,00	
Construcción 4 cabañas tipo 3 habitaciones	62.395,56	62.395,56	
Construcción restaurante	43.443,65	43.443,65	
Construcción adoquinado peatonal	15.505,34	15.505,34	
Construcción cancha de basket	13.439,28		13.439,28
Construcción cancha de fulbito	3.433,22		3.433,22
Construcción piscina	45.298,25		45.298,25
<b>RUBRO</b>	<b>Uso de fondos</b>	<b>capital propio</b>	<b>Banco</b>
Equipo de computo	4950,00	4950,00	
Muebles y enseres	21.048,50		21.048,50
Equipos de oficina	456,50		456,50

Equipos	6.191,66		6.191,66
Menaje	10.380,92		10.380,92
Adquisición de plantas	88,11	88,11	
<b>Activos Diferidos</b>	<b>3.965,25</b>	<b>3.965,25</b>	
Gasto de organización y constitución	777,30	777,30	
Gasto por estudios de factibilidad	950,00	950,00	
Gastos de promoción	1.830,00	1.830,00	
Imprevistos	407,95	407,95	
<b>Capital de trabajo</b>	<b>17.879,21</b>	<b>17.879,21</b>	
Materia prima	4.471,47	4.471,47	
Insumos cocina	129,28	129,28	
Insumo de limpieza	194,68	194,68	
Insumo de alojamiento	119,67	119,67	
Insumo de recreación	62,30	62,30	
Insumo de restaurante	125,50	125,50	
Mano de obra Directa	1.609,00	1.609,00	
Mano de obra Indirecta	5.060,00	5.060,00	
Sueldos y salarios	3.966,67	3.966,67	
Servicios básicos	463,66	463,66	
Combustible	51,60	51,60	
Contingencias	1.625,38	1.625,38	
<b>TOTAL</b>	<b>588.218,05</b>	<b>483.514,72</b>	<b>100.248,33</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**c. Clasificación de las Inversiones**

**Cuadro N° 112.**Inversiones en activos fijos.

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	314.742,60
Vehículo	25.000,00
Construcción 4 cabañas tipo 3 habitaciones	62.395,56
Construcción restaurante	43.443,65
Construcción adoquinado peatonal	15.505,34
Construcción cancha de basket	13.439,28
Construcción cancha de fulbito	3.433,22
Construcción piscina	45.298,25
Equipo de computo	4950,00
Muebles y enseres	21.048,50
Equipos de oficina	456,50
Equipos	6.191,66
Menaje	10.380,92
Adquisición de plantas	88,11
<b>TOTAL</b>	<b>566.373,59</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 113.**Inversiones en activos diferidos.

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Gasto de organización y constitución	777,30
Gasto por estudios de factibilidad	950,00
Gastos de promoción	1.830,00
Imprevistos	407,95
<b>TOTAL</b>	<b>3.965,25</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 114.**Capital de trabajo.

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Materia prima	4.471,47
Insumos cocina	129,28
Insumo de limpieza	194,68
Insumo de alojamiento	119,67
Insumo de recreación	62,30
Insumo de restaurante	125,50
Mano de obra Directa	1.609,00
Mano de obra Indirecta	5.060,00
Sueldos y salarios	3.966,67
Servicios básicos	463,66
Combustible	51,60
Contingencias	1.625,38
<b>TOTAL</b>	<b>17.879,21</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 115.**Total de la inversión.

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
ACTIVOS FIJOS	566.373,59
ACTIVOS DIFERIDOS	3.965,25
CAPITAL DE TRABAJO	17.879,21
<b>TOTAL</b>	<b>588.218,05</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**d. Financiamiento del Proyecto**

**Cuadro N° 116.**Financiamiento del proyecto.

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
PRÉSTAMO	100.248,33
APORT COMUN (Inv. realizada)	339.742,60
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO A	29.645,42
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO B	29.645,42
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO C	29.645,42
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO D	29.645,42
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO E	29.645,42
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>588.218,05</b>
<b>TOTAL APORTE SOCIOS</b>	<b>148.227,12</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

e. Depreciación de Activos Fijos

Cuadro N° 117. Depreciación de activos fijos.

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR SALVAMENTO	% DEPRECIACIÓN	AÑO DE DEPRECIACIÓN	AÑOS
Vehículo	25.000,00	625,00	18.750,00	0,25	5,00	5,00
Construcciones	183.515,30	917,58	174.339,54	0,05	20,00	5,00
Equipo de computo	4.950,00	495,00	0,00	1,00	3,00	5,00
Muebles y enseres	21.048,50	210,49	18.943,65	0,10	10,00	5,00
Equipos de oficina	456,50	4,57	410,85	0,10	5,00	5,00
Equipos	6.191,66	123,83	4.953,33	0,20	5,00	5,00
Menaje	10.380,92	519,05	5.709,51	0,50	10,00	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>251.542,88</b>	<b>2.895,52</b>	<b>223.106,88</b>			

Elaborado por: Doris Bastidas P.

**f. Depreciación de Activos Diferidos**

**Cuadro N° 118.**Depreciación de activos diferidos.

<b>AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>					
Gasto de organización y constitución	777,30	77,73	77,73	77,73	77,73	77,73
Gasto por estudios de factibilidad	950,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
Gastos de promoción	1.830,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00
Imprevistos	407,95	40,80	40,80	40,80	40,80	40,80
<b>TOTAL</b>	<b>3.965,25</b>	<b>396,53</b>	<b>396,53</b>	<b>396,53</b>	<b>396,53</b>	<b>396,53</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



**g. Cálculo de la Amortización del Préstamo**

Plazo 5 años, capitalizable anualmente

**Cuadro N° 119.** Cálculo de la amortización del préstamo.

<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL PREST.</b>	<b>INTERÉS (12%)</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>CUOTA PAGO</b>	<b>SALDO</b>
1	100.248,33	12.029,80	20.049,67	32.079,47	80.198,66
2	80.198,66	9.623,84	20.049,67	29.673,51	60.148,99
3	60.148,99	7.217,88	20.049,67	27.267,55	40.099,32
4	40.099,32	4.811,92	20.049,67	24.861,59	20.049,67
5	20.049,67	2.405,96	20.049,67	22.455,63	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>36.089,40</b>	<b>100.248,33</b>	<b>136.337,75</b>	

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

## h. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto

**Cuadro N° 120.**Estructura de costos para la vida útil del proyecto.

<b>1. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mano de obra directa	1.609,00	1.718,42	1.835,26	1.960,06	2.093,35
Mano de obra indirecta	5.060,00	5.404,08	5.771,56	6.164,02	6.583,18
Materia prima alimentación	4.471,47	4.775,53	5.100,27	5.447,08	5.817,49
Insumos para alimentación	129,28	138,07	147,46	157,49	168,20
Insumos de limpieza	194,68	207,92	222,06	237,16	253,28
Insumos de recreación	62,30	66,54	71,06	75,89	81,05
Insumos de restaurante	125,50	134,03	143,15	152,88	163,28
Gasto combustible	51,60	55,11	58,86	62,86	67,13
Deprec de construcción	917,58	917,58	917,58	917,58	917,58
Deprec. Vehículo	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Deprec de muebles y enseres	210,49	210,49	210,49	210,49	210,49
Deprec de equipos	123,83	123,83	123,83	123,83	123,83
Deprec menaje	519,05	519,05	519,05	519,05	519,05
	<b>14.099,78</b>	<b>14.895,65</b>	<b>15.745,63</b>	<b>16.653,39</b>	<b>17.622,91</b>
<b>2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
Sueldos y salarios	3.966,67	4.236,40	4.524,48	4.832,14	5.160,73
Servicios básicos	463,66	495,19	528,86	564,82	603,23
Deprec equipos de oficina	4,57	4,57	4,57	4,57	4,57
Gasto licencia anual	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00

Deprec de equip de comput	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00
	<b>5.065,90</b>	<b>5.367,16</b>	<b>5.688,91</b>	<b>5.538,03</b>	<b>6.399,53</b>
<b>3. COSTO DE VENTAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gasto promoción	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00
	<b>1.830,00</b>	<b>1.830,00</b>	<b>1.830,00</b>	<b>1.830,00</b>	<b>1.830,00</b>
<b>4. COSTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses bancarios	12.029,80	9.623,84	7.217,88	4.811,92	2.405,96
	<b>12.029,80</b>	<b>9.623,84</b>	<b>7.217,88</b>	<b>4.811,92</b>	<b>2.405,96</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33.025,48</b>	<b>31.716,65</b>	<b>30.482,42</b>	<b>28.833,34</b>	<b>28.258,40</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**i. Estructura de Ingresos**

**Cuadro N° 121.**Estructura de ingresos.

<b>Producto</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Alojamiento	39.300,00	41.972,40	44.826,52	47.874,73	51.130,21	54.607,06
Alimentación	29.511,72	31.518,52	33.661,78	35.950,78	38.395,43	41.006,32
Área Recreativa	11.154,00	11.912,47	12.722,52	13.587,65	14.511,61	15.498,40
Piscina	3.540,00	3.780,72	4.037,81	4.312,38	4.605,62	4.918,80
<b>TOTAL</b>	<b>83.505,72</b>	<b>89.184,11</b>	<b>95.248,63</b>	<b>101.725,54</b>	<b>108.642,87</b>	<b>116.030,58</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

## j. Estado de Resultados

Cuadro N° 122. Estado de resultados.

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	<b>83.505,72</b>	<b>89.184,11</b>	<b>95.248,63</b>	<b>101.725,54</b>	<b>108.642,87</b>
- Costos de producción	14.099,78	14.895,65	15.745,63	16.653,39	17.622,91
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>69.405,94</b>	<b>74.288,46</b>	<b>79.503,00</b>	<b>85.072,15</b>	<b>91.019,96</b>
- Costos de administración	5.065,90	5.367,16	5.688,91	5.538,03	6.399,53
- Costos de ventas	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00
<b>= Utilidad operativa</b>	<b>62.510,04</b>	<b>67.091,30</b>	<b>71.984,09</b>	<b>77.704,12</b>	<b>82.790,43</b>
- Costo financiero	12.029,80	9.623,84	7.217,88	4.811,92	2.405,96
<b>= Utilidad neta antes de rep de utilidades</b>	<b>50.480,24</b>	<b>57.467,46</b>	<b>64.766,21</b>	<b>72.892,20</b>	<b>80.384,47</b>
- Reparto de utilidades 15%	7.572,04	8.620,12	9.714,93	10.933,83	12.057,67
<b>= Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>42.908,20</b>	<b>48.847,34</b>	<b>55.051,28</b>	<b>61.958,37</b>	<b>68.326,80</b>
- Impuestos 12%	5.148,98	5.861,68	6.606,15	7.435,00	8.199,22
<b>= Utilidad neta</b>	<b>37.759,22</b>	<b>42.985,66</b>	<b>48.445,13</b>	<b>54.523,37</b>	<b>60.127,58</b>

Elaborado por: Doris Bastidas P.

**k. Balance General**

**Cuadro N° 123.**Balance general.

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Activo corriente (cap. de trabajo)	113.424,21	140.664,56	120.936,38	101.144122	82.564,86	63.214,44
Activo fijo	466.373,59	466.373,59	466.373,59	466.373,59	466.373,59	466.373,59
Depreciación acumulada (-)		2.895,52	5.791,04	8.686,56	11.582,08	14.477,60
Ac. diferi (valor anual de amort)	3.965,25	3.568,73	3.172,20	2.775,68	2.379,15	1.982,63
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>583.763,05</b>	<b>613.502,40</b>	<b>596.273,21</b>	<b>579.277,05</b>	<b>562.899,68</b>	<b>546.048,26</b>
Pasiv. corr (intereses)		12.029,80	9.623,84	7.217,88	4.811,92	2.405,96
Pasiv. Largo p. (préstamo)	100.248,33	80.198,66	60.148,99	40.099,32	20.049,67	0,00
Patrimonio	483.514,72	483.514,72	483.514,72	483.514,72	483.514,72	483.514,72
UTIL.EJERCICIO (Utilidad neta)		37.759,22	42.985,66	48.445,13	54.523,37	60.127,58
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>583.763,05</b>	<b>613.502,40</b>	<b>596.273,21</b>	<b>579.277,05</b>	<b>562.899,68</b>	<b>546.048,26</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

## I. Flujo de Caja

**Cuadro N° 124.**Flujo de caja.

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS +		<b>83.505,72</b>	<b>89.184,11</b>	<b>95.248,63</b>	<b>101.725,54</b>	<b>108.642,87</b>
VALOR SALVAMENTO +						<b>223.106,88</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN -		14.099,78	14.895,65	15.745,63	16.653,39	17.622,91
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN -		5.065,90	5.367,16	5.688,91	5.538,03	6.399,53
COSTOS VENTAS -		1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00
COSTOS FINANCIEROS -		12.029,80	9.623,84	7.217,88	4.811,92	2.405,96
AMORT. ACTIVOS DIFERIDOS -		396,53	396,53	396,53	396,53	396,53
<b>UTI ANTES DE REP. UT. E IMP.</b>		<b>50.083,71</b>	<b>57.070,93</b>	<b>64.369,68</b>	<b>72.495,67</b>	<b>303.094,82</b>
REPARTO DE UTILIDADES -		7.572,04	8.620,12	9.714,93	10.933,83	12.057,67
<b>UTILIDADES ANTES DE IMPU.</b>		<b>42.511,67</b>	<b>48.450,81</b>	<b>54.654,75</b>	<b>61.561,84</b>	<b>291.037,15</b>
IMPUESTO -		5.148,98	5.861,68	6.606,15	7.435,00	8.199,22
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>37.362,69</b>	<b>42.589,13</b>	<b>48.048,60</b>	<b>54.126,84</b>	<b>282.837,93</b>
DEPRECIACIONES +		2.895,52	2.895,52	2.895,52	2.895,52	2.895,52
AMORT. ACTIVOS NOMINALES +		396,53	396,53	396,53	396,53	396,53
INV MAQUINARIA EQUIPO -	30.163,16					
INV TERRENO / OBRA FÍSICA -	496.772,90					
INVERSIÓN OTROS -	34.982,53					
INVER ACTIVO NOMINAL -	3.965,25					
INVER CAPITAL TRABAJO -	17.879,21	17.879,21				
RECUP. CAPITAL TRABAJO +						
PRÉSTAMO +	100.248,33					
AMORTI. DEL PRÉSTAMO -		20.049,67	20.049,67	20.049,67	20.049,67	20.049,67
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-483.514,72</b>	<b>12.725,86</b>	<b>25.831,51</b>	<b>31.290,98</b>	<b>37.369,22</b>	<b>266.080,31</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**m. Punto de Equilibrio**

**Cuadro N° 125.** Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año.

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	5.034,83	9.064,95	14.099,78	5.377,20	9.518,45	14.895,65	5.742,86	10.002,77	15.745,63
Gasto de Venta		1.830,00	1.830,00		1.830,00	1.830,00		1.830,00	1.830,00
Gastos Administrativos		5.065,90	5.065,90		5.367,16	5.367,16		5.688,91	5.688,91
Gastos Financieros		12.029,80	12.029,80		9.623,84	9.623,84		7.217,88	7.217,88
<b>Total costos variables</b>	5.034,83			5.377,20			5.742,86		
<b>Total costos fijos</b>		27.990,65			26.339,45			24.739,56	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>5.034,83</b>	<b>27.990,65</b>	<b>33.025,48</b>	<b>5.377,20</b>	<b>26.339,45</b>	<b>31.716,65</b>	<b>5.742,86</b>	<b>24.739,56</b>	<b>30.482,42</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 126.** Costos fijos y costos variables del cuarto y quinto año.

RUBROS	AÑO 4			AÑO 5		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	6.133,36	10.520,03	16.653,39	6.550,43	11.072,48	17.622,91
Gasto de Venta		1.830,00	1.830,00		1.830,00	1.830,00
Gastos Administrativos		5.538,03	5.538,03		6.399,53	6.399,53
Gastos Financieros		4.811,92	4.811,92		2.405,96	2.405,96
<b>Total costos variables</b>	6.133,36			6.550,43		
<b>Total costos fijos</b>		22.699,98			21.707,97	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>6.133,36</b>	<b>22.699,98</b>	<b>28.833,34</b>	<b>6.550,43</b>	<b>21.707,97</b>	<b>28.258,40</b>

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.



**Cuadro N° 127.**Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto.

<b>DETALLE</b>	<b>USD</b>
Costos variables	28.838,68
Costos fijos	123.477,61
Costo total	152.316,29
Ingresos totales	594.337,45

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**1) Determinación del punto de equilibrio en USD.**

$$\text{Punto de equilibrio ventas} = \frac{123.477,61}{0,42} = 123447,421$$

2. **Evaluación Financiera**

a. **Valor Actual Neto**

1) **Datos para el cálculo del valor actual neto**

**Cuadro N° 128.**Flujo de efectivo.

FLUJO D CAJA	
0	-483.514,72
1	12725,86
2	25831,51
3	31290,98
4	37369,22
5	266080,31

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**Cuadro N° 129.**Cálculo del valor actual neto.

<b>Años</b>	<b>Flujo</b>	<b>Factor de actualización</b>	<b>Flujo actualizado</b>	<b>Flujo efectivo actualizado acumulado</b>
0	-483514,72	1	-483514,72	-483514,72
1	12725,86	0,89285714	11362,38	-472152,35
2	25831,51	0,79719388	20592,72	-451559,62
3	31290,98	0,71178025	22272,30	429287,32
4	37369,22	0,63551808	23748,81	405538,51
5	266080,31	0,56742686	150981,11	254557,39
<b>VAN: 254557,39</b>				

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**b. Periodo de Recuperación del Capital**

Periodo de Recuperación de la inversión: 3 años 5 meses.

**c. Relación Costo Beneficio**

**Cuadro N° 130.**Relación costo beneficio.

<b>R B/C</b>	<b>1,80</b>
INGRESOS ACTUALIZADOS	420989,025
COSTOS ACTUALIZADOS	89287,2725
INVERSION	438515,83

**Elaborado por:** Doris Bastidas P.

**d. Tasa Interna de Retorno**

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 16%.

## **VI. CONCLUSIONES**

- A.** Para el análisis de la demanda se tomó un universo de 97.000 turistas (35.890 nacionales y 61.110 extranjeros), teniendo una muestra de 156 personas, distribuidas 58 para Nacionales y 98 para Extranjeros; y se aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta.
- Al sistematizar la información se demuestra que el 91% (32.660) turistas nacionales y el 92% (56.221) turistas extranjeros manifiestan estar de acuerdo con la idea de creación del proyecto, cuyos servicios requeridos son los siguientes: alimentación 34%, alojamiento 37%, recreación 21% y piscina 8%. Las preferencias de los turistas se inclinan por degustar comida típica 18%, nacional 31%, internacional 33%.
- B.** Se ha estructurado mediante el perfil del turista, el tamaño del proyecto y demás requerimientos técnicos; la construcción de 4 cabañas para hospedaje con capacidad para 33 personas, un área de restaurante con una capacidad para 100 personas y un área de recreación con cancha de basket, cancha de fútbol y piscina, instalaciones que se pretende construir en un terreno de 10.491,42 m<sup>2</sup> ubicado en la ciudad de Salcedo.
- C.** El análisis ambiental realizado utilizando la matriz propuesta por Lázaro Lagos debido a que es una "Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos", donde se identificó las acciones que se realizarán y los factores ambientales y sociales que pueden recibir impactos, obteniendo como resultados tenuemente negativos arrojando un valor positivo de 155 frente a la variable negativa con un valor de 216, debido a que el primer año se realizarán muchos impactos con la construcción del proyecto. En cuanto a las acciones las actividades recreacionales son las más beneficiosas del proyecto con un valor positivo de 50 debido al aporte social que brinda el proyecto y en cambio las acciones más perjudiciales son el movimiento de tierras y construcción de la obra con una calificación negativa de 60. En cuanto a los componentes ambientales y sociales, la parte socio-económica con un valor de 133 es la más beneficiada y la menos beneficiada con 85 puntos es para el componente flora y fauna, esto básicamente por la modificación del hábitat.
- D.** El impacto socioeconómico para el emprendimiento es muy alto, pero esto no es solo desde la óptica económica sino desde el punto de vista cultural, el turismo permitirá que tanto visitantes como anfitriones valoricen su cultura, aprendan a respetar otra u otras culturas y disfruten y protejan el territorio de vida de la localidad.

- E.** El estudio económico y la evaluación financiera del presente proyecto nos demuestra la factibilidad y rentabilidad económica tras el análisis de las siguientes cifras: una vez actualizado los ingresos y egresos se espera un valor actual neto positivo de 254557,39 dólares americanos, que significa que el proyecto arroja beneficios aún después de cubrir los costos de oportunidad de otras alternativas de inversión. El TIR es de 16% frente a la tasa mínima de 12%. El período de recuperación del capital se encuentra en los tres años 5 meses. La relación costo- beneficio es de 1,80.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A.** Considerar cada una de las especificaciones técnicas para poner en marcha la construcción de la infraestructura turística.
- B.** Tomar en cuenta de manera prioritaria las medidas de mitigación propuestas para minimizar los impactos negativos causados por el proyecto durante su ejecución y las actividades preoperativas.
- C.** Para el posicionamiento del producto de turismo a nivel nacional y extranjero se debe considerar todos los medios y mecanismos estimados en las estrategias de difusión y comercialización del producto.
- D.** Es importante cumplir con todos los requerimientos legales para su debida operación y de conformidad con las leyes vigentes. Además es primordial que la empresa cuente con el personal calificado para un adecuado funcionamiento, ya que de los mismos depende la calidad del servicio, por lo que se recomienda que el recurso humano a contratar cumpla con los requisitos expuestos en el estudio administrativo.
- E.** Poner en ejecución el proyecto que ha demostrado viabilidad técnica, comercial, administrativo legal y financiera, pues el mismo contribuirá al desarrollo social, económico, ambiental y cultural.

## **VIII. RESUMEN**

La presente investigación propone: Estudio de Factibilidad para la implementación de una Hostería en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi; se realizó mediante trabajo de campo e información primaria y secundaria, donde se ejecutó el estudio de mercado y se aplicaron encuestas para determinar el perfil del turista y sus necesidades, se determinaron cuatro servicios: hospedaje, alimentación, área recreativa y piscina, además se diseño el logotipo y eslogan con la que se identificara la compañía. Se elaboró el estudio técnico donde se determino el tamaño de la empresa y el consumo aparente de los servicios demandados, se realizaron diagramas de flujo para cada una de las áreas de la hostería cuyas características principales son: flexibilidad, adaptada a la exigencia del cliente; importancia del factor humano, por los servicios que prestan los trabajadores, ya que la capacitación es clave para el éxito de la empresa. Además se elaboró el estudio ambiental con la Matriz de Lázaro Lagos la misma que explica la evaluación matricial de impactos y "Línea Base Ambiental para Proyectos de Obra o Actividad" dando detalles generales de este proceso. Se elaboró el marco legal para el funcionamiento de la Hostería, amparado y reconocido por la Superintendencia de Compañías como una Empresa de Compañía Anónima debido a su tamaño. El estudio económico y la evaluación financiera demuestran la factibilidad y rentabilidad económica para posteriormente dar a conocer al mercado nacional e internacional; se recomienda realizar el estudio de mercado para determinar las preferencias del cliente.

## **IX. ABSTRACT**

The present research is referred about a Feasibility Study to implement a small hotel in Salcedo canton, Cotopaxi province. It was carried out by means field trip and primary and secondary information and market study was made by applying surveys in order to determine the tourist needs and profile. Four services were determined: accommodation, alimentation, recreational areas and swimming. In addition, the logotype and slogan which will identify the company were designed. Technical study was elaborated to determine the enterprise size and the consumption of the demanded services; flowcharts were made to each one of the areas of the small hotel whose main characteristics are: flexibility adapted to the client's exigency; importance of the human resource because of the services that workers give, since training is main for the success of the enterprise. Besides, environmental study was elaborated with the Matrix of Lazaro Lagos which explains the matrix structure evaluation of impacts and "Environmental Basis Line for Projects of public works or activity" giving general details of this process. Legal Frame was made for the running of this place, and it is protected and known by Company Supervision as a public limited company due to its size. The economical study and financial evaluation show feasibility and economical profitability and later it will be known into the national and international market; it is recommended to carry out a market study to determine the clients' preferences.



## X. BIBLIOGRAFIA

1. CESPEDES, Fernando. 2007. Monografias.com “Ecoturismo”, México.
2. CONTRERAS, C. 2005 “Estudio de Mercado”. Consultado 6 oct. 2008. Disponible en:  
<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
3. CUARTAS, F. 2008. “Evaluación Económica y Financiera de los Proyectos”. Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.gacetafinanciera.com>
4. FIGUEREDO, y OTROS. 2002. “Modulo I. Marco Legal e Institucional para el Turismo en Colombia” Bogota-Colombia.
5. FUENTES MORENO, Aníbal. 2003. Teoría y desarrollo del turismo. Universidad Tecnológica América.
6. Ley de Turismo. Gonzalo Arias Barriga. Edición 2004. Editorial Edimpres S.A.
7. LUNA, R.; CHAVES, D. 2001 “Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos” Guatemala. 33 p.
8. MENESES, E. 2001. “Preparación y Elaboración de Proyectos”. 3<sup>ra</sup> ed. Quito – Ecuador. 215 p.
9. MIRANDA, J. 1997. “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. Bogotá. MB Editores. 366 p.
10. Organización Mundial del Turismo, 1999. Guía para las administraciones locales: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE. España. 1999.
11. Organización Mundial del Turismo, 1997. Guía para las administraciones locales: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE. España. 1997.
12. OMT, (Organización Mundial de Turismo). 1999. “Guía para administradores locales: Desarrollo turístico Sostenible”. Madrid - España. 216 pg.
13. RATTO, N 2001. “Proyecto de Turismo Cultural para la Provincia de Catamarca – Depto. Andalgalá - Argentina” Foro Virtual de Antropología Naya.
14. RODRÍGUEZ, F. 2001. “Estudio técnico”. Consultado 6 oct. 2008. Disponible en:  
<http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>.

15. The Nature Conservancy “Desarrollo del Ecoturismo – Un manual para los profesionales de la conservación”, Volumen II. 2004 Arlington, Virginia, USA. 116 p.
16. Yucta, P. 2002. “Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos”. Riobamba – Ecuador. 25 p

## **XI. ANEXOS**

### **Anexo N° 1**

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

La presente encuesta tiene como objetivo determinar un estudio de factibilidad previo a la implementación de una Hostería en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi. Por favor conteste con la mayor sinceridad. Gracias.

**Encuestadora:** Doris Bastidas Porras.

1. **Edad:** ( ) años
2. **Género:** a. Masculino ( ) b. Femenino ( )
3. **Lugar de procedencia:** Ciudad/Provincia\_\_\_\_\_
4. **Ocupación:** a. Profesional ( ) b. Estudiante ( ) c. Otro\_\_\_\_\_
5. **Nivel de educación:**
  - a. Primaria ( )
  - b. Secundaria ( )
  - c. Superior ( )
  - d. Otros ( )
6. **¿Cuál es el principal motivo de su viaje?**
  - a. Recreación ( )
  - b. Compras ( )
  - c. Congreso/convención ( )
  - d. Trabajo ( )
  - e. Otro/especifique ( )
7. **¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Salcedo?**
  - a. 1 día ( )
  - b. De 2 a 3 días ( )
  - c. Más de 3 días ( )
8. **¿Acompañado de quien visita la Ciudad de Salcedo?**
  - a. Amigos ( )
  - b. Familia ( )
  - c. Solo ( )
  - d. Otros ( )
9. **¿Considera usted necesario la creación de una Hostería en la Ciudad de Salcedo, que satisfaga sus necesidades de descanso y distracción?**
  - a. Si ( )
  - b. No ( )

**10. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca la Hostería?**

- a. Alimentación ( )
- b. Hospedaje ( )
- c. Área recreativa ( )
- d. Piscina( )

**11. ¿Qué comida le gustaría que ofrezca la Hostería?**

- a. Típica ( )
- b. Nacional ( )
- c. Internacional ( )
- d. Todas las anteriores ( )

**12. ¿Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar la Hostería?**

- a. 2 a 3 ( )
- b. 3 a 5 ( )
- c. Más de 5 personas ( )

**13. ¿Con qué frecuencia le gustaría visitar este lugar?**

- a. Casi nunca(anualmente) ( )
- b. Pocas veces(mensualmente) ( )
- c. Frecuentemente(semanalmente) ( )

**14. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día y por persona por la prestación de servicios en la Hostería?**

- a. \$5 - \$15 ( )
- b. \$16 - \$26 ( )
- c. \$27 - \$37 ( )
- d. \$38 - \$48 ( )
- e. \$48 o más ( )

**15. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?**

- a. Agencia de Viajes ( )
- b. Independiente ( )

**16. ¿Cuál es su forma de pago?**

- a. Efectivo ( )
- b. Tarjeta de crédito ( )

**17. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?**

- a. Radio ( )
- b. Televisión ( )
- c. Internet ( )
- d. Prensa ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

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

The present interviews it has as objective to determine a previous study of feasibility to the implementation of a Hotel in the Canton Salcedo, County of Cotopaxi. Please answer with the biggest sincerity. Thank you.

**Pollster:** Doris BastidasPorras.

1. **Age:** ( ) years
2. **Gender:** a. Masculine ( ) b. Feminine ( )
3. **Origin place:** City \_\_\_\_\_
4. **Occupation:** a. Professional ( ) b. Studying ( ) c. Other ( ) \_\_\_\_\_
5. **Education level:**
  - a. Primary ( )
  - b. Secondary ( )
  - c. Superior ( )
  - d. Others ( )
6. **Which is the main reason of its trip?**
  - a. Recreation ( )
  - b. Purchases ( )
  - c. Congress / convention ( )
  - d. Work ( )
  - e. Other / it specifies ( )
7. **How many days would it be willing to remain in the City of Salcedo?**
  - a. 1 day ( )
  - b. From 2 to 3 days ( )
  - c. More than 3 days ( )
8. **Accompanied by who visits the City of Salcedo?**
  - a. Friends ( )
  - b. Family ( )
  - c. Alone ( )
  - d. Others ( )
9. **Do you consider necessary the creation of a Hostel in the City of Salcedo that satisfies their necessities of rest and distraction?**
  - a. Si ( )
  - b. No ( )

**10. What services would he like him to offer the Hotel?**

- a. Feeding ( )
- b. Lodging ( )
- c. Recreational area ( )
- d. Pool ( )

**11. What food would he like him to offer the Hotel?**

- a. Typical ( )
- b. National ( )
- c. International ( )
- d. All the previous ones ( )

**12. With how many people would it be willing to visit the Hotel?**

- a. 2 at 3 ( )
- b. 3 at 5 ( )
- c. More than 5 people ( )

**13. With what frequency would he like to visit this place?**

- a. Hardly ever (annually) ( )
- b. Few times (monthly) ( )
- c. Frequently (weekly) ( )

**14. How much would it be willing to spend approximately per day and for person for the benefit of services in the Hotel?**

- a. \$5 - \$15 ( )
- b. \$16 - \$26 ( )
- c. \$27 - \$37 ( )
- d. \$38 - \$48 ( )
- e. \$48 or more ( )

**15. When does it travel the you makes through?**

- a. Travel Agency ( )
- b. Independent ( )

**16. Which is their payment form?**

- a. Effective ( )
- b. Credit card ( )

**17. What media does it usually use to be informed?**

- a. Radio ( )
- b. Television ( )
- c. Internet ( )
- d. It presses ( )

**THANK YOU FOR THEIR COLLABORATION**

**Anexo N°2. Planos Arquitectónicos.**

**Anexo N°3. Minuta de la empresa.****HOSTERÍA “SUYAY”****CAPITULO PRIMERO****NOMBRE. DOMICILIO. OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN**

ARTICULO UNO.- NOMBRE.- La compañía llevará el nombre de “SUYAY”

ARTÍCULO DOS.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi.

ARTICULO TRES.- OBJETO SOCIAL.- La compañía tiene como objeto social principal: Brindar servicios turísticos y actividades recreativas y de entretenimiento dentro de los cuales resaltan los siguientes: hospedaje, alimentación, canchas deportivas, piscina. Al mismo tiempo de producir servicios turísticos de calidad dentro de un marco de sustentabilidad y sostenibilidad la empresa se constituirá en un embajador de la cultura local.

ARTICULO CUATRO.- DURACIÓN.- El plazo de duración de la compañía es de treinta años contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil del domicilio principal; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviese la Junta general de accionistas en la forma prevista en estos estatutos y en la ley.

**CAPITULO SEGUNDO****DEL CAPITAL DEL AUMENTO Y RESPONSABILIDAD**

ARTICULO CINCO.- DEL CAPITAL.- El capital autorizado de la compañía es de 65.0000 de un dólar cada una, nominativas y ordinarias, las que estarán representadas por títulos, que serán firmados por el presidente y por el gerente general de la compañía. El capital será suscrito, pagado y emitido hasta por el límite del capital autorizado en las oportunidades, proporciones y condiciones que decida la Junta general de accionistas y conforme a la ley. El capital suscrito y pagado de esta compañía consta en las declaraciones.



ARTICULO SEIS.- AUMENTO DE CAPITAL.- El capital de la compañía podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta general de accionistas, por los medios y en la forma establecida en la Ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

ARTICULO SIETE.- RESPONSABILIDAD.- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales, se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la acción.

ARTICULO OCHO. - LIBRO DE ACCIONES. - La compañía llevara un libro de acciones y accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales, y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones. La propiedad de las acciones, se probará con la Inscripción en el libro de acciones y accionistas. El derecho de negociar las acciones y transferirlas, se sujeta a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

### **CAPITULO TERCERO**

#### **EJERCICIO ECONÓMICO. BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS**

ARTICULO NUEVE.- EJERCICIO ECONÓMICO.- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el gerente general someterá a consideración de la Junta general de accionistas el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios. El contador, igualmente, presentara su informe durante los quince días anteriores a la sesión de Junta: tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la compañía.

ARTICULO DIEZ.- UTILIDADES Y RESERVAS.- La Junta general de accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades líquidas se segregará por lo menos, el diez por ciento anual para la formación e incremento del fondo de reserva legal de la compañía, hasta cuando éste alcance, por lo menos, el cincuenta por ciento del capital suscrito. Además la Junta general de accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.

## **CAPITULO CUARTO**

### **DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN**

ARTICULO ONCE.- GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.- La compañía estará gobernada por la Junta general de accionistas y administrada por el directorio, por el presidente y por el gerente general, en su orden; cada uno de estos órganos, con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

### **SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.**

ARTICULO DOCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La Junta general de accionistas es el organismo supremo de la compañía. Se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; y, extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

ARTICULO TRECE.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a junta general de accionistas la hará el presidente de la compañía, mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse. Igualmente, el presidente convocara a Junta general, a pedido de los accionistas que representen por lo menos de veinticinco por ciento del capital, para tratar los puntos que se indiquen en su petición, de conformidad con lo establecido en la Ley de Compañías.

ARTICULO CATORCE.- REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS.- Las Juntas generales de accionistas, ordinarias y extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la compañía. Los accionistas podrán concurrir a la Junta personalmente o mediante poder otorgado a otro accionista o a un tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada Junta. El poder a un tercero será otorgado necesariamente ante notario público. No podrán ser representantes de los accionistas los administradores y comisarios de la compañía.

ARTICULO QUINCE.- QUORUM.- Para que se instale válidamente la Junta general de accionistas en primera convocatoria, se requerirá la presencia de por lo menos, la mitad mas uno si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria, mediando, cuando más, treinta días de la fecha fijada para la primera reunión, y la Junta general se Instalará con el número de accionistas

presentes o que concurran cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria. Para los casos particulares contemplados en el artículo doscientos ochenta y dos de la Ley de Compañías, se estará al procedimiento allí señalado.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA PRESIDENCIA.- Presidirá la junta general de accionistas el presidente de la compañía. Actuará como secretario el gerente general a falta del presidente actuará quien lo subroga, que será uno de los vocales del directorio, en orden a sus nombramientos; y, a falta del gerente general actuara como secretario la persona que designe la Junta.

ARTICULO DIECISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta general de accionistas, legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la compañía y en consecuencia, tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales, así como, con el desarrollo de la empresa, que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la compañía: siendo de su competencia lo siguiente:

Nombrar al presidente, al gerente general, al contador principal y suplente, así como a los vocales principales y alternos del directorio:

Conocer y resolver todos los informes que presente el directorio y órganos de administración y fiscalización, como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas y administración:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, prórroga del plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas a los estatutos, de conformidad con la Ley de Compañías:

Fijar las remuneraciones que percibirán el presidente, los vocales del directorio, el gerente general y el comisario:

Resolver acerca de la disolución y liquidación de la compañía, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los Liquidadores y considerar las cuentas de liquidación;

Fijar la cuantía de los actos y contratos para cuyo otorgamiento o celebración el gerente general requiere autorización del directorio, y la de los que requieran autorización de la Junta general de accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Autorizar al gerente general el otorgamiento de poderes generales, de conformidad con la ley.

Interpretar obligatoriamente estos estatutos:

Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro organismo de la compañía.

**ARTICULO DIECIOCHO.- JUNTA UNIVERSAL.-** La compañía podrá celebrar sesiones de junta general de accionistas en la modalidad de junta universal, de conformidad con lo dispuesto en el artículo doscientos ochenta de la Ley de Compañías: esto es que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

#### **SECCIÓN DOS: DEL DIRECTORIO.**

**ARTÍCULO DIECINUEVE.- DEL DIRECTORIO.-** El directorio estará Integrado por el presidente de la compañía y cuatro vocales. Los vocales tendrán alternos.

**ARTICULO VEINTINUEVE.- PERIODO DE LOS VOCALES.-** Los vocales del directorio duraran dos años en sus funciones; podrán ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados. Para ser vocal del directorio no se requiere la calidad de accionista.

**ARTICULO VEINTIUNO.- PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO.-** Presidirá las sesiones del directorio el presidente de la compañía y actuará como secretario el gerente general. Á falta del presidente, lo reemplazará su subrogante que será uno de los vocales principales, en el orden de su elección, debiéndose, en este caso, principalizar al respectivo suplente; y, a falta del gerente general, se nombrara un secretario ad-hoc.

**ARTICULO VEINTIDÓS.- CONVOCATORIA.-** La convocatoria a sesión de directorio, la hará el presidente de la compañía mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros. El quórum se establece con dos miembros.

**ARTICULO VEINTITRÉS.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO.-** Son atribuciones y deberes del directorio lo siguientes:

Sesionar ordinariamente cada trimestre y extraordinariamente, cuando fuere convocado;

Someter a consideración de la Junta general de accionistas el proyecto de presupuesto, en el mes de enero de cada año:

Autorizar la compra de inmuebles a favor de la compañía, así como la celebración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio o posesión de los bienes inmuebles de la compañía;

Autorizar al gerente general el otorgamiento y celebración de actos y contratos para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta general;

Controlar el movimiento económico de la compañía y dirigir la política de los negocios de la misma:

Contratar los servicios de auditoría Interna, de acuerdo a la Ley:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta general y las disposiciones de los estatutos y reglamentos:

Presentar anualmente a conocimiento de la Junta general de accionistas los balances, el proyecto de distribución de utilidades, la creación e incrementos de reservas legales, facultativas o especiales y los informes del gerente general;

Designar a la persona que reemplace al gerente general de la compañía en caso de su fallecimiento, renuncia, falta temporal o definitiva:

Aprobar anualmente el presupuesto de la compañía:

Dictar los reglamentos de la compañía:

Los demás que contemplan la ley y los estatutos y las resoluciones de la Junta general de accionistas.

**ARTICULO VEINTICUATRO.- RESOLUCIONES.-** Las resoluciones del directorio serán tomadas por simple mayoría de votos; y los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- ACTAS.- De cada cesión de directorio se levantará la correspondiente acta la que será firmada por el presidente y el secretario, que actuaron en la reunión.

### **SECCIÓN TRES: DEL PRESIDENTE.**

ARTICULO VEINTICINCO.- El presidente de la compañía será elegido por la Junta general de accionistas para un periodo de dos años. Puede ser reelegido Indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. El presidente permanecerá en el cargo hasta ser legalmente reemplazado.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE: Son atribuciones y deberes del presidente de la compañía:

Convocar y presidir las sesiones de Junta general y de directorio:

Legalizar con su firma los certificados provisionales y las acciones;

Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma, e Informar de estos particulares a la junta general de accionistas;

Velar por el cumplimiento del objeto social de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir copias del mismo debidamente certificadas;

Las demás que señale la Ley de Compañías, estos estatutos y reglamentos de la compañía, y, las resoluciones de la Junta general de accionistas.

### **SECCIÓN CUATRO: DEL GERENTE GENERAL.**

ARTICULO VEINTIOCHO.-DEL GERENTE GENERAL.- El gerente general será elegido por la Junta general de accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado, el gerente general será el representante legal de la compañía.

ARTICULO VEINTINUEVE.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL.- Son deberes y atribuciones del gerente general de la compañía:

Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente;

Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;

Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía;

Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el presidente, hasta por el monto para el que está autorizado:

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo:

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil:

Presentar anualmente informe de labores ante la Junta general de accionistas:

Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en los estatutos y en la ley,

Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones:

Cuidar que se lleven conforme a ley, los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de Junta general de accionistas:

1) Cumplir y hacer cumplirlas resoluciones de Junta general de accionistas;

Presentar a la junta general de accionistas el balance del estado de pérdidas y ganancias. Y la propuesta de distribución de beneficios, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley estos estatutos y reglamentos de la compañía, así como las que señale la Junta general de accionistas.

## **CAPITULO QUINTO**

### **DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL**

ARTÍCULO TREINTA-DEL COMISARIO.-La junta general de accionistas nombrará un comisario principal y un suplente, accionista o no, quienes durarán dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

ARTICULO TREINTA Y UNO. ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL COMISARIO.- Son atribuciones y deberes del comisario los que consten en la ley, en estos estatutos y sus reglamentos y, los que determine la Junta general de accionistas. En general el comisario tiene derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

## **CAPITULO SEXTO**

### **DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

ARTICULO TREINTA Y DOS.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- La disolución y liquidación de la compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías; especialmente, por lo establecido en la sección décimo primera de esta ley, así como en el reglamento, respecto de la disolución y liquidación de compañías y. por lo previsto en estos estatutos.

ARTICULO TREINTA Y TRES.- DISPOSICIÓN GENERAL.- En todo lo no previsto en estos estatutos, se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y su reglamento, así como a los reglamentos de la compañía y, a lo que resuelva la Junta general de accionistas.

ARTICULO TREINTA Y CUATRO.- AUDITORIA.- Sin perjuicio de la de fiscalización, la Junta general de accionistas podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o Jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

ARTICULO TREINTA Y CINCO.- AUDITORIA EXTERNA.-En lo que se refiere a la auditoría externa se estará a lo que dispone la ley.